

# agora<sup>42</sup>

Das philosophische Wirtschaftsmagazin

AUSGABE 04/2016

## SEIN UND FLEISCH

AGORA 42



Ausgabe 04/2016 | Deutschland 9,80 EUR  
Österreich 9,80 EUR | Schweiz 13,90 CHF

— 3  
EDITORIAL

— 4  
INHALT

— 94  
MARKTPLATZ  
PARADOX · 16  
Stuttgarter Dialog über  
Wirtschaft und Gesellschaft

— 98  
IMPRESSUM

Titel:  
Uwe Schramm "Gutachter",  
aus der Serie "Alltagsleben eingetreten"

# T

## TERRAIN

Hier werden Begriffe,  
Theorien und Phänomene vorgestellt,  
die für unser gesellschaftliches  
Selbstverständnis grundlegend sind.

— 08  
DIE AUTOREN

— 09  
Christine Chemnitz /  
Barbara Unmüßig  
Der globale Hunger  
auf billiges Fleisch

— 18  
Melanie Joy  
Karnismus: die Ideologie  
des Fleischkonsums

— 24  
Michael Kopatz  
Der Rahmen der  
Fleischproduktion –  
Ökoroutine statt  
Preisdumping

— 29  
Eva Geulen  
Das Tier sein lassen –  
Giorgio Agambens  
Analysen der  
„anthropologischen  
Maschine“

— 36  
Andrew Müller  
Insekten essen,  
um die Welt zu retten?

— 42  
PORTRAIT  
Das Schwein  
(von Thomas Macho)

# I

## INTERVIEW



— 50  
**Fleisch, Tod und  
 Materialismus**  
 Interview mit  
 Stefanie Dathe und  
 Marcel Hess

# H

## HORIZONT

**Auf zu neuen Ufern! Wie lässt sich  
 eine andere gesellschaftliche  
 Wirklichkeit denken, wie lassen sich konkrete  
 Veränderungen herbeiführen?**

— 66  
**Richard David Precht**  
 Die Fleisch-Revolution

— 72  
**Felix zu Löwenstein**  
 Mehr Effizienz, bitte! –  
 Nutztierhaltung  
 jenseits industrieller  
 Produktion

— 80  
**VERANTWORTUNG  
 UNTERNEHMEN**  
 Plädoyer für das zukunfts-  
 fähige Unternehmen –  
 Ein Gespräch mit Rainer  
 Windisch

### LAND IN SICHT

— 86  
 Milchtankstelle –  
 Milch aus der  
 Zapfsäule

— 88  
 Cellbricks –  
 Organe aus dem  
 3D-Drucker

— 90  
 Livin farms –  
 Mini-Farmen für  
 die Küchenecke

— 92  
**GEDANKENSPIELE**  
 von Kai Jannek

# Der Rahmen der Fleischproduktion

---

## Ökoroutine statt Preisdumping

**Text:** Michael Kopatz

Die industrielle Tierhaltung belastet nicht nur Böden, Wasser und Atemluft mit Schadstoffen. Sie sorgt auch dafür, dass sich multiresistente Keime immer mehr ausbreiten. Nach Angaben des Bundesgesundheitsministeriums sterben in Deutschland jedes Jahr rund 10.000 Menschen, weil Antibiotika nicht mehr wirken. Wollte man die Ursache des Problems angehen, müsste man sich von der Massentierhaltung verabschieden und einen achtsameren Umgang mit Nutztieren und Lebensmitteln etablieren. Notwendig sind Strategien, die das Problem an der Wurzel packen. Jetzt ließe sich entgegen, der mündige Verbraucher hat diese Zustände selbst zu verantworten. Er brauche ja nur sein Einkaufsverhalten zu ändern. Nichts wird produziert, das keine Nachfrage findet. Doch: Wir tun nicht, was wir für richtig halten ...

**G**erade beim Fleischverzehr zeigt sich die Schizophrenie unserer Lebensweise. Für unsere Haustiere, unsere Hunde, Katzen, Pferde, tun wir alles. Im Jahr 2013 gaben die Bundesbürger laut einer Studie des Zentralverbandes Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands und des Industrieverbands Heimtierbedarf vier Milliarden Euro für Nahrung, Bedarfsartikel und Zubehör ihrer vierbeinigen Freunde aus. Haustiere werden wie ein Teil der Familie behandelt. Ihre Fotos hängen schön gerahmt zusammen mit den Fotografien der Familienmitglieder an der Wand. Hunde und Katzen teilen sich das Sofa und das Bett mit ihrem Herrchen, sind allgegenwärtiger Begleiter, Spielkamerad und nicht selten Gesprächspartner. Und zuletzt bekommen sie eine eigene Todesanzeige in der Zeitung oder eine gemeinsame Begräbnisstätte mit ihrem Herrchen.

Tiere empfinden Schmerzen, träumen, streiten, kuscheln, ängstigen sich: Es ist verständlich, dass viele Menschen die Behauptung stützen, dass Tiere eine Seele haben. Und doch sind sich nur wenige der Widersprüchlichkeit ihres Handelns bewusst, wenn sie sich ein Schnitzel für einen Euro in die Pfanne hauen. Wir sind perfekte Verdrängungskünstler: Unzählige Filme und Fotos dokumentieren zwar die grauenvollen Zustände in den Massenställen und beweisen, wie die Tieren leiden. Niemand wird ernsthaft behaupten: „Davon habe ich nichts gewusst.“ Dennoch greifen Millionen Bürgerinnen und Bürger zum Billigfleisch vom Discounter. So billig, dass es auch nicht weh tut, wenn Übriggebliebenes oder abgelaufene Ware im Müll landet. Deutlicher können wir unsere Respektlosigkeit nicht zum Ausdruck bringen. Einige Regale weiter greifen wir dann zum Premiumfutter für unsere Vierbeiner. Das ist der Beweis dafür, dass allein weitere Aufklärungskampagnen

und noch umfangreichere Kennzeichnungen kaum die Wende bringen werden. Um diese Schizophrenie zu verstehen, müssen wir uns dem Rahmen zuwenden, in dem die Fleischproduktion und der -konsum stattfindet. Denn schließlich wird sich die Fleischproduktion und der -konsum nur ändern, wenn der Rahmen sich ändert.

#### **Kaufen Sie, kaufen Sie!**

Appelle für achtsame Lebensstile sind vergebens, wenn die Menschen permanent und überall dazu aufgefordert werden, etwas zu kaufen. Auf Leinwänden, Kaffeebechern, Treppenstufen, Straßenbahnen, Häuserfassaden, in U- und S-Bahnen, auf Plakatwänden und Videotafeln, in Postwurfsendungen und Gratiszeitungen kämpfen Bilder, Geräusche und Bewegung um die Aufmerksamkeit der Verbraucher. Kinofilme werden zu Plattformen für Merchandisingprodukte. Das Streben nach Dingen wird zur Sinnstiftung. Werbung dringt in jede Pore unseres Lebensalltags ein und macht auch vor den Schulen nicht mehr halt. Kommunikationsagenturen haben sich inzwischen auf diesen Bereich spezialisiert. Die Deutsche Schulmarketingagentur wirbt damit, wirtschaftliche Interessen der werbenden Unternehmen mit pädagogischen Inhalten in Einklang bringen zu können. Im Klartext heißt das: Wir können Lehrer und Eltern austricksen und trotz Werbeverbot in den Schulen Industriekampagnen platzieren. Ginge es mit rechten Dingen zu, dürfte diese Agentur keinen Cent verdienen.

Im Jahr 2013 investierte die deutsche Wirtschaft über 30 Milliarden Euro in Werbung. Ungefähr den gleichen Betrag wendet in den USA allein die Autoindustrie für Anzeigen und Kampagnen auf. Im Verhältnis dazu sind die Ausgaben der Staaten, um für verantwortungsvollen Konsum zu werben, verschwindend gering.

# Anstatt einen klaren Rahmen für eine zukunftsfähige Wirtschaft zu konzipieren, hält die Politik am Wachstum als ultima ratio fest.

## Konkurrenz und Dumping

Motor radikaler Werbestrategien ist die Konkurrenz zwischen den Produzenten. Ein Unternehmen ist, und daran ist nichts auszusetzen, im Wesentlichen daran interessiert, Gewinne zu erwirtschaften. Agrarunternehmen beachten Umweltschutz und Sozialstandards nur insofern es die Gewinnaussichten verbessert. Das gilt besonders, wenn Anlegerinteressen gewahrt werden müssen. Der knallharte Wettbewerb in der Landwirtschaft und zwischen Discountern ist nicht unmoralisch, sondern systemisch bedingt. Er ist das Ergebnis politischer Steuerung.

Seit den 1980er-Jahren forcieren die politischen Entscheidungsträger der Bundesregierung im Bündnis mit der Europäischen Union Freihandel und Wettbewerb. Sie haben geltende Regeln und Zölle für den Warenverkehr schrittweise beseitigt. Straßenausbau, Hafenerweiterungen und immer neue Startbahnen für den Flugverkehr sowie dessen Liberalisierung haben dazu geführt, dass Transportkosten bei der Kostenrechnung kaum noch relevant sind. Spezialisierung, Fertigungstiefe und umständliche Lieferketten haben zugenommen, Transportketten sind länger geworden – zum Nachteil von Umwelt und Allgemeinwohl. Inzwischen erstreckt sich selbst die Produktion einer einfachen Lasagne auf gut und gerne 15 Nationen.

Zugleich erschwert der liberalisierte Finanzmarkt nachhaltiges Produzieren. Ausgehend von den USA und Großbritannien haben die Industrieländer den Kapitalverkehr liberalisiert und die natio-

nale Kontrolle von Anlageprodukten und Finanzmarktakteuren – also von Banken, Investmentbanken, Pensionsfonds, Investmentfonds, Hedgefonds, Private-Equity-Fonds – geschwächt oder ganz fallen gelassen. Beispielsweise hat man für Kapitalgesellschaften die Gewinne, die sich aus dem Verkauf von Beteiligungen an anderen anderen Kapitalgesellschaft ergeben, von der Steuer befreit und den Spielraum für Aktienrückkauf und variable Managervergütungen erweitert, Mehrfach- und Höchststimmrechte abgeschafft. Insgesamt haben sich dadurch die Gewinnererwartungen und der Wachstumszwang dramatisch erhöht – und zwar in allen Industrien, für alle Produkte und Dienstleistungen. Doch ist es ein fataler Trugschluss, dass ein Liter Milch am Markt quasi genauso gehandelt werden kann wie eine LED-Lampe. Denn in der konventionellen Landwirtschaft ist es kaum möglich, sich durch besondere Qualitätsmerkmale gegenüber der Konkurrenz zu behaupten. Unterschieden wird nur zwischen Bio und konventionell. Letztlich kann ein Bauer seine Produkte nur absetzen, wenn er höchstens den Preis der Konkurrenz verlangt. Wer mehr verkaufen will, muss das über verringerte Preise tun. Wenn das mehrere versuchen oder es ideale Erntebedingungen gab, verfällt durch das Überangebot der Preis. Denn die Konsumenten kaufen Lebensmittel nur nach Bedarf. Wenn Discounter sich gegenseitig aufrufen, mit dem Dumping Schluss zu machen, heißt das ganz klar: Jetzt ist die Grenze des Erträglichen erreicht!

Wettbewerb ist eine gute Sache, wenn es denn ethische Spielregeln gibt. Wie jeder Fußballfan weiß, gäbe es ohne klare Regeln, Schiedsrichter, Rote und Gelbe Karten ein Hauen und Stechen und wohl kein ansehnliches Spiel, weder für die Zuschauer noch für die Akteure auf dem Feld. Selbst der härteste Konkurrenzkampf kann die Transformation zur Nachhaltigkeit fördern, wenn die Richtung vorgegeben ist.

In vielen Unternehmen haben die Verantwortlichen das bereits erkannt. Es klingt fast unglaublich, aber acht von zehn Managern aus der Wirtschaft wünschen sich „radikalere Vorgaben von der Politik“, ergab eine Umfrage der Vereinten Nationen und der Unternehmensberatung Accenture unter 1.000 Konzernchefs aus 100 Ländern. Damit die Idee der Nachhaltigkeit nicht nur auf sporadische Fortschritte beschränkt bleibt, sondern sich zu einem kollektiven Transformationsprozess entwickelt, braucht es nach Überzeugung der Manager klare ordnungspolitische Entscheidungen auf globaler, nationaler und lokaler Ebene.

#### Fatale Wachstumsabhängigkeit

Doch anstatt einen klaren Rahmen für eine zukunftsfähige Wirtschaft zu konzipieren, hält die Politik am Wachstum als ultima ratio fest. Um für beständiges Wirtschaftswachstum zu sorgen, subventionieren wir vieles, das problematisch oder schädlich ist – nicht nur Massentierhaltung und industrielle Landwirtschaft, sondern auch Flugverkehr, Diesel und Dienstwagen. Auf mehr als 50 Milliarden Euro summieren sich die umweltschädlichen Subventionen der Republik. Die Konsequenzen sind fatal.

Letztlich scheiterten auch die Klimaverhandlungen über viele Jahre am Wachstumsdogma. Die Vertreter aller Nationen hatten schlichtweg Angst, eine entschlossene Klimapolitik könne ihr Wirtschaftswachstum gefährden. Diese Angst bestimmt unsere Wirtschaftspolitik bis heute und beeinflusst maßgeblich den Erfolg der zukünftigen Umweltpolitik.

Während ärmere Länder auf ihren Entwicklungsbedarf verweisen, um sich aus der Armut befreien zu können, steht bei den Industrieländern die Annahme im Vordergrund, durch ein wachsendes Bruttoinlandsprodukt ließe sich das Problem der Arbeitslosigkeit lösen, zumindest jedoch die Zahl der Arbeitsplätze stabilisieren. Wachstum soll die Schulden reduzieren, Inflationsverluste ausgleichen, die sozialen Sicherungssysteme finanzieren und vieles mehr.

Alle Vorgaben, die das Wachstum dämpfen könnten, sind daher tabu: Die Abschaffung des Dienstwagenprivilegs könnte den Absatz der Automobilindustrie gefährden. Das gilt gleichermaßen für eine strenge CO<sub>2</sub>-Vorgabe für Pkw. Schon die bescheidene Luftverkehrsabgabe wird kritisch gesehen, weil die Flughäfen dadurch angeblich nicht mehr so schnell wachsen. Und strengere Vorgaben zum Tierschutz in Ställen könnten natürlich den Export gefährden. Aus denselben Gründen lässt man lieber von einer Ressourcensteuer die Finger, werden nicht genug Zertifikate aus dem CO<sub>2</sub>-Handel genommen, schleppt sich die Einführung der Transaktionssteuer hin, meiden wir nachdrückliche Regeln für Banken, Lohnerhöhungen und vieles mehr. Selbst die Einführung des Tempolimits auf Autobahnen scheitert, weil es möglicherweise das Wachstum der Autohersteller verlangsamt.

All diese Beispiele zeigen, dass sich nur wenige Entscheidungsträger in der Bundespolitik eine Wirtschaft ohne Wachstum vorstellen können oder wollen. Doch die Zeiten ändern sich: Mehr denn je zeichnet sich ab, dass sich kräftige Wachstumsraten nicht mehr realisieren lassen. Unsere zukünftige wirtschaftliche Entwicklung lässt sich gut in Japan beobachten. Die Industrienation verzeichnet seit nunmehr zwei Jahrzehnten nur noch minimale Wachstumsraten, allen staatlichen Konjunkturprogrammen zum Trotz.



Online-Plattform  
für Zukunftsideen,  
neue Wirtschaft  
und Innovation  
[www.changex.de](http://www.changex.de)

# Statt nur an die Moral am Mittagstisch zu appellieren, müssen wir die Bedingungen auf dem Acker ändern, damit Öko zur Routine wird.

Gleichwohl ist es keine leichte Sache, sich von der Wachstumslogik zu lösen. Wir sind vom Wachstum abhängig, wie nicht zuletzt Hans Christoph Binswanger in *Die Wachstumsspirale* ausführt. Die Auseinandersetzung mit diesem Problem duldet keinen Aufschub. Die Wachstumsfrage ist die größte Herausforderung der gesamten internationalen Nachhaltigkeitspolitik. Bleibt sie ungelöst, lässt sich kaum ein Regelwerk etablieren, mit dem die Vergeudung von Zink, Indium, Kohle, Öl, Gas etc. zu begrenzen ist.

## Der neue Rahmen: Ökoroutine

Fest steht, dass Appelle an die Verantwortung von Landwirten, Händlern und Konsumenten wirkungslos sind, wenn sie nicht durch eine verantwortungsvolle Politik flankiert werden. Anstatt nur an die Moral am Mittagstisch zu appellieren, müssen wir die Bedingungen auf dem Acker ändern, damit Öko zur Routine wird. Das bedeutet auch, dass wir uns für eine neue Ökoroutine zuvorderst an die Produzenten und erst im zweiten Schritt an den Konsumenten wenden müssen.

In der Praxis funktioniert das längst: Für Neubauten geben Standards inzwischen höchste Effizienz vor – in der gesamten Europäischen Union. Das gilt auch für an die 50 Elektrogeräte, wie etwa den Staubsauger. Sogar die Automobilhersteller müssen Standards für den Klimaschutz beachten. Und auch in der Landwirtschaft machen wir Öko schrittweise zur Routine. Beispielsweise hat sich der Auslauf für Legehennen zwischen 2003 und 2010 verdoppelt. Bis zum Standard der Boden- oder gar Ökohaltung ist es also gar nicht mehr weit.

So kann verantwortungsvolle Tierhaltung schrittweise zur Routine werden. Über 90 Prozent der praktischen Dinge in unserem Alltag tun wir, ohne groß darüber nachzudenken. Beim Einkauf zum Beispiel steuern wir immer wieder auf bestimmte Produkte zu, damit wir nicht jedes Mal neu entscheiden müssen. Die Konsumenten verlassen sich darauf, dass die Waren gesundheitlich unbedenklich sind. Das ist eine enorme Entlastung im Alltag und kein drangsalierendes Zwangssystem. Das Konzept der Ökoroutine ermöglicht uns das zu tun, was wir für richtig halten, ohne im Alltag darüber nachzudenken. ■

## Vom Autor empfohlen:

### SACH-/FACHBUCH

Jan Gehl: *Städte für Menschen* (Jovis, 2015)

### ROMAN

Ken Follet: *Fall of Giants* (Pan Macmillan, 2010)

### FILM

*Tomorrow* (Cyril Dion/Mélanie Laurent, 2015)