

Ursula Hudson im Gespräch mit Robert Hermanowski

Auf der Suche nach Authentizität und Transparenz

Was steckt hinter der Popularität des Regionalität-Begriffs? Und was hat regional mit Qualität zu tun? Über diese und weitere Fragen sprach **Ursula Hudson** mit **Robert Hermanowski**, der sich schon lange mit dem Regionalen in der Lebensmittelherzeugung beschäftigt. Der Geschäftsführer des Forschungsinstituts für biologischen Landbau hält »regional« nur für einen überfrachteten Kunstbegriff, der für den Wunsch nach Strukturen steht, in denen Vertrauen wieder mehr Gewicht erhält.



Ursula Hudson: Lieber Herr Hermanowski, man hört recht wenig vom »Regionalfenster«, das Ihr Institut, das FiBL, mitentwickelt hat...

Robert Hermanowski: Aber es läuft prima. Angemeldet sind 450 Unternehmen mit 3 250 Produkten, darunter 480 Bioprodukte.

Was genau verbirgt sich denn dahinter?

Das Regionalfenster zeigt auf der Verpackung eines Lebensmittels, wo das Produkt erzeugt und wo es verarbeitet worden ist. Der Hersteller muss genau definieren, was er unter »Region« versteht. Und dieses Regionalversprechen muss nachvollziehbar sein: Es kann sich um eine bestimmte Entfernung in Kilometern oder einen Landkreis, ein Bundesland oder ähnliches handeln. Es könnte auch die Region Süddeutschland sein, die



»Regionalität ist nur ein Hilfsbegriff. Ich möchte von jemandem kaufen, der für sein Handeln einsteht und so Vertrauen schafft.«

mehrere Bundesländer umfasst. Die Hersteller und Händler entscheiden, was Region ist, und richten sich dabei nach den Wünschen ihrer Kundinnen und Kunden. Aber es fragt sich auch, ob ein Raum, der halb Deutschland umfasst, noch als Region gesehen wird.

Wann kann denn so ein Fall auftreten?

Einige Unternehmen des Lebensmittelhandels versuchen natürlich, den Spielraum soweit wie möglich auszuschöpfen ... Es müssen ja mindestens 51 Prozent der Zutaten regionalen Ursprungs sein. Wenn das nicht passt, dann können bei einem zusammengesetzten Produkt solange Zutaten nachgestockt werden, bis die geforderte Mindestmenge erreicht ist. Das finde ich für die Verbraucher nicht so witzig.

Also das sind konstruierte Fälle. Vielleicht könnte das bei einer Fertigpizza so gemacht werden, aber wer sollte da ein Interesse haben. Grundsätzlich ist es so: Wenn ich zum Beispiel eine Rindswurst habe, dann muss das Rindfleisch zu 100 Prozent aus der angegebenen Region kommen. Die Gewürze sind natürlich meist nicht aus der Region. Beim verarbeiteten Endprodukt kommt man daher häufig nicht ganz auf 100 Prozent.

Wie kann man als Lebensmittelproduzent denn am Regionalfenster teilnehmen?

Voraussetzungen sind, sich anzumelden und strenge Kontrollen zu passieren. Es muss nachgewiesen werden, dass das Produkt bzw. die Rohstoffe aus der Region kommen. Das ist gar nicht einfach und verlangt ein internes Kontrollsystem. Schon bei Brot ist es sehr schwierig, die Anforderungen zu erfüllen. Denn man bekommt die benötigte Eiweißqualität des Mehls

nur zum Teil aus der Region. Auch Biobäcker kaufen häufig zu. Für das Regionalfenster geht das aber nicht. Wenn jemand ein regionales Weizenbrot anbietet, müssen 100 Prozent des Weizens aus der benannten Region stammen.

Auf diese Weise bekomme ich Transparenz über die Herkunft. Aber das sagt gar nichts über die Qualität des Lebensmittels aus.

Das Regionalfenster ist kein Siegel für Qualität. Es sagt nur: Das Lebensmittel kommt aus dieser oder jener Region. Das Regionalfenster gibt klare Richtlinien, um den Wildwuchs des Regionalen einzudämmen. Wer besondere Qualität will, kauft bio!

Kaufen Sie keine regionale Produkte, die nicht bio sind?

Wenige. Ich kaufe zum Beispiel Lammfleisch aus Hessen, wenn ich weiß, von wem es kommt. Schafe werden noch nicht in der intensiven Mast wie Rinder oder Schweine gehalten, die kann man vergleichsweise sicher »nicht-bio« kaufen. Und dann kaufe ich gerne Wild. Wildschweine leben natürlich und frei, finde ich – auch wenn ich meine

Empfindung dabei auf's Schwein projiziere. Als Wildschwein renne ich durch den Wald, nasche den Mais der Landwirte, und eines Tages macht es bam! Bestens.

Dahinter steckt, dass Sie ein enormes Wissen über Haltungsformen und Herkunft haben. Deswegen können Sie diese Entscheidung sauber treffen. Das hat aber nicht jeder ...

Aber der, der das nicht hat, sollte bio kaufen, das ist doch einfach. Für mich deckt das Bio-Zeichen »Qualität« inklusive der Tierwohl-Aspekte ab. Und die Aussage »Erhaltung der heimischen Landwirtschaft oder Artenvielfalt« entspricht dann der Regionalität. Heimische Bioprodukte bekomme ich auch im Supermarkt.

Geht es im Regionaldiskurs hauptsächlich um Fleisch?

Ja, die größten Diskussionen um Regionalität gibt es bei tierischen Produkten. Bei Gemüse, Getreide oder Obst bekommt man vieles nicht aus der Region. Wenn ich regionale Tomaten haben möchte, dann brauche ich beispielsweise Gewächshäuser – das bekomme ich über das Jahr mit vernünftiger Ökobilanz nur schwer hin.

Einfacher ist es zum Beispiel bei Äpfeln, da hat das Regionale schon seine Berechtigung.

Ja, das ist schon richtig, bei Kartoffeln und Äpfeln ist es sinnvoll. Aber in der Diskussion geht es meines Erachtens vor allem um die Tierhaltung. Und es geht weniger um Regionalität im engeren Sinne, sondern um Authentizität – oder nennen wir es Verantwortung. Regionalität ist nur ein Hilfsbegriff. Ich möchte auf jemanden treffen, der für sein Handeln die Verantwortung übernimmt.

Der zu dem steht, was er tut, und bereit ist, dafür Gesicht zu zeigen. Exakt. Ein Tierhalter, der mir sagt: »Hör

zu, Robert, ich habe noch Tiere angebunden, das ist nicht schön, aber ich erkläre Dir genau, warum ich das tue«. Oder ein Bauer sagt mir, »ich lasse die Fungizide weg, aber ab und zu spritze ich dies oder das, damit ich nicht alle drei Jahre Totalausfall habe«. Solche Dinge. Ich finde immer weniger Leute, die ihr Handeln so kommunizieren. Heute wird eine GmbH geschlossen und ein paar Tage später unter anderem Namen wieder eröffnet. Das sind aber Punkte, die wenig mit Regionalität zu tun haben, sondern eher mit Verantwortung und Vertrauen.

Und wie bekommen wir denn diese Verantwortung für den Esser?

Durch Direktheit. In Hessen gibt es zum Beispiel das Landmark-Konzept: Dort gibt es Regale und Bereiche in der Kühltheke mit Produkten und Plakaten, auf denen der Bauer abgebildet ist, der das Produkt hergestellt hat. Das ist es! Ich möchte ja wissen, welcher Landwirt oder Hersteller das produziert hat. Wenn etwas nicht stimmt mit dem Produkt, rufe ich an. Das ist ja nicht nur bei Lebensmitteln, sondern auch in anderen Bereichen so: Ich habe beispielsweise Personen meines Vertrauens in der Fahrradwerkstatt, denn ich will nicht, dass ein Unbekannter an meinem Rennrad rumschraubt. Das Gegenteil ist das Kaufen im Internet. Ich glaube, dass Regionalisierung auch Gegenbewegung ist zur Anonymisierung. Regionalität steht so gesehen für Erzeugerverantwortung und Konsumentenvertrauen.

Aber dann ist das Regionalfenster ja für die Katz. Hier weiß ich nicht, wer der Hersteller war, da er nicht draufsteht. Hier habe ich nur eine theoretische Nähe.

Zu sagen, dahinter stehen hessische Landwirte, ist doch schon mal ein Schritt. Von meinem Ideal zwar noch entfernt, aber immerhin. Hervorragend ist das Konzept »Bio mit Gesicht«, da ist exakt umgesetzt, was meine Vision ist: Ich kann mir im Internet die Landwirtschaftsfamilie ansehen, die das Produkt hergestellt hat. Eines muss ich aber noch ganz deutlich sagen: Für den größten Schwachpunkt an den regionalen Auszeichnungen – auch am Regionalfenster – halte ich das Futter. Eine Henne wurde als Küken beispielsweise in Holland gekauft und bekommt Futter aus Südamerika. Die Leute denken, das Ei sei aus der Region, es komme vom Bauern nebenan. Aber an den Eiern ist rein gar nichts aus der Region; es entsteht ja nicht aus Luft und Liebe, sondern ist allein das Produkt des Futters. Da müssen wir rangehen.

Das Fazit wäre also: Ökologisch, mit Verantwortung und aus der Region – dann weiß man, woher das Lebensmittel kommt. Da wären wir wieder bei unserer altbekannten Slow-Food-Philosophie.

Ich finde das nicht so altbekannt. Stattdessen hört man immer wieder regional sei das neue bio. Das ist Quatsch! Aber man muss auch sagen: Bio muss sich Gedanken machen, wir haben immer höhere Anteil von anonymen Importen. Das ist ein Stachel im Fleisch des biologischen.

Unsere Leserinnen und Leser sind ja Menschen, die wissen wollen, wie das Lebensmittelsystem funktioniert. Aber für die Menschen, die überhaupt noch keine Freude und kein Interesse an Lebensmitteln haben, sind die bestehenden Kennzeichnungen sowieso vergebene Liebesmüh. Richtig, aber mich ödet das an, wenn es heißt, der arme Verbraucher werde betrogen. Die Leute wissen doch, was sie tun. Sie kaufen zu unglaublich niedrigen Preisen. Wenn man sie fragt, ob das Produkt denn zu diesem Preis mit höchsten Ansprüchen produziert worden sein kann, dann sagen sie: »Nein, aber das ist mir nicht so wichtig«. Verbraucher wollen auch wegschauen, es nicht so genau wissen.



Dr. Robert Hermanowski
ist Geschäftsführer des
FiBL Deutschland e.V. –
Forschungsinstituts für
biologischen Landbau.

Foto: Katrin Schießl

Aber noch eine versöhnlichere Geschichte zum Abschluss: Es hat sich eine Veganerin bei mir gemeldet, die tierische Produkte wegen der Tierhaltung ablehnt, unter anderem, weil auch in der Biotierhaltung die Kälbchen sofort von der Mutter weggenommen werden. Das sei traumatisch für die Tiere. Die Dame meinte, sie würde aber so gerne wieder Butter essen und suchte nun nach muttergebundener Kälberaufzucht, um von dort die Butter zu beziehen. Das finde ich ein wunderbares Beispiel dafür, dass jemand mitdenkt und ganz spezielle Anforderungen hat. Und der findet auch das, was er sucht. Ich weiß von einem Landwirt, der muttergebundene Kälberaufzucht macht. Das ist das Ideal, wenn ein Landwirt höhere Qualität anbietet und Konsumenten findet, die das würdigen. ●



Cibaria Vollkornbäckerei Münster

Schön, wenn die Biobranche große Brötchen backen kann

Seit 40 Jahren finanzieren wir als Kredit-spezialistin Unternehmen und Projekte der Biobranche und der ökologischen Landwirtschaft. Denn gesunde Lebensmittel kommen aus einer gesunden Natur. Nutzen auch Sie unsere langjährige Expertise.

**Finanzierungsangebote und -beratung
Telefon +49 234 5797 300, www.gls.de**

GLS Bank
das macht Sinn