

Die Nachhaltigkeitslüge

Nachhaltigkeit - ein Wort das sich grosser Beliebtheit erfreut. Kein Firmenleitbild kommt ohne dieses geflügelte Wort aus. Auch die Landwirtschaft und die Unternehmungen der vor- und nachgelagerten Betriebe, rühmen sich mit dem Streben nach Nachhaltigkeit. Umso erstaunlicher ist es, dass bei genauem Nachfragen es niemand so genau nimmt mit dem Begriff, oder mit dem was er wirklich bedeutet. Nachhaltigkeit meint nämlich eine Entwicklung die sowohl ökonomisch, ökologisch wie auch sozial im Gleichgewicht ist. Zu oft wird Nachhaltigkeit aber auf die Komponente der Ökologie reduziert. So werden unter dem Segel der Nachhaltigkeit Programme zur Reduktion von CO₂ lanciert, oder vollmundig Versprechen abgegeben was bis im Jahr XY erreicht werden soll. Detailhändler oder Verarbeiter werden mit Nachhaltigkeitszertifikaten ausgestattet und rühmen sich mit ihren Verdiensten in diesem Bereich. Nur leider wird darob vergessen, dass Nachhaltigkeit eben mehr ist als ein Marketingargument oder schöne Verpackung, sondern vielmehr eine Basis jedes vernünftigen unternehmerischen Handelns sein sollte. Wie zynisch muten all diese Floskeln und das Management-Blabla an, wenn den Produzenten von Getreide, Milch, Gemüse und Fleisch das Messer an den Hals gehalten wird und Preise weit unter den Produktionskosten bezahlt werden? Wenn die Optimierung der eigenen Margen wichtiger ist als die gute Partnerschaft in der Wertschöpfungskette? In welcher Welt dies als nachhaltiges Handeln gilt, ist für mich nicht ersichtlich. Aber das scheint auch nicht weiter schlimm, denn merken tut's ja dank gutem Marketing hoffentlich niemand. Und so marschiert das Werbe-Huhn weiter zufrieden in den Grossverteiler und der Bauer lächelt glücklich vom Plakat. Dass Ende Monat die die Bauernfamilie ihre Rechnungen nicht mehr bezahlen können, das soll die Idylle nicht stören. Gelogen ist es dann, wenn das Versprechen nicht mit dem Tun übereinstimmt.

Hans Jörg Rügsegger
Präsident Berner Bauern Verband