



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Studiendepartment Ökotrophologie

**Fair Trade und Ökologischer Landbau-
zwei Philosophien für sich?**

ANHANG

Vorgelegt am 31.08.2006

von

Kirsten Sieben
Lippmannstraße 14b
22769 Hamburg

Erstprüfer:

Prof. Dr. H. Laberenz

Zweitprüfer:

Prof. Dr. W. D. Beger

INHALTSVERZEICHNIS

I. ANSCHREIBEN AN DIE INTERVIEWPARTNER

Naturkost Nord	A3
Firma Grell	A4
Bio-Supermarkt Basic	A5
Naturkostfachgeschäft Vitalien	A6
TransFair e.V.	A7
Mobile Bildung	A8
Süd-Nord-Kontor	A9
Anbauverband Naturland	A10
Naturkosthersteller Rapunzel	A11

II. INTERVIEWLEITFÄDEN

Interviewleitfaden ökologischer Großhandel	A12
Interviewleitfaden ökologischer Einzelhandel	A14
Interviewleitfaden Fairer Handel	A16
Interviewleitfaden Anbauverband	A20
Interviewleitfaden Naturkosthersteller Rapunzel	A22

III. INTERVIEWS

Naturkost Nord	A24
Firma Grell	A36
Bio-Supermarkt Basic	A42
Naturkostfachgeschäft Vitalien	A49
TransFair e.V.	A57
Mobile Bildung	A61
Süd-Nord-Kontor	A70
Anbauverband Naturland	A81
Naturkosthersteller Rapunzel	A87

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

Herr Timm
Naturkost Nord
Billhorner Röhrendamm 16
20539 Hamburg

Hamburg 23.06.2006

Interviewtermin

Sehr geehrter Herr Timm,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie telefonisch verabredet, komme ich am 28.06.2006 um 09.30 Uhr zu Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

Herr Broitzmann
Firma Grell
Boschstraße 3
24568 Kaltenkirchen

Hamburg 23.06.2006

Interviewtermin

Sehr geehrter Herr Broitzmann,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie verabredet, melde ich mich am 07.07.2006 um 14.00 telefonisch bei Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

**Basic
Osterstraße 112
2259 Hamburg**

Hamburg 19.06.2006

Interviewtermin

Sehr geehrter Herr Fricke,

im Vorfelde nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie telefonisch verabredet, komme ich am 23.06.2006 um 14.00 Uhr zu Ihnen in den Laden.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

Herr Willer
Vitalien Naturkost
Dorotheenstraße
22299 Hamburg

Interviewtermin

Sehr geehrter Herr Willer,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie telefonisch verabredet, komme ich am 22.06.2006 um 11.00 Uhr zu Ihnen in den Laden in der Dorotheenstraße.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

Transfair e.V.
Frau Brück

Hamburg 28.06.2006

per mail

Interviewtermin

Sehr geehrte Frau Brück,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie telefonisch verabredet, melde ich mich am 03.07.2006 um 12.00 Uhr.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 mail: kadi.sieben@gmx.de

Herr Bill
Mobile Bildung e.V.
Stresemannstraße 374
22761 Hamburg

Hamburg 23.06.2006

Interviewtermin

Sehr geehrter Herr Bill,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zur Organisation
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie telefonisch verabredet, komme ich am 27.06.2006 um 10.00 Uhr zu Ihnen in die Stresemannstraße.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 mail: kadi.sieben@gmx.de

**Herr Albrecht
Süd- Nord-Kontor
Stresemannstraße 374
22761 Hamburg**

Hamburg 30.06.2006

Interviewtermin

Sehr geehrter Herr Albrecht,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie telefonisch verabredet, komme ich am 05.07.2006 um 11.00 Uhr zu Ihnen ins Süd-Nord-Kontor in der Stresemannstraße.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

**Frau Sachs
Naturland e.V.**

Hamburg 26.06.2006

per mail

Interviewtermin

Sehr geehrte Frau Sachs,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

Wie verabredet melde ich mich am 27.06.2006 um 13.00 Uhr telefonisch bei Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Kirsten Sieben Lippmannstraße 14b 22769 Hamburg 040-436459 Mail: kadi.sieben@gmx.de

Frau Kriegisch
Rapunzel Naturkost AG
Haldergasse 9
87764 Legau

Hamburg 26.06.2006

Interviewtermin

Sehr geehrte Frau Kriegisch,

im Vorfeld nochmals vielen Dank für die Zusage zum Interview und die damit verbundene Unterstützung meiner Diplomarbeit.

Meine Diplomarbeit beschäftigt sich mit der Verbindung des ökologischen Landbaus und des Fairen Handels. Dabei sollen auch die Chancen und Hemmnisse der bestehenden und möglichen Kooperationsebenen beleuchtet werden.

Die Fragen des Interviews beziehen sich auf Themen wie:

- Allgemeine Angaben zum Unternehmen
- Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair
- Einstellung zum Thema Bio und Fair
- Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau
- Aktivitäten
- Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren
- Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten
-

Wie verabredet, melde ich mich am 07.07.2006 um 10.30 Uhr telefonisch bei Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen

Kirsten Sieben

Interviewleitfaden ökologischer Großhandel

(hier Fa. Naturkost- Nord, Fa. Grell, Fa. Dennree,)

Allgemeine Angaben

- **Größe** des Betriebs? Welche **Liefergebiete**? Welche **Funktion** üben Sie im Betrieb aus? Wie viele **Mitarbeiter** haben Sie? Welche **Kunden**? (Stammkunden, große/kleine Betriebe) Bestehen Mitgliedschaften in Verbänden? Gibt es **Kooperationen** mit anderen Unternehmen? Philosophie des Unternehmens?

Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair

- In welchem Bereich haben Sie sich schon mit der **Thematik Bio und Fair** auseinandergesetzt? Ist fairer Handel auch ein Bestandteil der Firmenphilosophie? Wenn ja: In welchem Sinne?
- **Welche Produkte** haben sie aus bio-fairer Erzeugung? Wie ist die **Relevanz** von fairen Bio-Produkten im Sortiment? Welche **Erfahrungen** haben Sie bezüglich fairer Bio-Produkte bei ihren Kunden gemacht? Werden Produkte dieser Art nachgefragt? Wie kam es zur **Erweiterung** der Produktpalette?

Einstellung zum Thema Bio und Fair

- Sollte Ihrer Meinung nach, der Faire Handel stärker gefördert werden? **Wie** könnte so eine **Förderung** aussehen? Informieren Sie sich über die neuesten **Entwicklungen im Bereich Fairer Handel**? **Wo** informieren Sie sich? Welche **Kontakte** zu Akteuren des Fairen Handels bestehen schon? Wie sind die Erfahrungswerte damit? Wenn nein: Sind Sie an einer **Kooperation mit Fair Handels Akteuren** interessiert? **Welche Form der Kooperation** würden Sie sich wünschen?

Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel und ökologischen Landbau

- Sehen sie **Ähnlichkeiten** im Fairen Handel, zu der Entwicklung im ökologischen Bereich? (**Vermarktungskanäle, Kommerzialisierung, Labelentwicklung**) Wie könnten der Faire Handel und der ökologische Landbau in Zukunft selbstverständlicher zusammenarbeiten?

Aktivitäten

- Welche Aktivitäten in Bezug auf den Fairen Handel unternehmen Sie? (**Aktionen, Seminare, Workshops**) Welche Aktivitäten in Bezug auf die Verknüpfung bio- und fairer Produkte unternehmen sie? (**Werbung, Hinweise**)

-

Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren

- Wie beurteilen Sie die **zukünftigen Perspektiven** von Kooperationen im Bereich Bio und Fair?
- Fallen Ihnen spontan besonders **gute / schlechte Beispiele der Vermarktung** von fairen Bio-Produkten ein?
- Erwarten Sie für die **Zukunft eine Verstärkung** dieser Art von Verbindung?
- Wie wichtig schätzen Sie die **Notwendigkeit von fairen Richtlinien** auch für nationale Betriebe / Erzeuger ein?
- Ist die Einbeziehung von **fairen Kriterien in die Richtlinien des ökologischen Landbaus** wichtig bzw. notwendig? Warum?

Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

- Was wird Ihrer Meinung nach an Strukturen benötigt um die **Vermarktung/ Absatz** von fairen Bio-Produkten zu fördern? Welche bestehenden Strukturen müssen verändert werden? Welche Chancen haben Ihrer Meinung nach faire Bio-Produkte? Welche **Hemmnisse / Barrieren** treten im Zusammenhang mit fairen Handels-Produkten auf? (**Preise, Lieferbedingungen, Lieferkapazitäten**) Welche Hemmnisse treten in Bezug auf die Verknüpfung der beiden Produkte auf?
- KUNDENSICHT?
- Was wünschen Sie sich **von staatlicher Seite** an Unterstützung das Thema Bio und Fair betreffend? Wie kann man den **Konsum** der Produkte fördern?
- Sonstiges?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung

Interviewleitfaden ökologischer Einzelhandel

(hier Fa. Basic, Naturkostladen Vitalien)

Allgemeine Angaben zum Unternehmen

- Größe des Ladens? Welche Funktion üben Sie im Laden aus? Wie viele Mitarbeiter haben Sie? Welche Kunden haben Sie? (**Stammkunden, Alter, Klientel**) Bestehen Mitgliedschaften in Verbänden? (**BNN, andere**) Gibt es Kooperationen mit anderen Naturkostläden? (**Hersteller, Erzeuger...**)

Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair

- In welchem Bereich haben Sie sich schon mit dem Thema **Bio und Fair** auseinandergesetzt? Wodurch kam dieses?
- **Welche Produkte** haben sie aus bio-fairer Erzeugung? Legen ihre Kunden **Wert auf faire Bio-Produkte**? Wie ist die Relevanz von fairen Bio-Produkten im Sortiment? **Nachfrage nach den Produkten**? Wie kam es zur Erweiterung der Produktpalette?

Einstellung zum Thema Bio und Fair

- Sollte Ihrer Meinung nach der **Faire Handel** stärker im ökologischen Landbau gefördert werden? Wie könnte eine solche **Förderung** aussehen? Informieren Sie sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich Fairer Handel? Wenn ja: Wo?
- Bestehen bereits **Kontakte zu Akteuren des Fairen Handels**? Welche Erfahrungen wurden damit gemacht? Wenn nein: Sind Sie an einer Kooperation mit Fair Handels Akteuren interessiert? Welche Art von **Kontakt** würden Sie sich wünschen?

Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel und ökologischen Landbau

- Sehen sie **Ähnlichkeiten** im Fairen Handel, zu der Entwicklung im ökologischen Bereich? (**Vermarktungskanäle, Kommerzialisierung, Labelentwicklung**) Welche Chancen haben Ihrer Meinung nach faire Bio-Produkte? Welche

Hemmnisse/ Barrieren treten im Zusammenhang mit fairen Handels-Produkten auf? (**Preise, Lieferbedingungen, Lieferkapazitäten**)

Aktivitäten

- Unternehmen Sie in Bezug auf den Fairen Handel irgendwelche Aktivitäten?
- Welche Aktivitäten in Bezug auf den Fairen Handel unternehmen Sie? (**Aktionen, Seminare, Workshops**) Welche Aktivitäten in Bezug auf die Verknüpfung fairer Bio-Produkte unternehmen sie? (**Werbung, Hinweise**)

Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren

- Wie beurteilen Sie die Perspektiven von Kooperationen im Bereich Bio und Fair?
- Fallen Ihnen spontan **gute Beispiele der Vermarktung / Kampagnen** von bio-und fairen Produkten / Handel ein? Erwarteten Sie für die Zukunft eine **Verstärkung** dieser Art **von Vermarktung/ Kampagnen**?
- Wollen Sie sich in Zukunft stärker mit dem Thema Verknüpfung Fairer Handel / ökologischer Landbau beschäftigen?
- Wie wichtig schätzen Sie die Notwendigkeit von **fairen Richtlinien auch für nationale Betriebe / Erzeuger ein**?
- Wie beurteilen Sie die mögliche Implementierung **von fairen Richtlinien in die Richtlinien des ökologischen Landbaus**? Welche Kommunikationsebenen können wichtig sein? (**Kommunikationsprozesse zwischen den Akteuren des fairen Handels und des ökologischen Landbaus**)?

Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkte

- **KUNDENSICHT?**
- Was wird Ihrer Meinung nach an Strukturen benötigt um die **Vermarktung / den Absatz** von fairen Bio-Produkten **zu fördern**? Welche bestehenden Strukturen müssen verändert werden? **Absatz faire Bio-Produkte, diese stärker in den Naturkosthandel bringen?! Wie ist das zu schaffen?**
- Sonstiges?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung

Interviewleitfaden Fairer Handel

(hier Süd-Nord-Kontor, Mobile Bildung)

Allgemeine Angaben

- **Profil** ihrer Organisation? (**Verhältnis Handel, Kampagnenarbeit**)
- Welche **Aufgabe** haben Sie im Rahmen ihrer Organisation?
- **Welche Kunden?**
- **Mitgliedschaften/ Kooperationen zu welchen Organisationen** bestehen?
- **Vorwiegende Vermarktung?** (Weltläden, Einzelhandel,...)

Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair

- Wie kam es zur der **Entwicklung von Kooperationen im Fairem Handel und ökologischem Landbau**? Wie wird das Thema ökologischer Landbau in ihrer Organisation behandelt? Wie wichtig ist das Thema? Wie ist die **Relevanz der Produkte** aus ökologischer Erzeugung?

Einstellungen zum Thema Bio und Fair

- Sollte Ihrer Meinung nach, der ökologische Landbau im Fairen Handel noch stärker gefördert werden? Wie könnte so **eine weitere Förderung** aussehen?
- Warum kann es wichtig sein das **Thema Bio und Fair** zu verbinden?
- Welche **Kontakte / Kooperationen** zwischen den Vertretern des ökologischen Landbaus und Ihrer Organisation bestehen schon? Sind diese **Kontakte ausreichend**, oder wünschen sie sich mehr Kontakt? In **welcher Form** könnte der Kontakt sein?
- Informieren Sie sich regelmäßig über die Entwicklungen im ökologischen Landbau? Wenn ja, wie informieren Sie sich darüber?

Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Bio und Fair

- Bestehen in Bezug auf **ökologische Labels** und Zertifizierungen Barrieren und wenn ja welche? Sehen Sie **Ähnlichkeiten** in Bezug auf die Entwicklung des Bio-Siegel und der Siegel des Fairen Handels? **Welche?**

Aktivitäten

- Welche **Aktivitäten** unternimmt Ihre Organisation in Bezug auf die Verknüpfung Fairer Handel und ökologischer Landbau? (**Aktionen, Seminare, Workshops Werbung**)

Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren

- Wie bewerten Sie die **Perspektiven von Kooperationen** zwischen Fairem Handel und ökologischem Landbau?
- Fallen Ihnen spontan **pos. / neg. Beispiele** für die **erfolgreiche Kooperation** von Fairem Handel und ökologischem Landbau? Erwarten Sie für die Zukunft eine Verstärkung dieser Kooperationen?
- Wie wichtig erscheint Ihnen der **ökologische Landbau für die Erzeuger in Entwicklungsländern?** Welche Chancen bietet er diesen?
- Kann die **Harmonisierung der Siegel** im Fairen Handel übersichtlicher gestaltet werden? Ist das überhaupt notwendig? Ist die **staatliche Einführung** eines **Fair Trade Labels** sinnvoll und nötig?
- Was halten Sie davon **faire Richtlinien in die Richtlinien des ökologischen Landbaus** mit ein zu beziehen? Sollten **faire Richtlinien auch für nationale Erzeuger** gelten?
- Welche **Kommunikationsebenen** sind wichtig? (Kommunikationsprozesse zwischen den Akteuren)

Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

- **KUNDENSICHT?**
- Wie kann der **Handel / Absatz** fairer Bio-Produkte Ihrer Meinung **nach gefördert werden?** (Naturkost-Einzelhandel) Welche bestehenden **Strukturen** müssen verbessert werden? Wie kann die **Nachfrage** gestärkt werden? Fallen Ihnen spontan besonders **positive / negative Beispiele** für die **Vermarktung** von fairen Bio-Produkten? Welche **Chancen** haben faire Bio-Produkte und welchen Hemmnissen sind sie ausgesetzt?
- Sonstiges?

Vielen Dank für ihre Unterstützung

Interviewleitfaden Fairer Handel

(hier TransFair e.V.)

Allgemeine Angaben

- Welche **Aufgabe** haben Sie im Rahmen ihres Vereins? Wie ist der Verein organisiert? Wie viele Mitarbeiter arbeiten bei Ihnen?
- Welche **Kooperationen** zu welchen Organisationen bestehen? Welche **Bio Label** sind unter den Produkten vertreten? Welche Produktgruppen wollen sie weiterhin ausbauen?

Einstellung / Fairer Handel und Bio

- Sollte Ihrer Meinung nach, der **ökologische Landbau im Fairen Handel** noch stärker gefördert werden? Wie könnte so eine **Förderung** aussehen?
- Welche **Kontakte / Kooperationen** zwischen den Vertretern des ökologischen Landbaus und Ihrer Organisation bestehen schon? Sind diese **Kontakte ausreichend**, oder wünschen sie sich mehr Kontakt? Wenn ja: **Wie** sollte der Kontakt / die Kooperation aussehen?
- Informieren Sie sich regelmäßig über die **Entwicklungen im ökologischen Landbau**? Wenn ja, wie informieren Sie sich darüber? Fallen Ihnen spontan **positive oder negative Kampagnen** zur Verknüpfung von Bio und Fair ein?

Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel / ökologischer Landbau

- Welche **Barrieren** bestehen in Bezug auf **ökologische Labels und Zertifizierungen**? Sehen Sie **Ähnlichkeiten** in Bezug auf die Entwicklung des **Bio-Siegel und der Siegel des Fairen Handels**? Welche?
- Wo sehen sie die **größten Chancen** für den Fairen Handel im Hinblick auf den ökologischen Landbau und wo die **größten Hemmnisse**?

Aktivitäten

- Welche **Aktivitäten** unternimmt Ihre Organisation in Bezug auf die **Verknüpfung Fairer Handel und ökologischer Landbau**? (**Aktionen, Seminare, Workshops**)?

Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren

- Wie bewerten Sie die **zukünftigen Perspektiven** von Kooperationen zwischen Fairem Handel und ökologischem Landbau?
- Erwarten Sie für die Zukunft eine **Verstärkung** dieser Kooperationen?
- Kann die **Harmonisierung der Siegel** im Fairen Handel übersichtlicher gestaltet werden? Ist das überhaupt möglich? Ist die **staatliche** Einführung eines **Fair Trade Labels** sinnvoll und nötig?
- Was halten Sie davon, **faire Richtlinien** in die Richtlinien des **ökologischen Landbaus** mit ein zu beziehen?
- Sollten **Kampagnen zum Thema Bio und Fair ausgeweitet** werden? Was halten Sie von einer **gemeinsamen Interessensvertretung** aus Akteuren des Fairen Handels und des ökologischen Landbaus?
- Welche **Kommunikationsebenen** sind wichtig? (Kommunikationsprozesse zwischen den Akteuren)

Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

- **KUNDENSICHT?**
- Wie kann der **Handel / Absatz** fairer Bio-Produkte, Ihrer Meinung nach noch mehr gefördert werden? Wie ist die Nachfrage danach?
- Welche bestehenden **Strukturen** müssen dafür verbessert werden? In welchen Bereichen wünschen sie sich mehr **Unterstützung** und von wem? Was wünschen Sie sich von **staatlicher** Seite an Unterstützung?
- In welchen Bereichen wünschen Sie sich eine **Erweiterung** der fairen Bio-Produkte? (**Großverbraucher, Naturkost Einzelhandel**)
- Fallen Ihnen spontan besonders gute Beispiele für die **Vermarktung** von fairen Bio-Produkten ein?
- Sonstiges

Vielen Dank für die Unterstützung

Interviewleitfaden Anbauverband (hier Naturland)

Allgemeine Angaben

- Welche **Aufgabe** haben Sie in ihrer Organisation Wie viele **Mitarbeiter**? Welche **Mitgliedschaften** bestehen? Welche **Kooperationen**?

Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair

- Wie kam es zur **Beschäftigung / Erweiterung** auf den Fairen Handel / faire Richtlinien?
- Welche **Produkte** sind fair gehandelt und tragen das Naturland Label?
- Legen ihre **Kooperationspartner Wert** auf faire Richtlinien? Werden **ökologische Zertifizierungen** von Erzeugerseite nachgefragt?

Einstellung zum Thema Bio und Fair

- In welcher **Form** sollte Ihrer Meinung nach, der Faire Handel noch stärker gefördert werden
- **Informieren** Sie sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich Fairer Handel? Welcher Kontakt zu Fair Handels Akteuren besteht schon?

Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel und ökologischen Landbau

- Welche **Chancen** haben Ihrer Meinung nach faire Bio-Produkte? Welche **Hemmnisse / Barrieren** treten im Zusammenhang mit fairen Handels-Produkten auf? Welche Hemmnisse treten in Bezug auf die Verknüpfung der beiden Ansätze auf?

Aktivitäten

- Welche **Aktivitäten** in Bezug auf den Fairen Handel unternehmen Sie? (Aktionen, Seminare, Workshops) Welche **Aktivitäten in Bezug auf faire Bio-Produkte** unternehmen sie? (Werbung, Hinweise) Betonen Sie fair gehandelte Produkte speziell?

Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren

- Wie beurteilen Sie die **Perspektiven von Kooperationen** im Bereich Bio und Fair? Wie kann man diese noch **fördern**?
- Fallen Ihnen spontan **pos. / neg. Beispiele** der Kooperation / Kampagnen von fairen Bio-Produkten ein?
- Wollen Sie sich in **Zukunft** noch stärker mit dem Thema Fairer Handel / ökologischer Landbau beschäftigen?
- Wie wichtig schätzen Sie die Notwendigkeit von **fairen Richtlinien** auch für **nationale Betriebe/ Erzeuger** ein?
- Ist die Miteinbeziehung von **fairen Richtlinien** in die Richtlinien des **ökologischen Landbaus** wichtig bzw. notwendig?

Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

- Was wird Ihrer Meinung nach an **Strukturen** benötigt um die **Vermarktung / Verbindung** von fairen Bio-Produkten zu fördern? Welche bestehenden Strukturen müssen verändert werden?
- Welche **Kommunikationsebenen** sind wichtig? (Kommunikationsprozesse zwischen den Akteuren des fairen, ökologischen Handel)
- Was wünschen Sie sich zur Förderung des fairen und ökologischen Handels?
- Welche **Kampagnenarbeit** stellen Sie sich positiv vor?
- Sonstiges?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung

Interviewleitfaden Naturkosthersteller

(hier Rapunzel)

Allgemeine Angaben

- Welche **Aufgabe** haben Sie in ihrer Organisation Wie viele **Mitarbeiter**? Welche **Mitgliedschaften** bestehen? Welche **Kooperationen**? Welche **Liefergebiete**? Wie groß ist das **Unternehmen**? Welche **Klientel aus Kunden** hauptsächlich?
- Philosophie des Unternehmens?

Hintergründe und Ursprünge zum Thema Bio und Fair

- Wie kam es zur **Beschäftigung / Erweiterung** auf den Fairen Handel / die fairen Richtlinien?
- Legen ihre **Kunden Wert** auf faire Richtlinien? Werden **Produkte** dieser Art nachgefragt? Welche **Erfahrungen** haben Sie damit gemacht? Wollen Sie das **Sortiment** noch erweitern?

Einstellung zum Thema Bio und Fair

- In welcher **Form** sollte Ihrer Meinung nach, der Faire Handel noch stärker gefördert werden
- **Informieren** Sie sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich Fairer Handel?
- Besteht **Kontakt** zu fairen **Handels Akteuren**? Zwecks **Austausch von Erfahrungen**?

Chancen und Hemmnisse in Bezug auf Fairen Handel und ökologischen Landbau

- Welche **Chancen** haben Ihrer Meinung nach faire Bio-Produkte? Welche **Hemmnisse / Barrieren** treten im Zusammenhang mit fairen Handels-Produkten auf? Welche Hemmnisse treten in Bezug auf die Verknüpfung der beiden Ansätze auf?

Aktivitäten

- Welche **Aktivitäten** in Bezug auf den Fairen Handel unternehmen Sie? (Aktionen, Seminare, Workshops) Welche **Aktivitäten in Bezug auf faire Bio-Produkte** unternehmen sie? (Werbung, Hinweise) Betonen Sie fair gehandelte Produkte speziell?

Perspektiven von Kooperationen zwischen den Akteuren

- Wie beurteilen Sie die **Perspektiven von Kooperationen** im Bereich Bio und Fair? Wie kann man diese noch **fördern**?
- Fallen Ihnen spontan **pos. / neg. Beispiele** der Kooperation / Kampagnen von Fairer Handel / ökologischer Landbau bzw. fairen Bio-Produkten ein?
- Wie wichtig schätzen Sie die Notwendigkeit von **fairen Richtlinien** auch für **nationale Betriebe/ Erzeuger** ein?
- Ist die Miteinbeziehung von **fairen Richtlinien** in die Richtlinien des **ökologischen Landbaus** wichtig bzw. notwendig?

Ansätze zur Förderung von fairen Bio-Produkten

- Was wird Ihrer Meinung nach an **Strukturen** benötigt um die **Vermarktung / Verbindung** von fairen Bio- Produkten zu fördern? Welche bestehenden Strukturen müssen verändert werden?
- Welche **Kommunikationsebenen** sind wichtig? (Kommunikationsprozesse zwischen den Akteuren des fairen und ökologischen Handel)
- Was wünschen Sie sich zur Förderung des fairen und ökologischen Handels?
- Sonstiges?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung

**INTERVIEW: HERR TIMM GROßHÄNDLER NATURKOST NORD AM 28.06.2006
UM 9.30 UHR**

Frage: Fangen wir erstmal mit den allgemeinen Angaben an, wie ist die Größe des Betriebes, Liefergebiete, welche Kunden?

Antwort: Also, die Größe des Betriebes an Mitarbeitern gemessen, wir sind ca. 40 Mitarbeiter. Teilzeit und Vollzeit zusammengenommen. Auf Vollzeitstellen gerechnet wären es ca. 30-32 Vollzeitstellen. Unser Großhandel strebt dieses Jahr einen Umsatz von 8,5- 9 Millionen Euro an. Letztes Jahr haben wir mit 7,8 abgeschlossen und wir verzeichnen zurzeit eine sehr positive Entwicklung auch auf dem Gebiet eine steigende Nachfrage. Das Liefergebiet ist von Hamburg aus bis zur dänischen Grenze und auf der anderen Seite runter bis zur Hälfte dreiviertel Hannover. In Richtung Westen zur Hälfte Bremen, wir selber halten uns an nicht dokumentierte, aber zumindest vereinbarte mündliche Lieferabsprachen. Wir hätten schon auch Möglichkeiten, Bremen oder noch weiter zu liefern, halten uns da aber zurzeit zurück.

Frage: Warum, weil es dann da Überschneidungen gibt?

Antwort: Es gibt da einfach Überschneidungen mit Kollegen, da ist so eine gewisse Absprache, wobei wie lang sich diese noch halten lassen, hängt auch von der Nachfrage des Kunden ab. Wenn wir jetzt nachhaltig in Bremen gefragt werden, mit unserer Leistung, dann würden wir auch hinfahren. Wir drängen aber nicht aktiv in den Markt hinein, auch wenn wir mit Sicherheit dort Kunden kriegen könnten. Naturkost Nord ist Spezialist für Frischprodukte, wir haben zwar alle Produkte, aber der überwiegende Teil des Sortiments sind eigentlich Frischprodukte und der Schwerpunkt liegt auf Obst und Gemüse. Die Einzugsgebiete aus der wir die Ware bekommen, liegen eigentlich in der ganzen Welt.

Frage: Welche Funktion hast Du hier?

Antwort: Ich bin stellvertretender Geschäftsführer und Einkaufsleiter und bin seit sieben Jahren in diesem Betrieb. Den gibt es selber seit ungefähr zwölf Jahren.

Frage: Welche Kunden, große kleine Betriebe eher?

Antwort: Das ist ganz klar, der klassische Naturkostmarkt, wir beliefern nicht den LEH, den haben wir aktiv ausgeschlossen. Wir hatten LEH Kunden, die wir nach und nach alle sanft nach draußen geleitet haben. Weil da klar war, dass die Anforderungen an uns gestellt haben, die wir nicht erfüllen wollen und können. Auf der anderen Seite ist es auch ganz klar, dass dieser Markt sich aufteilen wird, sodass es einfach deutlich wichtiger wird sich auf bestimmte Kundengruppen zu spezialisieren. Unsere spezielle Kundengruppe ist der Naturkostladen, das

35 Abosystem, das klassische Bioabosystem, der Marktbeschicker, sehr wichtiges Kundenklientel von uns, Großküche, Kleinküche und auch sonstige Wiedervermarkter, also auch rollende Hofläden, aber kein LEH.

Frage: Gibt es irgendwelche Kooperationen mit anderen Unternehmen oder Mitgliedschaften in Verbänden, oder so was in der Art?

40 Antwort: Wir selber sind Gesellschafter anderer Großhändler in Deutschland, das sind gesellschaftliche Verflechtungen. Wir hatten bis vor kurzem eine sehr dichte Zusammenarbeit mit der Firma Bodan aus Süddeutschland. Die hat uns das Trockensortiment zugeliefert, das haben wir jetzt aber seit Mai umgestellt und halten das ganze Sortiment hier vor Ort in Hamburg vorrätig. Die Kooperation ist im gemeinsamen Einvernehmen eingestellt worden,
45 Bodan ist aber auch noch Gesellschafter hier.

Frage: Gibt es, ganz kurz in drei Worten; eine Philosophie des Unternehmens?

Antwort: Naturkost Nord strebt möglichst das Hochsegment im Biobereich an, wir stellen uns selber die Anforderung im Frischsegment die besten zu sein. Wir haben auch in dem Bereich einen ziemlich weit voran geschrittenen Ruf, natürlich ist da auch noch einiges dran zu
50 arbeiten. Es ist auch ganz klar, dass wir nachhaltig wirtschaften wollen. Ich habe hier auch in dem Katalog noch, ich gebe dir das dann mit, ein Firmenportrait. Da steht das sehr prägnant und deutlich drin.

**Frage: Klasse, das ist sehr gut. Dann würde ich gerne ein bisschen zu den Hintergründen und Ursprüngen zum Thema Bio und Fair kommen. Also, wie habt ihr
55 euch hier mit dem Thema fairer Handel beschäftigt? Wie hat sich das entwickelt?**

Antwort: Also, im klassischen Bio Bereich ist Fair Trade hier in Deutschland, ich rede jetzt nur für den deutschen Markt, für das Ausland sieht das noch anders aus. Hier in Deutschland ist es so, dass Fair Trade und Bio nebeneinander her gelaufen sind. Irgendwann kam durch die Dritte Welt Läden, die waren ein wenig früher mit der Entwicklung, aber irgendwann wurde
60 der Biomarkt stärker und Fair Trade hat nicht ganz mitgehalten. Es gibt natürlich einige Projekte, die gerade in Südamerika, Mittelamerika die auch im frischen Bereich, Fair Trade zertifiziert sind. Wir bekommen auch von diesen Waren, aber es hapert an dieser Stelle an Kontinuität. Das andere ist, dass Fair Trade eigentlich im frischen Segment bisher gar nicht so ein Kunden starkes Argument ist. Wenn man also ein Sortiment anbietet, in Fair Trade und in
65 Bio- dann sagen viele Kunden: „Ich weiß nicht, ob es sich für mich jetzt lohnt diese Cent Beträge, aber dann hoch kalkuliert, mehr zu bezahlen, lass mal, ich habe eigentlich viel mehr Vertrauen in meine Marke von Bananen.“ Eigentlich will er wissen was hinter dieser Marke und derer Entwicklung steht und wenn wir das sauber erklären können, brauche ich eigentlich

70 Fair Trade nicht. Das ist in dem Moment, je anonymere die Produkte werden, umso wichtiger ist so zu sagen, eine Garantie durch ein Siegel. Das heißt je frischer ein Produkt, je direkter die Produkte werden, desto weniger ist das Bedürfnis, soweit ich sauber erklären kann, wo es her kommt. Das ist wichtig. Dazu kommt auch, je größer Strukturen werden, desto anonymere werden sie. Das ist eine sich selbst erklärende Struktur und im Bio Bereich sind viele Strukturen sehr klein angelegt, sodass das Vertrauen und die Nachvollziehbarkeit von sich aus wesentlich stärker möglich ist, als das in großen Strukturen ist. Jetzt im Kaffee Bereich zum Beispiel, als klassisches Verarbeitungsprodukt ist es so, dass wir auch Fair Trade führen. Von einer Firma die fairhandel heißt, aus Kiel, von denen haben wir diese Produkte. Die werden auch gefragt, aber das Vertrauen, dass in eine Marke wie zum Beispiel Lebensbaum geht, ist genauso hoch, wie in diese Siegel, dass über fairhandel geht. Letztendlich ist für den Kunden natürlich auch ganz wichtig: Erfüllt so ein Kaffee, so ein Espresso wirklich die geschmacklichen Bedingungen. Dann ist auch ganz wesentlich wie stellt sich der Preis dar? Wobei gar nicht so stark im Vordergrund steht, dass er besonders niedrig sein muss, sondern wichtig ist, dass dieser Preis zum Produkt passt. Der Kunde muss nachvollzogen haben. Ist das Produkt seinen Preis wert. Die Wertigkeit, die richtet er nicht nur nach fairhandel oder 85 Fair Trade aus, sondern an dem gesamten Produkt, aber der Hintergrund ist schon eine wichtige Komponente, aber es wird sehr viel in die Identität der Produkte rein projiziert.

Frage: Wird das sehr stark nachgefragt, Produkte aus dem Fairen Handel?

Antwort: Nein, wir haben immer wieder Nachfragen nach der Marke FairHandeln oder nach Fair Trade zertifizierten Produkten, aber ich bin mir nicht ganz sicher wie nachhaltig diese Nachfrage sein würde. Weil wir selber schon mehrmals darüber nachgedacht haben, unser Bananen komplett auf Fair Trade umzustellen, hätte ich auch gar nichts gegen. Eigenartigerweise, wenn ich ein paar Cent mehr für die Bananen haben will, kaufen sie sie beim Mitbewerber. Das heißt hier gibt es doch ganz offensichtlich ein Zielkonflikt. Der Wille ist da, aber es darf nicht mehr kosten.

95 **Frage: Das ist immer das Problem. Leider ist das oft so, obwohl es nicht sehr viel mehr ist.**

Antwort: Ja, das ist auch ein bisschen in die Tasche gelogen. Da muss man auch mal Farbe bekennen, ich selber habe auch nicht das Interesse immer das billigste Produkt zu haben. Letztendlich hängt ja auch meine Marge von dem Gesamt Produktpreisen ab. Auch dort habe ich ein Interesse einen angemessenen Preis zu finden. Den angemessenen Preis entscheidet der Kunde dann doch auch über die Vergleichbarkeit. Da schlägt sich noch eine ganz andere Frage- wie entsteht eigentlich ein Preis? Aber das ist eine andere Frage, das ist auch sehr

spannend. Mal zu sehen, wie setzt sich so ein Preis zusammen, wie ist das Empfinden des Kunden, was es wert ist. Dadurch, dass wir über Jahre eigentlich mit gewissen Bananen
105 Marken zusammen arbeiten und versuchen diese auch zu erklären, ist da ein relativ hohes Vertrauen in unsere Arbeit. Wir nehmen dem Kunden, die Arbeit ab, dass er Vertrauen haben möchte. Das ist erstaunlicher Weise deutlich geworden, er möchte Vertrauen abgeben und nicht selber übernehmen. Eigentlich müsste er es selber aktiv tun, egal ob er Ladner ist, aber am liebsten möchte man das als fertiges Siegel kaufen und sein Gewissen beruhigen

110 **Frage: Als wäre es gut für den Erfolg, für die Zukunft, wenn es einfach nur faire Biobananen gäbe?**

Antwort: Ja, das wäre natürlich sinnvoll, nur solange große Fruchtstrukturen gerade im Bio Bereich Segment einsteigen und das ist in den letzten vier / fünf Jahren sehr stark gekommen ist. Das hat natürlich den gesamten Bananenmarkt unter Druck gesetzt. Auch für die schon
115 anwesenden Erzeuger, ist es natürlich absolut kontraproduktiv. Ich selber bin Fair Trade Bananen gegenüber gut eingestellt. Wir haben auch immer wieder Fair Trade Bananen, nur auch unser Lieferant hat das Problem, er hat keine kontinuierliche Besorgung. Und die Fair Trade Mengen die zur Verfügung stehen, werden oft auch in anderen Ländern viel nachhaltiger angefragt als in Deutschland. Gerade zum Beispiel die skandinavischen Länder, England spielt da einen sehr, sehr wichtigen Grund. Die Schweiz ist da ganz aktiv,
120 Deutschland ist da einfach nicht so aktiv, im Vergleich.

Frage: Welche Produkte sind das dann eben?

Antwort: Bananen, das ist ein sehr wichtiges Produkt, wo auch Fair Trade, immer mal wieder nachgefragt wird. Auch sporadisch auch Mangos, dort interessiert es die Kundenrelativ
125 wenig, auch dort wieder das Gleiche, die wollen lieber wissen von wem kommen sie. Also die Nachfrage kommt schon, woher kommen sie? Aber es muss immer vom Preis Leistungsverhältnis einordbar sein. Es muss nicht das billigste sein. Dann haben wir noch Kokosnüsse, ist aber ein Randprodukt. Ansonsten im frischen Bereich ist es sehr wenig. Dann natürlich im Trockenbereich, der Kaffee, Schokolade ist wenig gefragt- bzw. dort ist die
130 Marke sehr wichtig. Also zum Beispiel Rapunzel haben wir selber nicht- ein ganz wichtiger Mitspieler. Auch mit seinem eigenen Siegel und seinen eigenen Projekten. Die er auch sehr sauber darstellt. Naturata spielt da auch eine Rolle, die auch in diesem Gebiet sehr aktiv sind. Auch in diesem Gebiet haben wir Weinrich eine Firma die da ganz herkömmlich ran geht und über Preise den Markt steuert, dass heißt da entsteht auch schon wieder diese Diskrepanz.
135 Kakao spielt eine Rolle aber wird auch nicht stark nachgefragt. Es ist da auch wesentlich wichtiger, was die einzelnen Projekte ausmacht und dadurch, dass zum Beispiel eine Firma

wie Lebensbaum relativ gut in der Lage ist, Projekte darzustellen ist dort ein sehr großes Vertrauen in die Marke.

Frage: gepa Produkte haben sie gar nicht, weil das sich widerspricht?

140 Antwort: Genau, haben wir nicht, wir könnten zwar an die rankommen, aber das würde sich zu sehr aufspalten.

Frage: Wenn man also noch mal die Relevanz betrachtet, im Sortiment prozentual gesehen sind es dann zwei/drei Prozent?

145 Antwort: Prozentual kann ich das sehr schwer ausdrücken, aber ich würde sage, vielleicht fünf Prozent. Als wirklich reine faire Handelsmarke gibt es eigentlich nur FairHandeln aus Kiel. Die das auch ganz klar dazu stehen und wo wir das auch ganz klar benennen. Der Kunde hat schon die Möglichkeit, das auszusuchen, aber es ist doch ganz deutlich, der größere Teil greift auf die Marke zurück, die er kennt. Diese FairHandeln Marke ist eine Eigenmarke, eigen kontrolliert, die haben eigene Projekte. Mit einer selbst gebastelten Zertifizierung. Ich
150 habe das hier noch mal für Lebensbaum, zum Beispiel Schwarztee, die beschreiben ihre Projekte schon auf jeder Packung selber. Das ist natürlich etwas, das schafft Vertrauen, da ist die Zertifizierung durch Fair Trade, die rückt da in den Hintergrund.

Frage: Dort sind aber glaube ich einige Projekte fair zertifiziert?

155 Antwort: Ja, aber das steht nie im Vordergrund, Lebensbaum stellt seine eigene Philosophie in den Vordergrund, die teilweise auch durchaus konform geht mit der TransFair Zertifizierung.

Frage: Wie kam es zu dieser Erweiterung der Produktpalette? Woher kam der Impuls?

160 Antwort: Auf der einen Seite natürlich eine Nachfrage, auf der anderen Seite die eigene Firmenphilosophie- wo wir gesagt haben, wir haben auch die Aufgabe, das dem Kunden anbieten zu wollen. Das der Kunde frei entscheiden kann, bisher kann das nebenher geführt werden. Prozentual gesehen, ich habe da jetzt nicht so die Zahlen im Kopf. Das FairHandeln Produkt als Marke ist nicht im Vordergrund. Wird aber schon nachhaltig angefragt und es ist auch nicht in Planung das raus zu nehmen.

Frage: Dann würde ich gerne zu den Einstellungen komme, die zum Thema bestehen, sollte eurer Meinung der faire Handel noch stärker gefördert werden?

165 Antwort: Also ich sehe da schon in der Frage eine Widersprüchlichkeit, wenn man das mal so betrachtet von der herkömmlichen Naturkostseite, die jetzt ungefähr dreißig Jahre in seiner Entwicklung alt ist. Wenn man wirklich diese alten Strukturen ankuckt, dann kommen die das aus einer Idee heraus, wo die Menschen gesagt haben, inklusive uns, wir wollen etwas anders
170 machen als es herkömmlich gelaufen ist. Wir haben einen andersartigen Anbau, der sich

eigentlich wieder zurück besinnt, auf traditionelle Methoden. Auf der andere Seite aber die modernen Methoden integriert. Allerdings unter Ausschluss von chemischen Düngemitteln, und ähnlichem. Aber das ist nur ein Bereich, der andere hat gesagt wir wollen auch in der Zusammenarbeit etwas erreichen, denn das was der konventionelle Supermarkt da in den letzten fünfzig Jahren da hingelegt hat, ist wirklich eine Trauerleistung. Und wer in Fachblätter des konventionellen Handels reinkuckt, der hört da das Gejammer. Keiner hat aber eine bessere Idee und alle tun so, als ob sie nichts anderes tun könnten, als die Preise herunter zu schrauben. Da ist alleine im Bio-Bereich ein ganz anderer Ansatz gewesen, dieser Ansatz im Biobereich beinhaltet, oder hat beinhaltet- ein sehr starkes faires Miteinander. Innerhalb der Handelsstrukturen, als auch gegenüber dem Produzenten selber. Jetzt erst durch die relativ starke Entwicklung im Bio-Segment der letzten Jahre hat das begonnen, ein bisschen zu verschwimmen. Da spalten sich die Betriebe sehr stark auf. Einige gehen da einen sehr klassischen Weg, sagen ok wir handeln zwar mit Bio- aber die Mechanismen die wir einsetzen sind eigentlich die konventionellen. Namentlich kann man da ganz klar die Firma Dennree nennen. Die sich ganz klar vorgenommen haben, sie gehen einen Weg des Mainstream, trotzdem die Ursprungsphilosophie ist immer die geblieben, die Produkte sind Zentrum des ganzen Handelns. Andere Firmen und da zähle ich auch Naturkost Nord dazu, wollen einen alternativen Weg wählen, der den fairen Handel miteinander eigentlich voraussetzt. Das heißt, wir mit unseren Bauern in der Region, in Europa und auch in Übersee, streben erstens eine Kontinuität an, einen fairen Handel durch Kontinuität in der Abnahme, und durch einen fairen Preis. Also nicht immer den „low price“ den man überhaupt bekommen kann und auch nicht den höchsten, sondern den Preis in der Mitte, der auch auf Dauer gehalten werden kann. Also im Bananen Segment ist es so, durch die ganze Veränderung auf dem Markt, dass der Preis wesentlich stärker nach unten gegangen ist. Auch im Bio Bereich, dass man die Preisschraube nicht mitmacht, sondern das Niveau zu halten. Und den Kunden das Niveau zu erklären, aber das muss immer in Abhängigkeit zum Produkt und zu der Wertigkeit der Qualität nachvollziehbar sein In dem Moment, wo wir uns das alles Fair Trade zertifizieren lassen, würden wir ein Stück weit unsere eigene Arbeit entkräften. Weil wir eigentlich uns in den Vordergrund stellen und sagen kuckt nach, messt uns an den Taten und nicht an irgendeinem Siegel, dass wir für unser gutes Gewissen eingekauft haben.

Frage: Das ist natürlich immer klar die Problematik, wobei von außen betrachtet ist es einfacher zu sagen, das ist eine klare Struktur, da sind die Mindeststandards erfüllt. Wie es eben auch mit dem Bio-Siegel war- das hat ja Ähnlichkeiten mit der Transparenz.

205 Antwort: Wobei wir ja auf unsere Wiederverkäufer abzielen und die sind in der Regel mit der Materie vertraut. Den Endverbraucher sehe ich da noch mal woanders, wobei auch hier sind viele Kaufsentscheidungen, sind Entscheidungen, die über das Vertrauen gehen. Vertrauen können eigentlich nur Menschen transportieren und nicht Siegel. Da ist einfach die Widersprüchlichkeit da, dass der Supermarkt sich natürlich sehr gerne ein Siegel darauf setzt
210 ist für mich völlig nachvollziehbar. Der kriegt das gar nicht anders hin, über Menschen können sie das gar nicht transportieren, dafür sind sie alle viel zu groß.

Frage: Worüber informiert ihr euch über die neuesten Entwicklungen im Fairen Handel? Welche Informationskanäle werden da genutzt?

Antwort: Nein, wir selber haben keinen Kontakt zu Zertifizierungsorganisationen, aber es gibt
215 natürlich einen regelmäßigen Austausch mit all unseren Vorlieferanten und wenn Fragen entstehen, können wir die auch selber nachhalten. Wir wissen ja wo wir die Information bekommen können. Das ist kein Problem. Ganz klar, ist da das Internet eines der wesentlichsten Informationsquellen. Wenn es Fachfragen sind, wenden wir uns auch direkt an den Zertifizierer oder an den in den Verkehrbringer. Es gibt da keine bestimmte Adresse an
220 die ich mich wende, in Bezug auf Fair Trade. Bei bestimmten Fragen würde ich mich direkt an den Vorlieferer des Produkts wenden.

Frage: Die Kontakte zu den Akteuren sind gut?

Antwort: Kein Problem, die sind am fließen. Die sind ganz positiv.

Frage: Fallen dir spontan pos. / neg. Beispiel für Vermarktung ein. Sind Internetportale wie fair feels good bekannt?
225

Antwort: Sind bekannt, haben aber relativ wenig Bedeutung für uns, weil die Zielgruppe nicht unbedingt, oder nicht hauptsächlich der Naturkostmarkt ist. Die Hersteller legen natürlich ihre Kampagnen in den Vordergrund, wobei teilweise der faire Handel da mit einfließt. Ganz klar die gepa, hat eine ganz große Wirkung auf den Naturkostmarkt. Die gepa nehme ich auch als
230 ein sehr positives Beispiel nämlich, dass da Fair Trade es geschafft hat, sich auch einen ökologischen Standard zu setzen. Weil das in der Vergangenheit sehr schwammig für den Verbraucher war. Ich möchte eigentlich ein biologisches Produkt haben, Fair Trade wäre auch nicht schlecht, aber wenn Fair Trade keine Bio Produkte hat, will ich auch nicht Fair Trade haben. Wenn nicht Bio, dann auch nicht Fair Trade, weil Bio ist sowieso schon eher fairer als
235 anders herum.

Frage: Das ist ein bisschen das Problem, jede Richtung nimmt für sich in Anspruch irgendwas schon zu haben. Der Blickwinkel ist da entscheidend.

Antwort: Ja, wobei ich sagen würde, dass das Vertrauen in Bio da größer ist, in Deutschland. Wenn da die Entscheidungsmerkmale Bio oder Fair Trade wären- da wäre Bio klar an erster Stelle. In England ist das einfach ganz anders, da ist das Gewissen das was man sich frei kaufen möchte mit Fair Trade einfacher viel stärker, als der Bio-Aspekt. Das hat sich zwar in den letzten Jahren auch sehr stark entwickelt, aber da ist ein ganz großer Unterschied. Die Schweiz hat da auch einen ganz anderen Ansatz.

Frage: Welche Ähnlichkeiten siehst du in der Entwicklung zwischen den beiden Entwicklungen?

Antwort: Auf die Siegel Entwicklung betrachtet ist es so, dass die Menschen immer den Wunsch haben nach Vereinfachung, alles soll nach Möglichkeit einfach sein. Je einfacher, ein Siegel einem die Verantwortung abnimmt, das ist ein Trend der hält an. Das sehen wir an dem staatlichen Bio-Siegel, so ist auch beim Fairen Handel. Niemand steht auf unglaublich viele Siegel, dann muss man sich ja wieder darum kümmern, was was bedeutet. Es ist so, dass der Verbraucher auch Sicherheit kaufen möchte. Bei der Zertifizierung hat der Verbraucher schon einen Vertrauensvorschuss, das ist so. Die Entwicklung im Bio Bereich geht wesentlich rasanter voran, als die im Fair Trade Bereich. Fair Trade haftet auch immer noch das angestaubte Image des Dritte Weltladens an. Ich glaube das braucht noch Zeit, dass Fair Trade es schafft, von sich heraus es schafft aufzuklären, diesem Image ein neues Outfit zu verpassen.

Frage: Was könnte man dafür tun? Ideen?

Antwort: Ich denke, dass einfach dieses soziale Engagement, dass muss ganz deutlich in den Vordergrund gestellt werden. Dass das ein Stück erlebbar wird, diese Dritte Welt Kampagnen haben immer auch ein Stück schlechtes Gewissen an sich. Bio hatte auch immer Jahre lang diesen erhobenen Zeigefinger mit sich herum getragen, das hat es in den letzten fünf Jahren verloren. Mittlerweile haben selbst solche Vertrauensmarken wie Demeter, die auf der einen Seite etwas unglaublich ehrwürdiges haben, es geschafft sowohl eine junge Käuferschicht zu erreichen und auf der anderen Seite auch die alten Vertrauensstrukturen zu erhalten. Die haben es also geschafft, in diesen ganzen Kampagnen sehr viel Vertrauen zu bilden und sich gleichzeitig den neuen Generationen zu öffnen. Das würde ich Fair Trade wünschen, da stehen aber ganz klar die begrenzten Geldmittel zur Verfügung. Das ist im Bio Bereich auch so, aber da ist noch mehr Geld vorhanden. Ich bin mir auch nicht sicher, ob es gut ist das Gewissen über ein Siegel frei zu kaufen. Ich glaube, dass es andersrum leichter ist mit einer Marke Vertrauen zu schaffen, die gewisse Standards einhält. Die muss sie sich natürlich selber setzen, aber das transportiert die Marke dann. Das Siegel wirbt sozusagen für Sozialität

und das ist für mich ein Widerspruch. Es funktioniert einfach nicht über ein Siegel möglichst viel zu transportieren. Als Beispiel die SEKEM Farm die haben es geschafft über die letzten zwanzig Jahre durch ein engagiertes Projekt eines Menschen, etwas aufzubauen was so nachhaltig ist. Was ein unglaublich hohes Vertrauen genießt und auch nachvollziehbar ist, weil die Menschen dahin fahren können, wenn sie wollen. Dieses steht auf festeren Füßen, als ein anonymisiertes Fair Trade Projekt.

Frage: Als Zusammenfassung kann man da sagen: es ist wichtig eine klare Position zu beziehen und deutlich zu machen worum es einem geht und offen zu transportieren.

280 Dann muss es kein Siegel haben, sondern die Nachvollziehbarkeit?

Antwort: Dies muss natürlich an irgendetwas festgemacht werden und das ist meistens die Identität des Produkts. Warum kaufen Leute Produkte von Nestlé? Obwohl die Produkte teurer sind und jeder weiß was der Konzern verbricht. Weil die Produkte eine Identität haben und weil sie dadurch eine Art Vertrauen schaffen. Das ist das Problem, Fair Trade kann viel zu wenig transportieren, oder sie müssen das wesentlicher breiter streuen.

Frage: Zu den Chancen und Hemmnissen, welche sind da vorhanden.

Antwort: Das alte Image muss gewandelt werden, im positiven Sinne, nicht mit dem erhobenen Zeigefinger. Man darf schon benennen, dass es dem anderen Teil der Erde schlechter geht, aber man muss auch immer die Lösung mitliefern. Das muss Fair Trade in den Vordergrund stellen. Das ist auch zugleich die Chance.

Frage: Zu den Aktivitäten hier vor Ort werden irgendwelche Seminare, Workshops hier für die Mitarbeiter als auch nach außen getragen.

Antwort: In Bezug auf Fair Trade direkt nein, aber es wird sehr dicht in der Zusammenarbeit mit Fokus Bio gearbeitet. Vor zwei Wochen habe ich selber gerade ein Seminar zum Thema Bio und Fair für die Einzelhändler und Wiederverkäufer gehalten. Allerdings erweitert auf „was ist der Wunsch und was die Handelsrealität“, oftmals ist da auch Unwissen im Weg. Gerade auch im Einzelhandelsbereich. Wenn die Leute irgendetwas von Fairness hören, haben sie gleich das Gefühl das hat was mit der Dritten Welt zu tun- Bio ist da gleich Fair Trade. Die Mechanismen des Marktes, auch auf dem Biomarkt, sind auf dem gleichen Weg wie die des konventionellen. Da ist eine ganz große Aufgabe, sich selber Strukturen zu schaffen, die sich von den konventionellen absetzen. Stichwort Nachvollziehbarkeit muss stärker werden. Da sind wir schon dran, aber nicht in Bezug auf Fair Trade, Hand in Hand, oder andere Produkte.

Frage: Gibt es noch mal speziellere Werbung, Hinweise auf die Produkte im Sortiment die aus Fairem Handel sind?

Antwort: In dem Moment wo klar ist, das hat eine Nachhaltigkeit im Frischesortiment, dann wird es einen Link über die Internetseite geben. Da wird es auch eine Suchmaschine geben, wo der Begriff Fair Trade mit eingegeben wird. Sodass, wenn man etwas über Fair Trade erfahren will, diese Information auch bekommt.

310 **Frage: Zu den Kooperationen, wie beurteilst du die Perspektiven, wird es eher weiter neben einander herlaufen oder eine Verstärkung der Zusammenarbeit geben?**

Antwort: Ich kann da nicht für den Markt reden, sondern nur für Naturkost Nord. Wir werden das nicht als vorrangiges Projekt starten, wenn ich aber merke, dass es in einem sinnvollen Kontext steht, dass wir zum Beispiel einen Bananenlieferant haben, der kontinuierlich
315 versorgen und die Qualität auch wirklich erfüllen kann...dann würde dieses Projekt auch rein kommen. Bananenreifung ist da ein ganz wichtiger Punkt, es muss professionell gearbeitet werden. Es gibt Projekte, die einfach durch ihre Arbeit überzeugen, sodass diese dann weiter unterstützt werden. Erstmal sind die so gut, dass das beim Kunden ankommt und dafür kann ein sehr hoher Preis genommen werden. Es gibt, glaube ich, keine teurere Ananas auf dem
320 Markt, aber auch keine bessere. Projekt, Menschen und Produkt zusammen, wenn das gegeben ist, engagieren wir uns.

Frage: Gibt es denn häufig noch Problem mit den Produkten? Lieferschwierigkeiten, etc?

Antwort: Im Frischesortiment ja, im Trockensortiment ist das meistens so gut vorbereitet,
325 dass es da, wenn nur punktuell zu Lieferausfällen kommt. Aber die lassen sich, wenn es nicht zu häufig ist umgehen. Gerade im frischen Sortiment, wenn da was nicht stimmt, dann sagt der Kunde, schön mit eurem Fair Trade, aber das Produkt schmeckt nicht. Es geht über die Qualität

Frage: Fallen dir spontan Beispiele für gute Vermarktungen von Bio & fairen Produkten ein? Das war echt gut/ das nicht so?
330

Antwort: Also, in dem Bereich, wo wir so arbeiten funktioniert das sehr gut. Bis auf die sehr lückenhafte Versorgung durch Fair Trade Bananen. Wir könnten auch an eine lückenlose Versorgung von Fair Trade Bananen herankommen, aber da weiß ich ganz genau, dass eine große Finca dahinter steht. Die zwar ihre Mindestlöhne, diese ganzen sozialen Aspekte mit
335 integriert, aber ich möchte nicht Bananen von einer großen Finca haben. Sondern lieber Bananen von kleineren Projekten, die einen garantierten Mindestpreis bekommen, wo einfach klar ist, die haben so einen guten Geschmack, das merkt man einfach. Da ist mir die Marke und Erklärbarkeit lieber, als ein Fair Trade-Siegel. Teamversand fällt mir persönlich noch ein. Die haben qualitativ sehr hochwertige Produkte, aber die sind unglaublich billig und ich frage

340 mich, wie die diese Preise halten können. Also müssen da die Mindestpreise so niedrig sein, dass das Niveau so schlecht sein muss. Das kommt bei mir seltsam an, nicht vertrauenswürdig. Die Wertschöpfung, muss sich eben auch im Preis niederschlagen, sonst kann es nicht zusammenpassen. Wenn ich meinen Kunden sagen würde, dass die Bio-Banane genauso viel kostet, dann fragen die mich wie das sein kann und wo bleibt das Geld? Ein
 345 Karton Bananen kostet im Ursprungsland zwischen ein / zwei Euro und hier kostet er an die 30 / 35 Euro. Das heißt, wo bleibt das Geld? Das Geld bleibt auf dem Weg, durch viel Risiko, durch viel Transport.

Frage: Wie wichtig schätzt du faire Richtlinien in den Richtlinien des ökologischen Landbaus ein? Nationale wie Internationale?

350 Antwort: Ich finde, dass ist eine der Überlebenschancen des traditionellen Biomarktes. Wenn der es nämlich schafft, seine Produkte weiterhin unter diesem Aspekt sauber zu erklären, ist das ein Bereich, den der Supermarkt nicht nachmachen kann. Der Supermarkt hat nämlich ein Riesenproblem, er ist viel zu groß, er interessiert sich viel zu wenig für die Menschen. Wenn wir das schaffen, das zu transportieren, dann ist das eine große Chance.

355 Frage: Wie kann das umgesetzt werden?

Antwort: Indem wir lernen nicht nur auf die Rendite zu achten, sondern wesentlich stärker auf die Produkte und die Menschen dahinter. Also wir müssen uns immer an den Menschen orientieren im Zusammenhang mit den Produkten.

360 Frage: Ansätze zur Förderung der Produkte. Sowohl den Absatz als auch die Erklärbarkeit? Welche Strukturen sind deiner Meinung nach wichtig?

Antwort: Ganz klar, die Griffigkeit der Thematik muss für den Kunden klarer werden. Es gibt eine Kampagne von Demeter zum Saatgut, daran wird das sehr deutlich. Vor fünf Jahren hat sich kein Mensch darum gekümmert und heute ist es ein Thema und ist in einem bestimmten aufgeklärten Kreis ganz klar und etabliert. Das ist etwas, was ich mir auch für den Fair Trade
 365 Sektor wünschen würde, es muss auf eine moderne und griffige Art für den Kunden greifbar werden. Da sitzt natürlich das angestaubte Image der Vergangenheit fest und die Marke selber hat sich sehr stark entwickelt nur Fair Trade hat sich nicht mit entwickelt. Der Supermarkt wird sich nicht darum kümmern, der will sich nur das Siegel kaufen und nichts selber tun. Die Handelspartner müssen sich in einer aktiven Weise darum kümmern und Fair Trade selber
 370 muss anspruchsvolle Materialien zur Verfügung stellen und muss auch von seinem Handelspartner etwas fordern. In dem Moment wo Fair Trade es schafft von seinem Handelspartner eine gewisse Leistung zu fordern, eine echte Leistung und nicht eine

suggestierte Leistung, wird der Partner sich auch entscheiden: Ja oder Nein, das ist eine Frage des Bewusstseins für mich.

375 **Frage: Als letztes was kann man sich von staatlicher Seite wünschen? Faire Richtlinien? Wird da überhaupt was passieren?**

Antwort: Ich baue da nicht auf den Staat, weil das Vertrauen von Monat zu Monat sinkt. Einmal aus politischer Sicht, das ist schon mal klar. Auch wenn wir die Novellierung der Bio-Verordnung sehen, dann ist schon klar, wohin das geht. Deshalb habe ich auch kein Vertrauen
380 in so eine Maßnahme wie Fair Trade. Ich glaube, es geht darum, dass wir uns selber den Markt gestalten, das ist ein ganz wesentlicher Bereich, maßgeblich. Wenn ich wissen will, wie die Zukunft aussehen soll, muss ich sie selber gestalten. Wenn die Entwicklungshilfe es schafft dies in ihre Projekte einfließen zu lassen, die ja auch von staatlicher Seite gefördert wird, dann kann das Sinn machen. Die Eigenverantwortung ist hier immer wieder das große
385 Thema und den Endverbraucher in die Pflicht zu nehmen. Diese Idee, dass der Verbraucher kein Geld hat, ist Unsinn. Wenn ein Verbraucher weiß, um was es geht, dann gibt er auch das Geld dafür aus. Das erreicht man nur über die Produktidentität. Identität bekommt man nicht durch Siegel sondern durch Nachvollziehbarkeit. Nachvollziehbarkeit bekommt man durch Aufklärung- und Aufklärung muss jeder Mensch wollen.

390

Vielen Dank für das Interview und die damit verbundene Unterstützung.

INTERVIEW: HERR BROITZMANN NATURKOST GRELL AM 07.07.2006 UM 14.00

Frage: Zu den allgemeinen Angaben?

5 Antwort: **Die Infos schicke ich Ihnen per Post.**

Frage: Ja, sehr gerne. Größe des Betriebs usw., Liefergebiete sind da auch mit drin?

Antwort: Ja, dort sind alle Angaben enthalten.

Frage: Sehr gut. Dann brauchen wir das ja jetzt nicht mit aufzunehmen. Welche Funktion üben Sie im Betrieb aus?

10 Antwort: Ich bin der Vertriebsleiter

Frage: In den Informationen sind auch Informationen zum Klientel usw.?

Antwort: Ja.

Frage: Zu den Hintergründen zum Thema Bio und Fair. Wie hat sich das entwickelt sich mit dem Thema fairer Handel auseinanderzusetzen? Welcher Bestandteil ist das sowieso ihres Unternehmens?

15

Antwort: Grundsätzlich ist das ja sowieso ein Bestandteil des ökologischen Landbaus, der faire Handel. Bei uns ist es auch noch wichtig, dass gerade die Erzeuger einen gerechten Preis bekommen. Den benötigen sie nicht nur um ihre Ware zu erzeugen, sondern auch um in die Zukunft zu investieren. Das gilt eben nicht nur für den Fairen Handel in Übersee, natürlich auch fairer Handel hier vor Ort, in unserer Region zum Beispiel.

20

Frage: Ist das irgendwie festgelegt, welche Richtlinien oder Kriterien dafür angelegt werden? Gibt es da ein Kriterien Katalog innerhalb ihres Unternehmens?

Antwort: In dem Sinne so nicht. Es ist schon wichtig bei unserem Erzeuger zu kucken, welchen Preis muss er für seine Ware haben. Wir haben da aber keinen Katalog, wo wir das abhaken. So ist es bisher nicht.

25

Frage: Streben Sie das an, das das in Richtlinien festgehalten wird?

Antwort: Ich denke ja. Was aus Drittländern kommt, muss auch diese Siegel tragen, wenn wir das so ausloben wollen und können.

Frage: Welches Siegel?

30 Antwort: Das TransFair-Siegel oder Fair Trade, da gibt es ja verschiedene.

Frage: Genau, deshalb frage ich nach. Also ist es angestrebt auf einige Produkte das TransFair-Siegel zu bringen?

Antwort: Wir arbeiten seit Mai auch mit der gepa zusammen, aber wir haben sowieso schon Produkte mit dem Siegel drin.

35 **Frage: Welche Produkte haben Sie davon?**

Antwort: Kaffee, Tee, Schokolade

Frage: Von der gepa?

Antwort: Ja, aber auch von der Firma FairHandeln und im Bereich Kaffee auch Produkte von der Firma Wertform „Mount Hagen“

40 **Frage: FairHandeln aus Kiel?**

Antwort: Ja.

Frage: Wie ist die Relevanz im Sortiment an fairen Produkten? In welchem Bereich liegt das prozentual gesehen?

Antwort: Unter ein 1%. Ausgelobt.

45 **Frage: Die Kooperation mit der gepa haben Sie ja schon angesprochen, haben Sie da noch andere Kooperationen mit Fair Handels Vertretern?**

Antwort: Ja mit FairHandeln, speziell aus diesem Grunde.

Frage: Wie kam es zur der Erweiterung der Produktpalette auf fair gehandelte Erzeugnisse? Aus Nachfragegründen?

50 Antwort: Aus verschiedenen Gründen, einmal Nachfrage, weil das immer wichtiger wird beim Endverbraucher und manchmal ergibt sich das dann. Man kuckt, man hört, man sucht und man findet sich.

Frage: Wie kam das? Kam das dann von gepa Seite?

Antwort: Ja, einmal kam das von gepa Seite und weil wir mit anderen Großhändlern in

55 Kontakt stehen, weil wir die Sortimente ein bisschen abstimmen. Da kommt auch mal rüber was gut läuft und durch den Informationsaustausch, wird dann etwas hinzugenommen. Unter dem Aspekt, das ist ein Sortiment das stimmt und das passt rein.

Frage: Haben Sie das Gefühl, dass die vorhandenen Kooperationen ausreichen und gut funktionieren, oder wünschen sie sich darüber hinaus noch irgendetwas mehr.

60 Antwort: Ich denke das läuft ganz gut, weil man auch in eine gemeinsame Richtung gehen kann.

Frage: Und zu den Einstellungen zum Thema Fairer Handel, könnte der noch mehr gestärkt werden?

Antwort: Mit Sicherheit, was wichtiger werden wird, ist der faire Handel hier vor Ort, in
65 unserer Region. Ich denke da muss man noch mehr Aufklärungsarbeit leisten.

Frage: Wie könnte so eine Aufklärungsarbeit aussehen?

Antwort: Ich denke, schon über Medien

Frage: Informationskampagnen?

Antwort: Ja, genau. Denn es ist ja so, der Kohlkopf kostet hier soviel, woanders vielleicht
70 weniger. Genauso ist es bei den Gurken, Tomaten. Das muss man einfach sehen und deutlich machen.

Frage: Welche Schwierigkeiten sehen Sie in der Kooperation zwischen Fairem Handel und ökologischen Landbau? Gibt es da besondere Chancen oder Hemmnisse?

Antwort: Die Verfügbarkeit erschwert die Arbeit, denn das ist ganz wichtig. Für uns als
75 Großhändler, muss die Ware verfügbar sein. Es muss auch eine Liefersicherheit da sein. Die Transparenz muss gewährleistet sein. Das muss auch nachvollziehbar sein, für alle Stufen und auch für den Endverbraucher. Das ist zum Teil gut gelöst, aber da ist es wichtig, weiter dran zu arbeiten. Das wird immer wichtiger.

Frage: An einer Transparenz der Siegel oder der Verfolgbarkeit der Produkte?

80 Antwort: Ja, auch an den Betrieben oder den Parteien die dahinter stehen, die das vertreten. Auch das wird immer wichtiger werden. Da muss man auch deshalb weiter dran arbeiten, weil das für uns als Branche wichtig ist, um sich von anderen abzugrenzen.

Frage: Von anderen konventionellen Anbietern?

Antwort: Ja, genau.

85 **Frage: Sehen Sie Ähnlichkeiten im Fairen Handel zum ökologischen Handel in der Entwicklung der Siegel, der Vermarktungskanäle, der Kommerzialisierung?**

Antwort: Ich denke wir kommen nicht drum herum, um den konventionellen Handel, weil wenn wir das auf breiten Füße stellen wollen, dann müssen wir kucken, was will der Endverbraucher. Wo geht der hin? Wir müssen den Verbraucher abholen.

90 **Frage: Wie kann man das machen?**

Antwort: Ja, das kann man machen. Man muss ja nur bei sich selbst kucken, wo gehe ich hin einkaufen. Und das müssen wir nutzen.

Frage: Wie kann man da den Endverbraucher erreichen? Wie kann man ihn von der Qualität der Produkte überzeugen?

95 Antwort: Man kann ihn schlecht von seinen Gewohnheiten abbringen, aber wenn er das in seinem Umfeld findet... Wenn er zu EDEKA geht, das ist vielleicht sein Nahversorger vor Ort. Soll die Ware denn dort nicht stehen? Wenn er auf diese Einkaufstation fixiert ist, ist es schwierig ihn da von abzuhalten. Er wird dafür nicht fünf km fahren, um sie im Dritte Welt Laden zu bekommen.

100 **Frage: Also müssten die Produkte noch breiter gestreut werden?**

Antwort: Ja.

Frage: Dafür müsste man wahrscheinlich Analysen anstrengen, wo wer einkauft?

Antwort: Ja, genau so was gibt es ja auch schon. Da ist ja schon Vorarbeit geleistet worden.

105 Auch für die Bio-Kunden, wo kaufe ich was ein? Mit dem Thema müssen wir uns
auseinander setzen, das ist ganz wichtig.

Frage: Auf die Aktivitäten bezüglich des Fairen Handels, innerhalb ihres Unternehmens machen sie dazu Seminare, Workshops, irgendetwas in der Art?

Antwort: Bisher noch nicht.

110 **Frage: Werden die Produkte des Fairen Handels noch mal stärker beworben? Gibt es Hinweise, Werbung?**

Antwort: Wir haben das in unserer Preisliste stehen, das ist extra noch mal gekennzeichnet. Auch beschrieben, warum, weshalb. Wir werden auch nicht darum rum kommen, gewisse Aktionen und im Rahmen unserer Werbemittel vorzustellen.

115 **Frage: Fallen Ihnen ganz spontan gute oder schlechte Beispiele der Vermarktung von fairen Bio-Produkten ein?**

Antwort: Nein, spontan nicht.

Frage: Kennen sie Internetportale wie „fair feels good“?

Antwort: Ja, habe ich aber noch nicht drauf gekuckt.

120 **Frage: Ich will mit der Frage darauf hinaus, welche Kampagnen sind Erfolgsversprechend, wie streut man das breit?**

Antwort: Solche Sachen sind in Fachkreisen bekannt, aber man muss den Endverbraucher erreichen

Frage: Die Frage, ob sie sich in Zukunft stärker mit dem Fairen Handel beschäftigen wollen, ergibt sich aus dem vorangegangenen ja schon.

125 Antwort: Das ist auf jeden Fall so, also das wollen wir auch.

Frage: Wie schätzen Sie denn die Notwendigkeit von fairen Richtlinien auch für nationale Betriebe und Erzeuger ein? Beispielsweise in die Richtlinien der ökologischen Anbauverbände?

Antwort: Das finde ich ganz wichtig.

130 **Frage: Da ist ja wahrscheinlich noch sehr viel Arbeit notwendig, oder?**

Antwort: Ja, sicher sehr viel Aufklärungsarbeit, sonst haben wir ja das Problem mit der Globalisierung, dass viele Betriebe auch hier ganz andere Produktionskosten / Standorte haben. Die Betriebe hier, die Gefahr besteht ja, dass diese auseinander fallen. Es gibt nur eine Chance, wenn wir rauskommen aus der Anonymisierung die auch stattfindet, dass es

135 nachvollziehbar wird, warum und weshalb.

Frage: Die Frage ist auch, sollten faire Richtlinien in die Richtlinien des Bio-Siegels miteinbezogen werden?

Antwort: Zum Beispiel ja.

140 **Frage: Wobei es wahrscheinlich schwierig ist, weil die Novellierung der EG-Verordnung eher das Gegenteil einer Erweiterung ist?**

Antwort: Ja, genau.

Frage: Was halten Sie von der geplanten Empfehlung zum Fairen Handel auf EU-Ebene

145 Antwort: Das halte ich für sehr sinnvoll, es kommt natürlich drauf an welche Standards dann genommen werden. Es kann sich dann nur um die Mindeststandards drehen. Man muss auch kucken, was das bedeutet für die Organisationen die schon mehr machen, dass es mit einer gesetzlichen Verordnung nicht bedeutet, die runterzustufen.

Frage: Wobei man ja sieht, dass die Bio-Anbauverbände und das Bio-Siegel auch nebeneinander existieren können.

150 Antwort: Ja, genau. Eine Orientierung für den Endverbraucher.

Frage: Es scheint mir auch ganz wichtig, dass die Strukturen transparent sind, die Nachvollziehbarkeit gewährleistet ist.

Antwort: Es muss auch eine Produktsicherheit da sein, auf die sich der Endverbraucher verlassen kann. Da ist ein Siegel schon ganz wichtig, ein Siegel oder wenige Siegel.

155 **Frage: Treten in Zusammenhang mit den fairen Handels-Produkten Hemmnisse bzw. Schwierigkeiten in Bezug auf Lieferkapazitäten, Preise oder ähnliches auf?**

160 Antwort: Die Preise natürlich immer wieder, das steht dann auch im Fokus, der Preis ist schon wichtig, aber auch nicht mehr so wichtig. Das merken wir auch, das Preis-Nutzungsverhältnis ist wichtig. Der persönliche Nutzen um diesen Preis auszugeben. Das kann man machen, wenn es ein Produkt ist, mit dem ich mich identifizieren kann. Kann aber auch ein Hemmnis sein, kann auch sein, dass man die nicht erreicht, die sagen, das will ich nicht, ich will einfach einen Kaffee haben. Vielleicht noch einen ökologischen, aber nicht unbedingt einen, der auch noch fair gehandelt ist. Das ist dann vielleicht zweitrangig.

165 **Frage: Deshalb müsste es wahrscheinlich selbstverständlich gekoppelt sein- Fair und Bio. Damit sich der Verbraucher gar nicht erst entscheiden muss- will ich Fair oder Bio?**

Antwort: Genau und der hat eben seinen Preis.

Frage: Die Ansätze zur Förderung der fairen Bio-Produkte, fällt Ihnen da noch was zu ein. Was man tun müsste um diese Produkte zu fördern?

170 Antwort: Aufklärungsarbeit und auch einen bestimmten Schritt tun, wo bekomme ich die Ware? Es gibt nichts schlimmeres, als wenn der Kunde suchen muss.

Frage: Also müssten da die bestehenden Strukturen noch verändert werden? Die Erreichbarkeit des Produktes? Was wünschen sie sich in der Kooperation mit dem Fairen Handel, fällt Ihnen da etwas ein, was die die Kooperation noch fördern könnte?

175 Antwort: Spontan nicht, nein. Wir sind auch zufrieden mit dem wie es im Moment läuft.

Frage: Vielen Dank für das Interview.

**INTERVIEW: HERR FRICKE VOM BIO- SUPERMARKT BASIC HAMBURG-
OSTERSTRAÙE 23.06.2006 14.00 UHR**

Frage: Erstmal zu den allgemeinen Angaben Wie groß ist der Laden?

5 Antwort: Du meinst nur die Filiale hier in Hamburg?

Frage: Ja, nur die Filiale hier in Hamburg

Antwort: Ungefähr 500m² Mitarbeiter, wenn du alle Auszubildenden, Aushilfen mitrechnest, dann sind es 25, nur die Vollzeit- Stellen sind es 12,5.

Frage: Du bist der Geschäftsführer des Ladens?

10 Antwort: Ich bin der zweite Geschäftsführer des Ladens.

Frage: Wie setzt sich die Klientel der Kunden zusammen? Stammkunden? Welches Alter?

Antwort: Wir haben eine Reihe von Stammkunden aus dem Viertel, das hat sich jetzt einfach so herauskristallisiert, nach zwei Jahren. Wir haben aber auch eine ganze Reihe von Leuten,
15 die hier einfach rein kommt, aus der U-Bahn steigt, hier in der Gegend ist. Viele die nicht unbedingt zu uns kommen, weil Sie Bio suchen, sondern weil sie einfach den Laden nett finden. Wir haben mal gesagt: Die Leute kaufen nicht, weil es Bio ist, sondern obwohl es Bio ist. Das sind Leute, die sonst keinen Fuß in einen Bio-Laden setzen würden, das stellen wir immer wieder fest. Die Altersstruktur ist ende 30, 40, dann sind aber auch wieder ein paar
20 junge Familien dabei. Ähnlich wie bei einem kleinen Naturkostladen, nur in den interessantesten Schichten, haben wir ein paar mehr.

Frage: Bestehen irgendwelche Mitgliedschaften zu Verbänden? BNN?

Antwort: Nein, die gibt es nicht, aber die Gründer von Basic kommen alle aus diesem Dunstkreis. Der Richard Müller hat bei Bioland mitgegründet, das sind alle echte Ökos. Da ist
25 so eine Verbindung immer schon da gewesen.

Frage: Gibt es Kooperationen mit anderen Naturkostläden? Oder mit Erzeugern, die besonders hervorgehoben werden können?

Antwort: Das gibt es diese traditionell gewachsenen, dadurch das Basic im Süden gegründet wurde, sind es eine Menge Unternehmen aus dem Süden. Chiemgauer ist traditionell immer
30 bei Basic mit dabei. Byodo war auch von Anfang an mit dabei. Hermannsdorfer gibt es hier im Laden nicht, aber im Süden schon. Wir sehen immer zu, dass wir zu dem normalen Großhandels Sortiment auch regionale Lieferanten haben. Im Fall von Hamburg sind das zum Beispiel unsere Salate und die Erdbeeren, diese sind von regionalen Bauern, die Milch direkt

aus dem Wendland. Es gibt immer Leute, die den Kopf schütteln, wenn Sie sehen wie viele
35 Lieferanten wir haben.

Frage: Zum Thema Bio und Fair Trade, zu den Hintergründen und Ursprüngen, wie hat sich der Laden damit beschäftigt, welchen Stellenwert hat das Thema im Laden?

Antwort: Also jetzt mal als Beispiel, Rapunzel war auch immer eine Firma die mit Basic gut
zusammen gearbeitet hat und die haben ja sehr viel mit ihren „Hand in Hand“ Projekten
40 gemacht. Dann ist die gepa auch schon lange, seit mehreren Jahren ein Lieferant von uns. Mit
denen machen wir auch Aktionen. Wir haben ja unseren wöchentlich wechselnden Flyer mit
unseren Angeboten. Da sind auch gepa Produkte dabei, im redaktionellen Teil sind auch mal
Informationen über die gepa, fairer Handel. Das gab es auch schon. Jetzt ganz aktuell zur WM
hatten wir auch diese handgefertigten Fußbälle.

45 **Frage: Wie ist die Relevanz an fairen Produkten im Sortiment?**

Antwort: Das ist schon ein wachsender Stellenwert, das war früher ein ganz klares
Nischenprodukt, eben diese Rapunzelsachen, plus beim Kaffee wo eben dieses fair gehandelt
Label auch auftaucht. Dadurch, dass wir jetzt auch im Non-Food-Bereich erweitern, hatten
wir diese Fußbälle und diese Körbe. Das ist schon ein Gebiet, das wichtiger wird, aber
50 insgesamt betrachtet ist es natürlich noch wenig.

Frage: Prozentual betrachtet?

Antwort: 5%

Frage: Wie ist die Nachfrage nach den Produkten? Fragen viele Kunden nach?

Antwort: Ja, das ist schon ein Thema. Nicht unbedingt jeden Tag, aber es kommt schon mal
55 ein Kunde und sagt: „Sind die Bananen hier fair gehandelt?“. Dann muss ich immer diesen
Unterschied erklären, fair gehandelt mit Label, fair gehandelt ohne Label, das ist noch ein
bisschen undurchsichtig für die Kunden. Das wäre schön, wenn in dem Bereich mehr Klarheit
kommen würde, so ähnlich wie das mit dem Bio früher war. Keiner wusste, was ist das
eigentlich?

60 **Frage: Das ist auch einer meiner nächsten Fragen. Wo siehst Du die Ähnlichkeiten zwischen Fairem Handel und Öko Landbau in der Entwicklung?**

Antwort: Da ist ein großer Informationsbedarf vorhanden, weil ja nicht immer fair gehandelt
auch Bio bedeutet und umgekehrt natürlich. Das sollte so sein, ich finde, wenn etwas Bio ist,
dann sollte es auch fair gehandelt sein. Das sind zwei Sachen, die zusammen gehören,
65 natürlich ist das nicht gesetzmäßig so. Es sollte so sein, aber es ist nicht so.

Frage: Was hältst du von gesetzlichen fairen Richtlinien im ökologischen Landbau, national wie international?

Antwort: Da halte ich viel von, das muss sich ja nicht unbedingt auf den Bio-Bereich beschränken, wir sind da natürlich Vorreiter. Da kommen wir ja schon in so eine Sozialismus-Kommunismus Debatte rein. Dass Menschen fair zu behandeln sind. Das ist ja grundsätzlich so und da ist es schön, wenn wir das Thema transportieren und dann auch ins Nachdenken kommen: Wie ist das denn eigentlich, verdienen denn alle, das was sie eigentlich verdienen müssten? Die Überlegung, wir setzen uns dafür ein, dass in der dritten Welt faire Bedingungen herrschen, aber machen wir auch vor Ort etwas für unsere Bedingungen? Von daher ist es schon wichtig, dass es das Sortiment gibt, alleine schon um das Thema anzuschneiden

Frage: Hast du spontan Ideen, wie man das fördern könnte? Was für Strukturen dafür notwendig sind?

Antwort: Man braucht einen Kriterienkatalog, also was bedeutet fair bei uns? Angefangen bei den Bauern, hört das auf mit dem, dass sie ökologisch wirtschaften und ist da auch noch mehr dran. Dann auch weiter, wie wird ein Produkt gehandelt? Ist es ein Unterschied, ob man ein Bio-Produkt bei uns kauft oder bei LIDL? An dem Produkt selber, kannst du das eben nicht festmachen, du musst auch das Drumherum betrachten. Ich sehe das so, dass das auch eine Rolle spielt. Dass das schon ein Produkt verändert in welcher Umgebung es ist.

Frage: Hat die Kooperation von LIDL eine Auswirkung auf das Verhältnis zwischen Bio und fairen Akteuren und euch?

Antwort: Unser Verhältnis wird nicht davon betroffen. Es wird wie mit dem Bio- Ding allgemein, auch einer größeren Masse bekannt und zugänglich gemacht. Das Wort Fair kommt auch bei LIDL vor. Bei Leuten die das vorher nie gehört haben. Fair, aha schön. Das ist gut, das ist auf jeden Fall gut, aber die Glaubwürdigkeit ist ähnlich wie bei Bio im Discounter, da leidet die ein bisschen.

Frage: Wie siehst du denn die zukünftige Entwicklung von Bio und Fair?

Antwort: Ich sehe es leider nicht mehr so positiv wie ich es mal gesehen habe. Ich sehe natürlich, dass Bio in allen möglichen Segmenten wächst. Die die am stärksten wachsen, sind die großen Firmen. Die inzwischen auch von konventionellen oft aufgekauft wurden und ihre konventionellen Muster auf den Bio-Handel übertragen. Damit bleibt, was Bio, oder auch das Alternative ausgemacht hat, ein bisschen auf der Strecke.

Frage: Gibt es irgendwelche Schwierigkeiten mit den Produkten, bezogen auf die Lieferbedingungen, Lieferkapazitäten, Preise?

Antwort: Das ist besser geworden. Es gab mal Zeiten, in denen gepa Schokolade ein paar Wochen nicht lieferbar war. Das ist dann für so einen Laden wie uns blöd. Klar, das kann

schon mal vorkommen, das passiert auch bei anderen Sachen, nur da war es dann wirklich sehr lange. Das ist aber besser geworden, aber ich habe mal gemerkt, da ging es darum eine Verkostungsaktion zu machen mit der gepa. Da gab es ja diesen fairen Tag?

105 **Frage: Faire Woche?**

Antwort: Ja, diese faire Woche. Da hatten wir auch verschiedene Angebote und wir wollten eigentlich auch gerne hier einen Stand machen. Promotion sozusagen und da gab es einfach keinen, der dafür zuständig ist. Ich habe bei der gepa angerufen und die wussten gar nicht, was ich von ihnen will. Dann habe ich hier bei der gepa in Hamburg angerufen und da ist
110 dann einfach keiner zuständig. Diese Strukturen müssten einfach erstmal da sein, oder vielleicht wie der Ökolandbau über das Landwirtschaftsministerium promotet wird, so was müsste auch das Entwicklungsministerium- heißt das noch so?

Frage: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung?

Antwort: Genau, das klingt viel besser. Die zum Beispiel, die würde ich da ein bisschen mehr
115 in die Pflicht nehmen, so eine Aufklärungskampagne zu machen.

Frage: Fallen dir denn da spontan Kampagnen zum Fairen Handel ein, oder zu Bio-und Fairem Handel?

Antwort: Was mir da so spontan jetzt einfällt. Da war ich bei Dennree und die haben uns dann einen Film über ihr Bananen-Projekt gezeigt. Darauf hin konnte ich dann, wenn jemand
120 gefragt hat: „Sind ihre Bananen denn fair gehandelt?“ antworten: Ja, die sind fair gehandelt, sie habe nur nicht das Label, sondern das ist ein Projekt, dass Dennree seit Jahren unterstützt. Bei dem auch die soziale Entwicklung der Mitarbeiter gefördert wird. Das wird eben durch die Bananen unterstützt.

Frage: Also, ist eine Verknüpfung immer ganz gut, in der man den Leuten sagen kann daher kommt das und so wird es gemacht.
125

Antwort: Eben das Konkrete zu wissen, es gibt dieses fair gehandelte Label und es gibt auch Hersteller, die eigene faire Handelsbeziehungen pflegen und das einfach nur anders nennen.

Frage: Gibt es von euch Aktionen (Seminare, Workshops) die noch mal zum Thema fairer Handel informieren? Also für euch selber, oder für die Kunden?

130 Antwort: Wir haben ja öfter mal Schulungen, teilweise intern, teilweise mit Lieferanten oder Herstellern. Zum Beispiel mit Rapunzel, die waren mal da und haben über ihre „Hand in Hand“ Produkte erzählt. Das ist dann für die Mitarbeiter, das machen die aber auch, wenn wir Verkostungen machen. Dann haben sie Broschüren zu den Projekten und wer sich dafür interessiert kriegt das auch mit, das ist aber nicht explizit fairer Handel.

135 **Frage: Es gibt also regelmäßig Werbung, Hinweise zu Produkten aus dem Fairen Handel und zu dieser Verknüpfung**

Antwort: Ja, und dann auch gerne Aktionsbezogen. Fußball-WM, da gab es diesen Award für Bio-Schokolade, oder für Schokoladen insgesamt. Ich meine, da wäre auch eine gepa Schokolade mit dabei gewesen und dann ging die hier auch gleich in die Aktion mit rein.

140 **Frage: Wie sieht das für die Zukunft aus, ist da geplant sich noch stärker mit dem Thema zu beschäftigen oder ist das ein gleich bleibender wichtiger Bestandteil?**

Antwort: Das ist schon ein Bestandteil und je nach dem wie Basic sich entwickeln wird, geht die Entwicklung hin in Richtung Warenhaus, so wie das in Amerika schon ist. Dann sind auch Sortimente wie Kleidung interessant, da kann dann auch fairer Handel eine Rolle spielen.

145 Aber das ist wie gesagt vor Ort nicht unsere Abteilung. Wir setzen da letztendlich nur um, was die Zentrale uns vorgibt.

Frage: Noch mal zu der Notwendigkeit von fairen Richtlinien. Glaubst du es ist möglich, die in die ökologischen Richtlinien mit einzubeziehen? Also wie Naturland es zum Beispiel angefangen hat oder anstrebt. Die also ganz normal als Bestandteil dessen einzuführen?

Antwort: Und dann in die Bio-Verordnung mit rein zu nehmen?

Frage: Ja, genau.

Antwort: Wäre toll, aber ich glaube nicht, dass das so kommt.

Frage: Warum nicht? Die Strukturen?

155 Antwort: Ja, weil die Strukturen und die Anforderungen so sind, wenn das EG-Biozeichen noch weiter so aufgeweicht wird, dann ist es unwahrscheinlich, dass es in dem Bereich noch zu einer Verbesserung kommt. Das wäre halt schön, wenn die Anbauverbände das für sich dranhängen. Das fände ich gut, um einfach auch den Unterschied zwischen Bio-Verordnung und Anbauverbänden noch zu verstärken. Von mir aus könnte das auch ein zusätzliches Label
160 sein.

Frage: Die Kommunikationsebenen betrachtend zwischen dem Fairen Handel und dem ökologischen Landbau. Also Vertretern aus Anbauverbänden, Ladnern usw. Was fällt dir spontan ein was zu verbessern wäre? Drei Stichpunkte zum Beispiel?

Antwort: Meinst du, ob die auf uns zu kommen, oder so?

165 **Frage: Ja, genau. Es gibt ja durchaus gemeinsame Ziele. Das ist ja immer die Frage, wie können die beiden Richtungen besser zusammenarbeiten? Oder was wäre nötig um solche Kommunikationsebenen besser abzustimmen oder auszuweiten?**

Antwort: Das muss ich jetzt ein bisschen unterscheiden zwischen Wunsch und Realität. Wunsch wäre natürlich, dass zum selbstverständlichen Inhalt von Bio auch Fair mit dazu gehört. Wer hier einkaufen geht, sollte auch gleichzeitig wissen, er kauft nicht nur Bio, sondern auch Fair. So ist die Entwicklung aber nicht, jetzt kaufen hier auch viele Bio ein, weil sie halt was für sich tun, weil es gesünder ist, weil das auch modern ist. Dieses hehre, das ist ja so eine Ebene, die mich selber nicht so betrifft, das ist ja nicht so richtig messbar, dass diese Produkte gesünder sind. Was man bei Bio-Produkten eben sagen kann. Insofern glaube ich eher, dass bei Basic ein Regal zusätzlich gemacht wird, dass das Thema fairer Handel besonders gekennzeichnet ist. So könnte ich mir auch vorstellen, dass man faire Produkte noch mal ausdrücklich kennzeichnet. Was ich noch wichtig fände, das ist noch eine zusätzliche Ebene, das regionale, also Bio-regional-fair. Was die Wendland Milchbetriebe machen, so eine Aktion, die haben extra noch ein Logo entworfen. "Regional braucht Freunde", das heißt, es dem Kunden wichtig ist, regionale Produkte zu kaufen und auch die ethischen Gesichtspunkte zu unterstützen. Das also die ethische Ebene des Einkaufs noch mehr betont wird. Das ist jetzt schwer zu fassen, wie das im Alltag aussehen kann. Fängt an mit der Information für die Kunden, letztendlich aber auch für unsere Mitarbeiter. Realistisch betrachtet haben wir Mitarbeiter die zu 60-80% aus dem konventionellen Handel kommen. Denen müssen wir erstmal beibringen, was Bio ist und dann müssen wir denen auch noch beibringen was fair ist. Das ist ganz schön viel. Das braucht Zeit, also insofern haben die Gründer von Basic auch mal gesagt, wir legen besonderen Wert darauf unsere Azubis zu schulen, denn die sind unsere Zukunft. Wir machen bestimmte, also alle zwei Monate Azubi Tage, wo sich alle Azubis treffen, meistens in Düsseldorf. Dann behandeln die ein bestimmtes Thema, das war jetzt mal Brot, dann mal Fleisch und dann könnte das eben auch mal zwei Tage fairer Handel sein. Das ist total gut.

Frage: Hat sich das Bewusstsein, die Mentalität des Kunden verändert? „Tu ich mir selbst was gutes, oder tue ich anderen etwas Gutes“?

Antwort: Ja, genau diese Aufspaltung der Biobewegung, die ja einfach stattgefunden hat. Jetzt kommen immer mehr Leute die sich diesen einen Aspekt Bio wie es einmal war, heraus picken das ist gesund, das ist gut für mich und das andere, das ist tatsächlich vollwertig, unter fairen Bedingungen gehandelt worden, runterfallen lassen. Da kann man nur hoffen, das Basic es als Marktführer schafft, diese anderen Aspekte weiterhin darzustellen. Diese reduzierte Bio-Fassung können wir dann LIDL, Aldi usw. überlassen.

Frage: Dadurch könnte man ja auch den Absatz fördern?

Antwort: Ja, genau und du sprichst noch wieder eine anderes Publikum an. Den wirklich bewussten Einkäufer.

Frage: Informierst du dich in irgendeiner Form über das Internet, über die Bio und fairen Kampagnen. Wie informierst du dich über den Fairen Handel, über welche Medien.

Antwort: Also die Bio-Handel, vor allen Dingen, die machen ja öfter so Schwerpunkte, ich lese die TAZ, da gibt es ja auch ab und zu kleine Geschichten. Die schreiben auch manchmal über Erzeuger, die sind dann wirklich in einem Land und erzählen was da so passiert ist. Nicht einmal im Monat, aber ich habe schon öfter, auch mal auf das Thema fairer Handel bezogen, etwas gelesen.

Frage: Da ist die Verankerung ja auch besser, wenn man ein Bild von dem hat, was da passiert oder was da Positives durch entsteht. Dann hat man natürlich auch einen anderen Zugang

Antwort: Das sind eigentlich so meine Kanäle.

Vielen Dank für das Interview.

**INTERVIEW: HERR WILLER, NATURKOSTFACHGESCHÄFT VITALIEN
HAMBURG AM 22.06.2006 UM 11.00 UHR**

Frage: Erstmal ein paar allgemeine Angaben zum Geschäft, zum Beispiel die Größe des Ladens,

Antwort: Ein kurzer Abriss der Entstehung?

Frage: Genau

Antwort: Vor sieben Jahren haben wir hier in Winterhude angefangen, mit einem kleinen Naturkostladen auf 80m², haben den bis zum letzten Sommer auch betrieben. Bis nebenan eben der größere Laden, ein ehemaliger EDEKA frei wurde und haben die Möglichkeit gleich genutzt und zu vergrößern, weil wir auch aus allen Nähten platzten und sind seit diesem Jahr auf 300m² mit einem schönen Bio- Vollsortiment.

Frage: Welche Funktion haben sie im Laden?

Antwort: Ich bin Geschäftsführer, zusammen mit meiner Lebenspartnerin.

Frage: Wie viele Mitarbeiter haben Sie?

Antwort: Wir haben acht Mitarbeiter, wobei drei Auszubildende sind, das war nicht von langer Hand geplant, das hat sich mehr oder weniger so ergeben, weil wir praktisch zu allen dreien nicht nein sagen konnten. Aus ganz unterschiedlichen Gründen, also wirklich ganz tolle drei Auszubildende, das Konzept hat sich komplett bewährt. Das sind ganz engagierte und motivierte Leute. Es ist auch gut, wenn wir als Unternehmer unserer Pflicht, den Nachwuchs zu fördern ein bisschen nachkommen. Gerade Fachkräftemangel, ist bei uns ein ganz eklatantes Thema.

Frage: Haben Sie Stammkunden, wie setzt sich das Klientel zusammen?

Antwort: Bedingt durch unsere Lage, die man als B-Lage bezeichnen würde. Wir sind eben nicht die Laufgegend, haben wir uns im Laufe der letzten sieben Jahre schon eine ziemlich feste Stammkundschaft aus den umliegenden Straßen aufgebaut. Die ist jetzt noch mal ergänzt worden, durch die ehemaligen Kunden des EDEKA Ladens. Wir haben hier in der Dorotheestraße auf dem oberen Abschnitt die Funktion des Nahversorgers. Eigentlich kommt oft jemand vorbei, ich glaube die Leute kommen durchaus gerne.

Frage: Bestehen irgendwelche Mitgliedschaften in Verbänden? BNN?

Antwort: Wir sind BNN Mitglied, ja.

Frage: Kooperationen mit anderen Naturkostläden?

Antwort: Wir haben eine ERFA Gruppe, mit acht anderen Hamburger Naturkostläden zusammen. ERFA- Gruppe ist eine Plattform, auf der sich Einzelhändler in erster Linie über

35 betriebswirtschaftliche Zahlen austauschen, gleichzeitig werden aber reihum von allen Mitgliedern die einzelnen Läden besucht. Was immer sehr hart ist, weil es kommt immer wenig Positives und viel Negatives dabei raus. Eben ganz gut, wenn der geschulte Blick von Kollegen, für ein paar Stunden auf dem Laden ist.

Frage: Das zu den allgemeinen Angaben. Dann zum Thema Hintergründe und Ursprünge von Bio und Fair, in welchem Bereich hast du dich schon mit dem Thema Bio und Fair auseinander gesetzt?

Antwort: Also für mich ist das schon ein ganz langer Prozess, beginnt Ende der achtziger Jahre, seitdem bin ich schon konsequent Bio-Käufer gewesen. Selbst schon zu der Zeit, Mitte zwanzig, aber die Priorität habe ich schon immer gesetzt. Egal, wie es denn auch finanziell aussah. Ich bin da auch so halbpolitisch mit rein gekommen, weil wir damals, mein erster Kontakt war ein kleiner Naturkost-Laden in Ottensen, den es mittlerweile nicht mehr gibt. Der älteste in Hamburg. Der eben auch so ein bisschen links, so politisch angehaucht war. Das hat mir Spaß gemacht, ich habe da sehr viel mitbekommen, über die Ideen von Bio und natürlich globale Auswirkungen von Fair Trade. Seitdem habe ich eigentlich die Motivation in der Branche tätig zu werden.

Frage: Im Sortiment sind ja auch Bio und faire Produkte? Wie kam es dazu? Wie hat sich das entwickelt? Oder war das von Anfang an so?

Antwort: Naja, es ist auch so, dass wir im Laufe der Jahre unsere Ausrichtung immer mehr auf Unternehmen gesetzt haben, die schwerpunktmäßig Fair Trade Projekte auch vor Ort in Drittländern fördern. Ganz stark ist zum Beispiel die Firma Rapunzel, die eben durch Projekte in Mittelamerika, aber auch in Schwellenländern, wie zum Beispiel der Türkei einen sehr guten Job macht. Die dafür sorgt, dass nachhaltig die sozialen Strukturen entstehen, die dem Land weiter helfen.

Frage: Welche Produkte haben sie speziell aus Fairem Handel aus dieser Verknüpfung?

Antwort: Es gibt ja die ganz klassischen Bereiche, das ist Kaffee, Kakao, aber mittlerweile auch viel im Obst und Gemüse Bereich zum Beispiel die Banane aus Mittelamerika. Das ist die Firma Weiling, Großhändler aus Westdeutschland mit einem ganz tollen Projekt dabei- da wird von jeder Banane, wird ein gewisser Betrag, so ein oder zwei Cent je nach Marktpreis direkt für den Bau von Schulen vor Ort ausgegeben. Das ist im Internet nach zu vollziehen, jede Banane hat ihre eigene Geschichte und man kann genau sehen, praktisch mit der Banane, die ich jetzt kaufe wird der Stein für die Schule gekauft. Das ist für Verbraucher denke ich eine ganz wichtige Sache, dass das eine gewisse Plastizität kriegt, zu wissen mein Geld geht dahin auch wenn es letztendlich egal, ist das ist so in der Mentalität der Verbraucher.

Frage: Wie ist denn der Anteil im Sortiment an Produkten, die auch fair gehandelt sind, so prozentual, grobe Richtung?

Antwort: Ich denke der Fair Trade Bereich lässt sich nicht direkt eingrenzen. Es ist bei uns im Bio-Bereich so, dass über die Produktion grundsätzlich auf Mindestlöhne geachtet wird. Ob dann zusätzlich noch Infrastrukturen gefördert werden, ist mal so mal so. Mal ist es nur in Ansätzen. Ich denke, dass ist ein schleichender Übergang, zu Fair Trade und grundsätzlich sind alle Projekte auf dem Mindeststandard dessen und einige gehen halt darüber hinaus.

Frage: Das ist dann das TransFair-Siegel?

Antwort: Genau. Das fängt ja schon damit an die Ökologie des Anbaulandes möglichst unverändert zu lassen. Das ist ja auch schon ein Aspekt.

Frage: Diese Spannbreite ist auch sehr schwer zu definieren, wo fängt das an und wo ist es am höchsten, das Ausmaß an fairen Kriterien oder?

Antwort: Ich halte das auch für problematisch, weil es ja doch eine Attitüde ist, mit der sich jetzt alle möglichen versuchen zu schmücken. Aktion von LIDL ist bekannt? Da jetzt einen Standard zu definieren oder Mindeststandard, halte ich für gefährlich. Ähnlich dem EU-Standard, denn er wird nachher einfach von Leuten, die das praktisch nicht von sich aus machen, aus Idealismus machen, als Marketinginstrument benutzt.

Frage: Ich wollte auch darauf hinaus, wie hat sich das erweitert das Sortiment und welchen Anteil macht es schon aus? Hast du das Gefühl das es irgendwann das ganze Sortiment sein kann? Ist das überhaupt möglich?

Antwort: Ich denke das wird letztendlich der Verbraucher steuern, was mich sehr freut, dass die Kids heute schon viel danach fragen. Es kommen wirklich Schüler hier rein, die das irgendwie als Unterrichtseinheit in der Schule hatten und fragen: „Sag mal, was habt ihr denn hier so an fair gehandelten Produkten?“ Gerade heute hatten wir hier eine kleine Schülerin, die in einem sozialen Fach mit gearbeitet hat und eben auch mit solchen Fragen auf uns zukam. Total herrlich. Ich denke, das wird wie so vieles in der Marktwirtschaft auch die Entwicklung steuern. Da bin ich ganz zuversichtlich, dass die nachwachsenden Generationen solche Fragen immer mehr stellen werden.

Frage: Ja, das ist auch etwas was ich noch fragen wollte. Wie kann man die Nachfrage noch fördern. Welche Strukturen sind notwendig, welche Kommunikationsprozesse zwischen den Bereichen, um die Nachfrage zu fördern?

Antwort: Es gab jetzt auch schon ganz gezielte Aktionen, zum Beispiel nach der Tsunami Katastrophe, wurde ein One World Müsli von den verschiedenen Großhändlern zusammen entwickelt. Hersteller, Großhandel, Einzelhandel haben auf große Teile der Marge verzichtet,

das praktisch mehr oder weniger so durch gehandelt. 750g Müsli 2,99 im Laden und davon geht sogar noch ein Euro an die Tsunami Opfer. Der Rest wird dann praktisch...alle anderen
 105 verzichten eben auf einen Gewinn dabei. Solche einzelnen Aktionen machen wir natürlich auch gerne mit.

Frage: Was halten Sie von fairen Richtlinien innerhalb des Bio-Siegels? Bzw. der Anbauverbände, also eine automatische Einbeziehung mit in die Richtlinien. Wie es Naturland ja auch anfängt zu machen?

110 Antwort: Halte ich für sehr sinnvoll und auch für schwierig. Verbände sind auch leider bei uns nicht so ganz einfach.

**Frage: Ich habe noch eine Frage zu der Ähnlichkeit in der Entwicklung des Fairen Handels und des ökologischen Landbaus, also was Verbände angeht, Transparenz des Siegels. Sollte es ein staatliches Fair Trade-Siegel geben? Was dann nicht durch
 115 Organisationen kontrolliert wird, sondern durch staatliche Richtlinien?**

Antwort: Halte ich für problematisch, das ist besser, wenn die Leute, die auch das Sagen in der Branche haben die Entwicklung bestimmen. Staatliche Eingriffe, habe ich bis jetzt als eher störend empfunden und werden eben naturgemäß durch Politiker, Lobbyisten auch immer eher verwässert. Weil sie immer eine Art Kompromiss darstellen müssen. Man hat die
 120 Politik der alten Rot-Grünen Regierung gesehen, dann jetzt die ersten Rückschritte der neuen großen Koalition und ich halte eine staatliche Reglementierung für eher gefährlich bzw. auch verwässernd für die Standards.

**Frage: Wie sieht das aus, du hattest ja schon das Müsli erwähnt, so die alltäglichen Produkte die jetzt meinetwegen von Rapunzel, oder der gepa sind. Werden die noch mal
 125 stärker beworben, gibt es da spezielle regelmäßige Aktionen zu. Wie sieht da so die Vermarktung aus?**

Antwort: Also, die Firma Rapunzel macht da sehr viel im Bereich Marketing. Weil sie Infobroschüren eigentlich zu jeder Produktgruppe hat, es gibt ja diese „Hand in Hand“
 Broschüren für den Anbau von Kaffee, Kakao, Schokolade. Wo eigentlich jeder umfassend
 130 informiert wird und es ist eine ganz kurzweilige Sache dieses Büchlein. Schön zu lesen und gut illustriert. Da wird viel getan

Frage: Ja, die sind schön gemacht. Finde ich auch. Zu den Perspektiven im ökologischen Bereich und dem Fairen Handel wie beurteilst du da die Perspektiven, wird das noch mehr zusammen wachsen, selbstverständlicher werden?

135 Antwort: Ich denke, es wird selbstverständlicher werden.

Frage: Wie kann man das noch fördern?

Antwort: Ich denke, dass was ich vorhin schon sagte, es einfach in der Schule anfangen muss, gefördert wird über Information. Ich kann letztendlich auch noch einen kleinen Kick geben, indem ich gezielte Aktionen mache, aber es muss allgemein mehr über die verschiedenen

140 Produktionsmethoden in allen Teilen der Welt den Leuten ins Bewusstsein kommen. Ich denke, wenn die Leute wissen, was für eine Geschichte hat mein gerade erworbenes Schnäppchen bei Tchibo, dann würden sie das auch wirklich verinnerlichen. Würden solche Strukturen wie Fair Trade automatisch mehr Zulauf kriegen.

Frage: Da ist ja auch so ein bisschen die Sprache von einer gemeinsamen

145 **Interessensvertretung durch den ökologischen Landbau und Fair Trade. Was hältst du davon?**

Antwort: Wenn es sich aus den etablierten Verbänden (Bioland, Demeter, Naturland) formt und anderen Institutionen rekrutiert finde ich das eine gute Sache.

Frage: Gab es da schon mal Anfragen oder Annäherungen so in diesen Verbänden?

150 Antwort: Ich kriege als Ladner von dieser Ebene nicht soviel mit. Was ich auch noch interessant finde, diese gesamten Aktivitäten einzelner Verbände und Hersteller auch mal zu bündeln und daraus vielleicht ein Instrumentarium, wie eine Art „Dritte Welt Fonds“ zu gründen. Das heißt also, dass durch Synergien dieser Zusammenschlüsse einfach noch mehr für die Empfänger rüber kommen würde. Ich glaube, es wird sehr viel an Geld schon dadurch

155 aufgezehrt, dass jeder seine eigenen Strukturen vor Ort hat. Wenn man sich da ein bisschen zusammen tut, würde es am Ende besser aussehen.

Frage: Gibt es irgendwelche Probleme oder Schwierigkeiten mit den Produkten selber, also Lieferschwierigkeiten oder ähnliches?

Antwort: Nein.

160 **Frage: Informierst du dich über die neuesten Entwicklungen im Fairen Handel, gibt es da irgendwelche Infos, kann man sich da als Ladner informieren?**

Antwort: Zwei wirklich gute Zeitschriften für uns als Ladner gibt es, das ist einmal vom Schrot und Korn Verlag die Biohandel, das ist praktisch die Unternehmerzeitschrift die monatlich herauskommt und es gibt seit neuesten die Bio Welt. Das ist ein großformatiges

165 Papier, monatlich erscheinend, die über sämtliche Entwicklungen im Bio Bereich auch im konventionellen Lebensmittel Einzelhandel berichtet. Über globale Projekte, die Arbeit von Verbänden, über die Entwicklung von Einzelhandel, eben auch mit Themen wie Fair Trade und diese Zeitschriften lese ich so intensiv wie ich eben kann. Da bilde ich mich weiter, oder durch Informationen von Herstellern, Großhändlern. Ganz engagiert dabei die ist die Firma

170 Weiling, die ist auch unbedingt ein Ansprechpartner und eben auch Rapunzel.

Frage: Informierst du dich auch über das Internet? Zum Beispiel über Kampagnen wie „fair feels good“?

Antwort: Nein, überhaupt nicht. Habe ich noch nicht von gehört.

Frage: Fällt dir spontan noch etwas ein?

175 Antwort: Ich finde es gut, wenn wie gesagt, die Öffentlichkeit noch ein bisschen mehr informiert wird. Vielleicht auch durch gezielte Kampagnen. Wie zum Beispiel den Film „We feed the World“ Auswirkungen von globalen Essverhalten. Finde ich ist schon ganz gut, aber ist einfach eher ein Film, als eine richtige Information Ich konnte mich da der allgemeinen Begeisterung nicht anschließen. Ich denke das Thema gibt durchaus mehr her. Da finde ich,
180 könnte man auch mal Spots schalten, mit Unterstützung von Verbänden, vielleicht sogar mit Bundesmitteln. Das gibt es verschiedene Fördermittel um mal zu zeigen, so was kommt von so was.

Frage: Die Information sollte also klarer und deutlicher sein?

Antwort: Meine Idee nach dem Film war: Guter Ansatz, da würde ich mal gerne so einen
185 richtigen Film daraus machen. Nämlich eine Mischung aus Filmbericht, aufbereitet mit Diagrammen, weil es eigentlich nur rüber gekommen ist, wie sich Großkonzerne die Taschen voll stopfen und das ist für viele nicht ganz neu. Aber auch mal zu kucken, was passiert da eigentlich vor Ort, wo ist Kinderarbeit, wo verätzen sich die Leute im Bananenbecken die Hände. Ja, oder auch Urwaldrodung, man kann das alles so wie dieses jedes mc donald
190 Fleisch verbrennt so und soviel Urwald. Diese einfachen Zusammenhänge noch viel deutlicher und plakativer bringen. Ohne reißerisch zu sein, aber um mehr Information zu bringen.

Frage: Pötter weist in seinem Buch im Zusammenhang mit der „Geiz ist geil“ Kampagne auf notwendige stärkere Bilder in der Verbraucherinformation hin?

195 Antwort: Die Firma Ökoland, die machen biologische Wurstwaren, in erster Linie und Konserven die haben einen schönen Spruch „Jetzt Ökoland für alle die nicht blöd, geil und geizig sind.“

Frage: Mir ist noch eine Frage eingefallen zu den Kunden. Wie informiert sind die Kunden über den Bereich Fairer Handel. Wie bekannt ist das?

200 Antwort: Ich bin in der glücklichen Lage durch eine reine Bio- Kundschaft ein nicht ganz repräsentatives Bild der Durchschnittsbevölkerung hier zu haben und selbst da ist die Entscheidung, ist Fair Trade nicht die allererste Kaufentscheidung. Das ist hier in Winterhude nicht mal der Preis, sondern die Frage ist das lecker, ist das Convenience, schmeckt mir das? Das die Geschichte, dabei eine gute ist nehmen die Leute dabei noch mit. Es ist weit weg

205 davon, dass das der primäre Kaufreiz ist. Ich fand sogar die Entwicklung in den letzten zwei Jahrzehnten eher rückläufig. Wenn man sich das engagierte Bio-Publikum der achtziger Jahre und siebziger noch ankuckt, die haben aus ganz anderen Motivationen Bio gekauft.

Frage: Die Mentalität hat sich verändert?

Antwort: Ja, nun kann man das Ganze natürlich als schlecht darstellen, ich finde das
 210 grundsätzlich gut, dass sich die allgemeine Nachfrage vervierfacht hat. Es ist eben auch wie in der Politik, die politische Motivation des einzelnen lässt dann doch bedenklich nach. Es ist heute nicht mehr möglich, wie damals zigtausende von Leuten auf die Strasse zu kriegen, wenn irgendeine Startbahn von einem Flughafen gebaut wird. Das ist den Leuten egal und so ist es eben auch bei uns. Jeder versucht mit einem einigermaßen guten Gewissen nett durchs
 215 Leben zu gehen. Da sind unsere Bio-Kunden auch nicht ganz anders.

Frage: Wie schätzt du so eine Kooperation von LIDL mit TransFair-Produkten ein? Was ist deine Meinung dazu?

Antwort: Halte ich für sehr gefährlich. Vorweg muss ich eine Sache sagen: Gut ist wenn biologische Lebensmittel auf verschiedenen Plattformen gehandelt werden, ich bin auch nicht
 220 derjenige der sagt, die dürfen nicht im konventionellen Lebensmittel Einzelhandel sein, die haben da auch ihren Platz, die gehören da hin. Das ist auch immer eine Mobilmachung unserer eigenen Sache, gut zu machen und wird uns auch nicht den Rang ablaufen, aber wenn das nur als Plattform genutzt wird um sich ein gutes Image zu verschaffen. Was auf der Hand liegt bei solchen Firmen, nützt es letztendlich weder dem Kunden noch dem Hersteller im
 225 Land, weil die Produktionsmethoden hinlänglich klar sind. Je mehr Einfluss die konventionellen Einzelhändler in der Bio-Branche haben, wird versucht die Standards auf zu weichen. Möglichst daran zu arbeiten, die ursprünglichen Werte außer Kraft zu setzen. Deshalb halte ich das für sehr, sehr problematisch. Zumal das ja auch nur als Sprungbrett benutzt wird, damit die Leute weiterhin zu diesen Discountern kommen und eben diese
 230 ethisch nicht guten Produkte mitkaufen. Das ist ja nicht der Bio-Kunde der da hin geht

Frage: Sollten unter diesem Aspekt faire Richtlinien allgemein gelten?

Antwort: Ja, unbedingt. Ich stelle mir es nur schwierig vor, den Markt in der Hinsicht zu reglementieren sprich auch ein Gremium einzusetzen was übergreifend diese Problematik löst. Wer soll das sein? Soll es Demeter sein, die zu LIDL sagen Das dürft ihr nicht machen.
 235 Eventuell könnte das die Bundesregierung machen

Frage: Wenn man sich dann so eine Kooperation ankuckt, spiegelt das die Schwierigkeit wider, diese Bereiche zu vernetzen? Bringt das die verschiedenen Akteure auseinander?

240 Antwort: Nein, ich denke sie sind gut beraten, diese Organisationen, enger zusammen zu arbeiten, Synergien zu nutzen, weil das, was da von der konventionellen Seite kommt, was auch immer noch stärker werden wird, ist eine wirkliche Gefahr für solche Verbände. Wenn sie nicht eine gewisse Größe und Strukturierung erreichen, dann werden sie, glaube ich, diesen Kampf verlieren. Eine übergreifende Kooperation wo alle in einem Boot sitzen, halte ich für unmöglich. Dafür sind die Motivationen einfach zu unterschiedlich.

Vielen Dank für das Interview

245

INTERVIEW: FRAU BRÜCK TRANSFAIR E.V. AM 03.07.2006 UM 12.00**TELEFONISCH**

Frage: Zu den Allgemeinen Angaben. Was für eine Funktion haben Sie? Welche

5 Mitgliedschaften bestehen? Welche Lizenznehmer aus welchen Produktgruppen haben Sie?

Antwort: Ich bin die Pressesprecherin der TransFair e.V. Es bestehen Kooperationen zur IFOAM und zur Schwester Organisation der FLO, in der sind 20 nationale Siegelorganisationen zusammen geschlossen.

10 Frage: Einstellungen zu Bio und Fair. Sollte der ökologische Landbau noch stärker gefördert werden?

Antwort: Ja, er sollte noch stärker gefördert werden, da er für die Produzenten wichtig ist.

Frage: Zu den Chancen und Hemmnissen in Bezug auf den Fairen Handel?

Antwort: Also, die Barriere von uns aus gesehen, besteht einfach in den
15 entwicklungspolitischen Zielen, da wir die ärmsten der Produzenten an den Fairen Handel heranführen wollen. Von diesen von Anfang an, eine Bio-Zertifizierung zu verlangen, würde eigentlich die Zielgruppe die wir mit dem Fairen Handel meinen erstmal ausgrenzen. Insofern müssen und wollen wir auch weiterhin den Schwerpunkt in der sozialverträglichen Ausrichtung legen, wobei uns auch klar ist, das sieht man in unseren Kriterien auch ganz
20 deutlich, das der Umweltaspekt eine immer größere Rolle spielt. Geht es der Umwelt nicht gut, dann geht es den Leuten auch nicht gut.

Frage: Weil es ja auch zum Schutz der Produzenten wichtig ist. Wo sehen Sie die größte Chance für den Fairen Handel? Im Hinblick auf den ökologischen Landbau?

Antwort: Wir im Fairen Handel haben ja immer stärker den Umweltaspekt hinzugenommen,
25 weil wir der Überzeugung sind, einerseits dass es den Menschen besser geht. Andererseits ist klar, dass diese Gruppen auf dem konventionellen Markt(nicht Fair Trade Markt) auch bessere Absatzchancen haben. Dass sie im ganz normalen Bio-Markt mehr Geld für ihre Produkte bekommen, die aus einem ökologischen Landbau kommen. Insofern sollen sie sich nicht nur auf den Fairen Handel konzentrieren, wir wollen die Gruppen auch fit machen für
30 den allgemeinen Markt. Da sind im Bereich Biolandbau noch bessere Preise möglich, als auf dem offenen Weltmarkt.

Frage: Nun, ist der faire Handel ja schon relativ gut bekannt, es verbessert sich ja auch stetig. Was könnte man da noch unternehmen, um die Kommunikation dem

35 Verbraucher gegenüber zu verbessern? Das die Preisentstehung, Preisentwicklung noch besser kommuniziert wird?

Antwort: Ich denke, es ist einfach noch notwendig, in die breite Masse zu gehen und Menschen auf den Fairen Handel aufmerksam zu machen, die das bisher noch nicht kennen. Also mit einer ganz einfachen Botschaft. Dieses Siegel steht für Fairness, dass die Produzenten von ihrer Arbeit leben können. Das noch mal ganz groß in die Öffentlichkeit zu
40 bringen. Eine Werbekampagne die wir in Deutschland noch nicht hatten. Ein breite Plakat- oder Fernsehwerbung mit einer einfachen Botschaft.

**Frage: Da kann man ja ähnlich dem Marketing für den ökologischen Landbau sehen. Da gibt es ja auch Aktionen mit Postkarten und ähnlichem. Wie bewerten sie die zukünftigen Perspektiven von Kooperationen zwischen Fairem Handel und
45 Ökolandbau? Lässt sich das noch verstärken? Wie kann man das verbessern, was kann gegenseitig noch zur Verbesserung getan werden?**

Antwort: Ich denke, dass es ganz sinnvoll ist, das immer mit zu kommunizieren. Einerseits klar zu sagen, es ist kein Ökolabel, aber es steht auch für ökologischen, umweltverträglichen Anbau, dass wir da Hand in Hand arbeiten. Auf der anderen Seite, dass sich die Biobewegung
50 in Richtung Fairem Handel öffnet. Das wird immer so per se vorausgesetzt, ist aber nicht direkt so und dann bemühen wir uns um dieselbe Zielgruppe. Insofern wenn wir uns stärker mit den Organisationen aufeinander zu bewegen, dann können wir auch voneinander profitieren.

Frage: Es gibt ja Ansätze faire Richtlinien in die Richtlinien des ökologischen Landbaus mit ein zu beziehen.
55

Antwort: Ich weiß ja nicht, welchen Kriterien da gemeint sind. Im Prinzip finde ich das sehr gut, es kommt allerdings immer auf die Kriterien an. Auf welchem Niveau sich das bewegt. Es gibt ja eine ganz breite Bewegung die sich Fairness auf die Fahne schreibt. Wenn man dann letztendlich auf die Kriterien kuckt und nur die Frage des Preises anschaut, dann ist das
60 meistens einfach nicht fair. Weit, sehr sehr weit unterhalb der Preisvorstellung, die wir im Fairen Handel haben.

Frage: Der Standard ist zu gering?

Antwort: Ich finde das gut, wenn sie das mit aufnehmen, aber es ist eben immer die Frage, welche Kriterien sie aufnehmen.

65 Frage: Es wäre wahrscheinlich dann auch noch eine stärkere Zusammenarbeit wichtig, damit man von den gegenseitigen Kompetenzen profitieren kann?

Antwort: Ja

Frage: Wie kann man den Absatz der fairen Bioprodukte noch weiter fördern?**Außerhalb der Kampagnenarbeit.**

70 Antwort: Das Problem im Fairen Handel besteht oft darin, dass die Produkte zwar in einer breiten Distribution in Deutschland erhältlich sind. Also in 27.000 Supermärkten, aber die allerwenigsten dafür Werbung machen. Ein Supermarkt ist einfach unübersichtlich, wenn man ein Produkt unten ins Regal stellt kauft es niemand. Es muss immer auch mit kommuniziert werden, was das ist und warum das Produkt angeboten wird. Da wünschen wir uns auf Seiten
75 des Handels ein stärkeres Engagement. Es sind in den letzten Jahren Tendenzen ersichtlich, dass es da ein Interesse gibt, aber es ist noch lange nicht befriedigend.

Frage: Und wie sehen Sie den Absatz in den Naturkostläden?

Antwort: Da sehe ich jetzt gerade eine Veränderung. Insbesondere bei den Bio-Supermärkten, da sind die Berührungspunkte recht klein und da wird auch immer mehr auf Fairen Handel
80 geachtet. Bis hin zu eigenen Lizenzanfragen hier bei TransFair. Das ist wirklich erfreulich. Ich muss sagen, dass gerade der etwas größere, als der kleine Bioladen, dass die die Vorreiter gewesen sind, der letzten neuen Produkte von TransFair. Der Reis jetzt, der fair gehandelt im Regal steht, Biowein, das gibt es mehr in der Naturkostbranche, als im Supermarkt.

Frage: Die Nachfrage nach fairen Bio-Produkten steigt demnach auch?

85 Antwort: Insgesamt muss man sagen, dass der Bioanteil im Fairen Handel immer stärker zugenommen hat. Wir sind jetzt mittlerweile bei 60% und das liegt einerseits daran, dass die Konsumenten und die Verbraucher das hierzulande nachfragen. Andererseits, dass die Produzenten oft den Mehrpreis aus dem Fairen Handel nutzen um auf den ökologischen Anbau umzustellen.

90 Frage: Welche Biolabel sind bei Ihnen vertreten?

Antwort: Das Bio-Siegel, Naturland, Demeter.

Frage: Fallen Ihnen spontan noch positive Beispiele der Vermarktung von fairen Bio-Produkten ein?

Antwort: Einmal eine großzügige Plakat oder Fernsehwerbung, einfach auch um neue
95 Menschen zu erreichen und das ganze muss gleichzeitig begleitet werden mit Informationsständen vor Ort. Also im Supermarkt, die Menschen dort abzuholen, wo sie auch einkaufen. Dass sie das wieder erkennen, aha da habe ich ein Plakat / eine Werbung gesehen und jetzt gehe ich einkaufen. Da steht dann jemand und sagt: "Kucken sie mal hier, in ihrem Regal steht das auch." Die faire Woche war auch eine sehr gute Kampagne. Auch Frau
100 Künast hat sich immer sehr bemüht Produkte des Fairen Handels mit zu promoten- solche Beispiel von öffentlichen Personen sind die sich engagieren sind wichtig.

Frage: Sie besetzen auch Stände mit Akteuren und gehen in die Supermärkte mit Informationen? Hat das eine gute Resonanz?

105 Antwort: Das wird gerne angenommen, das wird sehr nachgefragt, das ist aber sehr zeit- und ressourcenintensiv und da hakt es dann.

Frage: Halten Sie die staatliche Einführung eines Fair Trade Labels für sinnvoll? Oder überhaupt umsetzbar?

110 Antwort: Da kommt es wiederum auf die Standards drauf an. Ich weiß inzwischen, dass es auf EU-Ebene Bemühungen gibt. Es wird jetzt die Kommission aufgefordert, eine Empfehlung auszusprechen, in Richtung Fairer Handel. Es geht jetzt in Richtung Gesetzgebung- es ist noch kein Gesetzesvorschlag, aber es sind immer die Fragen: Gibt es Vergünstigungen für den Fairen Handel? Wie kann man den Begriff schützen? Wie sieht es mit dem Zollrecht aus, das ist sehr umfangreich und da soll jetzt erstmals eine offizielle Auffassung geschrieben werden- für die Kommission. Da arbeiten wir daran und hoffen, dass wir möglichst hohe
115 Standards durchbekommen.

Frage: Gibt es da schon Informationen zu, die ich irgendwo abrufen kann?

120 Antwort: Diese Woche gibt es in Brüssel ein Hearing und zwar am Mittwoch. Ein Text liegt uns noch nicht vor. Wir begleiten das Ganze von der europäischen Ebene aus, wir haben auch eine Koordinatorin mit in Brüssel sitzen. Die repräsentiert alle Fair Trade Initiativen, die Weltläden, die Fair-Handels-Häusern und die EFTA. Die für uns diese Entwicklung beobachtet. Wir verfassen dazu noch eine Pressemitteilung, aber da bin ich jetzt nicht inhaltlich so drin. FINE ist der Zusammenschluss den ich da meine.

Vielen Dank für das Interview

INTERVIEW: HERR BILL, MOBILE BILDUNG AM 27.06.2006 UM 10.00UHR

Frage: Erstmal ein paar allgemeine Angaben zur Organisation. Welche Schwerpunkte liegen ihrer Arbeit zugrunde?

5 Antwort: Ich mache die Beratungsarbeit für Weltläden in Schleswig-Holstein und Hamburg. Unsere Arbeit von Mobile Bildung e.V. liegt in der Kampagnenarbeit und Beratung

Frage: Welche Aufgabe haben sie speziell? Sie beraten die Weltläden im Konzept?

Antwort: Bei allen Dingen, die diese wissen wollen, von der Schaufenstergestaltung bis zum Weltkaffeehandel. Bei Problemen zwischen haupt- und ehrenamtlichen Mitarbeitern zum
10 Beispiel. In letzter Zeit viel Professionalisierung, Ladengestaltung, Marketing in dem Bereich.

Frage: Welche Kunden kaufen denn vorwiegend im Weltladen ein?

Antwort: Ist ein bisschen unterschiedlich, je nach Stadt, sehr viele in Norddeutschland sind noch stark kirchlich orientiert. Es gibt also viele kleinere Läden, die noch eher enger an der Kirche dran hängen und dementsprechend ist das sehr viel kirchliches Klientel. Was so ein
15 bisschen im Fairen Handel, einmal der Geschichte entspricht, auf der anderen Seite dem Fairen Handel widerspricht, weil so noch sehr viel mit dem Almosen Gedanken gearbeitet wird. Für die Dritte Welt, zum Beispiel „Eure Almosen könnt ihr behalten wenn ihr gerechte Preise bezahlt“ als Motto des Fairen Handels. Das ist eher bei den größeren Läden im Vordergrund, dass die die Produkte des Fairen Handels attraktiv darstellen wollen. Oft haben
20 die auch eine kirchliche Vergangenheit, aber den Schritt in die Fußgänger Zone gewagt, zum Beispiel in Heide oder Husum, im Nationalparkhaus. Da wo die Leute hinkommen und Geschenkartikel kaufen und von den Umfragen, von den Erfahrungen her ist es natürlich schon eher eine gut gebildete Mittelschicht, eher Frauen die einkaufen. Eher 40-50 jährige, mit etwas mehr Geld als der Durchschnitt. Die in den Weltladen gehen um Geschenke zu
25 kaufen

Frage: Wobei es mittlerweile ja auch sehr vieler Lebensmittel im Sortiment gibt.

Antwort: Da ist die Gewinnspanne niedriger, davon überlebt kein Weltladen wenn er nur Lebensmittel verkaufen würde. Von daher ist die Profilierung als Geschenk-Laden schon wichtig. Klar werden Lebensmittel auch verkauft, aber das ist das was die jeden Tag
30 verkaufen. Dann müssen die Leute an den Lebensmitteln vorbei zu den Geschenken und wenn sie den Kaffee nehmen sehen sie auch das andere.

Frage: Der Anteil an Bio-zertifizierten Lebensmittel im Weltladen ist ja sehr hoch?

Antwort: Bei den Lebensmitteln ist der Anteil an Bio 60%, teilweise mehr. Kaffee haben viele Läden nur in Bio drin stehen.

35 Frage: Die gepa vermarktet zum größten Teil über sich selber und über die Kontore, konventionellen Einzelhandel und über die Weltladen?

Antwort: Also die gepa hat drei große Abteilungen, das eine sind die Weltläden und Gruppen, das ist der größte Bereich. Die kaufen nicht bei der gepa in Wuppertal direkt, sondern über die regionalen Fair Handelszentren wie hier in Hamburg zum Beispiel das Süd-Nord Kontor. Der
 40 zweite Bereich ist der Lebensmittel Einzelhandel, wenn EDEKA, FAMILA einkauft, die kaufen direkt in Wuppertal ein. Bestellen palettenweise und machen die ganze Logistik selber. Der dritte Bereich sind die Großverbraucher, das heißt Kantinen, Altersheime und Mensen. Das sind die drei großen Bereiche und nur Weltläden und Gruppen gehen hier über die Fairhandelszentren. Dazu zählt auch der normale Bio-Laden, wenn es keine große Kette
 45 ist, also von Wuppertal werden, glaube ich auch, die großen Bio-Supermarktketten mitbeliefert. Wenn Basic was hat, also die Anbahnung geschieht hier. Wenn Basic Osterstraße gepa Produkte hat, dann geht der Kontakt erst hierüber, wenn das Kreise zieht wird das meistens von Wuppertal aus direkt gemacht.

Mit Budnikowski ist z.B gerade ein Pilotvorhaben am Starten, sozusagen in einigen Budni-
 50 Läden, das die das gepa Sortiment größer ausweisen wollen. Dann ist da die Frage, bleibt das hier beim Süd-Nord Kontor oder wird das dann irgendwann von Wuppertal aus beliefert, weil die das dann Palettenweise kriegen. Die machen dann die Logistik selber.

Frage: Bestehen Mitgliedschaften / Kooperationen zu Organisationen, irgendwelcher Art?

Antwort: Von Mobile Bildung aus, wir sind im Eine Welt Netzwerk Hamburg und im Bündnis entwicklungspolitische Initiativen Schleswig- Holstein also in beiden Landes
 55 Netzwerken. Ansonsten kooperieren wir von mobile Bildung eng mit der open school- das ist eine Börse außerschulischer Lern-Orte von entwicklungspolitischen Themen. Die sitzen in der Werkstatt 3 und vermitteln alle möglichen entwicklungspolitischen Aktionen, unter
 60 anderem auch eine Führung durch das Süd-Nord Kontor. Die mache ich dann. Da kooperieren wir, wenn wir was haben, ansonsten ist für die Kampagnenarbeit kein lokaler Kooperationspartner da.

Frage: Zu den Hintergründen und Ursprüngen Thema fairer Handel und ökologischer Landbau, wie hat sich das entwickelt? Woraus hat sich das entwickelt

65 Antwort: Ich sag mal die ganze Frage nach Bio-Kaffee war das Erste, ist im Fairen Handel
 eher eine Frage nach Arbeitsbedingungen. War immer die Frage, was tut den Produzenten
 gut? Und nie die Frage tut uns das als Konsumenten gut. Hauptaugenmerk im Fairen Handel
 liegt immer auf den Produzenten, wenn da die Arbeitsbedingungen so sind, dass Pestizide
 70 da ganz schlimm, die Tauchbecken oder wenn die da drin stehen und das Flugzeug fliegt
 darüber. Da ist zum Beispiel der erste Blick darauf, das zu reduzieren und vieles ging,
 Bananen z.B. der erste Schritt war eine Pestizid reduzierte Banane. Das man sagt ok. Da
 stehen die Arbeiter nicht drin es werden nur noch Pestizide eingesetzt die auch in Europa
 eingesetzt werden. Der Schritt war dann klar zu sagen, das geht alles Richtung Bio, aber
 75 aufgrund von Arbeitsbedingungen. Das zweite Element was hinzukommt, dass man natürlich
 Bio-Lebensmittel wesentlich teurer vermarkten kann. Wir im Fairen Handel haben natürlich
 immer die Schwierigkeit, wir zahlen höhere Preise die Produkte sind teurer, mit der ganzen
 Beratung, Vorfinanzierung, Langfristigkeit die wir in den Verträgen haben. Dann auf dem
 Markt einen höheren Preis zu verlangen geht häufiger einfacher, wenn man zusätzlich auch
 80 noch Bio ist. Das ist auch immer eine Marketingfrage und das Dritte ist, dass man den Fairen
 Handel so teuer vermarkten muss, sonst wirkt er ja nicht. Das ist eine Frage der Qualität und
 wenn man qualitativ hohen Kaffee haben will, kommt man automatisch auch zum Bio-Kaffee.
 Da wird mit viel Handarbeit und viel Pflege gearbeitet um einen hochwertigen Kaffee zu
 erzeugen. Das alles zusammen, also hohe Qualität, noch eine bessere
 85 Vermarktungsmöglichkeit durch Bio, ist dann so eine Vermarktung- das man automatisch
 dahin kommt. Was dann auch zu dem Anspruch passt.

**Frage: Ja, also eigentlich sollte das ja auch zusammen gehören, dass die Produzenten
 auch gesund arbeiten können.**

Antwort: Da liegt der faire Handel oft vor dem Biohandel, vor der Bio-Zertifizierung. Die
 90 Frage, wie kommt ein Kaffeekleinbauer oder eine Kaffee-Kooperative als ganzes dazu jetzt
 nur noch Bio-Kaffee anzubauen. Die Umstellung ist langwierig und teuer, die Beratung kostet
 und die Zertifizierung ist relativ teuer, also grad gemessen an dem Einkommen in Nicaragua.
 Wenn am Anfang der Bio-Zertifizierung, der europäische Bio-Zertifizierer einfliegen musste,
 der hat einen Tagessatz, da lebt der Kleinbauer einen Monat von. Da sich die Zertifizierung zu
 95 leisten, mit all dem was drum rum ist, kostet Geld. Die Beratung und da hat der faire Handel
 sehr viel geleistet in der Umstellung auf Bio, also gerade auch weil er höhere Preise gezahlt
 werden und das sozusagen erst ermöglicht hat. Das eine Kaffee-Kooperative daran denken
 kann umzustellen.

Frage: Ich habe das auch zwischendurch gelesen, dass es auch sinnvoller ist ökologische Anbauverbände vor Ort zu nehmen und dann durch einen europäischen Anbauverband in der Kooperation und Zusammenarbeit kontrollieren zu lassen. Das hält dann doch eher die Preise geringer und ist auch sinnvoller, weil die sich besser vor Ort in dem jeweiligen Land auskennen, oder?

Antwort: Das kam dann relativ schnell, dass sich Bio-Latina, ein südamerikanischer Zertifizierer gegründet hat und die sind natürlich wesentlich günstiger. Aber es gibt immer noch Bio-Lebensmittel im Fairen Handel die nicht zertifiziert sind. Da wird in Nepal Tee angebaut und alleine weil die kein Geld haben, kein Pestizid gespritzt. Die haben aber keine Zertifizierungsorganisation, da müsste ein Schweizer Zertifizierer eingeflogen werden. Der macht den ganzen Jahresgewinn zunichte. Das gibt es also auch noch, der Anteil an Bio Lebensmitteln ist noch ein Stück höher, als zertifiziert sind. Sowohl inhaltlich ist es klar, dass der faire Handel mit relativ hohen Bio-Aufschlägen diese Umstellung fördert, mehr als im Weltmarkt üblich, für Bio-Produkte darauf gelegt wird. Normaler Kaffee hat ja schon ein Mindestpreis im Fairen Handel, der Bio Aufschlag ist dann noch mal so hoch, dass sich die Umstellung wirklich lohnt und dann auch langfristig garantiert ist. Das andere ist ja die Relevanz im Verkauf, ich glaube das kommt immer mehr. Immer mehr Weltläden begreifen, dass sie mit einem Bio-Sortiment punkten können und stellen das auch nach außen dar. Ich habe jetzt gerade hier in Schleswig- Holstein zwei Läden, die das explizit neu in ihr Faltblatt aufgenommen haben „Wir haben Bio-Lebensmittel“.

Frage: Ist die Frage, soll der ökologische Landbau noch mehr gefördert werden oder wird das angestrebt, dass das einfach ganz selbstverständlich ist? Oder ist das überhaupt möglich?

Antwort: Die Frage ist eben immer nach der Umstellung, die gepa als der Lebensmittel Importeur für die faire Handelsszene macht alles in Bio- was in Bio geht. Unterstützt das ganz stark, die Hauptmesse für die gepa ist eigentlich die Bio-Fach, da werden die Produkte vorgestellt und vermarktet. Das ist schon ganz klar, dass es in Richtung Bio geht, die Frage ist, wer kann sich die Umstellung leisten?

Frage: Wie kann das fördern? Welche Merkmale, Strukturen, Bedingungen müssen da verändert werden.

Antwort: Wir haben dementsprechend, weil wir uns lange damit beschäftigen, Bio und fair wie kann das klappen? Da ist klar, Bio-Zertifizierung ist immer eine Art Checkliste, da wird ein Staus Quo abgefragt, es ist auch relativ einfach zu sagen- wo werden Pestizide eingesetzt-

ja / nein, wie wird der Dünger erzeugt, wo kommt das Futter her? Das kann ich eben alles abrufen. Fairer Handel hat immer mit Prozessen zu tun, um irgendwas voran zu bringen, d.h. auch bei so ureigensten Kriterien des Fairen Handels, ich sag mal ausbeuterische Kinderarbeit- die ist von vorne rein weg. Sozialverträglichkeit, Arbeitsbedingungen, es kann
 135 sein, in dem Moment wo man mit einem Produzenten anfängt zu arbeiten, dass fast alle diese Kriterien noch nicht erfüllt sind, aber man sagt, dieser Produzent hat Potential und wir wollen gemeinsam in fünf oder zehn Jahren woanders stehen. Den kann man irgendwie zusammen gehen, diesen Weg. Diesen Prozess zu machen, lässt sich nicht in einer Checkliste abbilden
 140 und der führt vielleicht in fünf oder zehn Jahren dazu, dass der Produzent in der Lage ist qualitativ hohen Bio- Kaffee oder Tee anzubieten. Was er jetzt noch nicht ist. Das heißt der Bio-Handel interessiert sich für den Produzenten überhaupt nicht, weil der eben noch nicht Bio ist und der faire Handel liegt oft davor und begleitet diesen Prozess dahin. Das ist das, was ich denke das den Fairen Handel in der Förderung des Bio Anbaus vom Biohandel selber
 145 unterscheidet. Weil im ganzen Bio-Bereich, kann Mn zwar mit höheren Preisen locken, aber die ganze Umstellung, muss der Produzent sozusagen selber machen. Da rein zu gehen, zu sagen, den Prozess des Fairen Handels zu unterstützen von vorne herein mit höheren Preisen, mit Beratung, Vorfinanzierung und dieser Langfristigkeit. Zu sagen, in den nächsten fünf oder zehn Jahren nehmen wir das ab, gehen diesen Weg gemeinsam.

150 **Frage: Was „wünscht“ sich der faire Handel vom ökologischen Landbau? Als Idee?**

Antwort: Andersrum mehr Wert auf soziale Aspekte des Anbaus und des Handels zu legen. Ich kann auch Bio-Produkte unfair handeln, vielleicht nicht in der krassen Form, wie das im konventionellen Handel der Fall ist, aber es passiert. Wenn man fragt wo kommen denn die Bio-Bananen her, von welchen Bioplantagen, was haben die Arbeiter da für Rechte? Ist da
 155 Gewerkschaftsfreiheit garantiert? Wie sehen die Lieferverträge aus? Kommt der hohe Preis eigentlich auch bei den Arbeitern an? Da mehr auf soziale Aspekte Wert zu legen und praktisch auch Kleinbauern zu unterstützen, statt Plantagen zu unterstützen. Das ist eine Sache, die im Fairen Handel ganz groß ist und im Bio-Bereich aufgrund des Preisdrucks natürlich weiter zurück fährt. Da sind dann die großen Plantagen, die Bio-Kaffee oder
 160 Bananen produzieren. Da ist also eher der Wunsch, dass auf solche Aspekte mehr Wert gelegt wird.

Frage: Welche Kooperationen bestehen da zu ökologischen Landbau-Akteuren? Was funktioniert da besonders gut? Fällt ihnen da spontan was ein?

165 Antwort: Was sozusagen gut funktioniert, die gepa arbeitet eng mit Naturland zusammen und mit BanaFair genauso. Die scheinen von außen betrachtet, das größte Interesse daran zu haben, auch solche Aspekte mit rein zu nehmen und da flexibel zu reagieren. Sozusagen, wie kann man da eine Zertifizierung für diese Kleinbauern, Biobauern hinkriegen. Die Krux ist, dass Naturland der teuerste Verband ist, sozusagen in der Zertifizierung dementsprechend. Auch im Fairen Handel, dann gekuckt wird, ist das wirklich für alle Produkte unser Partner
170 und geht das überhaupt? Ansonsten gibt es meines Wissens sehr wenig Kooperationen und auch in der Vermarktung relativ wenig Kooperationen. Also es ist klar, dass es Bioläden gibt die gepa Kaffee, Tee im Sortiment haben, aber das ist relativ wenig und BanaFair kriegt die Biobananen aus dem süddeutschen Raum ganz gut in den Bio-Großhandel rein. Im Süden muss es zwei, drei Bio-Großhändler geben, die da aufgeschlossen sind. Das auch zu Preisen
175 wo BanaFair, das nur durchreicht. Also ohne Gewinn zu machen, das ist besser als vorher. Vorher haben sie das nach Osteuropa, weiter für einen Dollar die Kiste, oder in die Ukraine gegeben. Haben da drauf gelegt, aber einfach mit der Garantie, sie wollten immer tausend / zweitausend Kisten von der Kooperative abkaufen, ständig. Im Winter werden mehr Bananen auf dem Weltmarkt verkauft, im Sommer weniger, aber das widerspricht dem Gedanken des
180 Fairen Handels, die Bestellmenge zu reduzieren. Das soll eben vorangehen. Da mussten sie ganz viel nach Osteuropa weiter schieben, das verkaufen sie jetzt praktisch ohne Gewinn, aber eben auch ohne Verlust in den Bio Großhandel.

Frage: Kooperationen zu Demeter oder so gibt es nicht?

185 Antwort: Nein, es gab mal ein Tee aus Indien, der war Demeter zertifiziert, aber ich glaube den gibt es nicht mehr. Ein Schwarz Tee.

Frage: Also wäre es da schon schön, wenn die Kontakte breiter wären?

190 Antwort: Also, die Anbauverbände sind da, glaube ich, gar nicht so das Problem. Deren Kriterien sind viel heimische Landwirtschaft, nur Naturland hat da als erste auch Kriterien für außereuropäische Produkte. Von daher würde ich das Bioland gar nicht abverlangen wollen, sich jetzt auch noch um Bananen zu kümmern. Das ist eher eine Frage an die Händler

Frage: Ich meine die auch. Wenn ich sage ökologischer Landbau, dann meine ich auch darunter Anbauverbände, als auch Einzelhandel und Großhandel.

Antwort: Das ist also eher die Frage in den Supermärkten, Biosupermärkten oder in den Naturkostläden.

195 **Frage: Dass das einfach stärker mit in das Sortiment mit einbezogen wird? Wie könnte man das fördern? Eine Idee? Oder was wäre dafür notwendig?**

Antwort: Das ist echt schwierig. Das eine ist, das größte vermutlich, eine Bewusstseinsfrage, weil das ganz oft zurückkommt, wenn wir sagen hier Fairer Handel und Bio. Dann kommt zurück, wieso Bio ist doch automatisch fair. Da zu sagen, nein da stehen zwar so ein paar soziale Kriterien immer drin, aber das was wir unter Fairem Handel verstehen, eine mögliche Entwicklung voran zu treiben und wirklich zu sagen, da verbessern wir was und erhalten nicht nur ein Status Quo. Das passiert in der Bio-Zertifizierung nicht und wird auch nicht verlangt und im biologischen Landbau auch nicht gefördert. Da zu sagen Bio ist nicht gleich fair und es macht einen Unterschied wo die Bananen herkommen, wer daran verdient, wie gehandelt wird. Das Bio eben nicht alles ist. Da ist glaube ich noch eine große Aufklärungsarbeit notwendig, weil der Bio-Handel das natürlich für sich reklamiert und sich nicht gerne mit dem Thema befassen möchte. Selbst hier in Europa ist das nur so grenzwertig, also wenn ein Bio-Landwirt die polnischen Aushilfsarbeiter beschäftigt, da muss man immer kucken, zahlen die dann wirklich auch höhere Preise, als die konventionellen oder ist es einfach nur Bio und der Mechanismus ist genau der Gleiche. Nicht so als Vorwurf, dass sie das tun, sondern eher das Bewusstsein dafür zu haben. Bio ist im wenigsten Fall gleich fair, so wie der faire Handel ihn versteht. Was da jetzt gerade passiert mit fairer Milch zum Beispiel. Also, einen fairen Preis für hier erzeugte Bio-Milch zu machen, das ist ja genau, dass man kuckt, dass Bauern hier genauso unter dem Druck stehen. Das die Welthandelsbedingungen eher so sind, dass die Großen und die Plantagen und die industrielle Landwirtschaft gefördert wird. Kleinbäuerliche Landwirtschaft hinter runter fällt. Im Norden und im Süden, aber das ist relativ schwierig, auch mit den Landwirten vor Ort denen Fairem Handel nahe zu bringen. Das geht bei Kaffee gut, bei Tee gut und wenn es schon an Zucker geht, ist die Diskussion natürlich heiß, da wird immer vermutet die einen gegen die anderen auszuspielen. Da noch was hinzukriegen, ABL (Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft/ kritischer Kleinbauerverband)) versucht sozusagen auf Kleinbauernebene zum Beispiel brasilianische Bauern hier hin zu holen und umgedreht. In Zusammenarbeit mit entwicklungspolitischen Organisationen. Das ist auch ein Weg wie man das Bewusstsein für die gegenseitigen Abhängigkeiten schärfen kann und dass das nicht ein gegeneinander ist. Das auch der faire Handel ein großes Interesse daran hat, bäuerliche Landwirtschaft zu erhalten. Weil das Arbeitsplätze in Ländern bedeutet und die Ernährungssicherheit stärkt.

Frage: Noch mal zu den Schwierigkeiten der Label und Zertifizierungen. Wie kann man das leichter machen?

Antwort: Ich würde ja erstmal sagen, dass die Zertifizierung gut ist. Das es auf alle Fälle gebraucht wird, egal was da jetzt darauf steht, Demeter oder das EU-Bio-Siegel. Das diese

Zertifizierung erstmal notwendig ist, auch für Kaffee, Tee notwendig ist. Die Frage ist wie das im Land noch zu vereinfachen ist und wie man das günstiger machen kann. Für Produzenten zu sagen, ich will dahin kommen und wir unterstützen dich auf dem Weg dorthin, dass die Zertifizierung vom Preis nicht so die Hürde ist. Deshalb zu sagen, dass lohnt sich nicht, dass wir zertifizieren, dass was wir mehr kriegen im Biohandel, das wiegt das in zehn Jahren nicht auf. Was wir für dieses Jahr an Umstellung, Zertifizierung sonst was brauchen. Und die regelmäßigen Kontrollen die dann hinterher noch kommen. Was für viele Produzenten im Fairen Handel noch ein Aufwand ist. Die werden ja sowohl für den Fairen Handel zertifiziert, gerade die Lebensmittelproduzenten. Die kommen dann in Kaffee-Teeregister werden jährlich kontrolliert und zusätzlich Bio-zertifiziert, müssten das dann zweimal über sich ergehen lassen. Wenn man da was fände, dass das in einem gehen würde das würde die Sache für die Produzenten sehr viel einfacher machen.

Frage: Wie kann man den Absatz im Einzelhandel mehr fördern?

Antwort: Der Absatz generell im Lebensmitteleinzelhandel steigt immer noch, oft auch gerade mit dem Argument, weil es Bio ist. Dann ist mit einem Schlag ein Kaffee, Tee, Honig, Schokolade, Bonbon-Sortiment, als extra Regal da drin. Die Schwierigkeit besteht in der Regalpflege, deshalb auch die Sache mit den extra Regalen, aber selbst die wuchern zu, da steht dann was anderes drin. Das kann der faire Handel nicht leisten, durch die Regale zu gehen und die dann nach zu bestellen, oder dafür zu sorgen. Das wird nach wie vor ein Kampf im konventionellen Supermarkt bleiben. Im Biobereich, ist es klar, da muss man eher Aufklärungsarbeit machen. Gehört eigentlich zu unserem Verständnis von Nachhaltigkeit, von Respekt für Mensch und Umwelt dazu. Bio alleine tut es nicht.

Frage: Das kann wahrscheinlich am Ende als zusammenfassendes Element festhalten werden, dass die Nachfrage auch über die Aufklärungsarbeit über den Fairen Handel zu erhöhen ist.

Antwort: Wobei ich das letztendlich gar nicht dem Kunden überlassen würde, weil die damit überfordert sind. Ich würde eher in der Biohandelskette, in die Biohandelskette eingreifen. Leute macht ihr das, als Selbstverständlichkeit, das akzeptieren die Kunden dann auch. Einführung des fair gehandelten Kaffees in der Mensa, der kostet dann irgendwann 10 Cent mehr, man kriegt nie genügend Studis, dafür freiwillig 10 Cent mehr zu bezahlen, aber wenn's dann mal da ist. Dann machen sie das auch. Klar, der Kaffee schmeckt und dann zahle ich auch 10 Cent mehr dafür. Immer zu sagen, dass müssen die Konsumenten entscheiden, das ist schwierig, die sind da überfordert, die wollen sich nicht noch mit dem und dem beschäftigen.

265 **Frage: Ist der Großverbrauch ein ganz guter Zweig gemessen an dem Bioeinzelhandel.**

Antwort: Der steigt immer mehr an. Vor allem große Firmen, zum Beispiel Hipp hat nur noch fair gehandelte Produkte in der Kantine. Allianz, Gerling Konzern also die gepa hat da einige Firmenmensen

Frage: Wie kam das zustande? Dass das so gut funktioniert?

270 Antwort: Qualität. Also die legen Wert auf gutes Essen, die nehmen ja auch Bioessen in ihrer Kantine und der Kaffee kommt dann eben von der gepa. Weil die sagen, dass ist die beste Qualität, die sie kriegen können. Das gönnen wir unseren Mitarbeitern, wir sind darauf angewiesen, dass die bei Laune bleiben.

Frage: Lidl ist uns unter den Tisch gefallen. Als Zusammenfassung kann man da
275 **wahrscheinlich sagen, dass der Absatz sich nicht gegenseitig...**

Antwort: Weltladen und LIDL machen sich keine Konkurrenz, dass ist eher ein Ansatz für die Weltläden sich weiter zu profilieren. Die Hauptgefahr ist eben, dass die anderen Supermärkte das einbüßen, was LIDL gewinnt. Letztendlich kommt da für die Produzenten kaum was heraus. Ich glaube dieser Imagetransfer wird sich in Grenzen halten. Das ist jetzt einmal.

280 Gewissensberuhigung für die LIDL Konsumenten, die sowieso da einkaufen- „LIDL ist doch gar nicht so schlecht“.

Frage: Der Biofachhandelskunde geht wahrscheinlich nicht dorthin?

Antwort: Nein, das glaube ich nicht.

Vielen Dank für das Interview.

INTERVIEW: HERR VOIGT SÜD- NORD KONTOR/ GEPA AM 05.07.2006 UM 11.00

Frage: Erstmal ein paar allgemeine Angaben zum Profil ihrer Organisation, das Verhältnis Handel und Kampagnenarbeit? Welche Aufgabe haben Sie in ihrer Organisation

Antwort: Die Firma Süd-Nord Kontor betreibt den Vertrieb der gepa Produkte im Norddeutschen Raum auf Provisionsbasis, wir sind eine eigenständige GmbH und können dadurch auch andere Vertriebsprodukte ins Sortiment nehmen. Unsere Aufgabe ist der Vertrieb und zwar von Flensburg bis Göttingen und von Nordhorn bis Greifswald. Kampagnenarbeit ja, wobei der Schwerpunkt unserer Aufgabe der Vertrieb ist und Kampagnenarbeit nur zum Teil zum tragen kommt. Bei den Hamburg Fußbällen sind wir begleitend dabei, das ist aber nicht unsere originäre Aufgabe, sehr wohl Bildungsarbeit am Produkt, Bereitstellung von Bildungsmaterialien, aber nicht wirklich Bildungsarbeit vor Ort. Das macht dann beispielsweise Mobile Bildung hier im Hause oder unsere Außendienstmitarbeiterin. In erster Linie sind wir ein Vertrieb.

Frage: Und ihre Aufgabe hier im Rahmen der Organisation?

Antwort: Ich bin zuständig für Lebensmittel und Versand.

Frage: Welches Klientel an Kunden haben Sie vorwiegend?

Antwort: Sie müssen unterscheiden, zwischen den Kunden die hier her kommen und die Waren abholen- und den Kunden denen wir die Waren zusenden. Beides ist dann der Bereich Großhandel. Als dritte Sparte, dann noch die Kunden die direkt bei uns einkaufen, das ist dann die Sparte Einzelhandel. Wie bedienen beides. Im Großhandel sind unsere Kunden hauptsächlich kirchliche Gruppen und Organisationen oder aber Wiederverkäufer. Läden die entweder aus dem Bio-Sektor kommen oder aber- und das ist vorwiegend der Fall- aus kirchlichen „Gutmensch“ bewegten Gründen kommen. Die Läden haben alle eine sehr unterschiedliche Struktur, von ganz kleinen Läden, die nur nach Gottesdiensten geöffnet haben und nur ein kleines Regal raus schieben. Bis hin zu einem Laden der normale Öffnungszeiten von 10-20.00 Uhr in Bremen hat. Das ist unser größter Laden hier im norddeutschen Raum. Der dort normale Öffnungszeiten hat und einen normalen Anspruch, mit hauptamtlichen Personen, in Gegensatz zu den vielen Läden, die mit ehrenamtlichen Personen arbeiten. Der strukturiert ist und ein profitorientiertes Gebilde darstellt.

Frage: Sie sagten eben noch, sie können dann auch Produkte hinzunehmen? Was bedeutet das?

35 Antwort: Das wir nicht nur Produkte von der gepa im Sortiment haben, sondern auch beispielsweise vom Dritte Welt Partner Ravensburg oder anderen Importeuren von Produkten aus Fairem Handel.

Frage: Welche Mitgliedschaften / Kooperationen zu anderen Organisationen bestehen, bestehen überhaupt welche?

40 Antwort: Die Firma Süd-Nord Kontor ist Mitglied im so genannten Weltladendachverband, eine bundesweite Vertretung der Weltläden. Weitere, sonstige Mitgliedschaften, könnte ich jetzt nicht so sagen. Keine die nach außen hin von Bedeutung sind.

Frage: Dann würde ich gerne zu den Hintergründen / Ursprüngen zum Thema fairer Handel und ökologischer Landbau kommen. Wie kam es zu der Entwicklung, aus was hat sich das heraus entwickelt? Wie wird das Thema hier behandelt?

45 Antwort: Da müssen wir ein bisschen zurückgehen in die Geschichte des Fairen Handels. Zu einem Zeitpunkt, wo ich noch gar nicht dabei gewesen bin. Aber es ist offensichtlich als man mit Fairem Handel begann 1975, hervorgegangen aus den Hungermärschen der Jugendorganisationen und der beiden großen Konzessionen in Deutschland. Da wurde sehr schnell deutlich, dass es eine Abhängigkeit der Kleinbauern vom Einsatz an Pestiziden und
50 Düngemitteln gibt. Weil sie diese Mittel auf dem lokalen Markt aufkaufen müssen. Damit sind sie in Abhängigkeit der Firmen, die zu einem diese Produkte herstellen, da stehen immer deutsche Namen darauf- Bayer Leverkusen. Das andere ist, dass sie eine Verschuldung eingehen, indem sie einen Teil ihrer Ernte bereits vorgeben müssen, um die notwendigen
55 Düngemittel zum Einsatz zu bringen, damit die Ernte überhaupt zustande kommen kann. Wenn ich einmal angefangen habe einen Stoff einzusetzen, dann bin ich in einem Kreislauf drin, der es bedingt, dass ich auch andere Zusatzstoffe den Boden zuführe, sonst gibt es einseitige Mangelerscheinungen. Um aus dieser Spirale herauszukommen, gibt es die Alternative des biologischen Landbaus und das zu fördern, hat sich die gepa mit auf ihre
60 Fahnen geschrieben.

Frage: Sehr erfolgreich.

Antwort: Sehr erfolgreich, heute sind 60-70% der Lebensmittel, die die gepa anbietet, aus biologischem Anbau. Es geht dabei nicht so sehr um die Frage des Konsumentenschutzes von uns hier. Zum Beispiel am Thema Kaffee –die Kaffeekirsche ist ja eingebunden in die Bohne-
65 ein Biokaffee hat weniger einen Nutzen hier für den Konsumenten, als für den Produzenten vor Ort, da er nicht mit Pestiziden und Spritzmitteln arbeiten muss. Deren Wirkung er nicht einschätzen kann und über die er auch nicht aufgeklärt wird. Die gepa unterstützt also die Produzenten in der Umstellung auf den ökologischen Landbau, zu einem über langfristige

Abnahmeverträge der Umstellungsware, die noch nicht zertifiziert ist, aber genau so viel Arbeit macht. In Form eines finanziellen Zuschlages, bzw. der Abnahmegarantie und natürlich mit Beratung und Förderung wo es irgendwie geht. Beratung ist vor allem sehr wichtig, weil die Kleinbauern entsprechend überzeugt werden müssen. Es ist für viele Produzenten oder für einige, da sie ja nicht nur an die gepa liefern, sondern auch am konventionellen Marktgeschehen teilnehmen, zum Teil sehr schwierig, weil sie diese Standards erfüllen müssen, wie getrennte Lagerhaltung etc. Es gibt durchaus Produzenten die sagen: „Das möchten wir nicht, das können wir nicht, das überfordert unsere Kräfte“. Dann kann man da eben nichts tun.

Frage: Die Relevanz der Produkte aus ökologischer Erzeugung, das hatten wir ja schon, liegt bei 60% manchmal sogar noch mehr?

80 Antwort: Ja, 60-70% es ändert sich laufend, es kommen auch immer neue Produkte hinzu. Momentan gibt es ja auch einen entsprechenden Hype auf Schokoprodukte und es ist schon soweit, dass der Kakaoanbau knapp werden könnte. Im Hinblick auf die Qualitäten.

Frage: Weil die Nachfrage so groß ist im Moment?

Antwort: Das explodiert ja im Moment.

85 **Frage: Das frage ich mich sowieso zwischendurch, wie man das bewältigen kann diese Nachfrage zu stillen, wenn die Entwicklung so weiter geht. Ist das überhaupt möglich?**

Antwort: Das wird sich im Preis niederschlagen, biologische Produkte werden unter Umständen teurer. Vermute ich und zum anderen kommt hinzu, dass es eine Veränderung in der Bio-Zertifizierungsordnung gibt. Die EU senkt ja die Standards, die momentan von Naturland vorgegeben sind und da können vielleicht auch Produkte die „halbbiologisch“ angebaut sind biologisch ausgelobt werden.

Frage: Vorwiegend sind das Produkte mit dem Bio-Siegel oder in der Kooperation mit Naturland?

Antwort: Naturland. Es ist natürlich überall das Bio-Siegel drauf, aber immer auch das Naturland-Siegel, Naturland ist die Organisation mit der die gepa zusammenarbeitet.

Frage: Die Kooperation läuft auch sehr erfolgreich, oder?

Antwort: Ja.

Frage: Daraus ergibt sich ja auch, dass der ökologische Landbau noch weiter gefördert werden sollte. Wie kann man das noch weiter fördern?

100 Antwort: Das ist immer die Frage, wie weit sind die Produzenten, wo kann man sie abholen und macht das auch für das Produkt auf dem Markt hier oder in Europa Sinn. Denn die gepa importiert ja nicht nur in Deutschland, sondern mit den EFTA (european fair trade

association) Gruppen hier in Europa, macht sie auch den Import für andere Länder mit. Das muss sich natürlich auch im Preis niederschlagen, dass macht keinen Sinn etwas anzubauen
 105 nur des biologischen Landbaus willen, dass muss sich auch im Preis niederschlagen.

Frage: Wie ist das mit der dwp, TransFair bedeutet den Grundstandard oder wie kann man die Unterschiede zwischen den Organisationen besser darstellen? Wobei ja TransFair keine Handelsorganisation ist.

Antwort: Genau, TransFair ist eine Siegelorganisation. Man kann dieses Siegel erwerben,
 110 jeder kann das erwerben, wenn er aus diesem Register Ware bezieht, indem die Produzenten, die bei TransFair geführt werden, stehen. TransFair gibt es seit ca.1993/95, die gepa gibt es seit 1975, der Standard der gepa ist immer höher gewesen als der von TransFair.

Andersherum ist die gepa aber auch jemand gewesen, der das TransFair-Siegel mit initiiert hat, um einen einheitlichen Standard gewährleisten zu können. Der Standard von TransFair ist
 115 angelehnt an das Max Havelaar Siegel aus Holland. Das wäre natürlich eine Möglichkeit für die gepa gewesen den eigenen Standard zurückzufahren. Das hat sie aber nie getan, sie hat immer über den TransFair Mindestpreis hinaus eine Entlohnung, vor allem im Kaffeesektor geleistet. Vor allem im Kaffeesektor, weil dass das Hauptprodukt ist und die anderen Produkte erst nach und nach mit dem TransFair-Siegel ausgestattet worden sind. Es gibt
 120 dagegen andere Organisationen, die auf das TransFair-Siegel verzichten, weil sie auch länger am Markt sind als TransFair. Zum anderen, weil es Kosten dafür gibt. Nennen wir es mal so, es gibt durchaus Importorganisation, die vor allem politisch motiviert sind. Politisch, dogmatisch vielleicht sogar. Die haben Schwierigkeiten mit dem TransFair-Siegel, vor allem, wenn dann konventionelle Händler, Großhändler am Markt auftreten und Produkte mit
 125 TransFair-Siegel vertreiben. Da gibt es Vorbehalte.

Frage: LIDL zum Beispiel?

Antwort: LIDL, ja da können wir jetzt noch gar nicht viel zu sagen, weil wir nicht wissen wie sich LIDL da verhält. Das TransFair-Siegel ist auf jeden Fall gut, auch wenn es immer noch die Schwierigkeit gibt, dass viele glauben TransFair und Bio, das alles in einen Topf
 130 schmeißen.

Frage: TransFair steht oft für den Fairen Handel allgemein. Es wäre schön wenn die Kommunikation darüber deutlicher wäre, oder? Da ist auch immer die Frage wie kann man das übersichtlicher gestalten? Was wäre da sinnvoll? Oder ist es einfach auch so, dass manche Dinge nebeneinander herlaufen?

Antwort: Es gibt auch verschiedene Interessensgruppen oder auch Interessen überhaupt
 135 zwischen TransFair und der gepa. Sagen wir es mal ganz ehrlich, ohne die gepa würde es das

TransFair-Siegel nicht geben, einfach über die Menge, die die gepa importiert. Andersrum, auch das ist verständlich, man zahlt nicht für alle Produkte mit TransFair-Siegel Gebühren. Der Kaffeestock, den die gepa bereits am Markt abgesetzt hat, bevor das TransFair-Siegel auf
 140 den Markt gekommen ist, der ist von Siegelgebühren befreit. Das mag TransFair gar nicht, finanziell geht es dieser Siegelorganisation nicht gut. Andersrum vertritt Herr Overath auch nicht immer die Interessen der gepa, im Gegenteil. Es wäre ihm, glaube ich lieber, es würde die gepa nicht geben und er könnte im Konzert der großen Handelsorganisationen gewichtiger mitreden. Das ist sein Ziel, siehe jetzt die Bereitschaft bei LIDL mit einzusteigen.

145 **Frage: Das ist wohl immer das augenscheinliche Problem an den Strukturen- die einen gehen in die Richtung die anderen in die, obwohl alle ein gemeinsames Ziel haben oder haben sollten. So sehe ich das auch in der Kooperation zwischen ökologischen Landbau und Fair Trade, hier sollten eigentlich die Kompetenzen beider zusammen gehören und selbstverständlich sein.**

150 Antwort: Wir hatten schon vor vier Jahren zwei Bäuerinnen hier, die klar ausgedrückt haben, wie froh sie darüber sind auf den biologischen Landbau zurückgegriffen zu haben.

Ursprünglich hat es in Mexiko, eine große Förderung von Seiten des Staates zum Einsatz von Düngemitteln gegeben, um über einen erhöhten Kaffeeabsatz auch Devisen ins Land zu bekommen. Das geht aber immer nur ein, zwei Jahre gut und das vierte Jahr schlägt sich das
 155 schon negativ nieder. Die Bauern wussten ja nicht woran es liegt und hatten keine Möglichkeit, dagegen etwas zu tun. Mit dem Bioanbau und den Kenntnissen der Biolandwirtschaft ist ihnen das wieder selbst in die Hand gegeben, das zu entscheiden und steuern zu können. Die großen Kooperativen haben ja auch eigene Schulen, in denen sie den Landbau weiter vermitteln, damit diese Kräfte zu den Kleinbauern gehen und das Wissen
 160 weiter gegeben wird. Multiplikatoreneffekte.

Frage: Zu den Chancen und Hemmnissen in Bezug auf Bio & Fair?

Antwort: Hemmnisse? An und für sich gibt es keine Hemmnisse. Ein gutes Produkt, wenn sie ein wirklich qualitatives, hochwertiges Produkt haben, dann ist das egal ob sie das aus dem konventionellen oder aus dem biologischen Anbau haben, was die Kosten angeht, was den
 165 Verkaufspreis angeht. Nicht von der Produktion sicherlich, da sind die Unterschiede, dann nicht mehr so groß. Hemmnisse sehe ich nur im Verkaufspreis, den man gegenüber dem Verbraucher hier rechtfertigen muss.

Frage: Es heißt ja immer so, dass die ökologische Zertifizierung so schwierig zu erreichen ist. Obwohl die Vorbedingungen häufig schon gegeben sind, muss man das

170 **und das abhaken. Man muss Zertifizierer womöglich einfliegen lassen und das alles verursacht hohe Kosten.**

Antwort: Nein, also ich wüsste nicht, dass es da in den letzten Jahren bei der gepa Schwierigkeiten gegeben hat. Es gibt natürlich auch aufgrund der Erfahrung, die man mit dem Thema Bioanbau in Schwellenländern gemacht hat und der europäische Zusammenarbeit,

175 Erleichterungen. Diese ermöglichen, dass ein Erzeuger von den Schweizern beraten und betreut werden kann. Dann sind die dafür zuständig, dafür zu sorgen, dass die Bio Standards eingehalten werden. Die befragen, setzen dann entsprechende Organisationen vor Ort ein. Die Zusammenarbeit mit Naturland, heißt ja nicht, dass ständig Naturlandmitarbeiter vor Ort sein müssen. Sondern da gibt es durchaus auch Methoden hinten rum zu fragen, was hat denn
180 Bauer xy so für Mittel benutzt usw. oder dass ökologische Anbauverbände vor Ort kontrollieren und dann weitergeben.

Frage: Aktivitäten zum ökologischem Landbau? Aktionen, Seminare wird das noch speziell behandelt?

Antwort: In der Zusammenarbeit mit Naturland, hat die gepa immer wieder für

185 Vertriebsmitarbeiter Veranstaltungen oder es geht um neue Produkte, dann wird auch über den Anbau gesprochen.

Frage: Welche Produktgruppen sind in Zukunft ausbaufähig?

Antwort: Aktuell ist es beim Wein, das ist das letzte Produkt wo es sehr forciert eingefordert wurde. Beim Orangensaft, weiß ich nicht wie weit da die Produzenten sind. Die gepa nimmt
190 von den Produzenten zu wenig Saft ab, als das sie bestimmen könnte, bzw. maßgeblich an der Entwicklung der Kooperativen teilnehmen könnte. Dafür ist es zu wenig.

Frage: Wie kann man das noch vorantreiben?

Antwort: Indem wir mehr absetzen, wenn von einer Produktmenge von Hundert nur zehn

195 Anteile an den Fairen Handel abgehen und ansonsten an den konventionellen Handel. Dann werden sie [die Erzeuger] nicht Unmengen an Kosten investieren oder Umstellungsphasen in Kauf nehmen, weil sich das einfach nicht rentiert.

Frage: Wie kann man den Absatz fördern? Den Absatz in den Naturkostläden, Biosupermärkte bringen? Der Absatz im konventionellen Einzelhandel ist ja steigend, der im Naturkosthandel kann noch gefördert werden?

200 Antwort: Es hat da eine gewisse Verschiebung gegeben, die Läden die früher Inhabergeführt waren sterben aus, werden immer weniger. Es geht mehr zu den Bio-Handels-Ketten und diese werden von den Bio Fachgroßhändlern wie Dennree, Kornkraft beliefert. Diese Vertriebschiene gehört nicht in unseren Bereich, deshalb kann ich da nicht viel zu sagen. Ich

weiß aber umgekehrt, dass die Produkte die dort eingelistet sind, dann auch sehr stark
 205 nachgefragt werden. Die großen Handelsketten führen sehr wohl diese Produkte mit
 Mehrwert, sowohl die Produkte mit TransFair-Siegel als auch die von der gepa.

**Frage: Wie kann man die Nachfrage noch stärken? Mit Kampagnenarbeit? Was
 würden sie sich da wünschen? Das noch mehr Öffentlichkeitsarbeit dazu gemacht wird.
 Die Produkte noch mehr beworben werden? Was braucht man da?**

210 Antwort: Ich denke in unserem gesamten Handelsgeschehen, müssen wir ja grundsätzlich
 diese „Geiz ist geil“ Mentalität feststellen, davon müssen wir wegkommen. Dem Verbraucher
 muss klar werden, dass er sich damit langfristig selber schadet. Gute Produkte, eigene
 Arbeitsplätze kosten nun mal Geld, man kann nicht für wenig Geld alles haben, ich muss
 dann eben meinen Lebensstandard ein wenig zurückschrauben, oder feststellen, dass es einige
 215 gibt, die sich mehr leisten können und einige können sich eben nicht alles leisten. Die
 Egalisierung in unserer montanen Gesellschaft, sehe ich mit gewisser Sorge. Was heißt das
 jetzt für die Bio-Produkte? Wir können sehr viel Werbung machen, aber...also jeder Skandal
 tut uns gut, das ist auch nichts Außergewöhnliches. Jeder Skandal tut Bio-Produkten gut und
 je mehr das ins Bewusstsein der Bevölkerung kommt, dass es sich um Lebensmittel handelt.

220 Desto mehr erhöht sich die Absatzchance, es ist ja auch so, dass die konventionellen
 Absatzmärkte mehr Bio-Produkte führen. Da wo sie Inhabergeführt sind, was im
 Lebensmittelsektor gar nicht mehr so selten der Fall ist. Es gibt eine Restrukturierung dazu, es
 wird da auch durchaus auf den Mehrwert durch das TransFair-Siegel geachtet.

**Frage: Sehen Sie es auch als ein Problem an, dass sich der Verbraucher häufig noch
 225 entscheiden muss- will ich ein Bio oder faires Produkt?**

Antwort: Das liegt eben im Ermessen des Verbrauchers, wo er den Mehrwert für sich sieht
 und was er bereit ist letztlich für das Produkt zu zahlen. Es gibt auf dem Markt ja meistens
 Parallelitäten von namhaften Bio Produzenten / Unternehmen, die vergleichbare Ware
 anbieten von Bio mit TransFair-Siegel. Auch da gibt es aber wieder Qualitätsunterschiede-
 230 die gepa hat einen sehr hohen Qualitätsstandard und verweigert den Einsatz von Sojalecithin
 wo es irgendwie geht. Genau wie genmanipulierte Pflanzen, um dort nicht in Schwierigkeiten
 zu kommen Umgekehrt gibt es die konventionelle Schokolade der gepa, diese wird auch mit
 Bio-Milch produziert. Um auch dort sicher zu stellen, dass kein Genmanipuliertes Futter in
 der Milchproduktion zum Einsatz kommt. Der Standard ist wesentlich höher, als bei manchen
 235 Produkten die auf dem Biomarkt angeboten werden und deren Ziel die Profitmaximierung ist.
 not for profit. Es geht nicht darum, viel Geld zu machen, um die Gesellschafter der gepa
 auszuzahlen. Wenn Gewinne gemacht werden, dann bleiben sie in der Firma und werden

letztlich in die Produzenten investiert. Das unterscheidet uns stark von anderen am Biomarkt teilnehmenden Firmen.

240 **Frage: Wie bewerten Sie denn beispielsweise Produkte wie die der Firma Rapunzel?**

Stichwort „Hand in Hand“

Antwort: „Hand in Hand“ ursprünglich ist der Gedanke des Bioanbaus und des Fairen Handels zeitlich sehr eng beieinander auf dem Markt aufgetreten und um sich nicht von Fairhandels- Importeuren abhängig zu machen und ein eigenes Erscheinungsbild zu haben ist

245 in der Bioszene das Hand in Handlabel entwickelt worden. Das gibt es auch einen Kriterienkatalog, der ist meiner Meinung nach relativ schwammig. Dinge die wir im Fairen Handel als notwendig erachten, werden beim „Hand in Hand“ Label nicht gewährleistet. Nicht

desto trotz möchte ich den „Hand in Hand“ Siegel führenden Produkten nicht absprechen, dass sie ein Produkt sind mit einer Nachhaltigkeit. Die Standards sind weiter gefasst, als die

250 des TransFair-Siegels. Da liegt der Schwerpunkt auf der Bio-Schiene und die

Handelsbeziehungen stehen an zweiter Stelle. Die sind nicht so gleichgewichtig wie bei

TransFair, wo es eigentlich umgekehrt ist. Bei der gepa geht es erstmal um den fairen Handel und dann um den ökologischen Landbau. Das ist quasi verschoben.

Frage: Zur Harmonisierung der Siegel. Ist es notwendig ein staatliches Siegel zu haben.

255 **Im Moment gibt in der EU ja eine Entwicklung in Richtung einer Empfehlung zum Fairen Handel, die in Gesetzestexte mit einzubeziehen. Was halten Sie davon?**

Antwort: Da kann ich gar nichts zu sagen, da weiß ich nichts von.

Frage: Läuft auch so gut? Muss nicht unbedingt sein?

Antwort: Der Verbraucher braucht ein eindeutiges visuelles Zeichen, auf den Verpackungen,

260 woher das Produkt kommt, welche Leistung es beinhaltet und ob die nun gesetzlich sind oder über das -Siegel abgegolten werden, macht glaube ich keinen Unterschied. Das TransFair-

Siegel ist am Beispiel des Woll-Siegels entwickelt worden. Da funktioniert es ja problemlos, da gibt es überhaupt kein Geschrei, jeder weiß was damit gemeint ist. So sollte es damals ja

auch sein, ein eindeutiges Siegel, mit einem eindeutigen Standard nutzbar. Das leistet

265 TransFair.

Frage: Wenn man die Umkehrung macht, mit den fairen Richtlinien, sollten diese auch für die nationalen Erzeuger gelten. Wie es Naturland ja auch angefangen hat. Was halten Sie davon?

Antwort: Ohne Frage, wenn ich als Fair Handelsteilnehmer auftrete, dann beschränkt sich das

270 ja nicht auf die Schwellenländer, dann geht das um jeden Handelspartner. Gute Geschäfte

beruhen auf Gegenseitigkeit- das ist einer der Slogans bei der gepa. Den finde ich sehr

verinnerlichwürdig. Wenn ich Profite mache auf Kosten anderer, dann übervorteile ich diese und das kann nicht Ziel und Inhalt eines gerechten Handels sein. Ob die Produkte aus der sog. Dritten Welt oder aus hoch entwickelten Ländern kommen, aus den USA oder Deutschland-
 275 das spielt keine Rolle. Der faire Umgang, gerade im Handelsgeschehen, sollte für alle gelten. Den das Ganze erfolgt zum Nutzen des Verbrauchers, wir hatten das ja schon- „geiz ist geil“ Mentalität da schließt sich dann der Kreis.

Frage: Fallen Ihnen außer ihren eigenen erfolgreichen Kampagnen spontan pos. wie neg. Beispiel zur Vermarktung der fairen Bio-Produkte ein?

280 Antwort: Die letzte, noch laufende Kampagne, „fair feels good“ ist natürlich auch mit sehr viel Geld von Seiten der Bundesregierung unterstützt worden, aber sie ist auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen worden. Das andere ist die immer wiederkehrende „faire Woche“, das sind Beispiele die alle auf das Thema Fairer Handel abgezielt sind. In denen natürlich auch immer darauf hingewiesen wird: Bio sollte es schon sein. Das ist schon eine
 285 Verknüpfung die im Fairen Handel immer auch da ist.

Frage: Die Frage die dahinter steht ist: Was ist gut? Was sollte man noch verstärken?

Antwort: Ich habe kürzlich ein Gespräch geführt mit einem Mitarbeiter der Morgenpost, der für den Bereich Politik zuständig ist und der kannte die Firma gepa nicht. Der konnte damit nichts anfangen und solange das der Fall ist, das jemand der in diesem Bereich arbeitet keine
 290 Ahnung davon hat...Das ist ein Zeichen dafür, dass im Bereich Öffentlichkeitsarbeit noch einiges getan werden muss, damit allen klar wird: Was ist TransFair, was sind das für Produkte und warum unterscheiden sie sich von den konventionellen Produkten und vielleicht auch was ist gepa? Was bringt mir das? Was bringt mir das außer Kosten? Die Frage ist, dieses Blicken auf den Preis, ist die eine Seite, aber die andere Seite ist, es verbergen sich
 295 noch Folgekosten, die auf andere Weise dem Verbraucher präsentiert werden. Die in einem Produkt aus fairem und biologischem Handel im Preis implementiert sind.

Frage: Also sollte die Entstehung des Preises noch deutlicher kommuniziert werden? Und das was dahinter steht?

Antwort: Das tun wir zum größten Teil, das müsste man noch weiter tun, allerdings werden
 300 sich konventionelle Marktteilnehmer nicht daran beteiligen und dann ist es etwas schwierig.

Frage: Als letztes, fällt Ihnen noch etwas ein, was unbedingt erwähnt werden sollte? Welcher Punkt muss noch verbessert werden, oder da ist Entwicklungsbedarf, das wünsche ich mir?

Antwort: Das was wir vielleicht noch zu wenig tun, weil es auch aufwändig ist und Kosten
 305 verursacht. Dank Internet, aber auch für jeden möglich ist, sich selber kundig zu machen, sind

310 letztlich die Erfolgsgeschichten, die aus dieser über dreißig jährigen Geschichte aus Bio und Fair entstanden sind. Das man diese noch mehr in den Vordergrund rückt. Es gibt mittlerweile zwei Filme bei der gepa, in denen eine Rückschau gehalten wird. Vom Anfang, im Vergleich zu heute, einmal beim Thema Kaffee, einmal beim Tee. Das ist schon sehr beeindruckend, das sind natürlich auch kleine Schritte, wir sind ein Handelsunternehmen und versuchen eine langfristige Entwicklung vor Ort, die durch eigene Kräfte getragen wird zu initiieren. Keine Spendenorganisation, die durch Massen von Geldern eine plötzliche Entwicklung dort vollbringt. Das sollte vielleicht noch stärker hervorgehoben werden. Das hinter diesen Produkten auch Menschen stehen, in ihrer Fertigung und die Lebensumstände dieser Menschen müssen wir für die Zukunft noch stärker transportieren. Die Ladner und Ladnerinnen, egal ob es jetzt der kleine Hofladen oder der Basic Supermarkt ist, möchten nur einen Lieferanten haben, die Vielzahl von Lieferanten mit verschiedenen regionalen Produkten erschwert deren Arbeit ungemein und ist sehr Zeitaufwändig. Das versucht man zu unterbinden, indem man Großhändler heraussucht, die das gesamte Produkt Portfolio bieten. Da kann es dann schon sehr gut sein, dass die Produkte sich nicht absetzen lassen, weil sie nicht eingelistet sind. Das ist ein Kasus Knacktus der in dieser Direktvermarktung zu Buche schlägt. Wenn die bei einem Großhändler bestellen, der die gepa Produkte nicht führt, dann werden sie eben nicht gelistet. Da muss schon sehr viele Initiative seitens der LadnerInnen da sein, um diese Kombination Bio und Fair anzubieten, weil dafür muss dann gesondert bei uns zum Beispiel bestellt werden.

Frage: Allgemein habe ich das Gefühl, das muss noch viel mehr kommuniziert werden, um was es geht, damit klar wird wie wichtig die Produkte sind

330 Antwort: Die Konkurrenz wird ja auch immer stärker, ich meine Alnatura- Schokolade, die werden zum Teil für einen Preis angeboten, das ist schon sehr niederschwellig. Wir stehen ja bei Budnikowski, da ist das direkt vergleichbar, gegenüber dem gepa Sortiment und die sind nicht schlecht. Man kann auch sagen die sind gut, also muss es durchaus Menschen geben die das zu würdigen wissen. Das auch bezahlen, aber der Kampf auf dem Bio-Markt wird ja immer stärker. Bio ist für viele einen Margenbringer, der Preisverhau bei den konventionellen, ist derart groß, dass es sich fast nicht mehr lohnt, diese zu führen. Also wird auf andere Produkte ausgewichen, da sind in erster Linie Bio-Produkte. Wenn das so weitergeht, dann gibt es einen weiteren Pluspunkt für Bio und fair gehandelte Produkte, weil die noch eine andere Marge aufweisen. Die bleiben in ihrem oberen Preissegment.

Frage: Das muss den Kunden eben auch kommuniziert werden, diese Qualität.

340 Antwort: Ja, aber das muss dem Kunden auch klargemacht werden. Wenn ich sehe, dass ich dort eine Bio-Schokolade für 79,-Cent bekomme und die gleiche Schokolade kostet im Fairen Handel 1, 09,-Cent das sind 30 Cent Unterschied. Dann rechnet der Verbraucher gleich 30,- Cent sind 60 Pfennig. Das sind schon mehr als 50,- als fast eine Mark und das ist er dann nicht mehr bereit zu zahlen.

Vielen Dank für das Interview!

**INTERVIEW: FRAU SACHS ANBAUVERBAND NATURLAND TELEFONISCH AM
27.06.2006 UM 13.00 UHR**

Frage: Welche Aufgabe haben Sie in ihrer Organisation?

5 Antwort: Ich bin zuständig für das Projekt Bio und Fair, das ist eine Kampagne die wir seit zwei Jahren machen. Da geht es hauptsächlich um Verbraucheraufklärung.

Frage: Wie viele Mitarbeiter haben Sie?

Antwort: In dem Projekt?

Frage: Ja

10 Antwort: Da arbeiten, das sind nicht meine Mitarbeiter, sondern das sind Kollegen von Naturland, noch drei andere mit. Plus zwei Praktikanten, aber nicht in Vollzeit, die haben auch noch andere Aufgaben.

Frage: Welche Mitgliedschaften zu Vereinen, etc. bestehen oder Kooperationen?

Antwort: Naturland hat Lizenznehmer, da sind die gepa, BanaFair und dwp als Eine Welt-
15 Häuser. Die sind alle Mitglieder von Naturland. Wir sind natürlich auch Mitglied bei anderen, aber das kann ich jetzt nicht alles aufzählen.

Frage: Zu den Hintergründen und Ursprüngen zum Thema Bio und Fair wie kam es zu dieser Entwicklung, sich damit zu beschäftigen? Diese Erweiterung auf die fairen Richtlinien und den Fairen Handel?

20 Antwort: Die gepa arbeitet ja schon seit 30 Jahren im Fairen Handel und dann entstand der Bedarf nach biologischen Produkten, die fair gehandelt sind, also von den Konsumenten her Dann ist die gepa auf Naturland zu gekommen, um Partner für die Umstellung zu haben. Das begann in den Teegärten in Sri Lanka und Indien [1987]. Naturland hat da eine Umstellungsberatung gegeben und so ging das dann weiter in anderen Bereichen wie Kaffee,
25 Bananen usw.

Frage: Auf welche Produkte bezieht sich das jetzt genau noch?

Antwort: Sie meinen unsere Naturland-Produkte aus Entwicklungsländern? Davon sind die meisten fair gehandelt. Über diese drei fair Partner.

**Frage: Das bezieht sich dann meistens auf die klassischen fair gehandelten Produkte wie
30 Kaffee, Tee?**

Antwort: Zum größten Teil Kaffee aus Lateinamerika, Mexiko, Peru. Tee hauptsächlich aus Indien, Sri Lanka, Bananen aus Ecuador, jetzt neu dazu gekommen ist Sesam, auch Kaffee aus Afrika, Uganda, Tanzania und jetzt der Aqua Kultur Bereich, aber das ist nicht fair gehandelt, schon fair, aber nicht so zertifiziert.

35 **Frage: Wie ist die Nachfrage der Erzeuger / Kooperationspartner nach fairen Richtlinien**

Antwort: Welche Kooperationspartner meinen Sie da?

Frage: Also wie ist die Nachfrage nach Produkten die auch fair gehandelt sind?

Antwort: Wir bieten ja keine Produkte an, deshalb ist auch die Nachfrage nicht da. Das kommt eher beim Verkäufer an. Von Erzeuger Seite her, hätten diese gerne mehr Bio-Anbau. Zum Beispiel beim Kaffee, bei Kakao ist es weniger so. Der Kaffee könnte viermal mehr fair gehandelt werden. Die Erzeuger würden gerne viel mehr Bio zertifizieren lassen. In den anderen Bereichen, zum Beispiel beim Tee, wäre es besser, wenn mehr Nachfrage bestehen würde.

45 **Frage: Zu den Einstellungen zum Thema Bio und Fair Wie sollte der faire Handel noch stärker gefördert werden? Wie kann man das umsetzen?**

Antwort: Können Sie das konkreter fragen?

Frage: Wie kann man die Erzeuger unterstützen sich ökologisch zertifizieren zu lassen?

Antwort: Eben über die Nachfrageseite, deswegen machen wir auch diese Kampagne. Sehr viele Verbraucher wissen gar nicht die Vorteile von ökologischen Produkten und dem Fairen Handel, oder es gibt eine Gruppe von Menschen, die den Fairen Handel kennen, aber nicht den ökologischen Anbau. Das sind so traditionelle Fair Käufer und dann gibt es Leute die gerne Bio kaufen, die kennen das faire nicht so. Es gibt natürlich auch noch eine Gruppe, denen alles bekannt ist. Dann gibt es eben eine große Gruppe von Konsumenten, denen es bisher egal ist.

55 **Frage: Haben Sie spontan eine Idee welche Kampagnen ihrer Meinung nach am meisten Erfolg gebracht haben, gerade zur Aufklärung.**

Antwort: Zum Beispiel diese „fair feels good“ Kampagne Hatten Sie mit denen auch ein Interview?

60 **Frage: Nein, mit denen nicht. Ich kenne diese Kampagne zwar und auch den Internetauftritt, aber ich habe kein Interview mit denen.**

Antwort: Ansonsten die gepa natürlich, die hat ja sehr viel Erfolg mit den Ketten, wenn die mit ihren Regalen in die Ketten Tengelmann usw. reingehen. Das ist schon sehr erfolgreich. Auch die Eine Welt Läden versuchen sich zu professionalisieren, auch erfolgreich. Da gibt es ja eine neue Kette von Eine Welt Läden „Contigo“ in Göttingen, die sind auch auf Kaffee spezialisiert und Kunsthandwerk und verschiedenes.

65 **Frage: Wie informieren Sie sich den über die neuesten Entwicklungen im Bereich fairer Handel? Ist die Informationspolitik gut?**

Antwort: Wir sind im Presseverteiler von verschiedenen Eine Welt Gruppen. Wir bekommen hier sehr viel Öffentlichkeitsarbeit, die wird sortiert und denjenigen zuschickt die das angeht.

Frage: Dieser Kontakt zu den Fair Handels Akteuren funktioniert gut?

Antwort: Wir haben auch nicht soviel Zeit und da können wir das auch nicht so pflegen wie wir es gerne hätten. Nein, das kann ich jetzt nicht so sagen.

Frage: Was würden sie sich da wünschen? Wo könnte das noch besser werden? An den Kommunikationsebenen? Oder mangelt es einfach an Zeit?

Antwort: Ja, das würde ich schon so sagen. Mangel an Zeit oder auch an Geld. Nicht der Mangel an Interesse. Der Mangel an Finanzen ist der Hauptgrund.

Frage: Das ist immer ein großes Thema, das stimmt.

Antwort: Zum Beispiel bei den Eine Welt Läden da läuft ja auch sehr viel ehrenamtlich

Frage: Man könnte ja auch wahrscheinlich, sehr viel mehr Aufklärungskampagnen, Werbung, Professionalisierung vorantreiben, wenn man mehr Geld zur Verfügung hätte. Zu den Chancen und Hemmnissen in Bezug auf Fairen Handel und ökologischen Landbau. Welche Chancen sehen sie da für die Zukunft? Oder auch welche Hemmnisse? Wo hapert es, wo liegen die Chancen?

Antwort: Hemmnisse, also für den ökologischen Landbau eben politisch, dass Gelder gestrichen werden, anstelle das weiter gefördert wird. Dadurch haben wir schon Probleme. Wir müssen Stellen kürzen, anstatt zu erweitern. Berater wurden nicht weiter finanziert und müssen aus anderen Mitteln finanziert werden. Das ist ein Problem, dann allgemein auf politischer Ebene. Gesetzgebung, Gentechnik wissen sie bestimmt auch. Hemmnisse für den Fairen Handel, der entwickelt sich ja sehr gut. Hier eher auf politischer Ebene. Die Chancen für den ökologischen Landbau liegen international in Afrika, auch Asien. Da gibt es an ganz vielen Stellen ein großes Potential. Für den Fairen Handel sehe ich die Chancen im nationalen Bereich. Wieweit wissen Sie von unseren fairen Partnerschaften in Deutschland?

Frage: Können Sie das kurz umreißen?

Antwort: Wir haben seit diesem Jahr, diese faire Auszeichnung für Unternehmen die nachhaltig wirtschaften, also im sozialen Bereich. Das haben wir diese sechs Kriterien...

Frage: Ja, das habe ich natürlich gesehen.

...die wir eben abprüfen, da sehe ich auch eine Chance, dass die Landwirtschaft in Deutschland eine Zukunft hat. Dass mehr in das Bewusstsein der Bevölkerung rückt, was ein Landwirt braucht um überleben zu können. Also auch um konkurrenzfähig zu bleiben.

Frage: Wie kann man das noch weiter verbreiten? Was würden Sie sich außerhalb Ihrer Aktivitäten wünschen? An Unterstützung?

Antwort: Andere Anbauverbände, also Demeter und viele andere sind an dem Thema. Ich denke da läuft sehr viel. Wir waren auch auf einer Konferenz, die verschiedenen Verbände und haben dieses Thema besprochen. Da wird sich weiter was entwickeln.

Frage: Wie ist die Kooperation unter den Verbänden? Läuft da viel über das Thema?

Antwort: Nein, da ist natürlich auch Konkurrenz. So ist unser System eben aufgebaut, man muss das aber nicht nur negativ sehen. Sondern man versucht ja auch besser zu sein als andere. Dadurch steigt die Qualität, kann die Qualität auch steigen. Ich denke, das ist auch ein Vorteil. Viele Verbraucher hätten vielleicht nur einen Verband damit sie besser Bescheid wissen.

Frage: Die unterscheiden sich ja auch oft. Die Vielfalt ist ja auch gut.

Antwort: Eben bei Naturland ist das internationale Engagement sehr stark und mit der Aqua-Kultur gibt es einen neuen Bereich. Das sind Bereiche die Bioland weniger hat und jetzt eben auch diesen Fair-Bereich. Demeter hat eben diesen Bereich mit Anthroposophie das ist ja auch nicht Jedermanns Sache ist. Da gibt es schon Kontakte.

Frage: Unternehmen Sie viele Aktivitäten um auf den Bezug ökologischer Landbau/ fairer Handel hinzuweisen? Aktionen, Seminare, Workshops sowohl für Ihre eigenen Mitarbeiter als auch nach außen?

Antwort: Bei unseren eigenen Mitarbeitern ist es hauptsächlich bei unseren normalen Sitzungen, dass die auch mitbekommen was hier läuft. Dann ist es auch wichtig alle mit einzubeziehen, eben Berater, Präsidium, Delegierte, damit die auch mitbekommen was bei uns hier diskutiert wird und läuft. Das ist so nach innen und nach außen. Workshops Seminare usw. machen wir im Moment nicht. Wir sind viel auf Messen, das ist auch für die Zukunft geplant, auf Messen und dann bei Aktionstagen, wie Bio- Erlebnistagen in den verschiedenen Städten Aktionen zu machen. Letztes Jahr waren wir zum Beispiel auf der BUGA [Bundesgartenschau]. So allgemeine Aufklärungsarbeit eben.

Frage: Wie schätzen Sie denn die Aufnahme der fairen Richtlinien in die Richtlinien der Anbauverbände ein? Wie sehen die Perspektiven da aus?

Antwort: Wir würden das natürlich nicht machen, wenn es kein Potential hätte. Mehr kann ich dazu nicht sagen. Das muss sich ergeben.

Frage: Wie sehen sie den staatliche faire Richtlinien? Ist das auch eine Perspektive oder total utopisch?

Antwort: Wie weit bekommen Sie die Diskussion mit der neuen EU- Verordnung mit? Das ist nicht im Interesse der Verbände, schon die EU- Verordnung, wenn die jetzt so stark vereinheitlicht werden würde. Die neuen Veränderungen sind nicht im Interesse der

Verbände. Das Gleiche könnte passieren, wenn jetzt das Fair Logo so verstaatlich werden würde. Dann würde die Eigeninitiative, die von der Basis kommt...Das ganze faire kommt ja von den Eine Welt Gruppen, von engagierten Studenten. Das darf nicht durch eine staatliche Sache abgetötet werden, sondern dieses Bedürfnis, dieses Engagement, davon lebt das Ganze.

140

Frage: Es ist wichtig, dass es von der Basis kommt, dann entspricht es den Notwendigkeiten? Wie kann man denn ihrer Meinung nach die Zertifizierungen vereinfachen, verbessern. Das macht ja häufig auch eine große Hürde für die Erzeuger aus.

145

Antwort: Ja, da sind wir auch daran, dass ist jetzt nicht so meine Abteilung. Vereinfachen kann man das durch die Kataloge, die Fragestellungen, aber das kann ich ihnen jetzt nicht sagen. Fair Zertifizierung ist auch ein bisschen das Problem, weil das auch sehr aufwändig ist. Da ist auch schon ein Bedarf bei den Produzenten, Kooperativen, dass das weniger kompliziert ist.

150

Frage: Diese Siegelung durch Fair Trade oder durch die TransFair-Siegel. Was ist ihre Meinung dazu, kann man das noch übersichtlicher gestalten oder ist das ausreichend bekannt, die verschiedenen Siegel? TransFair, dwp oder El Puente?

Antwort: Ich denke das ist notwendig, dass das nebeneinander läuft. Dwp hat sich ja entschieden nicht das TransFair-Siegel zu nutzen und die haben da ihre guten Gründe für. Es wäre aber wichtig, dass bekannter wird, dass es nicht nur das TransFair-Siegel gibt. Dieses ist ja ganz bekannt inzwischen, aber das es auch andere gibt. Es gibt ja ganze Produktbereiche, die von TransFair überhaupt nicht kontrolliert oder nicht zertifiziert werden. Von daher kann das TransFair-Siegel auch überhaupt nicht überall sein. Daran arbeiten wir auch, dass das der Öffentlichkeit bekannt wird. Zum Beispiel mit BanaFair oder dwp.

155

160

Frage: Abschließend kann man da sagen, dass noch weitere Aufklärungsarbeit geleistet werden muss, damit es übersichtlicher bzw. der Konsument besser informiert ist und auch unterscheiden kann, was ist das jetzt alles oder was verstehe ich darunter.

Antwort: Wenn man das alles vereinheitlichen würde, wäre das vielleicht für den Verbraucher einfacher, aber die Eine Welt Bewegung war ja auch dafür, dass sie eine Bewußtseinsänderung herbeiführen wollten. Nicht nur Produkte verkaufen sondern, dass die Leute bewusst einkaufen und an diesen Dingen arbeiten, alle Fair Händler auch die gepa. Bei der dwp ist das noch besonders wichtig, natürlich gilt das auch für die gepa. Ich möchte da jetzt niemanden unterscheiden. Eben auch manche wie eine Firma Teekanne zum Beispiel, die haben ein Fair Zeichen darauf, denen ist es aber eben nicht so wichtig.

165

170 **Frage: Was wünschen sie sich denn abschließend, wünschen sie sich in der Förderung des Fairen Handels und des ökologischen Landbaus?**

Antwort: Also für den ökologischen Landbau, allgemein die Förderungen wie sie vorher waren, weil sehr viele Verbraucher das auch haben wollen. Für den Fairen Handel wünsche ich mir, dass die Entwicklungshilfe Organisationen sich da engagieren. Die haben ja auch
175 überall knappe Mittel, EED und so. Dass diese, da mehr Gewicht darauf legen. Ich weiß zum Beispiel vom deutschen Entwicklungsdienst, dass die jetzt auch das Motto haben „Handeln statt helfen“. Das habe ich jetzt irgendwo gehört. Das sie da mehr Gewicht drauf legen wollen.

Frage: Mir fällt da doch noch etwas ein, zu den Internetauftritten fair feels good, oeko und fair. Halten sie diese Kampagnenarbeit für erfolgreich, ist das ein gutes Plateau um zu informieren?

180 Antwort: Ja, das finde ich sehr gut.

Vielen Danke für das Interview.

**INTERVIEW: FRAU KRIEGISCH FIRMA RAPUNZEL AM 07.07.2006 UM
10.30UHR**

Frage: Erstmal würde ich gerne ein paar allgemeine Angaben erfragen. Welche

5 Aufgaben Sie in Ihrem Unternehmen haben, wie viel Mitarbeiter?

Antwort: Ich bin im Marketing, „Hand in Hand“ Beauftragte, das ist das faire Handelsprogramm und ich kümmere mich ums Internet, um Kundenanfragen, Sponsoren und solche Angelegenheiten.

Frage: Wie viele Mitarbeiter haben Sie?

10 Antwort: Durchschnittlich 270

Frage: Bestehen irgendwelche Kooperationen zu Anbauverbänden, Herstellern, etc.?

Antwort: Ja, natürlich wir führen ja auch Demeter Produkte, da herrscht eine Kooperation. Ebenso mit der IFOAM, mit dem Biolandverband, in diversen Konstellationen. Eigentlich sind wir im ständigen Kontakt.

15 Frage: Welches Kundenklientel haben Sie hauptsächlich?

Antwort: Das ist relativ schwierig zu sagen, es sind neue Studien raus gekommen. In der auch Bio-Käufer untersucht worden sind. Aus der Gruppe der postmateriellen, sind ziemlich viel Bio-Käufer- die Studie teilt die Bevölkerung in diverse Gruppen ein, und aus dieser Gruppe kommen viele Bio-Käufer.

20 Frage: Sie liefern ja auch als Großhändler aus?

Antwort: Wir sind Produzent und Großhändler, wir liefern direkt an den Einzelhandel und Fachhandel.

Frage: Die Liefergebiete erstrecken sich wie weit?

Antwort: Wir beliefern ganz Deutschland, aber auch in über 30 Länder

25 Frage: Kann man die Philosophie des Unternehmens in drei Worte fassen?

Antwort: Es geht darum die Bio-Anbaufläche weltweit zu vergrößern und zwar zu deren Bedingungen wir wollen die Erzeuger unterstützen, vor allem auch in der Dritten Welt. Natürlich muss sich das durch die ganze Kette durchziehen. Auch hier in Deutschland, man kann keine fairen Produkte verkaufen und seine Mitarbeiter in Deutschland schinden. Wie das
30 manch andere tun. Es geht eigentlich um die Nachhaltigkeit, die ist uns sehr wichtig, sowohl im Anbau als auch im Personalbereich.

Frage: Zu den Hintergründen und Ursprüngen zum Thema Bio und Fair. Wie kam es zu dieser Beschäftigung mit dem Fairen Handel? Zu der Erweiterung auf den Fairen Handel?

35 Antwort: Die Erweiterung kam dadurch zustande, dass Rapunzel Naturkost sich überlegt hat, dass es eigentlich nicht reicht, eben diese Zusammenarbeit mit den Dritte Welt Ländern. Kakao, Kaffee den gibt es eben nur da. Erstmal war es ja sehr lokal, es hat in Deutschland angefangen, Anbau im eigenen Garten, die Müsli Mischung in der eigenen Badewanne. Dann ging es um andere Produkte, die eben aus Europa nicht zu haben sind. Es kam dann aus der
 40 Dritten Welt, da war es so, dass der Herr Wilhelm, der hat EL CEIBO mit aufgebaut. Der erste Bio-Kakao weltweit, wurde quasi da initiiert. Das Problem war, dass man immer noch mehr machen wollte, das für die Bauern noch sicherer zu gestalten und noch mehr Leistungen zu bringen. Dann hat man sich damals mit verschiedenen Fair Handelsverbänden zusammengesetzt, aber für Rapunzel war eben das Kriterium Bio zwingend, weil wir nur
 45 biologisch produzierte Produkte führen. Das war damals im Fairen Handel noch nicht üblich und wir hatten auch Partner die keine Kooperativen waren. Privatpersonen die aber trotzdem vorbildlich gearbeitet haben, die wir trotzdem gern als „Hand in Hand“-Partner gehabt hätten, das wäre auch nicht gegangen.

Frage: Mit welchen Fair Handels Akteuren hatte sie damals Kontakte?

50 Antwort: Damals war das die FLO, die gepa, das hat dann alles nicht so hingehauen, wie wir das gerne gehabt hätten. Deswegen hat sich Rapunzel dann entschieden, es selber in die Hand zu nehmen und zu machen.

Frage: Das war wann?

Antwort: Das war 1988, da kam die erste Nirwana- Schokolade auf den Markt.

55 **Frage: Die Nachfrage, legen Ihre Kunden sehr viel Wert auf faire Bio-Produkte?**

Werden die häufig nachgefragt? Welche Erfahrungen haben Sie da gemacht?

Antwort: Am Anfang war das gar nicht so bekannt, weil wer sich nicht wirklich explizit damit beschäftigt hat. Wer das nicht genau gelesen hat, was in der Innenseite der Verpackung steht, der wusste das oft gar nicht. Wir haben da die Werbetrommel noch mehr rühren müssen, bis
 60 dass das überhaupt bewusst wurde bei unseren Kunden.

Frage: Wie ist die heutige Nachfrage?

Antwort: Sehr hoch, das macht 10% von unserem Umsatz aus und steigt massiv.

Frage: Haben Sie vor die Produkte noch zu erweitern?

Antwort: Wir sind eigentlich ständig dabei neue Produkte mit Lieferanten zu entwickeln und
 65 was von denen aus geht. Es gibt ja immer auch neue Schokoladen und solche Geschichten. Unsere Schokoladen sind ja alle „Hand in Hand“.

Frage: Auf welche Produktgruppen könnte man das noch erweitern?

Antwort: Wie gesagt, die Schokoladensparte und Cashewnüsse, Paranüsse, Kokosraspeln, getrocknete Mangos, Quinoa, vielleicht ein neues Nussmus. Da wird ständig etwas getan.

70 Kuvertüre in „Hand in Hand“.

Frage: Zu den Einstellungen zum Thema Bio und Fair wie informieren sie sich über die neuesten Entwicklungen im Bereich fairer Handel? Medien die besonders gut sind?

Antwort: Wir haben die normalen Sachen wie Bio-Zeitschriften, Lebensmittel-Zeitschriften, Biohandel, Eve, Schrot und Korn. Testhefte und sonstige aktuelle Hefte. Also über den Fairen

75 Handel speziell, weiß ich dann nichts.

Frage: Dieser Kontakt mit den Fair Handelspartner, woran haperte das? Welches waren die grundsätzlichen Schwierigkeiten?

Antwort: Das Problem war, dass bei denen zu der Zeit, inzwischen gibt es ja ganz viele Bio-Produkte, Bio nicht angesagt war. Wie gesagt, damals ging es nur um Kooperativen und wir

80 haben als Partner eben nicht nur Kooperativen. Das war für uns kein Knockout Kriterium und es hat einfach nicht hin gehauen. Das waren nicht dieselben Interessen und nicht dieselben Ebenen. Wir wollten mit den speziellen Partnern langfristige Verträge haben, bei den anderen

Fairhandels Vertretern geht es ja hauptsächlich über den Preis, der Preis ist fix und ich kaufe

85 dieses Jahr bei dem in Indien und nächstes Jahr in Afrika ein. Wenn es da auch das gleiche Produkt gibt. Die Bauern haben da zwar eine Garantie, wenn sie etwas verkaufen, dann zu

diesem Preis an einen Fairhandelspartner, sie haben aber nicht die Garantie, dass sie es auf jeden Fall verkaufen. Uns war das sehr wichtig, dass es eine Planung zulässt, das kennt man von sich selber auch, wenn man ein geregeltes Einkommen hat. Dann weiß man, dass man

90 seine Kinder in die Schule schicken kann, vielleicht in der Hauptstadt. Dass die ins Internat

müssen, wenn ich aber nicht weiß wie ich meine Ernte loswerde, kann ich auch das nicht planen. Es ist zwar ein fester Preis ausgemacht, aber wenn mir keiner die Ernte abkauft, dann kann ich auch wieder nicht planen. Das war uns auch ein ganz wichtiges Kriterium, dass wir langfristig mit denselben Partnern zusammenarbeiten und auch wenn es mal

95 Qualitätsprobleme gibt. Wir haben auch am Anfang Containerweise Ware abgenommen, die dann nicht dem hohen Rapunzelstandard entsprochen hat und deswegen haben wir trotzdem

keinen sitzen gelassen. Dann haben wir, mit denen an der Qualität gearbeitet, da ist jemand rüber gefahren, um das in den Griff zu bekommen. Dadurch bilden sich dann langfristige Beziehungen, die für beide Seiten gut sind, weil wir uns dann darauf verlassen können.

Frage: Bestehen heute noch Kontakte zu Fairhandels-Akteuren? Wird sich da ausgetauscht, also werden Erfahrungen ausgetauscht?

100

Antwort: Es bahnt sich gerade wieder ein bisschen was an, wir hätten von unserer Seite gerne ein bisschen mehr Austausch. Manchmal, es kommt dann auch immer auf die Personen drauf an, von höherer Seite der gepa und der FLO haben wir überhaupt keine Probleme. Es kommt natürlich immer mal wieder vor, bei Vorträgen- wenn eine unserer Praktikantinnen dort ist und es ist jemand von der gepa vom Verkauf dort, dass auf der Praktikantin rumgehackt wird. „Das ist ja gar nicht wirklich fairer Handel“ und die weiß dann auch nicht wie ihr geschieht, weil sie auch nur eine Praktikantin ist, so was kommt mal vor. Wir sind eventuell gerade daran eine Kooperation mit den „Eine Welt Läden“ zu initiieren, da bahnt sich gerade etwas an. Es wird eigentlich immer besser, am Anfang war da Konkurrenzdenken. Von unserer Seite geht es einfach darum, die Bio-Anbaufläche zu vergrößern, sowie die Lebensbedingungen der Menschen vor Ort zu verbessern. Dafür haben wir auch den Fonds, um Projekte zu unterstützen, da braucht man sich auch nur... die Prozentzahlen, Umsatzzahlen steigen, aber trotzdem ist es ein relativ kleiner Bereich. Wenn man dann auch noch gegenseitig auf sich herumhackt, das bringt ja überhaupt nichts, das wäre total unsinnig.

Frage: Was würden sie sich denn noch von den Fairhandelsakteuren wünschen um diese gegenseitige Anerkennung noch zu verbessern?

Antwort: Wie gesagt, von unserer Seite würden wir uns schon eine engere Zusammenarbeit wünschen, aber das läuft alles gerade ganz gut an.

Frage: Zu den Chancen und Hemmnissen der fairen Bio-Produkte? Welche treten auf? Welche Chancen gibt es da?

Antwort: Die große Chance liegt darin, dass man gerade in Dritte Welt Ländern, wo ja die Pestizidbestimmungen anders sind, wenn es überhaupt welche gibt. Die Menschen dort setzen sich ja beim Anbau und der Weiterverarbeitung den übelsten Sachen aus, die dann für uns schon zum größten Teil herunter gewaschen sind. Die hantieren da mit bloßen Händen mit Sachen, die bei uns schon längst verboten sind. Die haben vielleicht auch nicht so einen hohen Bildungsstand, dass sie überhaupt verstehen, worum es da geht. Da kommen irgendwelche Pharmavertreter und drücken denen diesen Mist aufs Auge und die wissen gar nicht, was sie ihren Familien, ihrem Land, dem Boden damit antun. Ich denke, dass der Biobereich da super ist, wenn es dann richtiger Bio-Anbau und keine Monokultur ist. Dann ist das oft so, dass die Familien sowieso schon Zwischenpflanzungen haben und dadurch dann auch mehr Einkommen haben. Selber abwechslungsreichere Nahrung haben, weil sie das vorher durch die ganze Monokultur nicht mehr gemacht haben. So wie sie es früher gemacht haben, sie das so angebaut haben, dass sie noch andere Sachen zum Leben hatten und dann noch etwas auf dem Markt davon verkaufen konnten. Das ist eine wesentliche

- 135 Lebensverbesserung. Dann zusätzlich noch fairer Handel, wie bei uns mit direkter Zusammenarbeit, mit uns als Abnehmer und mit der Möglichkeit beraten zu werden und auf den Fonds zurückzugreifen, um Projekte im Dorf zu fördern. Grundschulen, Wasserversorgung, Solar auf dem Dach, das sind natürlich wesentliche Vorteile im Vergleich zum konventionellen Anbau und Handel. Natürlich gibt es auch für uns
- 140 Hemmnisse, wir schränken uns auch darin ein, wenn wir garantieren, dass wir den Kaffee aus Tanzania abnehmen, die Ernte war nicht so toll, das Wetter war nicht so gut. Da haben wir natürlich nicht die Möglichkeit, wie jetzt ein konventioneller Kaffeeweiterverarbeiter oder Produzent, der sich die beste Ware auf der Welt heraussucht, von zigtausenden von Kaffeeanbauern. Der kann das alles durchmischen, der ist da total frei. Für uns ist das auch
- 145 ein Hemmnis sich da so festzulegen, wenn die Ernte mal nicht so toll ist, ist es für uns auch nicht so toll.

Frage: Gibt es Probleme mit den Liefermengen? Kann der Bioanbau beispielsweise im Kakaobereich noch die notwendigen Mengen produzieren? Ich habe das gehört, dass es da schon zu Problemen kommt.

- 150 Antwort: Es gibt einfach auch nicht soviel verlässliche Projekte, wo man auch sagen kann, das kann man voll unterstützen, es ist schon so, dass die Mengen knapp sind. Da ist dann wiederum ein Vorteil, wenn ich feste Handels Beziehungen habe, wie z.B. zu EL CEIBO. Dann bekomme ich bestimmte Mengen, auch aufgrund von festen Vertragsbedingungen.

Frage: Zu den Aktivitäten die Sie so unternehmen, gibt es irgendwelche Seminare, Workshops die Sie zu dem Thema unternehmen bezogen auf den Fairen Handel?

- 155 Antwort: Für Ladner?

Frage: Für Ladner und ihre Mitarbeiter?

- Antwort: Es gibt auch immer wieder Vorträge, auch zu unseren „Hand in Hand“ Projekten, wir haben Broschüren, Flyer, den Internetauftritt. Wir arbeiten mit der DUH [Deutsche Umwelthilfe] zusammen, die verwaltet unseren Fonds. Da werden auch unsere Projekte in der
- 160 Bio-H-Welt herausgebracht, die erscheint viermal im Jahr. Intern gibt es immer Informationen, wenn es einen neuen „Hand in Hand“ Partner gibt und das wird dann intern in der Firma kommuniziert. Für die Endverbraucher und Ladner gibt es immer mal wieder „Hand in Hand“ Vorträge, sowohl auf unserem Festival, als auch zum Beispiel Vortragsreisen
- 165 die wir immer mal wieder anbieten über Schokolade, Öl oder „Hand in Hand“. Da sind wir dann in größeren Städten, wo die Leute hinkommen können.

Frage: Da ist, glaube ich, auch die Resonanz ganz gut, wenn man dahinter blicken kann wie die Produkte hergestellt werden, wenn man ein Bild von den Erzeugern hat.

170 Antwort: Das sehen wir auch immer mehr, dass es den Leuten wichtig ist, eben zu wissen wo
 175 kommt es her. Es geht nicht nur darum, dass eine Firma möglichst viel Gewinn macht und
 dann wieder was spendet, es geht von Anfang darum, dass man nachhaltig und fair erzeugt
 Zumal uns das Produkt beim Kauf etwas mehr kostet, aber dafür muss man auch kein
 schlechtes Gewissen haben. Und dann an Weihnachten Leute spenden oder Organisationen,
 dann habe ich schon so eingekauft, dass ich gut damit leben kann. Andere eben auch, die das
 anbauen.

Frage: Was kann man Ihrer Meinung da noch tun, um die Produkte zu fördern, also auch um die Kommunikation noch zu verbessern?

180 Antwort: Wir haben jetzt eine „Hand in Hand“ Werbekampagne gestartet, mit unseren
 Partnern, in Sri Lanka. Mit einem unserer langjährigen Mitarbeiter, der dort unsere Bauern
 betreut. Der schreibt dann Postkarten, mit unseren Lieferanten vor Ort. Da steht dann ein Text
 drauf, was sie so gerade machen. Anzeigenschaltung damit die Leute wissen worum es geht.

Frage: Was kann im Bezug auf faire Bio-Produkte noch unternommen um dem Verbraucher noch deutlich zu machen wie elementar wichtig diese Produkte sind? Noch mehr Öffentlichkeitsarbeit?

185 Antwort: Man kann nicht genug informieren, wenn man sich innerhalb der
 Lebensmittelbranche befindet, dann ist man ja relativ gut informiert, aber wenn man mal beim
 Endverbraucher nachfragt, dann sind oft Grundkenntnisse gar nicht gegeben. Da kann nicht
 genug kommuniziert werden. Viele wissen einfach nur sehr wenig darüber.

190 **Frage: Fallen Ihnen spontan pos. / neg. Beispiele zur Vermarktung von fairen Bio-Produkten ein?**

195 Antwort: Ja, von der gepa hat es so eine Schokolade gegeben, sonst eigentlich nicht. Ein paar
 Imageanzeigen von „fair feels good“ Dann haben wir auch schon den „fair feels good“
 Marathon unterstützt, mit denen haben wir auch schon zusammengearbeitet. Die machen auch
 immer mit Fernsehstars Sachen zum Beispiel mit „Ein Fall für zwei“ solche Geschichten
 eben.

Frage: Das ist wahrscheinlich ganz gut, wenn das an Personen der Öffentlichkeit koppelt ist, der positive Imagetransfer? Wie schätzen sie die Notwendigkeit von nationalen fairen Richtlinien ein, sollten die in die Richtlinien der Anbauverbände mit einbezogen werden?

200 Antwort: Ja, das wäre nicht schlecht, wenn man sich schon mal auf so ein paar grundsätzliche
 Sachen einigen könnte. Das macht es natürlich für den Verbraucher auch nicht leichter, wenn
 jeder sein eigenes Süppchen kocht und das total schwierig zu durchschauen ist. Vielleicht ist

es dann unter Umständen leichter, für jemand der eine pseudo- Geschichte aufbaut und da wieder sein eigenes Süppchen kocht. Wenn der Verbraucher sich dann wirklich so genau bei
205 jedem informieren muss. Da schwimmt das alles eben und die Transparenz ist nicht gegeben, vom dem her wäre es gut.

Frage: Fällt Ihnen da noch irgendetwas ein, an Änderungen die in den Strukturen / Kommunikationsebenen passieren müssten um die Vermarktung zu verbessern?

Antwort: Die Kommunikation an den Endverbraucher ist da eben immer wichtig, dass es noch
210 mehr kommuniziert wird, was da eigentlich wirklich passiert. Viele Leute kaufen da einfach ihre Sachen ein, ohne weiter darüber nachzudenken, was sie eigentlich für eine Macht damit haben. Viele sagen dann, ja ich kaufe das eben, wenn ich vor dem Regal stehe. Nur, dass dann davon auch mehr produziert werden kann, dass es dann auch erfolgreich ist, das geht bei vielen dann unter. Dass man noch mehr auch die Qualität der Produkte kommuniziert, in
215 jeglicher Form, über jegliche Medien.

Vielen Dank für das Interview.