



„fair“ und „regional“

-Neue Trends auf dem wachsenden Biomarkt

Prof. Dr. Martina Schäfer



Gliederung

- Ausgangssituation
- Verschiedene Initiativen in Deutschland:
- Verbände
- Regionale Initiativen
- Vergleich der Ansätze
- Schlussfolgerungen



Ausgangssituation

- Wachsender Biomarkt: Anonymität, Preisdruck und Konkurrenz nehmen zu
- Landwirte profitieren kaum vom Bio-Boom
- Transparenz für Verbraucher(innen) ist nicht mehr gewährleistet



Plus“

Ausdifferenzierung in Richtung „Bio-



Verschiedene Initiativen in Deutschland

a) Verbände

- Naturland
- Bio-Kreis
- Demeter



Naturland: „Faire Partnerschaften“

- Übertragung „Fair-Trade-Prinzipien“ auf den ökologischen Landbau in Deutschland
- Kriterien:
Soziale Verantwortung, langfristige Handelsbeziehungen, faire Erzeugerpreise, regionaler Rohstoffbezug, gemeinsame Qualitätssicherung, Unterstützung von Projekten
- Auszeichnung von 3 Betrieben auf der BioFach 2006: Lammsbräu, Hofpfisterei, Milchwerke Berchtesgadener Land



Biokreis: regional & fair-Initiative

- Regionaler Anbauverband mit 840 Mitgliedern (inkl. Verarbeiter und Gastronomie)
- Schwerpunkt: regionaler Bezug von Rohstoffen (200 km Umkreis), faire Handelsbeziehungen
- Zertifizierung und Vergabe Logo durch Ethikrat
- Bisher 11 Verarbeitungsunternehmen ausgezeichnet (z.B. auf BioFach 2007)





Demeter: Gerechtes Wirtschaften

- Diskussionsprozess über gerechtes Wirtschaften wurde Ende 2008 begonnen
- Meinungsbildung über mögliche soziale Standards sowie Kriterien für faires Miteinander
- Selbstverpflichtung oder Kontrolle?
- Pilotprojekte durch demeter Schweiz: Verabschiedung Sozial-Charta und Marktgespräche





Verschiedene Initiativen in Deutschland

b) Regionale Initiativen

- Bestes Bio – Fair für alle
- Regionalwert AG
- Fair & regional-Initiative Berlin-Brandenburg



Bestes Bio – Fair für alle

- Bundesweite Initiative: Produzenten, Verarbeiter und Handel (Betriebe Anbauverbände, Fachhandel)
- Kriterien:
Faire Wirtschaftsbeziehungen, Umwelt- und Klimaschutz, Soziales Engagement, Regionalität (Bundesgebiet) und qualitätsorientierter Handel
- Zertifizierung durch externe Kontrollstelle
- Erarbeitung Marketingkonzept



Bestes *Bio*-Fair für alle

Eine Initiative von Unternehmen aus der Bio - Lebensmittelbranche



Regionalwert AG

- Bürgeraktiengesellschaft mit dem Ziel der Stärkung regionaler Bio-Wertschöpfungsketten
- Gegenüber den Aktionären wird neben der ökonomischen Entwicklung die „sozial-ökologische Rendite“ dargestellt
- Kriterienkatalog erstellt von einem wissenschaftlichen Institut

Regionalität (100 km), ökologische Standards, Arbeitsqualität, Entlohnung, Engagement in der Region
Transparenz gegenüber Verbraucher/innen





Fair & regional-Initiative Berlin-Brandenburg

- Zusammenschluss von Erzeugern, Verarbeitern (Anbau-betriebe) und Fachhandel: Stärkung regionaler Wert-schöpfungsketten, Existenzsicherung der Betriebe, Transparenz gegenüber den Verbraucher/innen
- Verabschiedung einer fair®ional-Charta
- Selbstverpflichtung, über höhere Verbindlichkeit wird derzeit diskutiert





Fair & regional- Charta für Berlin-Brandenburg

<p>Handelsbeziehungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - verbindliche Abnahme- und Lieferverträgen vereinbaren - gemeinsame Anbau- und Mengenplanung vornehmen - existenzerhaltende Erzeugerpreise zahlen - sich gegenseitig in Notlagen unterstützen
<p>Soziales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ausbildungsplätze schaffen und erhalten - betriebliche Weiterbildungsmaßnahmen anbieten - regionale Sozialprojekte unterstützen - geeignete Maßnahmen für die Wissens- und Erfahrungsvermittlung ergreifen
<p>Umwelt</p>	<ul style="list-style-type: none"> - erneuerbare Energien unterstützen und einsetzen - Verpackungsmüll wo möglich reduzieren - Veröffentlichung der Umweltaktivitäten
<p>Transparenz</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Transparenz in den Betrieben schaffen - die Öffentlichkeit ausführlich über das eigene Handeln informieren - Stellung zu regionalen Themen beziehen
<p>Regionalität</p>	<ul style="list-style-type: none"> - regionale Rohstoffe beziehen - regionale Hersteller unterstützen - regionale Produkte kenntlich machen - die Vorteile der Regionalität kommunizieren

**fair &
regional.**

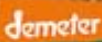
BIO BERLIN-BRANDENBURG



**Demeter-Bauern
aus Brandenburg.**

www.landbrot.de



BROTBACKEREI 

B EC 5714

Vergleich der Ansätze

Gemeinsamkeiten

- Sehr ähnliche Kriterien: einzelbetriebliche Standards und Kriterien für das Miteinander, Grundlage häufig IFOAM-Prinzipien, Diskussion um CSR
- Meistens Mitglieder der gesamten Wertschöpfungskette; z.T. nur Zertifizierung von Verarbeitungsbetrieben
- Häufig Konzentration auf Anbauverbände und Fachhandel: Möglichkeit der Differenzierung
- kaum andere Strukturen der Zusammenarbeit

Vergleich der Ansätze

Unterschiede

- Innerhalb der Initiativen und zwischen den Initiativen unterschiedliche (Haupt-)Interessen/ Beweggründe
- unterschiedliche Verbindlichkeit: von Selbstverpflichtung bis zu Zertifizierung, bisher kaum innovative Modelle
- Initiativen unterschiedlich weit mit Marktauftritt, noch keine Aussagen über Verbraucherreaktion



Schlussfolgerungen

- Thema der „Rückbesinnung auf alte Werte“ und der Festlegung auf zusätzlichen „Mehrwert“ ist hochaktuell
- „Fairer Handel“ lässt sich wahrscheinlich auf der regionalen Ebene besser verwirklichen/ nachvollziehen
- Verbindlichkeit der Kriterien ist strittig: Green Washing/ hohe Regeldichte/ „Soziales“ kann nicht verordnet werden
- „Hase und Igel“: Gefahr, dass der konventionelle Handel schneller/ plakativer ist

