



Palmöl, ein Ökodesaster, auch im Bioladen

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

Supermarkt-Ketten haben über lange Zeit nicht gerade durch besonderes Umweltbewusstsein gegläntzt. Der knallharte Kampf um billigere Preise, vor allem durch die Albrecht-Brüder, trug in den 1960er Jahren nicht wenig bei zur Verbreitung der Massentierhaltung, zu umweltschädlichen Monokulturen und zum Aussterben der kleinbäuerlichen Betriebe. Wenn heutzutage mehrere Supermarktketten sämtliche Produkte mit Palmöl aus ihrem Sortiment nehmen, weil die Umweltbelastung nach Auffassung der Geschäftsführer nicht zumutbar ist, will das wirklich etwas heißen.

Richard Walker, Geschäftsführer der *Iceland*-Supermarktkette in England, sah bei einem Besuch auf Borneo mit eigenen Augen die verheerenden Auswirkungen des Anbaus von Palmöl. Er nimmt deshalb nun konsequent alle Produkte der *Iceland*-Eigenmarke vom Markt, die Palmöl enthalten. Das ist nicht gerade ein kleiner Schritt, denn Palmöl ist neben Zucker die am häufigsten verwendete Zutat in Lebensmittel-Fertigprodukten und: Mehr als 50 Prozent der Produkte in den Regalen eines Supermarkts enthalten Palmöl! Auch in Österreich machen inzwischen manche Supermarktketten Werbung mit einem Palmöl-freien Sortiment. „Palmöl-frei“ ist so wichtig wie das Bio-Label und leider enthalten immer noch viele Produkte im Bio-Laden Palmöl.

Bio, nachhaltig – Was bedeutet das?

Nun stammt Palmöl in Bio-Produkten aus biologischem Anbau und bereits 2004 startete der WWF eine Initiative, um den Anbau von Palmöl nachhaltiger zu machen. Immerhin stammen nun 13 bis 15 Prozent des Anbaus von Palmöl von solchen Flächen, die der WWF im *Roundtable of sustainable Palm Oil* oder *RSPO* zertifiziert. Doch die Kontrollen sind eher lasch, aufgrund der behördlichen Situation in Ländern wie Borneo sind die Standards kaum durchsetzbar oder kontrollierbar. Die Chance, Palmöl zu kaufen, das *nicht* auf gerodetem

Regenwald angebaut wird, das *nicht* durch Trockenlegung von Böden verheerende Erosionen und Bodenverarmung verursacht und das *nicht* den Lebensraum von Orang-Utans, Waldelefanten und vielen anderen bedrohten Arten drastisch reduziert, ist eher gering. 2014 hat die Organisation „Brot für die Welt“ in einer umfassenden Analyse die Grenzen der Möglichkeiten des RSPO kritisch beleuchtet. Bio-Palmöl bedeutet lediglich, dass auf Pestizide und Kunstdünger im Anbau verzichtet wird, was immer noch besser für die Umwelt und die Erntearbeiter ist, aber dieses biologische Palmöl stammt meistens auch von Flächen, auf denen vorher tropischer Regenwald stand. Es gibt zwar manche Firmen, wie die ausgesprochen qualitätsbewusste und exzentrische Kosmetik-Firma *Dr. Bronner*, die ein wirklich nachhaltiges Projekt zum Anbau von Palmöl in Ghana initiiert, aber die hier erzeugten Mengen an Palmöl decken gerade einmal den Bedarf der Firma *Dr. Bronner*.

Kokosöl kostet mehr und ist es wert

Palmöl wird in der Bio-, in der Vegan- und der Rohkost-Szene schon lange Zeit als gesund beworben, wobei der Gehalt an Tocotrienolen (aktivem Vitamin E) hervorgehoben wird. Doch: Fast alle Palmölsorten auf dem Markt werden aber bei hohen Temperaturen verarbeitet. Wie tierfreundlich und damit auch „vegan“ ein pflanzliches Produkt ist, das dem Orang-Utan den Lebensraum nimmt, könnte ebenfalls hinterfragt werden. Der einzige Grund für die Beliebtheit von Palmöl ist der niedrige Preis im Vergleich zu Kokosöl. Kokospalmen eignen sich nicht für dicht gedrängten Monokultur-Anbau, die Palmen brauchen länger, um Früchte zu tragen, und der Ertrag pro Baum ist geringer als der der Ölpalme. Aber Kokosöl ist eben ökologisch und gesundheitlich dem Palmöl haushoch überlegen. „Billig“ bedeutet leider oftmals auch: qualitativ minderwertig, was uns selbst und unserer Umwelt nicht gut tut. In dem Buch *Die heilsame Kraft der Kokosnuss* geht auch Manfred Goerg auf diese Thematik ein. Er hat lange nach einem Palmöl gesucht, das er guten Gewissens in sein Produkt-Sortiment aufnehmen kann, und ist bislang nicht fündig geworden. Das Bio-Label ist wichtig, aber für einen wirklich nachhaltigen Ansatz bei Produkten müssen sich Hersteller manchmal mehr Mühe machen und wie Richard Walker von *Iceland* oder Manfred Goerg von *Dr. Goerg* die Regionen des Anbaus eines Produkts besuchen, mit Bauern und Umweltexperten sprechen und anschließend eine Entscheidung treffen. Hoffentlich findet das Beispiel dieser beiden Unternehmer viele Nachahmer!

Herzliche Grüße,

Christian Dittrich-Opitz

www.befreite-ernaehrung.de