

Das ist eure Rolle:

Ihr seid Mitglieder der Europäischen Kommission. Die Kommission erarbeitet Vorschläge für neue Rechtsvorschriften, die in allen Staaten der EU umgesetzt werden. Nun erarbeitet ihr eine Empfehlung, ob die EU den Verzehr von Flugobst limitieren und eine Vorgabe zum Verkauf regionaler Lebensmittel machen soll. Ihr tagt dazu in einem beratenden Ausschuss und müsst zu einer einvernehmlichen Einigung kommen. Eure Vorlage stellt ihr danach der Kommission vor.

Zusatzinformationen und Denkanstöße:

In der EU wächst die Erkenntnis, dass sie angesichts des rapide wachsenden Flugverkehrs und der damit verbundenen Umweltbelastung nicht untätig bleiben kann; daher prüft die Europäische Kommission Wege, den Sektor in ihre allgemeine Klimawandel-Strategie einzubeziehen.

Die Kommission nimmt zurzeit eine Bewertung der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Folgen der einzelnen politischen Optionen zur Reduzierung der Umweltbelastung durch Flugverkehr für den Transport von Lebensmitteln vor.

Die Europäische Union ist mit ihren politischen Organen zwar kein Staat wie Deutschland. Daher kann die EU auch keine Gesetze erlassen. Sie kann aber Verordnungen erlassen und Empfehlungen

aussprechen, die die Gesetzeslage in den Nationalstaaten stark beeinflussen. Die Kommission muss sich um die Abwägung vieler, teils widersprüchlicher politischer Ziele bemühen.

Darunter fallen:

- Europa wird als ein Partner der Welt angesehen
- Nachhaltigkeit (die Menschen der Zukunft sollen keine schlechteren Lebensbedingungen vorfinden als wir heute)
- Sicherheit, Stabilität und Frieden in der EU und in der Welt
- wirtschaftliche Entwicklung
- Eingrenzung der Migration (politische und wirtschaftliche Flüchtlinge aus armen Ländern drängen nach Europa)

Das könnt ihr tun:

- Ihr entwickelt Möglichkeiten politischen Handelns und wägt sie sorgfältig gegeneinander ab.
- Ihr entwickelt Lösungen, auf die man nicht auf Anrieb kommt, auch Kompromisslösungen.
- Ihr strebt klare Entscheidungen an, in

dem ihr euch eindeutig auf eine Position festlegt, und die Folgen dieser Position dann durchdenkt.

- Ihr fragt alle Expert_innen nach Informationen und nach ihren Ansichten und prüft, inwieweit sie zu euren politischen Zielen passen.

Das ist eure Rolle:

Als großer deutscher Lebensmittelhändler EDEKA mit internationalen Ambitionen führt ihr rund 10.000 Lebensmittelmärkte. Euer Unternehmen hat die Absicht, schonend mit Energie und knapper werdenden Ressourcen umzugehen. Davon erwartet ihr euch Reduktionen der Energiekosten, aber auch einen Imagegewinn bei Kund_innen. Öffentlich legt ihr großen Wert darauf, dass euch wirksame Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen sehr wichtig sind. Und tatsächlich arbeitet ihr gemeinsam mit Lieferant_innen und Dienstleister_innen an der Optimierung der Betriebsabläufe unter ökologischen Gesichtspunkten.

Zusatzinformationen und Denkanstöße:

Es werden zunehmend ökologische Produkte wie Bio-Lebensmittel von Kund_innen nachgefragt. Euer Sortiment wird dahingehend ständig erweitert. Ein öffentlicher Verzicht auf »Flugobst« kann euch bei einigen Kund_innen einen weiteren Imagevorteil verschaffen, während andere Kund_innen gerade diese Produkte bei euch kaufen möchten. Wenn ihr euer Un-

ternehmen auch weiterhin unter Energieeffizienzgesichtspunkten umstrukturieren wollt, dann macht es Sinn, bei den Kühlanlagen anzufangen. Durch den Einbau von Glastüren in die sonst offenen Kühlschränke in euren Märkten lassen sich die Energiekosten dieser Geräte um bis zu 50 % reduzieren.

Das könnt ihr tun:

- hervorheben, dass der Beitrag der Vermeidung von Flugobst einen kaum nennenswerten Beitrag zum Klimaschutz leistet
- betonen, dass die Kund_innen durch ihre Nachfrage nach Flugobst über das Flugobst-Problem entscheiden
- eine Preiserhöhung von Flugobst anbieten
- Flugobst aus eurem Produktsortiment verbannen und daraus eine Werbekampagne für den Klimawandel machen

Das ist eure Rolle:

Ihr seid Vertreter_innen der Welthandelsorganisation WTO, die die internationalen Handels- und Wirtschaftsbeziehungen regelt. Die WTO ist eine der zentralen internationalen Organisationen für wirtschaftlichen Fortschritt mit globaler Reichweite. Ihr verfolgt im Wesentlichen die Kernaufgabe, Mitgliedsstaaten in Fragen der Handelspolitik zu beraten, die Politik einzelner Länder zu koordinieren und Lösungen für Handelskonflikte anzubieten. Ihr könnt Handelssanktionen gegen ein Land beschließen, tut das aber selten. Als Vertreter_innen der WTO sorgt ihr für ein gleichberechtigtes, kooperatives und auf Interessenausgleich gerichtetes Verhalten der Mitgliedsstaaten.

Zusatzinformationen und Denkanstöße:

Dem WTO-Abkommen sind ca. 150 Länder, darunter auch die Länder der EU und viele Ländern des globalen Südens beigetreten.

Die Mitgliedsstaaten haben sich grundsätzlich verpflichtet, ihre nationalen Gesetze ihren Verpflichtungen aus den Welthandelsverträgen anzupassen. Alle WTO-Mitglieder haben sich zur Einhaltung einiger Grundregeln bei der Ausgestaltung ihrer Außenhandelsbeziehungen verpflichtet. Sie sorgen dafür, dass ausländische Produkte gegenüber inländischen Produkten nicht benachteiligt werden dürfen.

Die Umweltschutzorganisation Greenpeace beklagt, dass die WTO keine Rücksicht auf den Umweltschutz nehme. Danach werden Umweltschutzmaßnahmen, die z. B. die Reinhaltung der Luft oder den Tierschutz betreffen, von der WTO als Handelshemmnisse eingestuft.

Die WTO ist in einem Dilemma befangen:

Sie will den Weltmarkt möglichst frei und offen gestalten, aber Welthandel schafft Verkehr und der schadet Klima und Umwelt. Der freie Zugang zu fremden Märkten belohnt zudem oft jene Länder, die ihre Umweltstandards niedrig halten und damit Produktionskosten sparen.

In einer der Genfer WTO-Verhandlungen (2003) wurde der US-Vorschlag, die Zölle für Agrarprodukte aus Ländern des globalen Südens um 75% zu senken, von den EU-Vertreter_innen abgelehnt. Nach Angaben der Weltbank bestrafen die Industrienationen Importe aus Ländern des globalen Südens mit durchschnittlich viermal höheren Zöllen, als sie auf Produkte aus den eigenen Ländern erhoben werden. Insgesamt kostet diese Unterstützung der eigenen Wirtschaft die Armen rund 100 Milliarden Dollar pro Jahr. Das ist etwa doppelt so viel wie alle Entwicklungshilfe zusammen.

Das könnt ihr tun:

- Ihr drängt darauf, den Ländern des globalen Südens mit ihren Produkten freien Zugang zu den Märkten der Industrieländer zu ermöglichen.
- Ihr mahnt an, dass ein Verbot von Flugobst einer Diskriminierung der Erzeugungsländer gleichkommt und neue Handelsschranken aufbaut.
- Ihr zeigt auf, dass eine Einschränkung des Handels mit Flugobst der Entwicklungspolitik der EU zuwiderläuft.

Das ist eure Rolle:

Ihr seid Umweltmanager_innen der Firma Lufthansa Cargo, einem deutschen Luftfracht-Unternehmen mit einer Flotte von 19 eigenen und weiteren gecharterten Transportflugzeugen. Die Firma beschäftigt 4.600 Mitarbeiter_innen und transportiert jährlich 1,8 Mio. Tonnen Fracht und Post.

Neben Tieren und besonders werthaltigen Gütern stellen Kühlprodukte wie Obst einen großen Teil eures Transportgutes dar. Der Jahresumsatz von mehr als 2,7 Milliarden Euro macht klar, dass Flughansa Cargo damit ein wichtiger Standortfaktor in Deutschland ist. Der weltweite Flugverkehr wächst ständig an. Euer Unternehmen möchte auch in Zukunft daran teilhaben. Die Unternehmensführung ist sich aber auch darüber im Klaren, dass der Flugverkehr maßgeblich zur CO₂-Emission und damit zum Klimawandel beiträgt.

Zusatzinformationen und Denkanstöße:

Eure Firma engagiert sich im humanitären Bereich: Cargo Human Care e. V. ist ein humanitäres Hilfsprojekt, das von Lufthansa Cargo in Zusammenarbeit mit Ärzt_innen aus ganz Deutschland ins Leben gerufen wurde. Kern des Engagements ist die direkte medizinische Hilfeleistung und umfassende Unterstützung der bedürftigen Bevölkerung in Nairobi/Kenia. Flughansa Cargo stellt unentgeltlich die Flugtickets für die Ärzt_innen sowie freie Transportkapazitäten für medizinische Geräte und Hilfsgüter zur Verfügung.

Flughansa Cargo verbessert die Umwelteffizienz der eigenen Flotte durch technische Maßnahmen und Optimierungen im Flugbetrieb. So konnte der spezifische Treib-

stoffverbrauch und damit die spezifischen Emissionen in den vergangenen Jahren kontinuierlich gesenkt werden. Ihr setzt zunehmend moderne und effiziente Flugzeuge ein.

Auf der anderen Seite könnt ihr sehr davon profitieren, dass ausgediente Passagiermaschinen zu Luftfrachtmaschinen umgerüstet werden. Die sind nämlich kostengünstiger zu haben, allerdings auch Spritfresser. Einsparungsmöglichkeiten seht ihr darin, das innereuropäische Flugroutennetz neu zu organisieren. Dann könnten viele Flugkilometer eingespart werden, um die Umwelt zu schonen. Das liegt aber leider außerhalb eurer Möglichkeiten und ist aus eurer Sicht eine Aufgabe der Politiker_innen in Europa.

Das könnt ihr tun:

- darauf hinweisen, dass es viele noch ungenutzte Maßnahmen gibt, die den Flugverkehr effizienter gestalten als eine Einschränkung des Flugobst-Transports
- betonen, dass die Kund_innen durch ihre Nachfrage nach Flugobst über das Flugobst-Problem entscheiden
- aufzeigen, dass ihr ein großes Engagement im Umweltbereich an den Tag legt, welches gefährdet wäre, wenn euch mit welchen Maßnahmen auch immer euer Kerngeschäft, der weltweite Gütertransport, eingeschränkt würde
- klar machen, dass die weltweite Libera-

lisierung der Märkte und der Abbau von Handelshemmnissen politisch gewollt ist, die Welt friedlicher gemacht und den Wohlstand gemehrt hat; der Transport von Gütern ist daraus eine notwendige Folge

- aufzeigen, dass eine Einschränkung des Handels von Flugobst in den Erzeugungs-ländern negative Konsequenzen haben wird
- auf eure Maßnahmen hin zu einer energieeffizienten Flotte hinweisen
- deutlich machen, dass nur ein florierendes Unternehmen, welches viele Güter transportiert, auch moderne spritsparende Flugzeuge in Betrieb nehmen kann, denn sonst müsst ihr auf ältere umgebaute Passagiermaschinen ausweichen
- in Zweifel ziehen, ob der Klimawandel tatsächlich vom Menschen verursacht worden ist, denn es gibt ja auch Klimaexpert_innen, die von natürlichen Ursachen ausgehen



www.lufthansa-cargo.de

Das ist eure Rolle:

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv) ist eine gemeinnützige Institution. Ihr seid für sie im Bereich Öffentlichkeitsarbeit tätig. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, die Interessen der Verbraucher_innen gegenüber Institutionen, Handel und Industrie zu vertreten. Das tut ihr vor allem, indem ihr immer wieder für Durchschaubarkeit des Warenangebots und der Herstellungs-, Transport- und Handelsbedingungen sorgt.

Zum Beispiel mahnt ihr öffentlich an, dass die Aufkleber auf neuen Elektroprodukten die Kund_innen nur unzureichend darüber informieren, ob das neue Gerät verbrauchsarm funktioniert. Genauso wenig ist erkennbar, ob eine Textilie unter humanen Umständen oder durch Kinderarbeit hergestellt worden ist. Oft fehlt es den Verbraucher_innen an Entscheidungskriterien für oder gegen ein Produkt und für deren Verfügbarkeit sorgt ihr, wo immer es geht.

Zusatzinformationen und Denkanstöße:

Für das Flugobst-Problem sind aus eurer Perspektive verschiedene Aspekte wichtig. Erst einmal sollten die ökologischen Konsequenzen, die die Herstellung, der Transport und der Handel einer Ware mit sich bringen, für die Verbraucher_innen klar erkennbar sein. Es könnte zum Beispiel ein neues Gütesiegel entwickelt werden, das das jeweilige Produkt als mehr oder weniger klimaschädlich ausweist. Dann könnten die Kund_innen weiterhin selbst, aber immerhin informiert entscheiden, ob sie das Produkt konsumieren oder sich für Alternativen entscheiden.

Auf der anderen Seite möchtet ihr verhindern, dass der Staat das Warenangebot für

die Verbraucher_innen reglementiert oder einschränkt. Eure Anliegen können auf große Akzeptanz in der Bevölkerung bauen. Eine Umfrage des Beratungsunternehmens Accenture hat ergeben, dass 70% der deutschen Verbraucher_innen sich dafür aussprechen, dass Produktkennzeichnungen die Menge an CO₂ klar ausweisen, die durch Herstellung, Verpackung und Transport entstanden sind. Die britische Supermarktkette Tesco hat es schon vorgemacht und das »Carbon Label« für ihre Waren eingeführt. Geflogene Produkte werden von Tesco und dem Warenhaus Marcs & Spencer durch das Logo »by air« ausgewiesen.

Das könnt ihr tun:

- die Bedeutung von Durchschaubarkeit der Herstellungs- und Transportbedingungen für die Kund_innen aufzeigen, damit sie selbst eine fundierte Entscheidung für oder gegen den Kauf von Flugobst treffen können
- aufzeigen, dass Flugobst eine hohe Qualität und Frische aufweist und den Verbraucher_inneninteressen entspricht
- die Möglichkeit von Produktlabeln ins Spiel bringen
- darauf drängen, dass geflogene Bio-Produkte ihr Bio-Gütesiegel aberkannt bekommen, um ein Zeichen zu setzen

Das ist eure Rolle:

Als Vertreter_innen des internationalen Vereins Greenpeace vertreten ihr das Ziel, die Umwelt zu schützen und zu schonen. Immer wieder habt ihr mit spektakulären Aktionen darauf aufmerksam gemacht, wie Mensch und Wirtschaft die Lebensgrundlagen anderer Menschen zerstören. Mitglieder von Greenpeace greifen auch schon einmal zu radikalen Mitteln, um ihre Ziele durchzusetzen. Hier seid ihr aber tatsächlich als Expert_innen eingeladen, um Informationen aus eurer Perspektive zu vermitteln.

Zusatzinformationen und Denkanstöße:

Während die Menge verzehrter Lebensmittel in den letzten zwanzig Jahren annähernd gleich geblieben ist, hat sich im selben Zeitraum der Energieaufwand für Lebensmitteltransporte innerhalb Deutschlands verdoppelt. Das schlägt sich unter anderem in steigenden Emissionen klimaverändernder Treibhausgase und anderer Schadstoffe wie Feinstaub nieder. Lebensmitteltransporte per Flugzeug stammen zumeist aus wirtschaftlich wenig entwickelten Regionen der Erde. Der Lebens-

mittelexport stellt daher ein wichtiges Standbein dieser Länder dar. Es wäre wichtig, in den importierenden Ländern Europas ein Bewusstsein für die klimaschädigende Wirkung zu schaffen. Zugleich müsste aber sichergestellt werden, dass eine Reduzierung von Flugobst keine negativen Auswirkungen in den Ländern auf der Südhalbkugel nach sich zieht, denn schließlich leben dort viele Menschen vom Anbau des Flugobstes.

Das könnt ihr tun:

- Ihr drängt darauf, dass Lebensmitteltransporte aus fernen Ländern mit Schiffen und nicht mit Flugzeugen durchgeführt werden, da Flugzeuge im Vergleich mit Schiffen 200 mal mehr CO₂ ausstoßen. Allerdings können auch nur die Produktionsländer von dieser Möglichkeit Gebrauch machen, die einen Zugang zum Meer haben.
- Ihr setzt euch für mehr Durchschaubarkeit beim Obstkauf ein. Die Kund_innen sollten erkennen können, was sie mit ihrer Kaufentscheidung anrichten oder auch Positives für das Klima bewirken können. Weltpolitik wird schließlich auch an der Ladentheke gemacht!
- Ihr bringt die Idee ins Spiel, dass klimaschädigendes Verhalten ausgeglichen werden sollte. Es gibt bereits Einrichtungen, die solche Dienste anbieten. Als Fluggast kann man z. B. den angerichteten Schaden am Klima durch Spenden in Öko-Projekte ausgleichen. Warum nicht das Gleiche für Flugobst anbieten (welches dann aber auch erheblich teurer würde)?

