https://mail.gen-ethisches-netzwerk.de/node/2421

Gen-ethischer Informationsdienst

Kennzeichnung in Kalifornien?

Die Debatte um die Kennzeichnung von GVO

AutorIn
Cynthia Powell

In Kalifornien wird am 6. November dieses Jahres darüber abgestimmt, ob eine Kennzeichnung von GVO in Lebensmitteln verpflichtend sein sollte. Die Debatte um das Für und Wider einer Kennzeichnung ähnelt der europäischen - mit einigen regionalen Besonderheiten.

Initiative zur verpflichtenden Kennzeichnung von gentechnisch hergestellten Nahrungsmitteln" - diesen Titel trägt der Gesetzesvorschlag „Ballot Proposition 37", kurz „Prop 37", über den die Kalifornier abstimmen dürfen. Eine „Proposition" ist ein Gesetzesvorschlag, der durch die Wähler eingebracht wird und die üblichen staatlichen Gesetzgebungsverfahren umgeht. Eine „Ballot Proposition" ist ein vorgeschlagenes Gesetz, über das - im Gegensatz zu anderen Gesetzesentwürfen - nicht nur ihre parlamentarischen Vertreter, sondern alle Wähler abstimmen. Der Gesetzesvorschlag Prop 37 bestimmt, dass „rohe oder weiterverarbeitete Nahrungsmittel, die für den Verkauf bestimmt sind", gekennzeichnet werden müssen, und zwar, „wenn sie aus Pflanzen oder Tieren hergestellt sind, die mittels gentechnischer Methoden verändert wurden". Die Vermarktung solcher Nahrungsmittel als „natürlich" verbietet Prop 37 ausdrücklich. Zwölf Prozent der US-amerikanischen Bevölkerung leben in Kalifornien. Der Bundesstaat gibt oft Trends vor, denen die restlichen USA folgen. Dass die Abstimmung über eine Kennzeichnungspflicht für die gesamten USA von Bedeutung ist, ergibt sich schon allein aus der Struktur der Lebensmittelindustrie in dem Land: Die Unternehmen haben in allen Bundesstaaten Zentren, und sie werden wohl kaum Produkte mit einer besonderen Rezeptur eigens für Kalifornien herstellen. Ein „Ja" für die Kennzeichnung von Nahrungsmitteln hätte also Auswirkungen für die Lebensmittelbranche über die Grenzen Kaliforniens hinaus. Eine Kennzeichnungspflicht hätte Rückhalt in der Bevölkerung: In einer US-weiten Umfrage antworteten 90 Prozent der Befragten auf die Frage mit Ja, ob die Food and Drug Aministration (FDA) als oberste US-Behörde zur Überwachung von Lebensmitteln die Kennzeichnung von Nahrungsmitteln vorschreiben solle, die „mittels gentechnischer Methoden hergestellt werden oder gentechnisch veränderte Inhaltstoffe beinhalten". Fünf Prozent antworteten mit Nein und weitere fünf Prozent waren unentschieden. In einer auf Kalifornien begrenzten Umfrage vom September dieses Jahres ist die Stimmung nicht ganz so eindeutig: 67 Prozent befürworteten die Kennzeichnung von gentechnisch veränderten Nahrungsmitteln, 26 Prozent der Befragten waren dagegen und sieben Prozent unentschieden.

Korruption und Insidergeschäfte

„Die Politik der FDA basiert auf der Annahme, dass gentechnische Verfahren ‚substantiell äquivalent' zu traditionellen Kreuzungsverfahren sind. In dieser Sichtweise brauchen gentechnisch veränderte Lebensmittel nicht gekennzeichnet oder auf ihre Sicherheit hin getestet zu werden", fasst Stacy Malkan, die Medienbeauftragte der Kampagne „Ja-zu-37! - Kaliforniens Recht auf Information", die Position der FDA zusammen. „Eine solche Politik ist ein Schlag ins Gesicht des globalen wissenschaftlichen Konsensus. Die globalen und wissenschaftsbasierten Lebensmittelstandards der Vereinten Nationen gehen davon aus, dass gentechnische Veränderungen sich von traditionellen Züchtungsmethoden unterscheiden und deswegen Sicherheitsstudien verpflichtend sein sollten", so Malkan weiter. „Diese Standards halten die USA nicht ein." Dazu scheint es nicht ganz ohne Einflussnahme gekommen zu sein. Malkan erzählt von dem ehemaligen Monsanto-Anwalt Michael Taylor. Nachdem dieser Monsanto verlassen hatte, arbeitete er für die FDA. Dort schrieb er mit an der Politik-Strategie der FDA zu GVO, die lautete, dass GVO sich nicht von den Produkten traditioneller Züchtungsmethoden unterscheiden und daher auch keine gesonderten Testverfahren benötigen. Taylor ging später wieder zurück zu Monsanto und wurde dort Vize-Präsident, anschließend stellvertretender Kommissionsvorsitzender bei der FDA. „Die Drehtür (aus Korruption und Insidergeschäften) macht einen ganz schwindlig", so Malkan.

Argumentation und Gegenrede

Das Stichwort Monsanto führt uns zu Kathy Fairbank. Sie ist Sprecherin der „Nein-zu-37"-Kampagne, die sich großer finanzieller Unterstützung des Konzerns erfreut. Fairbank hält Informationen für sehr wichtig - nur müssten sie auch korrekt und aussagekräftig sein. „Prop 37 ist voll von Ausnahmen, die keinen Sinn ergeben", kritisiert sie den Gesetzesvorschlag. „Zum Beispiel werden bestimmte Kennzeichnungen von Sojamilch verlangt, Kuhmilch wird davon aber ausgenommen, ebenso Milchprodukte, Eier, Fleisch und Geflügel. Fruchtsaft erfordert eine Kennzeichnung, aber Alkohol, der mit denselben gentechnisch veränderten Inhaltsstoffen hergestellt wird, nicht. Nahrungsmittel erfordern eine Kennzeichnung, wenn sie in einem Lebensmittelgeschäft, aber nicht, wenn sie in einem Restaurant verkauft werden", beschwert sich Fairbank. „Und es genügt, dass der Verkäufer behauptet, seine Ware sei 'GVO-frei', damit Nahrungsmittelimporte aus China oder anderen Ländern von der Kennzeichnungspflicht ausgenommen sind. Skrupellose ausländische Unternehmen können dieses System ohne weiteres ausnutzen." Außerdem, meint Fairbank, werden Hühner und Kühe oft mit gentechnisch veränderten Futtermitteln gefüttert, ihre Eier und ihr Fleisch könnten aber als gentechnikfrei vermarktet werden. Im Gegensatz zu dieser Kritik am Gesetzesvorschlag ist die grundsätzliche Argumentation der „Nein-zu-37"-Kampagne der in Europa geführten Gentechnikdebatte sehr ähnlich: Pflanzen würden schon seit „buchstäblich tausenden von Jahren" gentechnisch verändert, so Fairbank, und Züchtung und Hybridisierung seien Formen der Gentechnik, mit denen wir einfach nur „schon sehr vertraut" sind. Darüber hinaus hätten mehr als 400 wissenschaftliche Studien, darunter Studien von 24 Nobelpreisträgern und von führenden Organisationen - wie etwa der *American Medical Association*, der FDA, der Weltgesundheitsorganisation (WHO) oder der *National Academy of Sciences* - gezeigt, dass gentechnisch veränderte Organismen sicher seien. Dem entgegnen die Vertreter von „Ja-zu-37", dass die Kennzeichnung gentechnisch veränderter Inhaltsstoffe von Lebensmitteln die Informationen zum Nährwert vervollständigen würde. Konsumenten hätten ein Recht zu wissen, was in ihren Nahrungsmitteln sei. „Es ist noch nicht bewiesen, dass GVO sicher sind. Langzeitstudien wurden bislang nicht durchgeführt", so Malkan. Im Gegensatz zu den strengen Sicherheitsprüfungen, die für die Zulassung von neuen Arzneimitteln erforderlich sind, verlange die FDA keine Sicherheitsprüfungen bei gentechnisch veränderten Lebensmitteln. „Die Vereinten Nationen, die WHO und die *American Medical Association* fordern aber durchaus ein verpflichtendes Testverfahren für gentechnisch veränderte Nahrungsmittel." Nicht zuletzt bemüht die „Nein-zu-37"-Kampagne das finanzielle Argument: Wenn Prop 37 durchkommt, so Fairbank, könnten die jährlichen Ausgaben einer Familie für Lebensmittel um 350 bis 400 Dollar steigen. Vertreter von „Ja-zu-37" halten dagegen, dass eine Verteuerung von Nahrungsmitteln durch die Kennzeichnung keineswegs sicher sei, und verweisen dabei auf die Erfahrungen mit der Kennzeichnung von GVO in Europa. Nachdem sie 1997 Pflicht geworden sei, stiegen die Lebensmittelpreise keinesfalls an. Darauf hat nicht zuletzt der ehemalige EU-Kommissar für Gesundheit und Verbraucherschutz, David Byrne, hingewiesen; nach seinen Worten führten die EU-Kennzeichnungsregeln „nicht zu erhöhten

Kosten, trotz der grauenerregenden (zweistelligen) Vorhersagen mancher Interessenskreise”.

Im Dickicht der Konzernstrategien

„Nein-zu-37”, die Kampagne gegen die Kennzeichnungspflicht, hat bislang 30 Millionen Dollar eingeworben, dabei kommen allein fünf Millionen von *Monsanto*. Weitere 10 Millionen Dollar haben größere Agrochemieunternehmen wie *Dupont*, *Dow AgroScience*, *BASF* und *Syngenta* gespendet. „Ja-zu-37” hingegen verfügt über vier Millionen an Spendengeldern - von Unternehmen aus der Biobranche und mehr als zehntausend Einzelpersonen. Erwähnenswert ist an dieser Stelle auch, dass Monsanto in den späten 1990er Jahren in Großbritannien selbst Anzeigen geschaltet hat, die für eine Kennzeichnung von Nahrungsmitteln warben. Die Kennzeichnungsregeln in Großbritannien traten Anfang 1999 in Kraft. „[Die Anzeigenkampagne] lief von 1998 bis 1999”, so Monsanto-Sprecher Tom Helscher in einer eMail an *Mercury News*. „Sie war auf Großbritannien beschränkt und unterstützte die Bemühungen der Händler, ihre Produkte auf die Bedürfnisse ihrer Kunden auszurichten.” Jeden weiteren Kommentar lehnte das Unternehmen ab, und so kann über die Gründe dafür, dass Monsanto damals die Kennzeichnung unterstützte und heute in Kalifornien Millionen dafür ausgibt, sie zu verhindern, nur spekuliert werden.1 Vor allem aber erstaunt die Unterstützer von „Prop 37”, dass Unternehmen hinter einigen der größten Bio-Marken im Land wie *Kashi*, *Cascadian Farm* und *Horizon Organic* sich an der Kampagne gegen die Kennzeichnung beteiligen.2 Derzeit sind gentechnisch veränderte Inhaltstoffe bei Bio-Produkten per Gesetz verboten. Dennoch sah sich die Marke Kashi genötigt, sich vom Sponsoring für „Nein-zu-37” ausdrücklich zu distanzieren. „Wir möchten klarstellen, dass Kashi der Opposition der GVO-Kennzeichnung keine Spenden gegeben hat”, heißt es in einer Stellungnahme der Marke Kashi von August dieses Jahres. Hintergrund war der Verdacht, dass der Eigentümer der Marke Kashi, das Unternehmen *Kellogg*, 600.000 Dollar an die „Nein-zu-37”-Kampagne gespendet habe. Daraufhin war die Facebook-Seite von Kashi von Kommentaren überschwemmt worden, in denen Konsumenten kundgaben, keine Waren von Kashi mehr kaufen zu wollen. „Konsumenten sind sich oft nicht bewusst, dass ihre bevorzugten Bio-Marken bei Lebensmitteln großen multi-nationalen Unternehmen gehören”, sagt Mark Kastel vom *Cornucopia Institute*, einer Organisation, die die Bio-Industrie kritisch beobachtet. „Und nun finden sie heraus, dass der Großteil des Geldes, das sie aufgewendet haben, um diese Produkte zu kaufen, dafür ausgegeben wird, das zu bekämpfen, woran sie leidenschaftlich glauben.”
Übersetzung: Birgit Peuker

- 1www.mercurynews.com, www.kurzlink.de/gid214_g.
- 2Vgl. New York Times, 14.09.2012, Wirtschaftsteil.

Informationen zur Veröffentlichung

Erschienen in:
GID Ausgabe 214 vom Oktober 2012
Seite 39 - 40