

Biofarm

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **58 (2003)**

Heft 2

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Fairer Handel in der BIOFARM

Am Möschi-Berg-Seminar «Faire Preisbildung...» vom letzten November haben alle TeilnehmerInnen frisch motiviert beschlossen, sich im neuen Jahr in den verschiedenen Gremien und Organisationen ganz bewusst für «gerechte Preise für eine zukunftsfähige (Bio-)Landwirtschaft» zu engagieren. Als Mitarbeiter der Biofarm im Obstbereich, wage ich den Versuch, zuerst einmal die eigene Organisation auf ihre «Fair-Trade-Tauglichkeit» hin zu überdenken.

Was ist eigentlich Fair-Trade?

Wenn wir quer durch die einschlägige Fachliteratur schauen, finden wir zusammengefasst etwa folgendes: *Der faire Handel stellt eine Alternative zum konventionellen Handel dar. Er repräsentiert eine Handelspartnerschaft, die auf eine nachhaltige Entwicklung für ausgeschlossene und benachteiligte Produzenten abzielt. Er möchte dies erreichen, indem er bessere Handelsbedingungen fördert, durch bewusstseinsbildende Massnahmen und durch Kampagnen.*

Bedeutende internationale Organisationen des gerechten Handels wie die «Fair Trade Federation» oder der «World University Service» legen ihrer Tätigkeit folgende 7 Prinzipien zu Grunde:

- Gerechte Löhne/Einkommen
- Finanzielle und fachliche Unterstützung von Projekten (Partnerschaft, Langfristigkeit)
- Genossenschaftliche Strukturen
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Konsumenten-Aufklärung
- Transparente Geschäftspraktiken/Preisbildung
- Soziale Mindest-Standards und Respekt vor der kulturellen Identität

Es fällt auf, dass sich die Fair-Trade-Organisationen fast ausschliesslich mit den Handelsbeziehungen zwischen «Drittwelt-Produzenten» und «Industriewelt-Konsumenten» befassen. Am bekanntesten sind bei uns die Organisationen «claro» und «Max Havelaar».

Umsetzung in der BIOFARM

Die BIOFARM als Produzentengenossenschaft mit eigener Marke und speziellem Vertriebssystem kann den Hebel gleich auf mehreren Ebenen ansetzen – und verpflichtet sich im Leitbild neben der Förderung des

Biolandbaus auch ausdrücklich dem Fair-Trade-Verhalten.

Auf verschiedenen Ebenen ansetzen will heissen: Zuerst einmal bei der eigenen Produzentenbasis, dann im konkreten Marktverhalten gegenüber Marktpartnern und KonsumentInnen, aber auch im zeitaufwendigen Engagement bei der Weiterentwicklung und Verbreitung der Biolandbau- und Fair-Trade-Bewegung. Die traditionellen Fair-Trade-Anstrengungen kommen in Form von exotischen Trockenfrüchten und Kaffee im erweiterten Sortiment zum Zug. Es werden bewusst ausgewählte, biologische Projekte in Westafrika bzw. Südamerika unterstützt.

Es wird aber sofort klar, dass für die BIOFARM die Kombination von Biolandbau/Ökologie und gerechtem Handel zuerst einmal bedeutet, der einheimischen, regionalen Produktion und Vermarktung zu helfen. Folgende Massnahmen werden eingesetzt:

- Absatzsicherheit für die Produzenten durch vertraglich vereinbarte, auf Langfristigkeit angelegte Zusammenarbeit.
- Produzentenpreise, die ein langfristiges biologisches Wirtschaften ermöglichen. Diese Preise müssen durch tägliche Marktanstrengungen und durch intensive Mitarbeit in Verbands-gremien (→ gute Richtpreise) zuerst möglich gemacht oder verteidigt werden. Ist bisher meistens gelungen.
- Marktnahe Beratung der Produzenten durch eigene Fachleute: Sortenwahl, Ertrags- und Qualitätsverbesserung, optimale Verwertungskategorien, Produktionsalternativen.
- Aktive Etablierung oder Stützung der Preise und Konditionen durch gemeinsamen, pool-artigen Marktauftritt mit Gewicht und Vorreitereffekt.

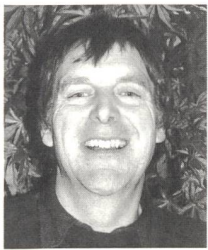
- Gewisse Unabhängigkeit/Selbstbestimmung durch gut eingeführte, eigene Biofarm-Marke.
- Entwicklung neuer Produkte bringt zusätzliche oder alternative Anbaumöglichkeiten für die Produzenten und stärkt die Eigenmarke. Jüngste Beispiele: Himbeersirup, Sonnenblumenöl, Rapsöl aus bio-suisse Anbau.
- Einbezug von MitarbeiterInnen, Handelspartnern, KonsumentInnen in die Genossenschaftsorgane und damit in die Geschäftspolitik. Fair Trade heisst partnerschaftlicher Umgang aller Beteiligten miteinander. Wie bei der Demokratie braucht es für gerechte Preisfindung eine weitere Voraussetzung:
- Guter Informationsfluss, aufgeklärte Akteure auf allen Stufen. Die BIOFARM investiert viel in Rundbriefe, Informationsmaterial, Presseberichte und seit einem Jahr in die konsumentenorientierte Hauszeitschrift bio.logisch.
- Die transparente Preisgestaltung für Produzenten, Handelspartner, Konsumenten ist gleichzeitig Voraussetzung und Folge von Fair Trade.

Was bleibt zu tun?

Die Fair Trade Bilanz sieht sicher für die BIOFARM gut aus, gerade auch wenn wir uns an die eingangs aufgelisteten 7 Prinzipienpunkte erinnern. Alle Beteiligten dürfen einen Moment lang stolz sein. Doch zum Zurücklehnen besteht kein Grund. Eine Biofarm allein macht den Biomarkt nicht aus. Nicht mal mit allen gleich- und ähnlich Gesinnten zusammen. Da gilt es – in aller Bescheidenheit – auszustrahlen und selbstbewusst hartnäckig zu bleiben. Wir haben beste Produkte anzubieten, umweltschonend und in der Nähe erzeugt. Also genau, was eigentlich verlangt wird. Wo bliebe da die Fairness, wenn Schweizer Haushalte mit Schweizer Einkommen nicht mehr die Preise zahlen

wollten, die den Bauern (und ebenso den Handelsangestellten) das wirtschaftliche Überleben ermöglichen? – Damit die Frage der Fairness, d.h. des gerechten Preises für die gewünschte Qualität, überhaupt ankommt und diskutiert werden kann, ist es aber notwendig, die Konsumenten viel stärker als bisher mit den Produzenten zusammen an den Verhandlungstisch zu bringen. Und sie nicht wie bisher durch die Grossverteiler vertreten zu lassen.

Als weiterer Schritt – Zukunftsvision – könnte dann zwischen Produzierenden und Konsumierenden die Frage des wirklich gerechten Preises angegangen werden. Gerechte Verhältnisse wären dann erreicht, wenn allen Beteiligten bei vergleichbarem Arbeitseinsatz ein vergleichbarer Lebensstandard möglich wäre, oder?



Hans-Ruedi Schmutz



**DER SAFT, DER
KRAFT SCHAFFT.**

Strath®
Aufbaupräparat



...nicht von ungefähr erfolgreich in über 40 Ländern der Welt!
Bio-Strath AG, 8032 Zürich • www.bio-strath.ch

Ruedi Härry †

Am 16. Januar haben wir in Oberwil-Lieli Abschied genommen von unserem Freund Ruedi Härry. In seinem 75. Lebensjahr ist er nach kurzer Krankheit von dieser Welt abberufen worden. Ruedi Härry war Biobauer mit Leib und Seele. Schon in jungen Jahren hat er das Wissen, das er von vielen Möschberg-Tagungen nach Hause mitgenommen hat, erfolgreich umgesetzt und sich damit zu einer Zeit, als Direktvermarktung noch fast unbekannt war, eine treue Kundschaft für seine Produkte aufgebaut. Dem Möschberg blieb er zeitlebens dankbar verbunden. Wir haben mit Ruedi Härry nicht nur einen Förderer, sondern auch einen lieben Freund verloren, der uns immer wieder ermutigt hat, auf dem eingeschlagenen Weg weiter zu gehen. Seiner Frau Margrit und seinen Söhnen und Töchtern mit ihren Familien entbieten wir unser herzliches Beileid.

Biologische Samen

& ökolog. Gartenzubehör
(Katalog gegen frankiertes Fr. 1.10 C5-Couvert)

Adrian Jutzet
Susanne Jossi Jutzet

Bio-Samen
Semences bio
Sementi bio

CH-2019 Chambrélien NE

Tel. 032 855 14 86

Fax 032 855 10 58

biosem@biosem.ch

E-shop: www.biosem.ch



POWER BEIM BAUER

Ein sinnvoller Ferienjob
für Jugendliche.
Eine nützliche Hilfe
für Bauernfamilien.

Prospekte und Informationen via
Telefon 0900-57-1291 (März - Sept.)
oder schriftlich bei der Zentralstelle,
Postfach 728, 8025 Zürich.

www.landdienst.ch

