

Sexy, sexy Boden!

„Sex sells“ sagen die Gurus aus dem Marketing, deshalb ist Boden für uns hier eben sexy. Wichtig ist nur, dass Sie jetzt weiter lesen: „Boden“ ist ein Thema das uns alle betrifft wie kaum ein zweites. Ohne landwirtschaftlich zu nutzende Böden gäbe es nämlich kein Essen auf unseren Tellern. Kein Schnitzel, keine Fritten, kein Ketchup. Eigentlich gäbe es nicht einmal den Teller – gebrannter Ton kommt auch aus dem Boden.

Zur Herstellung von Allem was wir täglich futtern ist also Land mit gesunden Böden notwendig. Diese Weisheit ist so für die Binsen, dass sie von den meisten Menschen total verkannt wird. Man meint, Böden seien einfach immer in ausreichender Fläche und Qualität da und Bauern auch, die sie bewirtschaften.

Das beginnende 21. Jahrhundert ist aber eine Zeit der sich auflösenden Selbstverständlichkeiten. Ein Drittel (!!) der landwirtschaftlich genutzten Böden weltweit ist durch Verdichtung, Erosion, Versalzung, Versiegelung oder Austrocknung gerade jetzt - also akut - gefährdet. Und das bei einer immer schneller wachsenden, ständig mehr konsumierenden Menschheit. Dabei wird man mit dem Fortschreiten des globalen Umweltwandels noch viele landwirtschaftliche Böden aufgeben müssen. Allein in Österreich werden täglich 224.000 m² Boden versiegelt und zugebaut, was der Fläche eines mittleren Bauernhofes oder von 31 Fußballfeldern entspricht. Unvernünftig und kurzsichtig meinen wir.

Die Vereinten Nationen meinen das auch, deshalb haben sie das Jahr 2015 zum „International Year of Soils“ erklärt. Nach dem „Bodenjahr 2000“ zum zweiten Mal Grund für den Naturschutzbund Vorarlberg mit sexy Werbung Aufmerksamkeit für unsere Lebens-Grund-Lage zu erregen. Den besten Einstieg ins Thema bietet die Lektüre des „Bodenatlas 2015“, der als .pdf gratis zum Beispiel auf www.global2000.at/bodenatlas2015 heruntergeladen werden kann.

Und weil selber sehen und selber wühlen besser ist als nur lesen, bieten der Naturschutzbund, die inatura und weitere Organisationen dieses Jahr eine Reihe von Veranstaltungen zu bodenkundlichen Themen an. Richten wir unseren Blick im Bodenjahr 2015 also auf wirklich wichtige Themen – und ignorieren den Marketing-Quatsch der unsere Zeit nur stiehlt, um an unser Geld zu kommen.

Rochus Schertler
2.Obmann des Naturschutzbundes Vorarlberg