

# Weiterentwicklung mit Rückbesinnung

Kriterien für Bio&Fair-Initiativen in Deutschland

von Anke Schekahn und Anneke Jostes

*Die Entwicklung der Biobewegung zur Biobranche ist nicht nur durch einen höheren Absatz von Bio-Produkten, sondern auch durch Strukturwandel und Preisdruck gekennzeichnet. Die Werte, mit denen viele „Bios“ einmal angetreten sind, drohen auf den unübersichtlicher und anonymen werdenden Märkten verloren zu gehen. Der Kostendruck wird tendenziell an die „unteren“ Stufen der Wertschöpfungskette weitergeben: an die Landwirte. Die „Konventionalisierung“ des Ökologischen Landbaus schreitet weiter voran und zeigt sich an relativ sinkenden Erzeugerpreisen und zum Teil fragwürdigen Arbeitsbedingungen, die auch in der Biobranche zu finden sind – wie generell in Landwirtschaft, Handel und Lebensmittelindustrie. Inzwischen ist die Fairness-Debatte für heimische Lebensmittel in der Ökoszene kein Randthema mehr. Mit steigendem Erfolg der verschiedenen Initiativen werden jedoch auch Trittbrettfahrer angezogen. Umso wichtiger ist es, glaubwürdig zu bleiben. Die Fairnesskriterien müssen kontinuierlich weiterentwickelt und ihre Überprüfbarkeit nach außen vermittelt werden. Der vorliegende Artikel beschreibt diese Ansätze und die damit verbundenen Schwierigkeiten am Beispiel des BioFairVereins. Zudem werden in dem Beitrag Möglichkeiten aufgezeigt, wie auch die Erzeuger und der Handel in ein Bio&Fair-Konzept mit eingebunden werden können.*

Schon früh hat das AgrarBündnis die Zeichen der Zeit erkannt und eine Debatte über die Werte des Ökologischen Landbaus mitinitiiert. Bereits 2004 gab es die erste Tagung zum Thema – zu einer Zeit, als „Bio“ gerade anfang, von der Bewegung zu einer Branche mit unterschiedlichen Interessenslagen und Entwicklungsstrategien zu werden (1). Drei Jahre später folgte die nächste Tagung zum Thema „Fairness und Ethik im Ökologischen Landbau“ (2), auf der bereits erste Bio&Fair-Initiativen vorgestellt und Fairness-Kriterien diskutiert wurden. Vor allem die Diskussion um zu niedrige Milchpreise (auch im Biobereich) hat die Debatte in die breitere Öffentlichkeit hineingetragen. Die Forderung der Erzeuger „5 Cent mehr für die Bauern“ und der Erfolg der „Erzeuger-fair-Milch“ der Upländer Bauernmolkerei erregte bundesweit Aufsehen; inzwischen geht es bereits um Fairness entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Auch jenseits der Öko-Branche werden faire Wettbewerbsbedingungen für die Land- und Lebensmittelwirtschaft zunehmend thematisiert. Agrarkommissar Ciolos sprach bei einer Konferenz Mitte Juli 2010 zur Reform der europäischen Agrarpolitik in seiner Abschlussrede von „neuen Beziehungen zwischen den verschiedenen Akteu-

ren der Lebensmittelkette“ und bezog sich damit auch indirekt auf das europäische Wettbewerbsrecht.

Doch leider wird inzwischen auch der Begriff „Fair“ so inflationär ge- oder eher missbraucht wie der Begriff „Nachhaltigkeit“. Discounter, Supermarktketten, Autohändler, Versicherungen ... alle werben mit „Fair“. Das Thema trifft offensichtlich einen Nerv der Gesellschaft und animiert auch Unternehmen dazu, sich mit der Fairness-Fahne zu schmücken, die zuvor eher mit Werbung im Sinne von „Geiz-ist-geil“ aufgefallen waren.

Bislang haben die Bio-Anbauverbände keine verbändeübergreifende Position bezogen und auch für sich selbst keine Fairness-Kriterien zum Bestandteil ihrer Verbandsprüfung gemacht. Lediglich die beiden Anbauverbände Biokreis und Naturland bieten eine freiwillige Zusatzzertifizierung an (siehe Kasten). Den Bestrebungen der Bio&Fair-Initiativen, Fairness-Kriterien glaubwürdig zu definieren, kommt somit eine große Bedeutung zu. Denn sie stellen die Werte, die in der öffentlichen Diskussion erst allmählich ihren Niederschlag finden, bereits jetzt explizit heraus und versuchen diese umzusetzen. Damit übernehmen sie eine wichtige Vorreiterrolle.

## Der Verein „Bestes Bio – Fair für alle“

Der Verein „Bestes Bio – Fair für alle“ (kurz BioFairVerein) ist eine bundesweite, verbändeübergreifende Initiative, die von Verarbeitern aus der Bio-Lebensmittelbranche gegründet wurde. Die Unternehmen beziehen ihre Rohstoffe so weit es geht regional; die Vermarktung erfolgt in der Regel aber überregional.

Ziel des BioFairVereins ist es, ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass Fairness auch vor der eigenen Haustür ein Thema ist. Verbraucherinnen und Verbrauchern sollen die hinter den Lebensmitteln stehenden Werte vermittelt werden.

Die Unternehmen wollen sich damit auch auf dem immer unübersichtlicher werdenden Bio-Massenmarkt durch Qualität und Glaubwürdigkeit profilieren. Perspektivisch soll die ganze Wertschöpfungskette, also auch der Handel und die Erzeuger, mit einbezogen werden.

Der BioFairVerein hat Kriterien und ein Prüfkonzept entwickelt, auf dessen Grundlage ein Label vergeben wird. Es gibt drei Mindestvoraussetzungen, die ein Unternehmen erfüllen muss, um sich zertifizieren zu lassen.

1. Die Wirtschaftsweise des Unternehmens muss sich an den Richtlinien der Bio-Anbauverbände orientieren, die über die

EG-Ökoverordnung hinausgehen. Eine Verbandsmitgliedschaft wird aber nicht vorausgesetzt.

2. Bio&Fair gelabelte Produkte dürfen nicht in Discountern verkauft werden.
3. Das Unternehmen muss mindestens 50 Prozent Verbandsware verarbeiten und mindestens 60 Prozent seiner Rohstoffe aus Deutschland beziehen.



Die Prüfung und Auswertung erfolgt von einem staatlich anerkannten Prüfinstitut und kann zusammen mit der EG-Öko- oder der Verbandsprüfung durchgeführt werden.

Oberkriterien des Prüfkonzeptes sind: Faire Wirtschafts- und Handelsbeziehungen, soziale Verantwortung, Qualität, Umwelt- und Klimaschutz sowie Regionalität. Diese wiederum sind in einzelne Unterkriterien aufgegliedert. Bei der Prüfung werden hierfür Punkte vergeben. Das Unternehmen muss für die Labelnutzung nicht alle Kriterien erfüllen, aber eine bestimmte Mindestpunktzahl erreichen.

Internet: [www.biofairverein.de](http://www.biofairverein.de)

## Fairness – kein Fall für die Checkliste?

Es ist eine große Herausforderung, Werte so in Kriterien „herunterzubrechen“, dass sie glaubwürdig und überprüfbar sind. Nicht immer lassen sich die hinter den Fairness-Kriterien stehenden Werte in Handlungsnormen umsetzen. Fairness beinhaltet zum Beispiel mehr als ökonomische Kriterien wie tarifliche Bezahlung oder festgelegte Rohstoffpreise. Es geht auch um Zufriedenheit am Arbeitsplatz oder einen vertrauensvollen Umgang zwischen den Partnern der Wertschöpfungskette. Dies kann leicht formuliert, aber nur äußerst aufwändig überprüft werden. Ein Prüfkonzept muss aber praxistauglich sein, das heißt der zeitliche und finanzielle Mehraufwand darf ein gewisses Maß nicht übersteigen.

Die jüngste Vergangenheit zeigt: Manche Werte, zunächst von einer Minderheit vertreten und praktiziert, setzen sich nach einiger Zeit durch und werden gesetzlich festgeschrieben. Ein Beispiel ist das Verbot der herkömmlichen Käfighaltung für Legehennen oder die Einführung der Ferkelkastration unter Betäubung. Darum ist es richtig, dass die Bio&Fair-Initiativen auch Kriterien benennen, die zunächst nicht prüfbar oder nur eine Zielvorgabe sind. Durch fortlaufende Diskussionen können diese weiterentwickelt und in der Gesellschaft verankert werden. In diesem Sinne sind die nachfolgenden Definitions- und Prüfansätze der einzelnen Kriterien zu verstehen; nicht

als alleingültiges, fertiges Bio&Fair-Konzept, sondern als Schritt in Richtung einer nachhaltigen Produktions- und Konsumkultur.

### *Auf Gegenseitigkeit setzen*

Faire Wirtschafts- und Handelsbeziehungen bilden einen wichtigen Grundpfeiler des Bio&Fair-Konzeptes. Sie ermöglichen es, Marktschwankungen auszugleichen und bieten den Betrieben Planungssicherheit.

Es gibt keine allgemeingültigen fairen Preise, da die Unterschiede zwischen den einzelnen Betrieben und den Regionen, in denen sie liegen, zu groß sind. Erzeuger und Verarbeiter legen Preise deshalb gemeinschaftlich unter Berücksichtigung der Markt- und Produktionsbedingungen fest. Ziel ist es, allen ein angemessenes Einkommen zu sichern und sowohl die Erzeuger- als auch die Verarbeitungsbetriebe mit ihren Arbeitsplätzen langfristig zu erhalten. Als Orientierung werden Preise im oberen Drittel marktüblicher Preise für regionale Ware angestrebt.

Faire Wirtschafts- und Handelsbeziehungen funktionieren nur, wenn alle Handelspartner mitziehen: der Verarbeiter also keine Tiefpreise für die Rohstoffe zahlt, auch wenn dies aktuellen Marktpreisen entspräche, und umgekehrt der Landwirt in einer Hochpreisphase keine Höchstpreise verlangt oder zu einem Abnehmer wechselt, der mehr zahlt. Besonders die *Langfristigkeit* der Handelsbeziehung ist somit ein wichtiges, im Rahmen einer

Kontrolle auch prüfbares Indiz für Fairness zwischen den Handelspartnern.

An diesem Beispiel wird deutlich, dass sich Fairness nur bedingt an „harten Fakten“ festmachen lässt. Eine Berechnung der Produktionskosten und eine großflächige Datenerfassung zu Marktpreisen, welche bei den Preisverhandlungen zur Orientierung herangezogen werden könnten, sind nur mit großem Aufwand zu realisieren. Zudem ist der konkrete Nutzen einer solch breiten Datengrundlage gering. Bauern und Verarbeiter wissen aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung, welche Preise sie brauchen bzw. auszahlen können. Es erfolgt zwar eine grobe Orientierung an marktüblichen Preisen, die oft extremen Marktschwankungen werden aber nicht mitgemacht.

Da es schwierig ist, einen fairen Umgang miteinander anhand objektiver Kriterien zu überprüfen, ist es umso wichtiger zu beschreiben, wie ein faires Miteinander aussieht und seine Bedeutung hervorzuheben. So könnte ein Verhaltenskodex den Mitgliedern eine Orientierungshilfe bieten und es könnte eine Schlichtungsstelle eingerichtet werden, die eine Vermittlerrolle bei Konflikten zwischen Marktpartnern einnimmt. Durch diese Maßnahmen würde auch nach außen eine höhere Glaubwürdigkeit erzielt werden.

#### *Soziale Verantwortung übernehmen*

Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen, ist ebenfalls eine Triebfeder für die Entwicklung des Ökologischen Landbaus. Als Bio&Fair-Kriterium wird soziale Verantwortung in zwei Bereiche unterteilt. Zum einen geht es um das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen, das sich beispielsweise in der Unterstützung von Initiativen und Projekten zeigt, die sich für Nachhaltigkeit und Umweltschutz engagieren. Dieser Punkt ist leicht zu überprüfen.

Zum anderen geht es aber auch um die innerbetriebliche Verantwortung. Dieser Punkt gestaltet sich als wesentlich komplexer und ist entsprechend schwieriger zu kontrollieren. Im Bio&Fair-Konzept gilt bisher folgende Richtschnur:

- Sozialversicherungspflichtige Beschäftigungsverhältnisse und angemessene Löhne werden angestrebt.
- Ausbildungsmöglichkeiten für Lehrlinge, Trainees, Praktikanten werden angeboten.
- Es werden Weiterqualifizierungsmöglichkeiten für das Personal ermöglicht.
- Dauerhafte Leiharbeit, befristete Arbeitsverträge und Niedriglöhne entsprechen nicht dem Selbstverständnis der Unternehmen.

Bislang liegt in der öffentlichen Diskussion um faire Arbeitsbedingungen der Fokus meist auf der Entlohnung. Unternehmen geraten leicht in die Kritik, wenn sie ihre Angestellten nicht nach Tarif bezahlen (können). Doch zu

einer Zufriedenheit mit der Arbeit gehört mehr. Allerdings darf der Verweis auf ein gutes Betriebsklima oder eine ökologisch sinnvolle Arbeit kein Alibi für Niedriglöhne sein. Hier ist eine breite gesellschaftliche Debatte erforderlich. Ein Austausch zwischen Bio&Fair-Initiativen und anderen gesellschaftlichen Organisationen wie etwa den Gewerkschaften ist notwendig, um die jeweiligen Sichtweisen und Rollen zu verstehen. Daraus können dann weiterreichende Kriterien wie beispielsweise familienfreundliche Arbeitszeiten oder Mitbestimmungsmöglichkeiten entwickelt werden. Anregungen hierfür bietet zum Beispiel der Kriterienkatalog des Deutschen Gewerkschaftsbundes „Index Gute Arbeit“ (3). Er zeigt zudem auf, wie vielschichtig das Thema ist.

#### *Auf Produkt- und Prozessqualität achten*

Die Bio&Fair-Unternehmen vertreten einen Qualitätsbegriff, der sowohl die Produkt- als auch die Prozessqualität umfasst. Zur Prozessqualität gehören das Herstellungsverfahren sowie die sozialen und ökologischen Aspekte, die in den anderen Bio&Fair-Kriterien festgelegt sind. Hierin liegt der besondere Mehrwert der Bio&Fair-Produkte.

Die Unternehmer müssen nach den Richtlinien der anerkannten Anbauverbände wirtschaften, eine Verbandsmitgliedschaft ist aber nicht vorgeschrieben. Teilmustellungen von Betrieben sind nicht zulässig. Eine über die Verbandsrichtlinien hinausgehende Definition von Produktqualität ist schwierig. Ansätze zur Zertifizierung wie beispielsweise anonymisierte Sensorik-Tests sind sehr aufwändig und in der Praxis für die Unternehmen zeitlich und ökonomisch nicht tragbar.

#### *Umwelt- und Klimaschutz beachten*

Es ist seit jeher ein wichtiges Anliegen der Bio-Unternehmen, unsere natürlichen Lebensgrundlagen zu erhalten. Heute gilt der Klimaschutz unbestritten als zentrale Herausforderung. Die Bio&Fair-Unternehmen berücksichtigen folgende Kriterien:

- Sie nutzen erneuerbare Energien.
- Bei Neuanschaffungen, Bau- und Umbaumaßnahmen achten sie auf Energieeffizienz.
- Beim Bezug bzw. der Entsorgung von Verpackungsmaterialien werden Umweltschutzaspekte besonders berücksichtigt.

Es ist wahrscheinlich, dass mit neuen Erkenntnissen weitere Kriterien in die Richtlinien aufgenommen werden.

#### *Regionalität definieren*

Die Bio&Fair-Unternehmen sind bestrebt, ihre Rohstoffe möglichst aus der unmittelbaren Region zu beziehen. Dadurch sollen regionale Strukturen und der Erhalt der Kulturlandschaft gefördert werden. Die direkte Verbin-

## Öko & Fair aus einer Hand: das Beispiel Naturland

von Carsten Veller

Auf der BioFach 2010 in Nürnberg stellte Naturland seine neuen Fair-Richtlinien vor. Mit diesen ermöglicht Naturland allen seinen Mitgliedern und Partnern in Deutschland und International eine freiwillige zusätzliche Fair-Zertifizierung nach strengen Kriterien. Neben einzelnen Produkten besteht erstmals die Möglichkeit das gesamte Unternehmen zertifizieren zu lassen. Als erste Betriebe mit Naturland Fair-zertifizierten Produkten präsentierten sich die Fair Handelsorganisationen dwp, BanaFair und die Milchwerke Berchtesgadener Land. Damit sind seit 2010 Rooibosh-Tee aus Südafrika, Bananen aus Ecuador und Milchprodukte aus Bayern mit dem bekannten Naturland Zeichen und dem Zusatz „Fair“ ausgezeichnet im Handel. Es handelt sich dabei nicht um ein neues Logo, sondern um eine Erweiterung zum bekannten Naturland Zeichen. Zusätzliche Lizenzgebühren, die bei einem externen Fair-Logo entstehen würden, entfallen dadurch.

Den Anstoß zur Entwicklung eines Naturland Fair Logos gaben Erzeuger und Verarbeiter. Strenge Fair-Kriterien, die international wie auch in Deutschland anwendbar und mit einem hohen Öko-Standard kombiniert sind, gab es bisher nicht. Die Einführung der Naturland-Sozialstandards im Jahre 2005 und



die über 20-jährige Zusammenarbeit mit Fairhandelshäusern lieferten eine gute Grundlage für die Entwicklung der Fair-Zertifizierung. Die Naturland Fair-Richtlinien stellen somit ein konsequentes Ergebnis eines lang gewachsenen Prozesses dar.

Sieben Richtlinienanforderungen müssen fair-zertifizierte Naturland-Mitglieder und -Partner erfüllen:

- **Soziale Verantwortung (Sozialrichtlinien)**  
Gerechte Bezahlung, Versammlungsfreiheit, Einhaltung der Menschenrechte, keine Kinderarbeit etc.
- **Verlässliche Handelsbeziehungen**  
Langfristige, respektvolle Zusammenarbeit mit allen Handelspartnern
- **Faire Erzeugerpreise**  
Partnerschaftliche Preisfindung zur Deckung der Produktionskosten und Erwirtschaftung eines angemessenen Gewinns
- **Regionaler Rohstoffbezug**  
Vorrang für Betriebsmittel und Rohstoffe aus der Region
- **Gemeinschaftliche Qualitätssicherung**  
Vertrauensvolle Zusammenarbeit der Handelspartner, gemeinsames Risikomanagement

dung zwischen Erzeuger und Verarbeiter erleichtert außerdem das gegenseitige Verstehen.

Der BioFairVerein (siehe Kasten) nennt Deutschland als Region, aus der mindestens 60 Prozent der Rohstoffe kommen müssen. Für Grenzregionen gilt ein Umkreis von 200 Kilometern. Dieses Kriterium ist konkret prüfbar. Praktisch beziehen die Unternehmen ihre Rohstoffe meist aus einem engeren Radius. Eine produktgruppenspezifische Definition von Regionalität ist für einen Verein nach außen schwer zu vermitteln. Die Bio&Fair-Unternehmen müssen deshalb selbst darstellen, wie sie Regionalität zusätzlich zur Richtliniendefinition umsetzen.

Formulierungen wie „regionaler Rohstoffbezug“ oder „80 Prozent der Rohstoffe kommen aus der Region“ klingen zwar besser, sagen aber letztlich wenig aus, wenn „Region“ nicht konkret definiert und nicht ersichtlich ist, wie die gängige Ausnahmeklausel „soweit in ausreichender Qualität und Menge vorhanden“ gehandhabt wird.

### Die ganze Wertschöpfungskette erfassen

Fairness kann keine Einbahnstraße sein. Sie muss wechselseitig von Verarbeitern, Erzeugern und Händlern prak-

tiziert werden. Um die Prozessqualität entlang der gesamten Wertschöpfungskette sicherstellen und das gegenüber Verbrauchern auch glaubwürdig vermitteln zu können, ist es ein wichtiges Ziel, die Landwirte und den Handel zukünftig mit ins Bio&Fair-Konzept einzubinden.

#### *Die Erzeuger einbinden ...*

Im Konzept des BioFairVereins sind die Erzeuger bislang indirekt einbezogen. Die Verarbeiter zahlen den Bauern faire Preise und gehen langfristige Handelsbeziehungen ein. Das kann auf Dauer aber nur funktionieren, wenn sich beide Seiten zu einer fairen Partnerschaft bekennen.

Hier bietet sich als eine Möglichkeit ein Partnerschaftsvertrag zwischen Erzeugern und Verarbeitern an. Die Erzeuger bekennen sich zu den Bio&Fairen Werten eines partnerschaftlichen Umgangs und tragen diesen aktiv mit. Der Vertrag sollte in einzelnen Punkten individuell gestaltbar sein, um der Vielfalt der Betriebe und Unternehmen gerecht zu werden. Zu regeln sind zum Beispiel einvernehmliche Festlegung von Liefer- und Handelskonditionen wie Vorverträge und Preiskorridore, der Umgang mit Qualitäts- und Mengenschwankungen sowie die Einhaltung der gesetzlichen Mindeststandards für Mitarbeiter und vor allem für Saisonkräfte. Die Hemmschwelle für

### ■ Gesellschaftliches Engagement

Investition in Arbeitsplätze, Umwelt-, Sozial-, Gesundheits-, Kultur- und Bildungsprojekte

### ■ Unternehmensstrategie und Transparenz

Fair-Gedanke im Leitbild und schriftliche Dokumentation

Die bisher getrennten Kontrollen von Öko und Fair können zusammengelegt werden. Das bedeutet eine Zeit- und Kostenersparnis für Erzeuger wie Verarbeiter. Durch die Fair-Zertifizierung kommt ein Diskussionsprozess bei allen Handels-Beteiligten in Gang, der zum Erhalt der Öko-Branche beitragen soll. Arbeitsplätze in der Region sollen erhalten sowie ausgebaut werden, die Wertschöpfung bleibt in der Region. Deutsche und internationale Fair-Rohstoffe sollen stärker kombiniert werden. So sollten in einem fairen Straciattella-Joghurt aus Deutschland oder einer fairen Tafel Schokolade mit Kakao aus Bolivien die Schokolade wie auch die Milch aus fairem Handel stammen. Das führt zu einer gegenseitigen Anerkennung der geleisteten Arbeit sowie zu neuen Absatzwegen für faire Produkte aus dem Norden wie aus dem Süden. Erste Symbolprodukte dieser Art sind in Planung.

Die Rückmeldungen der interessierten Unternehmen und Bauern nach den ersten Gesprächen sowie Kontrollen sind durchweg positiv. Auch wenn die Anforderungen hoch sind und damit die Zunahme der fair zertifizierten Naturland-Produkte langsam und organisch verlaufen wird, ist ein steigendes Interesse zu verzeichnen. Neben den Milchprodukten von den Milchwerken Berchtesgadener Land sind die ersten Nudeln von

terra bio, einer Genossenschaft aus Italien, fair zertifiziert. Auch Direktvermarkter wie der Archehof Schlickerrieder aus Otterfing in Bayern erhielten bereits die Fair-Zertifizierung. Zum Redaktionsschluss standen neben den Produkten aus den Ländern des Südens weitere Getreideprodukte, Fisch, Säfte und Leinöl aus dem Norden in der Warteschleife für eine Fair-Zertifizierung.

Das Fair-Engagement von Naturland auch im Norden honoriert die bäuerlichen Leistungen, die von den Öko-Betrieben für den ländlichen Raum, für die Kulturlandschaft wie auch für die Gesellschaft erbracht werden. Das Höfesterben geht unvermindert weiter und gerade kleine bäuerliche Familienbetriebe können die steigenden bürokratischen Anforderungen sowie die geforderten Diversifizierungen nicht umsetzen. Warum kann heute ein Bauer nicht mehr von seinen Kühen alleine leben? Diese Frage muss gestellt und beantwortet werden. Die Naturland Fair-Aktivitäten bereichern die Diskussion über die Wertschätzung von Lebensmitteln und weisen Alternativen zur Strategie des „Immer billiger“ auf.

### Autor

Carsten Veller, Naturland e.V.

Kleinhadermer Weg 1

82166 Gräfelfing

E-Mail: c.veller@naturland.de

[www.naturland.de/fairzertifizierung.html](http://www.naturland.de/fairzertifizierung.html)

eine Partnerschaft ist gering, da keine externen Kontrollen durchgeführt werden.

Eine Zertifizierung zusammen mit der jährlichen EG-Öko- bzw. der Verbandskontrolle bietet gegenüber einem Partnerschaftsvertrag eine größere Sicherheit für die Produktkette und eine bessere Transparenz für die Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Prüfkriterien können in Anlehnung an die Verarbeiterrichtlinien formuliert werden.

### ... und den Handel

Der Einzelhandel ist die Schnittstelle zwischen Verarbeitern und Kunden. Er spielt deshalb bei der Wertevermittlung an die Verbraucher eine zentrale Rolle. Viele Kunden vertrauen „ihrem“ Bio-Laden und gehen davon aus, dass dort „bio“ auch „fair“ bedeutet.

Bisher sind Kontrollen im Handel selten, in Zukunft werden jedoch mehr Läden nach EG-Öko-Verordnung kontrolliert werden, da solche Kontrollen für Läden, die Ware abpacken oder einen Internethandel, ein Bistro, ein Stehcafé oder einen Mittagstisch betreiben, verpflichtend werden. Hinzu kommt, dass der Blick auch auf den Bio-Handel kritischer wird – er muss seine Glaubwürdigkeit unter Beweis stellen.

Auch der Einzelhandel könnte entweder über ein Partnerladenkonzept oder eine Zertifizierung eingebunden werden. Ein Partnerladen bekennt sich über den Partnerschaftsvertrag zu den Bio&Fair-Werten, gesonderte Kontrollen werden jedoch nicht durchgeführt. Stattdessen besuchen einzelne Mitglieder der Initiative die Läden um festzustellen, ob der Bio&Fair-Ansatz vertreten und konkret umgesetzt wird.

Bei einer Ladenzertifizierung durch ein staatlich anerkanntes Prüfinstitut kommen weitere Kriterien in Anlehnung an die Verarbeiterkriterien hinzu. Wie bei den Erzeugern sprechen eine höhere Glaubwürdigkeit und Transparenz für die Zertifizierung.

Der Großhandel kann mit seiner Flaschenhalsfunktion zwischen Herstellern und Einzelhandel im Bio&Fair-Konzept zwei wichtige Aufgaben erfüllen: Er kann gegenüber dem Einzelhandel über Schulungen, Beratungen, Kennzeichnungen im Großhandelskatalog das Bio&Fair-Konzept vermitteln. Und er kann seine Qualitätskontrollen zum Beispiel mit dem Monitoring für Obst und Gemüse des Bundesverbandes Naturkost Naturwaren, Herstellung und Handel (BNN) durchführen. Auch für den Großhandel wären sowohl eine Partnerschaft als auch eine Zertifizierung denkbar.

## Folgerungen & Forderungen

- Die Bio&Fair-Initiativen liefern mit ihren Konzepten für bio&faire Wertschöpfungsketten Argumente für die europäische Debatte um die Weiterentwicklung der Agrarpolitik und zeigen Wege für eine nachhaltige Konsumkultur auf.
- Die Fairness-Kriterien beruhen auf Werten, die die gesamte Gesellschaft betreffen und gewinnen auch jenseits der Öko-Branche zunehmend an Bedeutung. Deshalb ist es wichtig, verstärkt andere gesellschaftliche Gruppen wie Gewerkschaften oder Kirchen in die Diskussion einzubeziehen.
- Verbraucherinnen und Verbrauchern muss noch stärker vermittelt werden, warum Fairness auch vor Ort eine Rolle spielt, denn bislang ist das Werte-Bewusstsein (außer vielleicht bei Milch) in Bezug auf heimische Lebensmittel noch nicht ausgeprägt.
- Die Definitionen und Prüfansätze müssen immer weiterentwickelt werden, insbesondere im Hinblick auf den Umgang mit den „weichen“ Fairness-Kriterien. Auch die Prüfinstitute müssen ihre Kontrollkompetenzen entsprechend erweitern. Checklisten allein greifen zu kurz. Nur so bleiben die Initiativen glaubwürdig.
- Konkrete Bio&Fair-Projekte oder das Thema Bio&Faire Wertschöpfungsketten sind bislang vor allem im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau gefördert worden. Diese Unterstützung sollte aus den zuvor genannten Gründen fortgeführt werden.

### Hinweis

Der vorliegende Beitrag basiert auf dem Leitfaden für Erzeuger, Verarbeiter und Handel „Zukunft braucht Werte: Bio&Fair“, der im Rahmen eines vom Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) geförderten Forschungsprojektes zum Thema „Bio&faire Wertschöpfungsketten“

erstellt wurde. Das Projekt führte das Kasseler Institut für ländliche Entwicklung e.V. durch.

*Abschlussbericht:* A. Schekahn, A. Jostes, S. Lilienfeld und U. Rueben (2010): Pilotprojekt zur Entwicklung und Umsetzung eines qualitätsorientierten Fair-Preis-Konzepts entlang der Wertschöpfungskette im Bereich der ökologischen Land- und Lebensmittelwirtschaft (Download: [www.bundesprogramm.de/fkz=08OE132](http://www.bundesprogramm.de/fkz=08OE132)).

*Leitfaden:* A. Schekahn und A. Jostes: Zukunft braucht Werte: Bio&Fair. Leitfaden für Erzeuger, Verarbeiter und Handel. September 2010 (Download: [www.biofairverein.de](http://www.biofairverein.de))

### Anmerkungen

- (1) „Biomarkt und soziale Lage“. Tagung des AgrarBündnis am 4./5. Oktober 2004 in Fulda (<http://www.agrarbuendnis.de/index.php?id=133>).
- (2) „Fairness und Ethik im ökologischen Landbau“. Tagung des AgrarBündnis und des Kasseler Instituts für ländliche Entwicklung e.V. am 18./19. Juni 2007 in Fulda (<http://www.agrarbuendnis.de/index.php?id=238>). Siehe auch A. Schekahn und F. Thomas: Fairness? Na klar – aber wie? In: Der kritische Agrarbericht 2008, S. 100 ff.
- (3) <http://www.dgb-index-gute-arbeit.de/>

### Autorinnen

*Dr. Anke Schekahn*

ist wiss. Mitarbeiterin des Kasseler Instituts für ländliche Entwicklung e.V. und arbeitet für den BioFairVerein.

Kasseler Institut für ländliche Entwicklung e.V., Projektbüro Warburg  
Klosterstr. 19, 34414 Warburg  
E-Mail: [schekahn@kasseler-institut.org](mailto:schekahn@kasseler-institut.org)



*Anneke Jostes*

war wissenschaftliche Mitarbeiterin des Kasseler Instituts für ländliche Entwicklung e.V. im Rahmen des Forschungsprojektes über „Bio&Faire Wertschöpfungsketten“.

