

fair & regional-Charta für Berlin-Brandenburg

Von der Idee zur konkreten Umsetzung

Martina Schäfer (TU Berlin),
Joachim Weckmann (Märkisches Landbrot), Axel Wirz (FAM)

www.fair-regional.de

www.fairundregional.de

Allgemein:

Der Bio-Markt differenziert sich zunehmend aus. Angesichts von Bio-Produkten im konventionellen LEH und in Discountern besteht für den Fachhandel und die Betriebe, die in Verbänden organisiert sind, die Notwendigkeit, sich mit spezifischen Stärken zu profilieren.

Die landwirtschaftlichen Erzeuger profitieren bisher wenig vom Bio-Boom, was die erzielten Preise angeht. Das Verhältnis zwischen den Partnern entlang der Wertschöpfungskette muss neu überdacht werden.

Regionsbezogen:

In Berlin ist das Angebot an regionalen Bio-Produkten historisch bedingt noch sehr gering. Viele der Erzeugerbetriebe vermarkten ihre Rohstoffe in andere Regionen, u.a. weil es an Verarbeitungskapazitäten fehlt.

Ausgangspunkte



Die Initiatoren:

- eine Gruppe engagierter Unternehmen („Zugpferde“)
- Verbände (Märkischer Wirtschaftsverbund, demeter Arbeitsgemeinschaft, Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg)
- ein Dienstleister: Food and Agrar Marketing GmbH (FAM)
- Wissenschaft (TU Berlin)

Vorgespräche über die Eckpunkte einer fair & regional-Charta zunächst im kleinen Kreis. Einbezug von wissenschaftlichen Erkenntnissen bei der Formulierung der Kriterien.

Später Öffnung für alle interessierten Bio-Unternehmen in Berlin-Brandenburg und Diskussion eines konkreten Vorschlags

Unterschiedliche Perspektiven und Zielsetzungen:

Landwirte:

- Verwirklichung fairer Handelsbeziehungen (verbindliche Absprachen bezüglich Absatzmengen und Preise, angemessene Beteiligung an der Wertschöpfung, Minimierung der Austauschbarkeit)

Verarbeiter:

- Interesse an dem kontinuierlichen Bezug von qualitativ hochwertiger Ware. Transparenz über Herstellungsbedingungen und Qualität
- Interesse an einer Differenzierung am Markt

Handel:

- Primäres Interesse: Profilierung gegenüber Konkurrenten am Markt

➡ Unterschiedliche Prioritäten hinsichtlich der Entwicklung einer Marke und der Kommunikation nach außen

Die Charta



Ziel des Projektes:

- Stärkung der regionalen, verbandlich organisierten Bio-Landwirtschaft, der Bio-Verarbeiter und des Bio-Fachhandels in Berlin-Brandenburg
- Entwicklung neuer Wertschöpfungsketten in der Region
- verstärkte Übernahme von sozialer Verantwortung
- Differenzierungsmöglichkeit gegenüber dem LEH und den Discountern

Benefit:

- regionale Produkte mit Kennzeichnung
- unverwechselbares Marketinginstrument
- verbindliche Vereinbarung über „fares Handeln“ zwischen den regionalen Akteuren
- „Trendsetter“ in Berlin und in Deutschland

Die Charta



Für eine faire Zukunft und eine lebenswerte Region vereinbaren Brandenburger und Berliner Erzeuger-, Verarbeitungs- und Handelsbetriebe:

fair & regional das heißt:

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

Die Charta



Die Unterzeichner der Charta

- Bauerngut Templin,
- Landgut Pretschen,
- Ökodorf Brodowin
- Biokorntakt
- Biofleisch Nord Ost
- Naturland Marktgesellschaft
- Wilmersdorf
- Hofgut Peetzig
- Wulkower Hof
- Öko-Mühle Trossin
- Lienig Widfrucht
- Beumer & Lutum
- Märkisches
Landbrot
- Vollkern
- LPG
- Viv-BioFrische Markt



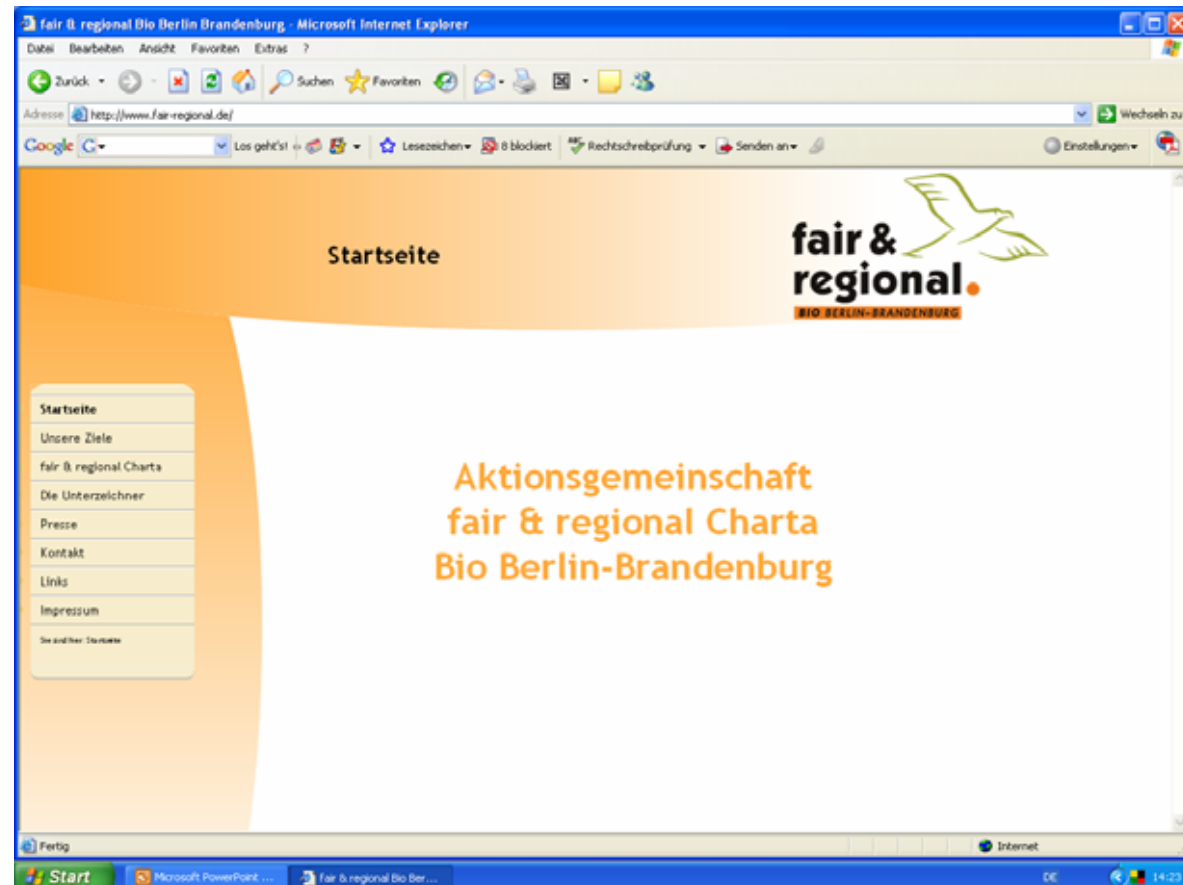
Planung von „fair & regional-Projekten“



Kommunikationsmittel

Internetauftritt:

www.fair-regional.de



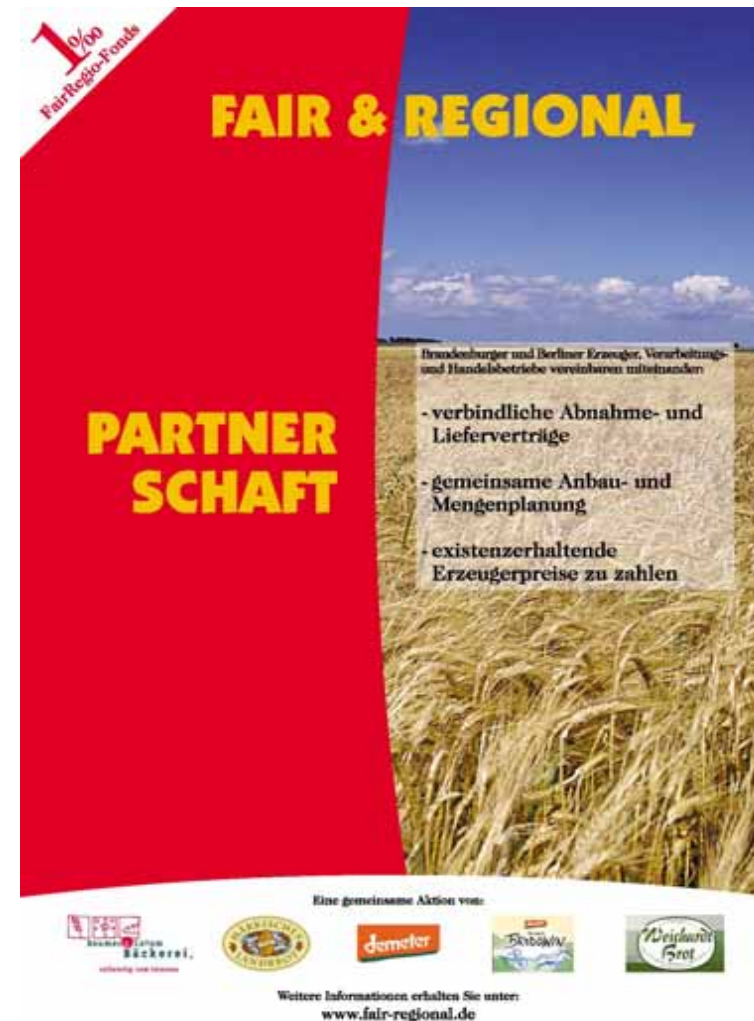
Planung von „fair & regional-Projekten“



Kommunikationsmittel

Plakatmotiv:

Gemeinschaftsaktion
aller Teilnehmer der
Charta



Planung von „fair & regional-Projekten“



Entwicklung neuer regionaler Produkte durch Kooperationen

- Entwicklung regional abgepackten Getreides und Mehls durch Kooperation zwischen Landwirten, Märkischem Landbrot und der Mühle Trissin
- Entwicklung regional erzeugter Marmeladesorten durch die Lienig Wildfrucht GmbH



Planung von „fair & regional-Projekten“



Unterstützungsprojekt: Der fair & regional-Zukunftsfonds



Für den Aufbau eines fair & regional-Zukunftsfonds zur Unterstützung von regional orientierter Unternehmenstätigkeit in Berlin-Brandenburg ist eine Spendenaktion in der Diskussion, bei der über ein Jahr lang 1‰ des Verkaufserlöses der beteiligten Unternehmen in einen Sicherungsfonds fließen.

Dieser Zukunftsfonds vergibt zinsgünstige Kleinkredite für unterstützungswürdige unternehmerische Projekte der Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung regionaler Produkte.

Schwierigkeiten:

- Unterschiedliche Ziele und Perspektiven unter einen Hut zu bringen hinsichtlich von
 - Verbindlichkeit der Kriterien/ Kontrolle
 - Zeithorizonten
 - Dringlichkeit der Kommunikation nach außen
- Möglichkeiten für einen kontinuierlichen Kommunikationsprozess angesichts der Zeitknappheit der Akteure

Lösungsansätze:

- Neutrale Moderation, die die Sitzungen vorbereitet
- Versachlichung der Kriteriendiskussion durch wissenschaftlichen Input
- Zeitdruck durch Vorgaben von Mittelgebern vermeiden
- Einzelnen Aktiven die Möglichkeit geben, voranzugehen