

35 Millionen Franken für ein Nein

Mit der Propaganda gegen die Genschutzzinitiative wird die bisher teuerste Abstimmungskampagne der Schweiz lanciert.

Von Thomas Schenk

Der Auftakt ins Genfood-Zeitalter verläuft für den grössten Detailhändler ganz nach Plan. Seit drei Monaten verkauft die Migros Hundefutter aus genveränderter Soja - und niemand stört sich daran. Die Premiere, vor der Umwelt- und Konsumentenlobbyisten bei jeder Gelegenheit warnen, hat bislang zu keinem Umsatzeinbruch geführt - «obwohl die Leute doch eine enorm enge Beziehung zu ihren Haustieren pflegen», wundert sich selbst Migros-Sprecherin Maja Amrein.

Ganz anders die Empfindlichkeit am Küchentisch. Aus Angst vor einem Konsumentenboykott liess Käsehersteller Stephan Baer vorige Woche sein Sojaprodukt Yasoja kurzerhand aus den Verkaufsläden zurückziehen. Baer sah sich zu schnellem Handeln gezwungen, weil Berner Kantonschemiker im Tofuprodukt Spuren gentechnisch veränderter Soja gefunden hatten. Mehrere hunderttausend Franken soll ihn der Rückruf kosten, der Imageschaden nicht eingerechnet.

Der Fund der Chemiker aus Bern und die Schadensbegrenzung durch die Baer AG in Küssnacht SZ ist für die Schweizer Lebensmittelindustrie ein weiterer bitterer Rückschlag zu unpassender Zeit. Ende März mussten 500 Tonnen Toblerone vom Markt zurückgezogen werden, weil die Schokolade von Kraft Jacobs Suchard genveränderte Zutaten enthalten hatte. Auch Coop hat aus Furcht vor negativen Kundenreaktionen die Auslieferung diverser Vegetarierprodukte, in denen sich Gensoja fand, umgehend gestoppt.

Die Chiffre Genfood ist für die Marketingleute der Nahrungsmittelindustrie längst zum Grossrisiko geworden, das jahrelange Investitionen ins Image einer Marke über Nacht zerstören kann. Der Chef eines grossen Schweizer Nahrungsmittelherstellers über die Ängste in der Branche: «Die Erfahrung von Baer und Suchard mag ich nicht einmal meinen ärgsten Konkurrenten gönnen.»

Es kann alle treffen: Soja wird in 30 000 verschiedenen Lebensmitteln verwendet, in Schokolade genauso wie in Speiseöl, Milchprodukten, Brot, Glace oder Teigwaren.

Der Weg ins genetische Zeitalter ist der Nahrungsmittelindustrie mit einem zusätzlichen Hindernis verbaut: der Genschutzzinitiative. Das Volksbegehren, das die Gentechnologie in der Schweiz stark einschränken will, kommt nächstes Jahr zur Abstimmung - für die Foodindustrie zum denkbar ungünstigsten Moment. Obwohl die Initiative den Lebensmittelhandel nicht tangiert, machen die Gentechnikritiker die diffusen Ängste rund um Genfood für sich zu Nutze. «Toblerone und Baer sind super für uns», freut sich Erwin R. Müller, offizieller Fundraiser der Genschutzzinitianten.

Der Druck der Politaktivisten hat die Konkurrenten der Wirtschaft zu Verbündeten gemacht, gemeinsam soll deren Volksinitiative gebodigt werden. «Die gesamte Foodindustrie muss endlich offen zur Gentechnik stehen», meint Beat Hodler vom Dachverband der Schweizer Nahrungsmittelindustrie Fial. Mit Fakten und rationalen Argumenten will die Industrie gegen die emotionale Kampagne der Gengegner ankämpfen. Oder aber mit lockeren Sprüchen wie «gen-iale Lebensmittel», wie Nestlé in ihrer Biotech-Broschüre schreibt.

Worte und Fakten genügen längst nicht. Für den politischen Grosskampf baut die Industrie derzeit eine spezielle Lobby auf, die den Geninitianten Paroli bieten soll. Interfood, so der Name der neuen Pressure Group, soll das politische Terrain ebnen und die Schweizer Bevölkerung möglichst rasch auf die Genflut, die von den USA nach Europa schwappt, vorbereiten. Hinter Interfood steht niemand anders als die mächtigsten Nahrungsmittelkonzerne der Welt: Nestlé, Unilever, Kraft Jacobs Suchard - eine Tochter von Philip Morris - und Monsanto, der weltgrösste Lieferant von gentechnisch verändertem Saatgut. Das Ziel der Industriegiganten ist klar. «Genfood soll sich als Qualitätsmerkmal etablieren», hofft Claus Concelmann, Biotechkoordinator bei Nestlé in Vevey. Die Zeit ist knapp, denn im globalen Milliardenmarkt der genetisch veränderten Nahrungsmittel werden jetzt die Karten verteilt. Die Amerikaner haben die Nase vorn: US-Farmer pflanzen im grossen Stil Gensoja an, dieses Jahr haben sie

ihre Anbaufläche bereits auf das dreifache Ausmass der Schweiz ausgedehnt. Im Herbst werden umfangreiche Ladungen gentechnisch veränderter Soja in der Schweiz erwartet. Noch bevor über die Genschutzinitiative abgestimmt wird, kommt damit Gennahrung in grossen Mengen in die Regale der Detailhändler.

Wird das Volksbegehren im nächsten Frühling aber angenommen, so wird in der Schweiz die Verarbeitung gentechnisch veränderter Pflanzen untersagt, Öl- und Getreidemühlen müssten sich mit kostspieligen konventionellen Rohstoffen begnügen. Zudem dürfte bei einer Pleite vor dem Volk das Image von Genfood über lange Zeit ramponiert sein.

Damit es erst gar nicht so weit kommt, wird die Industrie insgesamt rund 35 Millionen Franken in den Kampf gegen die Genschutzinitiative stecken. Die Abstimmung wird damit zur teuersten aller Zeiten. Spitzenreiter in der Liste der aufwendigsten Politthemen war bis anhin die Bankeninitiative aus dem Jahr 1984, für deren Bekämpfung die Banken 10 Millionen Franken lockermachten.

Bei der nächsten grossen Schlacht kämpfen die Chemiemultis Roche und Novartis in vorderster Reihe. Seit Jahren mobilisiert ihre gemeinsame PR-Plattform Interpharma gegen die Genschutzinitiative. In regelmässigen Abständen schaltet sie flächendeckende Inserate gegen das Volksbegehren. Für die Gestaltung der Kampagnen ist die erprobte PR-Agentur Jäggi Burson-Marsteller in Bern besorgt. Führender Kopf bei den Politstrategen ist Iwan Rickenbacher, Verwaltungsrat der TA-Media AG.

Die Chemiegiganten verstehen es, ausser mit ihren Medienkampagnen auch diskret für die eigenen Anliegen zu wirken. «Wir wollen die Abstimmung mit überzeugenden Argumenten gewinnen», verrät Novartis-Präsident Alex Krauer. Der Roche- und Novartis-Vorposten Interpharma sponsert mit seinen Geldern zahlreiche wissenschaftliche Gruppierungen an den Universitäten. Mit diesen Mitteln lässt sich auch der Biotech-Forscher Rolf Zinkernagel vermarkten, der seine ganze fachliche Reputation in die Waagschale werfen kann. «Mein Nobelpreis hilft im Abstimmungskampf», freut sich Zinkernagel.

Auch an künftige Preisträger wird gedacht: So kurvt derzeit ein mobiles Genlabor durch die Schweiz - ebenfalls von der Interpharma finanziert -, um die Kinder auf die genetische Zukunft vorzubereiten. Etwas bunter treiben es Monsanto, Nestlé und die Migros, die den farbigen Comic-Band «Kleine Reise durch die Biotechnologie» gesponsert haben, der nun gratis an Schulen abgegeben wird.

Die eigentliche Politikampagne koordiniert die Wirtschaftsförderung (wf), doch die inhaltlichen Entscheide fallen anderswo - in den Chefetagen der Chemie. «Wir führen die Kampagne zusammen und vor allem im Auftrag der Interpharma», erklärt wf-Direktor Matthias Kummer.

Das Kalkül der PR-Strategen ist einfach: Während sich die Wirtschaftsförderung ins Zeug legt, bleiben die potenten Geldgeber im Hintergrund. «Nach aussen treten die Gentechnikbefürworter als völlig unabhängig auf, tatsächlich sind wir alle aber bestens miteinander verbunden», plaudert Biochemiker Paul Walter aus der Schule. Er ist Kopräsident des forumGEN, des Lobbyvereins der Wirtschaftsförderung.

Wissenschaft und Wirtschaft malen für den Fall, dass das Volksbegehren angenommen wird, bereits heute in düsteren Farben. Während Biologen und Mediziner den Abstieg des Forschungsplatzes Schweiz beklagen, bangt die Chemie um ihre Konkurrenzfähigkeit. «Ein Ja wäre für die Schweiz eine Katastrophe», sorgt sich wf-Direktor Matthias Kummer. «Die Spitzentechnologie wird in der Schweiz verunmöglicht», befürchtet Thomas Pletscher vom Vorort. Selbst die Gewerkschaften zeigen sich für einmal mit den Arbeitgebern solidarisch. Die Initiative sei «ein Unglück für den Chemiestandort», warnt GBI-Gewerkschafter Mathias Bonert.

Insgesamt könnten in der Biotechnologie bis zum Jahr 2005 rund 50 000 Menschen eine Beschäftigung finden, hat die Konjunkturforschungsstelle der ETH KOF im Auftrag der Interpharma vorgerechnet. Doch nicht die Zahl allein ist entscheidend, die Stellen seien obendrein gut bezahlt, sicherten Know-how in der Schweiz und lasse sie an einem Zukunftsmarkt teilhaben.

Die Perspektiven sind auch für die Nahrungsmittelindustrie verlockend. Die Branche rechnet mit Wachstumsraten für Genfood von jährlich 30 Prozent. Fachleute sprechen angesichts dieses Potenzials von einer Revolution, vergleichbar mit der Einführung der Tiefkühlkost, mit der allein Nestlé heute über acht Milliarden Franken umsetzt.

Bis diese Ernte eingefahren werden kann, haben die Biotechnologen allerdings noch viel Überzeugungsarbeit zu leisten. Drei Viertel der Schweizer hätten Vorbehalte gegenüber der Gentechnik, förderte eine Untersuchung der Novartis im April dieses Jahres zu Tage. Nur gerade fünf Prozent der Befragten sprachen sich für eine aktive Nutzung aus. Dasselbe Bild zeigt sich auf europäischer Ebene, wo die Skepsis gegenüber dieser Zukunftstechnologie gar noch zugenommen hat, wie die Fachzeitschrift «Nature» kürzlich herausgefunden hat.

Die Skepsis der Konsumenten lässt sich mit sachlichen Argumenten offenbar nur schwerlich überwinden. Je besser informiert, desto kritischer stehe die Bevölkerung der Gentechnik gegenüber, schreibt «Nature». Und auch die Finanzkraft der Industrie hilft nicht unbedingt weiter. «Wer zu viel klotzt», meint der Berner Politologe Claude Longchamp, «setzt seine Glaubwürdigkeit aufs Spiel.»