

Europa: "Big Business" kollidiert mit Islamismus

von Yves Mamou - Übersetzung: Daniel Heiniger

[Veröffentlicht am 10.07.2017 von de.gatestoneinstitute.org](http://de.gatestoneinstitute.org)

-
- Für "Big Business" gilt: Je mehr Dinge im Namen des Islam als "verboten" bezeichnet werden, desto mehr Produkte müssen als "erlaubt" produziert werden, damit die "guten Muslime" sie kaufen können.
 - In den 1970er Jahren fanden Iran und Saudi-Arabien, die sich in einem Konkurrenzkampf befanden, um ihre Vorstellung des Islam weltweit zu verbreiten, Hilfe von multinationalen Konzernen wie Nestlé, die die Schaffung des großen globalen Halal-Lebensmittelmarktes im Auge hatten.
 - Die nächste Etappe ist: Wenn die meisten Muslime einen Schleier und Halal-Essen als islamische Verpflichtung betrachten, dann werden sie bald die Scharia und islamische Gerichtshöfe - wie in Großbritannien - fordern.

Wenn Gewinn zu machen ist, dann hat der Kapitalismus kein politisches Gewissen und kann mit jeder Ideologie - von Demokratien bis hin zu totalitären Tyranrien - zusammenarbeiten. Diese Ansicht wurde zuletzt von der französischen Anthropologin Florence Bergeaud-Blackler in ihrem Buch "[Le marché halal ou l'invention d'une tradition](#)" ("Der Halal-Markt oder die Erfindung einer Tradition") dargelegt.

Bergeaud-Blackler behauptet in ihrem Buch, dass "Halal"-Essen (Lebensmittel, die im Islam aus religiösen Gründen erlaubt sind) erst "kürzlich erfunden" worden sind als Markenbegriff und als potenzieller kommerzieller Markt, in einer Absprache zwischen iranischen Fundamentalisten und multinationalen Nahrungsmittelkonzernen. In einem Interview mit der französischen Tageszeitung *Liberation* [sagte sie](#):

"Ich spreche von der Erfindung des "Halal-Marktes" in dem Sinne, dass es sich nicht um eine alte Tradition handelt, die aus muslimischen Ländern importiert wurde. Der Halal-Markt existierte niemals in der muslimischen Welt, bis das "Big Business" der Nahrungsmittelindustrie ihn erschuf und exportierte. Die Halal-Konvention wurde in den 70er und 80er Jahren geboren. Zu dieser Zeit triumphierten zwei Ideologien auf der internationalen Bühne: einerseits der muslimische Fundamentalismus, darunter die Proklamation der Islamischen Republik im Iran 1979 und andererseits der Neo-Liberalismus mit Thatcher und Reagan. Diese Konvergenz, ungeplant und unerwartet, ermöglichte es diesen beiden Ideologien, zusammenzuarbeiten, um ein Halal-Nahrungsmittel-Industrieprotokoll zu etablieren."

Nach Bergeaud-Blackler war das Halal-Essen seit Jahrhunderten in den muslimischen Ländern auf das Verbot von Schweinefleisch reduziert gewesen. Alle Lebensmittel, mit Ausnahme von Schweinefleisch, die sowohl lokal - als auch nicht lokal von "Menschen des Buches" (Christen und Juden) - produziert wurden, galten als Halal. Aber nach der iranischen Revolution im Jahre 1979 wurde Halal ein fundamentalistisches Nahrungsnotwendigkeitsgebot, das durch wirtschaftliche Interessen geheiligt wurde. In den 1970er Jahren fanden der Iran und Saudi-Arabien, die in einem

Konkurrenzkampf befanden, ihre Vorstellung des Islam auf der ganzen Welt zu verbreiten, nützliche Hilfe von multinationalen Konzernen wie Nestlé, die die Schaffung des großen globalen Halal-Food-Marktes im Auge hatten.

Bergeaud-Blackler sagt, dass Nahrungsmittelkonzerne und islamische Fundamentalisten ein gemeinsames Interesse fanden, eine neue Idee zu vermitteln: Muslime haben spezifische "Bedürfnisse" in Bezug auf Nahrung. Vor der iranischen Revolution hielten die Islamisten, einschließlich der Radikalen wie Yusuf al-Qaradawi von der muslimischen Bruderschaft, die Auffassung, dass Muslime Nahrung, die von Ländern der christlichen und jüdischen Tradition produziert wird, verbrauchen dürfen. Doch im Bewusstsein, dass eine "Nahrungsmittelgrenze" in der Politik einige Effekte hervorbringen könnte, haben die Fundamentalisten ihre Position verändert. Die in säkularisierten Ländern produzierten Lebensmittel wurden als *haram* (verboten) bezeichnet und ein spezifischer Markt für muslimische Lebensmittel begann zu entstehen.

[Laut](#) Bergeaud-Blackler verliehen die agrikulturellen multinationalen Konzerne durch die Industrialisierung der Produktion von Halal-Nahrungsmitteln den Fundamentalisten eine starke helfende Hand und halfen mit, eine Trennwand zwischen Muslimen und Nicht-Muslimen in europäischen Ländern zu bauen:

"Den Raum zwischen dem, was erlaubt ist und was nicht, in zwei zu spalten, schafft eine gewisse soziale Angst und führt zu einem Vermeidungsverhalten. Wenn Sie ausschließlich Halal essen laden Sie keine nicht-Halal-Menschen nach Hause ein, aus Angst, diese Person könnte Sie im Gegenzug eine Gegeneinladung aussprechen. Diese Vermeidungsmuster verbinden sich mit der Sprache, die "unreine" Speisen ablehnt. Die Verwirrung zwischen Halal und Reinheit ist verstörend."

Die Trennmauer geht jedoch weit über die gemeinsame Geselligkeit hinaus. Nach [Gilles Kepel](#), Professor am Pariser Institut für Politische Studien:

"Durch die Verschärfung der Frage nach Halal führen die politischen Akteure des Islamismus zu einer Logik des Bruchs - muslimische Kinder werden aufgefordert, Schulkantinen zu vermeiden, und das hilft ihnen, die Jugendlichen von der Schule und von der Nation zu distanzieren."

In Frankreich zum Beispiel, wo öffentliche Schulen das traditionelle Instrument der sozialen und kulturellen Integration sind, ist dies besonders wichtig.

Laut Kepel ist Halal-Nahrung die zweite Schlacht, die Islamisten in Frankreich und in Europa führen. Sobald der Schleier die Köpfe der meisten muslimischen Frauen bedeckt, ist die Zeit gekommen, die [Sezession der muslimischen Bevölkerung](#) mit Halal zu erreichen:

"Zu Anfang wird Halal als Konsumbedarf präsentiert: Wir essen halal wie vegan, organisch oder koscher. Und Einzelhandelsunternehmen täuschen sich nicht: Ihre Supermärkte bieten eine breite Palette von halal-Produkten in den Gängen an, mit einem geschätzten Markt von 5 Milliarden Euro die politischen Akteure des Islamismus ... sehen Halal als Chance für die Kontrolle der Gemeinschaft und sie bemühen sich, zu radikalieren und zu verschärfen ... "

In Frankreich, am Arbeitsplatz, hat Halal begonnen, eine Hauptquelle von Konflikten zu sein. Unternehmen werden mit wachsenden Forderungen nach [Halal-Food in Kantinen](#) konfrontiert. In Frankreich sind Unternehmen nicht gesetzlich verpflichtet, Halal-Lebensmittel anzubieten, aber viele Unternehmen haben Angst, als rassistisch gebrandmarkt zu werden, wenn sie den Forderungen nicht nachkommen.



Ladenschild in Französisch und Arabisch für eine Halal-Metzgerei in der Rue de Patay, Paris.

(Bildquelle: Wikimedia Commons / Mu)

Mittlerweile sind alle westlichen Unternehmen, die sich auf Lebensmittel, Geflügel, Süßigkeiten, Fleisch, Fast Food und Einzelhandelsketten spezialisiert haben, tief in die Halalproduktion verwickelt. Nestlé ist weltweit Nummer eins und konkurriert heftig mit anderen multinationalen Nahrungsmittelkonzernen wie Woolworths, Cole's, Aldo's, Cadbury, Kraft, Kellogg's und Hunderten von anderen. Fast Food Outlets wie McDonald's, Burger King, Red Rooster, KFC und Subway haben in Halal-Fleisch investiert, manchmal nur im Ausland.

Ein [Bericht](#) von Thomson Reuters und DinarStandard schätzte den Halal-Food-Markt im Jahr 2014 auf 1,37 Billionen Dollar. Dies entspricht 18,2% des gesamten Nahrungsmittel- und Getränkemarktes weltweit und einer Steigerung von 6,2% gegenüber 2013.

Für "Big Business" ist es so, dass, je mehr Dinge im Namen des Islam als "verboten" bezeichnet werden, desto mehr als "erlaubt" deklarierte Produkte für die "guten Muslime" produziert werden müssen.

Für die Fundamentalisten ist es so, dass, je mehr Muslime sich an diese äußeren Zeichen des Islam halten - halal Essen, verschleierte Frauen, Burkinis - um so einfacher ist es, Muslime von Nichtmuslimen zu trennen."

In Europa wächst der Halal-Markt mit einer geschätzten jährlichen Rate von 10-20%. Es ist eine Forderung, die von einem allgemeinen Wunsch nach Scharia-Befolgung unter einer wachsenden muslimischen Bevölkerung getragen wird", so [Paulius Kuncinas](#), Business Analyst und Managing Director Asien bei der Oxford Business Group.

Wir können heute mit Sicherheit sagen, dass die muslimische Bevölkerung in Europa - und in Frankreich - völlig unter kultureller und religiöser Kontrolle von verschiedenen islamischen Organisationen (Salafisten, Muslimbruderschaft) steht. Laut einer [Studie](#), "Ein französischer Islam ist möglich", in Frankreich veröffentlicht durch das Institut Montaigne, sagten 2016 70% der befragten Muslime, dass sie "immer" Halal-Fleisch kaufen; 22% kaufen es "manchmal" und nur 6% "nie".

Die nächste Etappe ist, dass, wenn die meisten Muslime einen Schleier und Halal-Nahrung als islamische Verpflichtung betrachten, sie bald die Scharia und islamische Gerichtshöfe - wie in Großbritannien - fordern werden.

Die Regierungen werden entscheiden müssen, was sie tun wollen: beginnen sie, den Zugriff des Islamismus aufzuhalten, oder wollen sie jedes europäische Land in zwei Teile teilen: einen für Islamisten, den anderen Teil für Nichtmuslime.

Yves Mamou ist Journalist und Autor aus Frankreich. Er hat zwei Jahrzehnte für die Tageszeitung Le Monde gearbeitet vor seiner Pensionierung.

Englischer Originaltext: [Europe: "Big Business" Colludes with Islamism](#)