



ÖKO-TÜV ODER VERBRAUCHER-BLUFF: SINN UND UNSINN VON ZERTIFIKATEN



PEFC Audit 2014 am Forstbetrieb Allersberg

Sind Sie eigentlich zertifiziert? Haben Sie irgendeine Plakette oder ein Siegel, mit dem Sie Ihre Unbedenklichkeit nachweisen? Nein? Haben Sie keine Freunde, die ab und zu mahnend den Finger heben und auf mögliche Konsequenzen hinweisen? Wir können nur raten: Nehmen Sie das Ernst. Schon die nächste Kampagne einer Interessensvertretung könnte Ihnen gelten. Es könnte Ihnen ergehen wie Benjamin Blümchen.

Zertifikate sollen eigentlich dazu dienen, den Verbrauchern, also uns allen, Sicherheit zu geben. Übersetzt heißt das Wort „Sicher machen“. Mit dem richtigen Zertifikat ist man für jede

Lebens- und Interessenslage gewappnet: Ein zertifiziertes, biologisch erzeugtes Frühstücksmüsli bekommen Sie in jedem Tante-Emma-Laden. Der Kaffee dazu ist fair gehandelt, garantiert. Sogar die Currywurst an der nächsten Pommestube hat ein Qualitätszertifikat. Leberkäsesemmeln ohne Qualitätsnachweis sind praktisch vom Markt verschwunden. Nur die Frage nach dem richtigen Senf ist noch Glaubenssache, zertifiziert sind sie beide, der süße genauso wie der scharfe. Oder versuchen Sie mal, ob Sie beim Discounter Tiefkühlfisch ohne Zertifikat bekommen. Und wenn Sie sich nach dem Genuss auf das stille Örtchen zurückziehen, können Sie das mit gutem Gewissen tun: das Toilettenpapier ist ebenfalls zertifiziert.

Der Fall „Benjamin Blümchen“

Ganz so grotesk ist es natürlich nicht. Es ist aber richtig, dass Organisationen, die Zertifikate ausstellen bzw. die Zertifizierer unterstützen, eine enorme Macht haben – und diese auch anwenden. Als der WWF im Jahr 2009 bei der Frankfurter Buchmesse mit dem Slogan „Benjamin Blümchen vernichtet Regenwald“ auftrat, hatte das innerhalb der Buchbranche eine enorme Wirkung. Das Papier, auf dem die Kinderbüchlein gedruckt waren, hatte

kein Zertifikat und stammte möglicherweise aus nicht nachhaltiger Forstwirtschaft. Im Verlagswesen ging die Angst um: Keiner wollte der nächste sein, der als Naturzerstörer gebrandmarkt wird, nur weil das verwendete Papier nicht das von einigen Organisationen geforderte Siegel trägt. Mittlerweile sind die meisten Verlage nach den Regularien eines Labels zertifiziert, das von vielen Naturschutzverbänden anerkannt wird. Nicht ganz zufällig ist der WWF Mitglied bei eben jenem Label. Die Frage, ob das tatsächlich der Natur oder eher dem Geldbeutel der Zertifizierer nützt, kann man durchaus stellen. Die Verlage verschaffen sich damit aber die Sicherheit, nicht die nächsten zu sein auf der Agenda der Naturschützer.

Der Öko-Zehnt

Das ist natürlich ein Dilemma, weil die Zertifizierung nicht aus einer inneren Überzeugung oder aus garantierter Qualität, sondern aus Druck von außen resultiert. Professor Ulrich Schraml, Vorsitzender von PEFC Deutschland, hat es so beschrieben: „Zertifizierung [...] wird von manchen Unternehmen als Schutzschirm gegen öffentliche Attacken verstanden. Dann beißt man halt in den sauren Apfel und hofft sich durch ein Zertifikat Ruhe an der Ökofront kaufen zu können.“ Man zahlt den Zehnt und ist sich des Schutzes der Mächtigen sicher.

Einmal um die ganze Welt

Ob das Ganze der Natur zuträglich ist, steht auf einem anderen Blatt und ist oft recht fraglich. Wie vor einigen Jahren im Fall der Nürnberger Parkbänke. Auf Druck von Naturschützern sollte FSC-zertifiziertes Holz aus dem Kongo (!) beschafft werden. Der Transportweg: Schlappe 15.000 km. Die heimischen Hölzer, die direkt vor den Stadttoren nachhaltig erzeugt werden und die genauso für den Zweck geeignet sind, waren nicht gut genug. Sie wissen schon: das „falsche“ Siegel. Anstatt das regionale Produkt zu wählen, das in Wäldern mit sehr hohen ökologischen Standards erzeugt wird, das mit kurzen Transportwegen angeliefert werden kann und bei dem die Wertschöpfung in der Region bleibt, votierten Naturschützer tatsächlich für Holz, das den halben Erdball umrundet hatte. Der Fall ist ein gutes Beispiel für blinde Zertifikatshörigkeit: Zertifikat vorhanden, alles gut, so lautet das Credo.

Denken erlaubt!

Dabei ist die Grundidee eigentlich eine gute. Zertifikate sollten dem Endverbraucher das Leben erleichtern, sie sollten der schnellen Orientierung dienen, welche Produkte man guten Gewissens kaufen kann – und welche nicht. Wie an vielen anderen Stellen ist aber auch bei den Zertifikaten ein reger Markt entstanden. Es geht um Macht, Einfluss und Geld. Die Wirtschaftszeitung Brandeins hat sich vor gut zwei Jahren mit dem Thema auseinandergesetzt und von der „[Stempel-Industrie](#)“ gesprochen. Letztlich gilt: Ein Blick hinter eine schöne Fassade kann keinesfalls schaden. Das Internet macht eine schnelle Recherche sehr einfach. Und Zertifikat hin oder her: Beim Einkauf und der Produktauswahl ist Denken erlaubt.

Wettbewerb tut gut!

Und letztlich ist es ja auch so, dass Konkurrenz das Geschäft belebt. Auf die Situation der Waldzertifizierung übertragen heißt das, dass sich kein Zertifizierer auf seinen vermeintlichen oder tatsächlichen Lorbeeren ausruhen kann. Waldbesitzer schauen sehr genau, was ein Zertifikat leistet, und Verbraucher haben mit dem Internet ein Medium zur Verfügung, mit dem sie sich schnell über Stärken und Schwächen von Zertifikaten informieren können. Und am Ende des Tages entscheiden dann auch die Verbraucher, welches Zertifikat bestehen bleibt.

