

„Die Bündelung der Kräfte“

In der Schweiz gründet sich das Palmöl Netzwerk



Seit März dieses Jahres gibt es in der Schweiz das Palmöl Netzwerk, in dem sich acht namhafte Schweizer Unternehmen zusammengeschlossen haben. Über die Beweggründe und die Ziele der Initiative gab Stefan Kausch, dem Koordinator des Netzwerks, in einem Interview Auskunft.

Stefan Kausch, Palmöl Netzwerk

Herr Kausch, im März 2020 wurde das Palmöl Netzwerk gegründet. Was war der Auslöser dafür?

Alle im Palmöl Netzwerk beteiligten Akteure arbeiten zum Teil seit etlichen Jahren an ökologischen und sozialen Verbesserungen in der Palmölmertschöpfungskette. So gehört Migros zu den Gründungsmitgliedern vom RSPO. Alle haben Zielsetzungen und Strategien entwickelt, um die Palmölproduktion nachhaltiger zu machen. Was bisher fehlte: die Bündelung der Kräfte. Durch das Palmöl Netzwerk können die Marktakteure nun von ihren Erfahrungen gegenseitig profitieren, gemeinsam neue Projekte initiieren und ihre Anstrengungen und Resultate der Öffentlichkeit bekannt machen.

Stellen Sie den Leserinnen und Lesern das Netzwerk bitte etwas genauer vor: Sind Sie zum Beispiel – ähnlich wie das FONAP – eine Multiakteursplattform mit Mitgliedern aus unterschiedlichen Interessengruppen?

Die acht Gründungsmitglieder Barry Callebaut, Coop, Florin, Migros, M-Industrie, Nestlé Schweiz, Nutriswiss und Pro Fair Trade repräsentieren Import, Verarbeitung und Einzelhändler und decken einen hohen Anteil des Palmölmarktes für Lebensmittel ab. Damit haben sich alle wesentlichen Akteure der Schweiz zusammengetan, um in den vorgelagerten Stufen der Wertschöpfungsketten gemeinsam Einfluss zu nehmen und Wirkung zu erzielen. Eine Multistakeholderplattform sind wir noch nicht. Aber eine

Begleitgruppe aus anerkannten Experten von Nichtregierungsorganisationen, Forschungseinrichtungen und Bund befindet sich im Aufbau. Sie wird die Aktivitäten des Palmöl Netzwerks mitgestalten und Impulse zur Weiterentwicklung geben.

Das FONAP zielt auf die Verwendung von 100 Prozent nachhaltig-zertifiziertem Palmöl in allen Wirtschaftssektoren. Gleichzeitig begleitet der Verein die Zertifizierungssysteme bei der Verbesserung ihrer Standards kritisch und konstruktiv. Was ist die Mission Ihres Netzwerks?

Wir gehen Schritt für Schritt vorwärts. Die RSPO Zertifizierung ist der Ausgangspunkt: In die Schweiz importiertes Palmöl und Palmkernöl für Lebensmittel ist bereits zu 99% nach RSPO zertifiziert. Auch wenn die Anforderungen für RSPO-zertifiziertes Palmöl im November 2018 verschärft wurden, bleibt die Weiterentwicklung des Standards sowie die Implementierung und glaubwürdige Überprüfung der beschlossenen Erneuerungen eine Herausforderung. Deshalb will das Palmöl Netzwerk seine Arbeit in der ersten Phase auf die bestehenden Lieferketten konzentrieren. Dazu definieren wir in einem Aktionsplan, wie die neuen Anforderungen bei den Lieferanten implementiert und deren Einhaltung kontrolliert werden können. In einer zweiten Phase ab 2021 werden wir den Fokus erweitern. Andere tropische Öle angehen, in die Schweiz importiertes verarbeitetes Palmöl (in Halb- und Fertigprodukten) einbeziehen oder Landscape-/Smallholder-Projekte unterstützen.

Wie wird das Thema Palmöl/nachhaltiges Palmöl in der Schweizer Öffentlichkeit diskutiert?

Palmöl hat auch in der Schweiz ein Imageproblem. Auch bei uns wird stark generalisiert und der Palmölanbau wird mit Abholzung von Urwäldern und Ausbeutung der Bevölkerung gleichgesetzt. Bei den anstehenden Diskussionen um das umfassende Freihandelsabkommen (CEPA) zwischen den EFTA-Staaten (Island, Liechtenstein, Norwegen und Schweiz) und Indonesien droht die Kulturpflanze zum Symbol gegen die Globalisierung und weitere Handelsabkommen zu werden. Dies obwohl die Schweiz kaum Palmöl aus Indonesien bezieht. Sehr wohl möglich, dass in Kürze in der Schweiz eine Volksabstimmung über das EFTA-Indonesien Abkommen stattfindet.

Und wie reagieren die Unternehmen darauf?

Die Mitglieder des Palmöl Netzwerks begegnen diesen Herausforderungen mit unterschiedlichen Strategien. Die Importeure Florin, Nutriswiss und Pro Fair Trade haben langfristige Handelsbeziehungen aufgebaut und beschaffen nachhaltig zertifiziertes Palmöl in Ländern wie Salomonen, Elfenbeinküste, Papua-Neuguinea, Kambodscha, Kolumbien. Nestlé ist Pionier bei der Transparenz und Rückverfolgbarkeit und überwacht illegale Abholzung und Landumwandlung mit einem Satellitensystem. Barry Callebaut ist Mitglied bei der Palm Oil Innovation Group (POIG) und entwickelt zusammen mit USAID eine Charta für nachhaltiges Kokosöl. Coop setzt bei konventionellen Lebensmittel-Eigenmarken auf Bio Suisse-zertifiziertes Palmöl. Wo möglich und sinnvoll haben die Mitglieder aber auch Palmöl mit anderen Ölen ersetzt.

Wie in anderen europäischen Staaten haben auch Sie es mit „Free from Palm Oil“-Claims zu tun! Wie geht Ihr Netzwerk damit um?

Unaufgeregt. Tatsache ist, dass Palmöl eine sehr effiziente Ölpflanze ist und dass sie, nachhaltig und zertifiziert angebaut, aus ökologischer Sicht eine sehr gute Wahl ist. Die andere Realität ist, dass immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten mit ihrem Einkaufsverhalten die Regenwälder vor Abholzung schützen wollen. Da die Ausweitungen von Palmölplantagen regelmäßig für Negativschlagzeilen sorgen, ist es nachvollziehbar, dass ein Teil der Bevölkerung palmölfreie Produkte kauft. Die Importstatistik der Schweiz spiegelt diesen Trend: Vor zehn Jahren waren die Einfuhren von Palmöl und Palmkernöl für Lebensmittel noch um ein Viertel höher. Verhältnisse wie in Italien oder Frankreich, wo palmölfreie Claims auf vielen Verpackungen zu finden sind, erwarte ich in der Schweiz aber nicht.

Wichtig für uns: 1. Das Palmöl Netzwerk kümmert sich nicht um Trends, sondern will die Anbaubedingungen in den Ursprungsländern langfristig verbessern. 2. Wir sind überzeugt, dass nachhaltiges und zertifiziertes Palmöl aus wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Sicht ein sehr wertvoller, sinnvoller und guter Rohstoff für die Lebensmittelindustrie ist. 3. Wir laden alle Marktakteure ein, sich für eine nachhaltige Palmölproduktion zu engagieren und – falls sie palmölfreie Produkte herstellen – die alternativen Rohstoffe auch nachhaltig zu beschaffen.