

das
von

GUTE UTE

Indisches Dorf pflanzt 111 Bäume für jedes Mädchen

In kaum einem anderen Staat haben Frauen es so schwer wie in Indien. In den meisten Dörfern sieht eine Familie die Geburt einer Tochter als Last – auch weil die Eltern später einen Brautpreis für ihre Verheiratung zahlen müssen. Doch im Dorf Piplantri im indischen Bundesstaat Radschastan ist alles anders: Jedes neugeborene Mädchen wird mit der Pflanzung von 111 Bäumen geehrt und gefeiert.

Diesen erstaunlichen Brauch führte der Dorfgründer Shyam Sundar Paliwal ein, der damit seine früh verstorbene Tochter ehren wollte. Er dient zwar nicht länger als Dorfchef, aber die Tradition hat sich erhalten. Für jedes weibliche Neugeborene gründen Dorfmitglieder eine Art Fonds in Höhe von 31 000 Rupees, umgerechnet etwa 500 Dollar, wobei die Eltern ein Drittel davon aufbringen. Er dient 20 Jahre lang als Versicherung, sodass Mädchen auch dadurch nicht in die Gefahr geraten, als Bürde einer Familie zu



gelten. Im Gegenzug beeiden die Eltern, dass die Tochter erst ab 18 Jahren verheiratet wird, wenn sie eine angemessene Ausbildung erhalten hat, und dass sie für die 111 Bäume sorgen.

Die Wiederaufforstung dient auch dazu, die lokale Umwelt zu schützen und zu erhalten, sodass sie genug für eine wachsende Dorfbevölkerung abwirft. Die Beteiligten sehen die Bäume als Symbol für das Kind und schützen sie vor Termiten, indem sie Aloe Vera drumherum pflanzen. In den letzten sechs Jahren sind auf diese Weise eine Viertelmillion Bäume in Piplantri gepflanzt worden. Bewohner sagen, dies habe auch neue Harmonie ins Dorf gebracht und die Kriminalität dramatisch gesenkt.

Keine Nestlé-Fabrik in Oregon

Im Mai hat ein Volksentscheid in der ländlichen Gemeinde Hood River County im US-Bundesstaat Oregon Nestlé dazu gezwungen, seine Pläne zum Bau einer weitgehend vollautomatisierten Fabrik in Cascade Locks aufzugeben, in der jährlich etwa 1,6 Millionen Plastikflaschen abgefüllt werden sollten. Ein historischer Sieg der «Lokalen Wasserallianz» aus Indigenen, Bewohnerinnen und mehr als hundert lokalen Unternehmen und Farmen.

Nestlé versucht seit Jahren, US-Gemeinden buchstäblich das Wasser abzugraben. Der Schweizer Konzern sucht sich anscheinend gezielt Orte aus, die ökonomisch schlecht dastehen, kauft deren Quellen und füllt das Wasser in Plastikflaschen ab. Ein ökologischer und ökonomischer Unfug, denn Flaschenwasser ist oft hundert- bis tausendfach teurer als Hahnenwasser und dazu oft von schlechterer Qualität.

Doch im dürregeplagten Hood River County traf das Unternehmen auf unerwarteten Widerstand. Aktivistinnen in Oregon warnten monatelang öffentlich davor, in Zeiten zunehmender Trockenheit die eigene «Wassersicherheit» zugunsten einiger weniger neuer Jobs aufzugeben: «Wasser ist unsere Zukunft! Es ist ein menschliches Grundbedürfnis, das nicht zur Ware werden darf.» Der Abstimmungserfolg wird es Nestlé und anderen Konzernen zukünftig schwerer machen, durch Wasserprivatisierungen Profit aus der Klimakrise zu ziehen.

Auf den Hügel rund um Piplantri hat es noch viel Platz für Bäume – und im Dorf für Mädchen.



Riesige Mehrheit für Agrar- und Energiewende

Eine im April vom Bundesumweltministerium veröffentlichte Befragung der deutschen Bevölkerung zu ihrem Naturbewusstsein förderte erstaunliche Ergebnisse zutage. Demnach gibt es eine riesige Mehrheit für die Agrar- und Energiewende, für Naturschutz in Stadt und Land, für regionale Kreislaufwirtschaften, Bioausbau und Tierwohl. Und eine ebenso gigantische Mehrheit wendet sich gegen Pestizide, Kunstdünger und Gentechpflanzen.

90 Prozent der Befragten geben an, in der Natur «glücklich» zu sein. 93 Prozent wollen das Tierwohl in der Landwirtschaft berücksichtigt wissen. 85 Prozent befürworten regionale Kreisläufe und 84 den Ausbau der Biolandwirtschaft. 90 Prozent unterstützen den Ausbau der Erneuerbaren Energien. Pestizide, Gentechnik und Kunstdünger sind hingegen äusserst unbeliebt. 91 Prozent glauben, dass Ackergifte schaden, 86 Prozent lehnen den Anbau von gentechnisch veränderten Pflanzen ab und 79 die Fütterung von Nutztieren mit solchen Pflanzen. 74 Prozent möchten auf den Einsatz von Kunstdünger verzichten.

Zugegeben: Viele Menschen geben sich in Umfragen progressiver als im Handeln – abzulesen etwa am weiterhin hohen Konsum von Quälfleisch und Billiglebensmitteln. Dennoch spricht das Ergebnis für einen klaren Wertewandel.

Neues online-Magazin für konstruktiven Journalismus

In Deutschland ist ein neues Internet-Magazin online gegangen, das sich explizit dem «konstruktiven Journalismus» widmet: www.perspective-daily.de. Das junge Gründerteam aus Münster schreibt über sein Konzept: «Wir stehen für einen Journalismus, der nicht nur Probleme beschreibt, sondern auch Lösungen diskutiert. Wir stehen für einen Journalismus, der sowohl negative als auch positive Entwicklungen aufzeigt und so ein ausgewogenes und

realistisches Weltbild vermittelt.» Jeden Tag wird eine längere hintergründige Geschichte veröffentlicht, dabei werden Lösungen für die geschilderten Probleme aufgezeigt.

«Perspective Daily» veröffentlicht keine Werbung, sondern lebt von der Unterstützung seines Publikums. Dem Start des Magazins voraus ging eine monatelange Crowdfunding- und Öffentlichkeits-Kampagne. Es fanden sich knapp 14 000 Menschen, die 42 Euro pro Jahr bezahlen wollen, um die Kosten zu decken. Zudem erhielt das im Wissenschaftsjournalismus geübte Gründerteam um Maren Urner, Hans Langeslag und Bernhard Eickenberg ein EU-Gründerstipendium.

«Nachhaltigkeitsblume» zeigt Kostenwahrheit von Lebensmitteln auf

Weltweit wird jährlich ein Drittel aller Lebensmittel weggeworfen, was nach Schätzung der Welternährungsorganisation FAO ökosoziale Schäden in Höhe von jährlich ungefähr 1,6 Billionen Dollar verursacht. Rechnet man die zwei Drittel der konsumierten Nahrungsmittel noch

hinzu, dann erhält man annäherungsweise die wahren Kosten der globalen agroindustriellen Produktion; sie betragen demnach stolze 4,8 Billionen Dollar jährlich. Wahrscheinlich liegt der Betrag noch höher, weil die FAO-Studie «Food Wastage Footprint – full cost accounting» konservativ rechnend viele Folgekosten aussen vor liess. Mit anderen Worten: Würden die Preise für die tägliche Mahlzeit der ökosozialen Wahrheit entsprechen, dann würden konventionelle Produkte wesentlich mehr kosten als biologische.

Den Niederländer Volkert Engelsman, Gründer und Geschäftsführer der Biovertriebsfirma Eosta, liess das nicht ruhen. Er hatte auch schon die internationale Kampagne «save our soils» für das UN-Bodenjahr 2015 mit viel Prominenz ins Leben gerufen. Nun liess er in Kooperation mit der FAO eine «Nachhaltigkeitsblume» entwerfen, mit der man auf der Website die «wahren Kosten» berechnen kann.

www.natureandmore.com

Wer Bio-Trauben kauft, erhöht den Genuss und reduziert den Wasserverbrauch enorm.

(Foto: nature & more)

