

bio-regional-fair

Ein Positionspapier

vom 25. April 2006

1. Anlass und Zweck des Positionspapiers

Die UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro hat 1992 mit dem Begriff der Nachhaltigkeit das zentrale Ziel formuliert, das zur Erhaltung der Lebensgrundlagen auf der Erde erreicht werden muss. Nachhaltigkeit hat dabei eine soziale, wirtschaftliche und ökologische Dimension. Diesem Ziel fühlen sich die Organisationen verpflichtet, die dieses Positionspapier mittragen.

Öko-Anbauverbände und -Erzeugergemeinschaften

- Naturland e.V.

Regionalinitiativen

- Artenreiches Land - Lebenswerte Stadt e.V.
- Dachverein UNSER LAND e.V.
- TAGWERK-Förderverein e.V.

Landesweites Regionalnetzwerk

- Aktionsbündnis Tag der Regionen Bayern

Landesnetzwerk entwicklungspolitischer Nichtregierungsorganisationen

- Eine Welt Netzwerk Bayern e.V.

Organisationen des Fairen Handels

- FAIR Handelshaus Bayern e.G.
- FAIRKAUF Handelskontor e.G.

Kirchliche Organisationen

- Der Umweltbeauftragte der Evang.-Luth. Kirche in Bayern
- Kath. Landvolkbewegung Diözese München und Freising
- Kirchlicher Entwicklungsdienst (KED) der Ev.-Luth. Kirche in Bayern

Verbraucherorganisationen

- Verbraucherzentrale Bayern e.V.
- VerbraucherService Bayern im KDFB e.V.

Wir, die Unterzeichner des Papiers, arbeiten in drei Bereichen. Wir haben uns auf folgende Grundaussagen geeinigt:

Bio: Der Ökologische Landbau ist eine ganzheitliche und moderne Form der Landwirtschaft. Öko-Bauern drehen nicht an einzelnen „Rädchen“, um kurzfristig eine höhere oder bessere Produktion zu erreichen, sondern betrachten Boden, Pflanze, Tier und Umwelt als Gesamtsystem, das über Jahre Bestand hat, hofremde Betriebsmittel minimiert und nachhaltig ist. Der Ökolandbau verbessert die Bodenfruchtbarkeit durch angepasste Fruchtfolgen und Bewirtschaftungsverfahren. Er verzichtet bewusst auf den Einsatz von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln und mineralischen Kunstdünger und schützt dadurch Wasser und Klima. Öko-Bauern halten Tiere artgerecht und sorgen für den Erhalt der Artenvielfalt in unserer Kulturlandschaft. Strenge jährliche Kontrollen und Transparenz schaffen beim Verbraucher Vertrauen.

Regional	Regional setzt dort an, ‚wo sich der Mensch zuhause fühlt‘. Sein Umfeld, seine Region gilt es zu schützen und zu stärken. Regionale Produkte werden in der Region erzeugt, verarbeitet und vermarktet. Bei all den Phasen, die das Produkt durchläuft, liegen soziale, ökonomische und ökologische Kriterien zugrunde. Gleiches gilt für das Handwerk. Damit werden regionale Wirtschaftskreisläufe geschlossen und die jeweilige Kulturlandschaft erhalten.
Fair	Der Faire Handel ist ein alternativer Ansatz zum konventionellen internationalen Handel. Er ist eine Handelspartnerschaft, die eine nachhaltige Entwicklung für ausgeschlossene und benachteiligte ProduzentInnen anstrebt. Er versucht dies durch die Gewährung besserer Handelsbedingungen, Bewusstseinsbildung und Kampagnen.

Die konsequente Verwirklichung des Gedankens der Nachhaltigkeit in Konsum und Ernährung fordert auch in der Zukunft intensives Engagement. Es gilt deshalb, die Kräfte zu bündeln, Kooperationen zu suchen, einen transparenten, für den Verbraucher verständlichen, Wettbewerb zu schaffen, die Verbraucher zu sensibilisieren und das je eigene Profil der an diesem Arbeitskreis beteiligten Organisationen zu schärfen.

Wir, Akteure aus den Bereichen bio, regional und fair, haben uns im Rahmen eines Arbeitskreises zusammengefunden, um eine gemeinsame Handlungsbasis zu schaffen. Diese in Bayern bisher einzigartige Initiative entstand unter dem Eindruck der Folgen zunehmender Globalisierung und mit dem Wunsch, unsere Kräfte zu bündeln.

2. Was uns eint

Das Eintreten für eine nachhaltige Entwicklung in den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales ist die gemeinsame Grundlage unserer Zusammenarbeit. Dabei sind uns insbesondere die folgenden Aspekte wichtig:

- Erhaltung der Lebensgrundlagen sowohl für uns als auch für künftige Generationen. Dies gilt für die Menschen aller Länder und Kulturen dieser Erde.
- Menschen weltweit in die Lage zu versetzen, ihre Grundbedürfnisse (Nahrung, Gesundheit, Wohnung, etc., aber auch kulturelle und psychische Bedürfnisse) zu befriedigen. Dies setzt voraus, dass politische und ökonomische Spielräume für regionales Wirtschaften geschaffen werden bzw. erhalten bleiben.

Dabei ist uns bewusst, dass ohne ressourcensparende Verhaltensänderungen (vor allem in den Industrieländern) diese Ziele nicht erreicht werden können.

Gemeinsam setzen wir uns für die Verwirklichung folgender Ziele ein:

- Zahlung fairer, existenzsichernder Preise bei der Erzeugung, Verarbeitung und beim Handel von Lebensmitteln, damit eine sozial- und umweltverträgliche Produktion möglich ist
- Unterstützung von Menschen und Initiativen, die sich für die Verbesserung der Lebensbedingungen in ihrer Region engagieren
- Sicherung von Arbeitsplätzen in der Landwirtschaft bzw. im ländlichen Raum
- Erhaltung bzw. Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe, unter anderem durch Verarbeitung von Produkten in der Region
- Erhaltung der ländlichen Kultur und der Kulturlandschaft
- Förderung von Vertrauen der Verbraucher in den Anbau und die Herstellung von Lebensmitteln und Unterstützung eines bewussten Konsumverhaltens
- Anbieten von hochwertigen, genussvollen Produkten mit ethischem „Zusatznutzen“

- Ablehnung von Gentechnik in Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion, da deren Einsatz einer umweltverträglichen, standortgerechten bäuerlichen Landwirtschaft widerspricht und die Risiken für Mensch und Natur nicht abzuschätzen sind
- Freie Verfügung über Saatgut als Voraussetzung der Sicherung des Rechts auf Nahrung und der biologischen Vielfalt.

In diesen Zusammenhängen eröffnen sich neue Handlungsmöglichkeiten – sowohl für Erzeuger als auch für Verbraucher. Die Ansätze bio, fair und regional zeigen auf, dass notwendige Veränderungen möglich sind und haben damit Vorbildfunktion. Sie bieten in einer zunehmend globalisierten Welt alternative, wirksame Modelle für nachhaltiges Wirtschaften.

3. Was uns trennt

Die Akteure sind auf dem Markt bisher nur zum Teil mit einer einheitlichen Strategie und einem gemeinsamen Erscheinungsbild aufgetreten. Dafür gibt es Gründe. Auf einen einfachen Nenner gebracht, lauten sie:

- ◆ regional ist nicht automatisch biologisch
- ◆ biologisch ist nicht automatisch regional
- ◆ fair ist nicht automatisch biologisch
- ◆ biologisch ist nicht automatisch fair
- ◆ fair ist nicht automatisch regional
- ◆ regional ist nicht automatisch fair

Vertreter des ökologischen Landbaus stellen an Regionalvermarkter die kritische Anfrage, ob Begriffe wie „Erhaltung der Lebensgrundlagen“ oder „naturnah“ und „umweltgerecht“ beim Verbraucher den Eindruck erwecken, es handle sich bei den Lebensmitteln um Bioprodukte. Regionalvermarkter stellen an den ökologischen Landbau und den Fairen Handel die Frage, ob die gelegentlich langen Transportwege ökologisch vertretbar sind und die erwünschte Verbraucherbindung an Erzeuger und die Region erschweren.

Vertreter des Fairen Handels fragen den ökologischen Landbau nach Berücksichtigung von fairen Preisen bei Anbau, Verarbeitung und Handel der Produkte. Gegenüber Regionalinitiativen werfen Vertreter des Fairen Handels die Frage auf, ob mit der besonderen Akzentuierung des Regionalgedankens das Thema des gerechten Welthandels aus dem Blickfeld gerät.

4. Wie wir gemeinsam handeln

In allen Organisationen, die in der Arbeitsgruppe vertreten sind, wirken die Ansätze bio – regional – fair in gewisser Weise schon zusammen. Unsere künftige Zusammenarbeit basiert auf den gemeinsamen Zielen und erkennt gleichzeitig die Unterschiede in der Herangehensweise an.

Die Basis fairer Preise und fairer Arbeitsbedingungen bildet die gemeinsame Grundlage eines Zusammenwirkens von Regional und Fair. Bei Veranstaltungen treten Initiativen wie UNSER LAND gemeinsam mit Fairhandelsorganisationen auf. Die Öffentlichkeit soll damit auf die wertvolle Arbeit der Bäuerinnen und Bauern in Nord und Süd aufmerksam gemacht werden. Ziel ist es, lebendige Regionen zu schaffen, in denen die Menschen ihren Lebensunterhalt verdienen können, hier wie dort.

Auch innerhalb einer Initiative werden die drei Ansätze verknüpft. 85 % der UNSER LAND Produkte sind beispielsweise konventionell erzeugt. Diese Lebensmittel unterliegen jedoch in Erzeugung, Verarbeitung und Handel den strengen Richtlinien des Netzwerkes. 15 % der Produkte werden dagegen kontrolliert biologisch hergestellt.

10% der Regionaltheken-Lieferanten der Initiative „Artenreiches Land – Lebenswerte Stadt“ sind zertifizierte Bio-Betriebe. Als ein Beispiel der Zusammenarbeit mit Projekten des Naturschutzes kann die gemeinsame Vorstellung eines Schnapses, des sogenannten „Sandkorn“,

genannt werden, welcher aus dem Roggen der regional bedeutenden Sandböden hergestellt wird.

„Hochzeit der feinen Lebensmittel“ – die brasilianische Biertrinkerin und der fränkische Kaffeetrinker als Brautpaar: Mit dem Thema „regionales Bier und fair gehandelter Kaffee“ stellte das bayerische Aktionsbündnis Tag der Regionen die Zusammenarbeit mit dem Eine Welt Netzwerk Bayern e.V. heraus, um den gleichen Ansatz nachhaltigen Wirtschaftens, ob hier oder in der sogenannten „Dritten Welt“ zu unterstreichen.

Mit dem zusätzlichen Kennzeichen bio & regional eröffnen die ökologischen Anbauverbände VerbraucherInnen die Möglichkeit, auch auf die regionale Nähe ihrer biologisch angebauten Produkte zu achten. Die Erzeuger-Verbrauchergemeinschaft TAGWERK wirtschaftet nach den Kriterien des Bioland-Verbandes und vermarktet die Produkte seiner über 100 Erzeuger und Verarbeiter in der Region nordöstlich von München. Ihr politisches Engagement und ihre Bildungsarbeit zeigen Wege in eine nachhaltige Agrar- und Konsumkultur auf.

Das Fairhandelshaus gepa arbeitet mit dem ökologischen Anbauverband Naturland zusammen, der Richtlinien für eine biologische Lebensmittelerzeugung und –verarbeitung entwickelt. Der Anteil der fair gehandelten Lebensmittel, die gleichzeitig zertifizierte Bioprodukte sind, beläuft sich momentan auf 60%.

Über 600 Naturland Direktvermarkter unterstützen die regionalen Wirtschaftskreisläufe und informieren ihre Kunden mit Hoffesten, Öko-Rallyes und anderen Veranstaltungen. Seit 2005 werden Naturland Landwirte und Verarbeiter auch nach sozialen Kriterien kontrolliert.

Wir, die Unterzeichner dieses Positionspapiers,
wollen ein Handlungsbündnis bilden,
das Informationen austauscht,
Multiplikatoren fortbildet und Verbraucher informiert.

Verbindend ist der Fokus auf den Verbraucher,
der mit seiner Kaufentscheidung auch eine ethische Entscheidung trifft
und letztlich den politischen und ökonomischen Erfolg
der Bemühungen aller Beteiligten bestimmt.