

Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge
Band: 64 (2009)
Heft: 3

Artikel: Partnerschaft zwischen Bauern und KonsumentInnen
Autor: Berli, Rudi
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-891489>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.10.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Partnerschaft zwischen Bauern und KonsumentInnen

Unter welchen Bedingungen sind soziales Miteinander und fairer Handel in der Land- und Lebensmittelwirtschaft der Schweiz möglich? Oder an Otto Schmid's Frage anknüpfend: «Wo wollen wir in zwei Jahren stehen?» Rudi Berli stellt ein Modell vor, das Schule machen könnte.

Das globale Wirtschaftsmodell ist bekannterweise weder ein Beispiel für Fairness noch für Nachhaltigkeit. Nicht nur leiden fast eine Milliarde Menschen an Unterernährung, sondern die Länder des industrialisierten Nordens belasten zum Beispiel auch die Natur pro Kopf bis etwa zum 7-fachen dessen, was ihnen im weltweiten Durchschnitt zusteht. In der Schweiz ist der «ökologische Fussabdruck» fast dreimal so gross wie die Biokapazität. Die Nachhaltigkeitsdebatte ist ein unverzichtbarer Teil einer Auseinandersetzung zum Thema Fairness. Fairness besteht auch aus einem respektvollen Umgang mit der Natur und der Erde sowie zwischen den Menschen.

Preisdruck

In Europa und in der Schweiz ist das bäuerliche Einkommen im Moment speziell im Milchmarkt unter extremem Druck. Dies trifft aber auch für die Getreide-, Gemüse- und Früchteproduktion zu. Das durchschnittliche bäuerliche Einkommen liegt in der Schweiz ca. 40% unter dem Durchschnittseinkommen. Die Agrarpolitik des Bundes verfehlt den Verfassungsauftrag einer Einkommensgarantie ganz offensichtlich. Der Staat ist anscheinend nicht gewillt, regulierend in die Märkte einzugreifen.

Welche Möglichkeiten gibt es, um diese Situation zu ändern? Welche Spielregeln braucht der Markt, um

sich fair und nachhaltig zu organisieren?

Die aktuelle Situation ist ja eigentlich paradox, ohne dass das im gesellschaftlichen Bewusstsein angekommen wäre. Obwohl es die ProduzentInnen sind, die die Reichtümer produzieren und die KonsumentInnen diese Produkte brauchen, ist heute die Marktmacht speziell im Lebensmittelsektor fast ausschliesslich in Handel und Verarbeitung geballt. Mit unseren Handlungen können wir jedoch sowohl individuell als auch gemeinsam organisiert viel dazu beitragen, in welche Richtung sich unser Wirtschaftssystem entwickelt. Ein wichtiger Schritt besteht in der Frage: Was brauchen wir eigentlich?

Gegendruck

Wir sind in einem dynamischen System, welches auf Druck reagiert, und diesen Druck müssen wir (für eine Bauerngewerkschaft wie Uniterre selbstverständlich) organisieren. Es geht darum, auf Seite des Angebotes wie auch der Nachfrage der Produktion eine Form zu geben. Auf französisch sagen wir neu «consommacteur», das heisst «aktives Konsumieren». Wir verteidigen nicht nur das bäuerliche Einkommen, wir verteidigen auch das Modell des Bauerns: in vielfältigen, kleinen Strukturen nachhaltig gesunde, genügende, der Bevölkerung zugängliche Nahrung zu produzieren. Bei den Gewerkschaften der

Foto: Heinrich Heer



V.l.n.r.: Christian Butscher, Otto Schmid, Rudi Berli, Peter Moser

Arbeiterbewegung geht es um Lohn und Arbeitsbedingungen, aber nicht darum, was eigentlich produziert wird. Auch bei den Konsumentenorganisationen ist es noch zum Teil so, dass nur nach billig gefragt wird, aber nicht, was wo und wie eigentlich produziert wird.

Vertragslandwirtschaft

Daraus folgt ein wichtiges Prinzip der Vertragslandwirtschaft. Wir als Gemeinschaft wissen, welche Bedürfnisse wir haben, wir artikulieren sie und organisieren die Produktion dementsprechend mittels Verträgen, die sowohl den Interessen der Produzenten als auch denen der Konsumenten entsprechen. Dabei werden Qualität, Menge, Preis, Lieferdaten und Zahlungsart im Voraus bestimmt. Ganz konkret machen wir als Genossenschaft «Jardins de Cognac» einen Vertrag zwischen Produzenten und Konsumenten, das heisst in unserem Fall: 400 Familien und fünf Produzenten. Das Produktionsrisiko wird geteilt, das heisst, dass bei fixem Preis der Ertrag (und damit auch die Lieferung an die Konsumenten) je nach Saisonverlauf unterschiedlich ist. Die gesamte Produktion wird verteilt, und der Anteilspreis, also die Pauschale, die die Konsumenten für ihren Ernteanteil zahlen, ist durch die Produktionskosten (inklusive Arbeitskosten) bestimmt, die wir genau kennen. Dazu ist der Preis noch auf freiwilliger Basis nach dem Einkommen der Konsumenten aufgefüchert, wobei die Differenz zwischen teuerstem und billigstem Anteil ungefähr 25% beträgt. Daneben geht, wie es auch in den «Millenniumszielen» der Vereinten Nationen gefordert wird, schon seit bald 20 Jahren 1% des Gesamtbudgets in Entwicklungsprojekte. Weil jede Arbeit eine angemessene Entlohnung verdient, sind Löhne und Arbeitsbedingungen durchschnittlichen gesellschaftlichen Standards an-

gepasst. Dank vertraglichem Wirtschaften (keine Handelsspanne muss an Händler abgetreten werden) ist dieses sozial faire und nachhaltige System auch wirtschaftlich sehr effizient und kostet die Konsumenten weniger als die Produktion aus den Regalen der Grossverteiler.

Autokonsumenten

Da wir ja vorläufig noch Autokonsumenten sind, kann die Absurdität des aktuellen Marktes und das Potenzial organisierter Nachfrage auch an einem Beispiel aus der Automobilindustrie erläutert werden. Als Autokonsumenten können wir auswählen, was für Leder, Stoff, Kopfstützen, elektronische Extras und Karosseriefarbe das Auto haben soll – aber im Grossen und Ganzen können wir eigentlich nichts bestimmen. Obwohl wir als Konsumenten eigentlich wissen, was wir bräuchten: Autos, die wenig Kraftstoff verbrauchen, nicht schneller fahren als erlaubt, reparierbar sind, solide gebaut, damit sie 50 Jahre halten usw. ... Warum gibt es das nicht? – Diese Nachfrage muss ausgedrückt werden. Den Bedürfnissen muss eine Form gegeben werden. Wenn zum Beispiel 5% der europäischen Bevölkerung sich darüber einig werden und einen Vertrag in Aussicht stellen, findet sich auch ein Produzent, der dieses Auto herstellt.

Faire Preise

Für Uniterre als Gewerkschaft ist es grundsätzlich wichtig, produktionskostendeckende Preise zu fordern (Fr. 1.– Produzentenpreis pro kg Milch/Getreide): Fairness muss irgendwie benannt werden. Aber Marktanteile zu sichern und mit Menge auf den Markt zu kommen, war bisher vielen wichtiger als einen fairen Preis zu bekommen, und so fordern die Produzenten auch noch zu selten geschlossen, was sie eigentlich als minimalen Preis brauchen. Es ist ein

grosser Schritt zu sagen, das ist der Preis, den wir brauchen, sonst können wir nicht produzieren.

In Österreich wird seit zwei Jahren «A faire Milch» verkauft. Dieses Label gehört einer Milchproduzentenorganisation, die die Bündelung der Produzenten vorantreibt. Die bei «A faire Milch» unterzeichnenden Produzenten bekommen den Mehrwert der unter dem Label mit Aufpreis (bezogen auf den aktuellen Milchpreis) von 10 Eurocent verkauften Milchmenge, auf die Gesamtheit der am Projekt teilnehmenden Produzenten aufgeteilt. «A faire Milch» ist Teil der Strategie zur Erlangung von Marktmacht.

Modellregion

In Genf gibt es seit vier Jahren ein lokales Label «Genève Région,

Terre Avenir», welches dem Kanton Genf gehört, das über die Produktionsmethode und den Namen des Produzenten informiert und faire Arbeitsbedingungen für die Angestellten und einen fairen Produzentenpreis garantiert.

In ganz Europa entwickeln sich Projekte lokaler Vertragslandwirtschaft in unterschiedlichen Formen, in den nächsten zwei Jahren wird diese Entwicklung auch in der Schweiz stark wachsen und so den Druck zu Fairness auf den Grosshandel verstärken. Gleichzeitig werden in diesem Zeitraum Produzentenorganisationen gemeinsam mit Konsumentenorganisationen eine neue, faire Marktordnung in die Wege leiten.

Rudi Berli, Biogemüseproduzent und Sekretär Uniterre

Dahinter stehen 40 Jahre Bio-Süssmost Tradition



Seit 40 Jahren wird in der Mosterei Möhl Bio-Süssmost aus Demeter- und Knospenqualität gepresst. Das Obst stammt vor allem von Hochstamm-Bäumen der Bio-Bauern aus der nächsten Umgebung, deren Höfe und Baumbestand nach den Richtlinien der BIO SUISSE bewirtschaftet werden. Der frisch gepresste Saft wird unter Kohlendruck eingelagert. Erhältlich in Retourflaschen beim Getränkehändler oder im Reformhaus.

MÖHL

Mosterei Möhl AG, 9320 Arbon
Tel. 071 447 40 74
www.moehl.ch

BIO
SUISSE