

Felix Austen / / Kommentar

# McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün – endlich!

20. Mai 2019

**Klar, das ist Greenwashing. Und ein echter Fortschritt.**

An meinen letzten McDonald's-Besuch erinnere ich mich bestens. Wenige Tage vor Weihnachten 2012 stand ich im Dortmunder Hauptbahnhof an der Kasse. Am Schalter musste ich nicht lange überlegen, ich wusste genau, was ich hier wollte. Das Stückchen Junkfood, das ich in meiner Jugend geliebt hatte und von dem ich mich jetzt Bissen für Bissen verabschieden würde. Denn ich wusste auch: Das wird mein letzter sein, für eine lange Zeit. Klimawandel, schlechte Tierhaltung, Abholzung des Regenwaldes – das konnte ich jetzt nicht mehr verantworten.

8 1/2 Jahre war diese Zeit lang, um genau zu sein. Denn jetzt sitze ich wieder in einem Restaurant der Kette, diesmal in der Filiale der Münsteraner Innenstadt, und vor mir liegt ein Burger. Diesmal ist es kein Big Mac, der da im Pappkarton auf mich wartet, sondern der neue »Big Vegan TS«. Richtig gehört, bei McDonald's, der größten Fastfood-Kette der Welt, <sup>1</sup> gibt es seit wenigen Wochen den ersten veganen Burger mit Fleischersatz.

Damit folgt McDonald's einem Trend, dem sich Konzerne kaum erwehren können, die eigentlich im Verdacht stehen, auf Kosten der Umwelt zu wirtschaften: Sie machen einen auf nachhaltig. Aber ist das jetzt wirklich ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung? Oder nur grüner Anstrich aus Marketinggründen?

Meine feste Überzeugung: Sowohl als auch!

## Das »Fake Meat« geht um

Mit dem veganen Burger springt McDonald's auf den Fleischersatz-Zug auf, der zwar schon vor einigen Jahren losgefahren ist, in diesen Wochen aber so richtig Fahrt aufnimmt. Der wohl größte Beleg dafür: Mit dem amerikanischen Konzern »Beyond Meat« <sup>#1</sup> ging vergangene Woche einer der beiden großen »Fake Meat«-Hersteller – »Impossible Foods« <sup>#2</sup> ist der andere – an die Börse und nahm dabei rund 240 Millionen US-Dollar <sup>#3</sup> an Kapital ein. Damit will das kalifornische Unternehmen weitere Produktionsstätten hochziehen, aber auch in die Produktentwicklung und den Vertrieb investieren.

Was das bedeutet, lässt sich in den USA längst beobachten: Fast wöchentlich machen dort Pressemitteilungen neuer Fast-Food-Ketten die Runde, <sup>#4</sup> in denen die Betreiber die Zusammenarbeit mit einem der beiden großen »Fake Meat«-Hersteller ankündigen. Del Taco, Carl's Jr. und T.G.I. Fridays etwa bieten inzwischen in zusammen über 3.000 Filialen Tacos oder Burger von »Beyond Meat« an. Der Impossible Burger wird vor allem durch die anlaufende Kooperation mit Burger King bis Ende 2019 sogar in rund 9.000 Restaurants in den USA zu bekommen sein. Seit einigen Monaten gibt es die Beyond-Meat-Burger auch in deutschen Restaurants zu kaufen, und erst letzte Woche gab Lidl bekannt, <sup>#5</sup> dass es die veganen Wunder-Frikadellen Ende Mai ebenfalls ins Sortiment aufnehmen wird.

*Was die Beyond und Impossible Burger so besonders macht, kannst du hier nachlesen:*

Felix Austen

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)

Dass »Öko« und »Fair« nun den Schritt aus der Nische aufs ganz große Parkett wagen, mitten hinein in den Mainstream, gilt nicht exklusiv für Nahrungsmittel. Auch in anderen Branchen machen die ganz Großen jetzt Ernst mit grün. Ein paar Beispiele:

- > Lidl kündigte vergangenes Jahr an, ab Oktober 2018 nur noch fair gehandelte Bananen verkaufen zu wollen. <sup>#6</sup> Vergangene Woche verabschiedete sich der Konzern allerdings wieder von dem Vorhaben.
- > H&M war schon vor Jahren der weltweit größte Abnehmer von Biobaumwolle und will den Rohstoff ab 2020 nur noch in der ökologischen Variante kaufen. <sup>#7</sup>
- > Ikea will bis zum Jahr 2020 nur noch Plastik aus erneuerbaren oder recycelten Rohstoffen und Holz aus nachhaltigem Anbau verwenden. <sup>#8</sup>

Das machen sie gewiss nicht heimlich, sondern mit Marketing-Brimborium und einem Nachhaltigkeitsbericht nach dem anderen. Das wiederum nährt natürlich die Bedenken, der grüne Anstrich könne aus reinen Marketinggründen erfolgen. Mein Kollege Stefan Boes <sup>#9</sup> bringt die Bedenken auf den Punkt:

*»Die Konzerne agieren ja nicht aus ökologischen oder ethischen Gründen, sondern allein aus strategischen und wirtschaftlichen. Schließlich verwenden sie weiterhin in gigantischem Umfang Fleisch aus industrieller Massenproduktion. Glaubwürdig und gut fände ich es nur, wenn sie an der Stelle etwas ändern. Also zum Beispiel nur noch mit Fleischproduzenten zusammenarbeiten, die bestimmte Standards erfüllen und nachweisen. Das tun sie aber nicht, deswegen ist ein »Vegan TS« für mich nur Marketing, Greenwashing und Profitgier.« – Stefan Boes, Autor bei PD*

Nicht falsch verstehen, ich stimme grundsätzlich zu: Diese Konzerne haben sich natürlich nicht über Nacht in Ökoapostel verwandelt, die das Wohl der Erde und ihrer Bewohner im Sinn haben. Sie sind nach wie vor ihren Aktionären verpflichtet, wollen Umsatz machen und verfolgen dafür weiterhin Geschäftspraktiken, für die sie zu Recht kritisiert werden. Sie

Felix Austen

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)

profitieren von der Abholzung des Regenwaldes, #10 von Niedrigstlöhnen in der Produktion und grausamer Tierhaltung. (Das gilt für uns Konsumenten natürlich genauso.)

Ich behaupte aber trotzdem: Vegane Burger bei McDonald's und Burger King, nur noch faires Obst bei Lidl und faire Biobaumwolle in der Fast-Fashion-Branche #11 sind ein echter, wichtiger Fortschritt!

## Warum ein veganer Burger bei McDonald's echter Fortschritt ist

Ob die Konzerne für ihren Wandel ausschließlich durch »Marketing und Greenwashing« motiviert sind, spielt für die Sojabauern und Rinder eine untergeordnete Rolle. Für sie zählt erst mal nur, \*2 dass sie fortan von den wildesten Auswüchsen der Profitmaximierung verschont bleiben. Aus welchen Motiven eine Organisation mit Tausenden Mitarbeitern handelt, lässt sich ohnehin nicht haargenau aufschlüsseln. Es findet sich immer der kalte Zyniker, für den nur die Rendite zählt. Dagegen gibt es aber auch Teile der Belegschaft und der Aktionäre, die sich ehrlich und aus ideellen Gründen nach nachhaltigeren Geschäftspraktiken sehnen.

Was jetzt neu ist und warum sich endlich etwas tut: Die ethischen Stimmen werden mehr und lauter. Und die beiden Gruppen, die ethische und die gewinnorientierte, ziehen nicht mehr in unterschiedliche Richtungen. Das ethisch Gebotene und das wirtschaftlich Sinnvolle #12 sind jetzt zum ersten Mal ein und dasselbe. Endlich.

Klar, mir geht es da wie den meisten Menschen, die die Notwendigkeit einer Nachhaltigkeitsrevolution in der Wirtschaft anerkennen: Auch ich hätte das gern etwas romantischer; mit kleinen Bio-Tante-Emma-Läden an jeder Ecke, der Fair-Fashion-Boutique und dem veganen Imbiss, #13 zu dem alle aus vollster Überzeugung strömen. Viel mehr als eine romantische Vorstellung ist das auf kurze Sicht allerdings nicht. Der anhaltende Erfolg von Ketten und Konzernen wie McDonald's zeigt: Sie

*Felix Austen*

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)

sind viel näher dran am Alltag vieler, vieler Menschen.

Doch das soll kein Freifahrtschein für Burger King und Co. sein. Denn die Probleme mit den grünen Aktionen großer Konzerne sind damit nicht vom Tisch: Medien, Konsumenten und staatliche Kontrollstellen müssen den Konzernen genau auf die Finger sehen, ob sie die marketingwirksamen Versprechen auch einhalten. Und die Standards müssen noch viel strenger werden. Dafür müssen Konsumenten den Kulturwandel weiterhin vorantreiben. #14

Immerhin ist der vegane Burger eben auch ein Beweis für diesen fortschreitenden Wandel: Nur durch die Sensibilität der Menschen bei Umweltthemen und Veganismus konnte der Burger ja überhaupt zum Marketingcoup werden!

Damit der Wandel schneller geht, darf die Politik aber ruhig dabei helfen, nachhaltiges Wirtschaften profitabel zu machen (Stichwort CO2-Steuer). #15 Der vegane Burger, die faire Banane und das Bio-T-Shirt sind der erste Schritt – viele weitere müssen jetzt folgen.

Schmecken tut der »Big Vegan TS« übrigens ... nun ja, wie ein Fast-Food-Burger eben schmeckt. Nicht besser, aber auch nicht schlechter. Nächste Woche brauche ich das nicht gleich wieder. Aber in 8 Jahren, wenn hier dann alles bio und regional ist, komme ich gern wieder vorbei.

*Anmerkung des Autors: In einer früheren Version des Textes stand in der Stichpunktliste: »Lidl verkauft seit Oktober 2018 nur noch fair gehandelte Bananen.« Dieser Punkt wurde entsprechend der kürzlich veröffentlichten Meldungen von Lidl geändert.*

Felix Austen

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)

## Zusätzliche Informationen

- \*1 Wenn es nach Umsatz geht, ist McDonald's mit rund 25 Milliarden Dollar die größte Fast-Food-Kette der Welt. Was die Filialen angeht, ist allerdings der Sandwichladen Subway vorn: Rund 43.000 Filialen gibt es derzeit.
  
- \*2 Oder müssen wir doch die Konzerne zerschlagen, wie es der Vorsitzende der Jusos, Kevin Kühnert, fordert? Dafür haben wir später noch Zeit, sagt Graeme Maxton, ehemaliger Generalsekretär des Club of Rome, in einem Gastbeitrag für Perspective Daily. [Erst mal müssen wir retten, was zu retten ist.](#)

*Felix Austen*

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)

# Quellen und weiterführende Links

- #1** Hier geht es zur Homepage von »Beyond Meat« (englisch)
  - <https://www.beyondmeat.com/>
  
- #2** Hier geht es zur Homepage von »Impossible Foods« (englisch)
  - <https://impossiblefoods.com/>
  
- #3** Das Onlinemagazin vox.com berichtet (englisch, 2019)
  -  <https://www.vox.com/2019/5/2/18525601/beyond-meat-ipo-vegan-burger>
  
- #4** Auch hierüber berichtet vox.com (englisch, 2019)
  -  <https://www.vox.com/future-perfect/2019/4/29/18522640/burger-king-impossible-whopper-vegan-meat>
  
- #5** Darüber berichtet unter anderem die Süddeutsche Zeitung
  -  <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/beyond-meat-deutschland-lidl-veggie-burger-vegan-1.4447589>
  
- #6** Pressemitteilung von Lidl (2018)
  -  [https://unternehmen.lidl.de/pressreleases/180926\\_fairtrade-bananen](https://unternehmen.lidl.de/pressreleases/180926_fairtrade-bananen)
  
- #7** Berichtet Forbes (englisch, 2018)
  -  <https://www.forbes.com/sites/barrysamaha/2018/03/26/hm-conscious-exclusive-collection-2018-sustainable-fashion-anna-gedda-interview/>
  
- #8** Das berichtet Plastics Today (englisch, 2015)
  -  <http://www.plasticstoday.com/articles/ikea-wth-size-comes-responsibility-151116>

*Felix Austen*

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)

- #9 Hier geht es zu seinem Profil
  - <https://perspective-daily.de/article/author/134>
  
- #10 Ich schreibe: Jetzt kaufen schon Milliardäre den Regenwald auf, um ihn zu retten ...
  -  <https://perspective-daily.de/article/799>
  
- #11 Katharina Wiegmann fragt: Du trägst ein cooles Outfit. Wer trägt die Verantwortung?
  -  <https://perspective-daily.de/article/494>
  
- #12 Wie ich für meine Tochter ein Vermögen aufbaue (und gleichzeitig die Welt verbessere)
  -  <https://perspective-daily.de/article/784>
  
- #13 Wir schlachten 5 Mythen über falsches Fleisch
  -  <https://perspective-daily.de/article/379>
  
- #14 Das ist auch mein Argument in der Pro-Contra-Diskussion mit Chris Vielhaus über die Frage, ob Fleischessen heute noch in Ordnung ist
  -  <https://perspective-daily.de/article/778>
  
- #15 Frederik v. Paepke bevorzugt allerdings den Emissionshandel gegenüber der Steuer
  -  <https://perspective-daily.de/article/23>

*Felix Austen*

McDonald's, Lidl und Ikea machen jetzt auf grün - endlich!

[perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG](https://perspective-daily.de/article/812/MOAFpbYG)