

## **Fairness - Zentraler Baustein des Ökologischen Landbaus oder Marketingstrategie einzelner Initiativen?**

---

Fairness - main principle of organic agriculture or marketing strategie of individual initiatives?

**FKZ: 06OE253**

**Projektnehmer:**

Kasseler Institut für ländliche Entwicklung e.V.  
Marktstätte 26, 78462 Konstanz  
Tel.: +49 7531 2829391  
E-Mail: [thomas@kasseler-institut.org](mailto:thomas@kasseler-institut.org)  
Internet: <http://www.kasseler-institut.org>

**Autoren:**

Thomas, Frieder

Gefördert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz  
im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau (BÖL)

# Förderkennzeichen 06OE253: Schlussbericht

## ***1. Ziele und Aufgaben des Projekts***

Der Ökologische Landbau hat in Deutschland einen enormen Aufschwung erlebt – nicht zuletzt durch die Unterstützung der Bundesregierung. Dieser Aufschwung ist mit einem erheblichen Wandel der Strukturen verbunden: von Erzeugung über Verarbeitung, Handel und Verbrauch bis hin zu den Institutionen. In einem vom Antragsteller durchgeführten und vom Bundesprogramm Ökologischer Landbau geförderten Projekt<sup>1</sup> wurde diese Entwicklung „von einer Bewegung zur Branche“ bezeichnet. Angesichts des enormen Wandels und der Tatsache, dass eine große Vielzahl von Personen, Organisationen und Unternehmen mit unterschiedlichen Zielen und Motiven im Ökologischen Landbau tätig sind, ist es an der Zeit, die grundlegenden Werte dieser Gemeinschaft zu diskutieren, weiter zu entwickeln und ggf. neu festzulegen.

Das AgrarBündnis möchte mit einer zweitägigen Tagung und einer Dokumentation der aktuellen Debatte einen Rahmen für Information und Austausch für möglichst viele gesellschaftlichen Gruppierungen und Institutionen bieten.

Im Sinne des Bundesprogramms Ökologischer Landbau soll dadurch die Nachhaltigkeit der Ausdehnung des Ökologischen Landbaus unterstützt werden.

### **1.1 Planung und Ablauf des Projekts**

Im Zentrum des Vorhabens stand eine Tagung mit Akteuren der Wertschöpfungskette des Biomarktes sowie Vertretern von Politik, Verbänden, Wissenschaft, Beratung etc.

Die Ergebnisse der Tagung wurden in einem Projektbericht dokumentiert (siehe Anlage).

### **1.2. Wissenschaftlicher und technischer Stand, an den angeknüpft wurde**

Das Projekt hat an den aktuellen Stand der wissenschaftlichen und agrarpolitischen Diskussion angeknüpft.

## ***2. Material und Methoden***

Das Konzept für eine Tagung ist im Rahmen einer verbandsinternen Diskussion innerhalb des AgrarBündnisses entwickelt worden.

Die Tagung bestand aus grundlegenden Vorträgen im Plenum sowie moderierten Diskussionen in Gruppenarbeit. Dadurch ist die notwendige Grundsatzdebatte angeregt worden. Gleichzeitig sind zielgerichtet Handlungsoptionen erarbeitet worden.

Zu Inhalt und Ablaufplan der Tagung siehe den beigefügten Flyer in der Anlage.

Die Nachbereitung der Tagung diente der Erstellung eines strukturierten und übersichtlichen Papiers mit Analyse und Handlungsempfehlungen (Projektbericht).

---

<sup>1</sup> Bundesprogramm Ökologischer Landbau, 02OE668

### **3. Ergebnisse**

#### **3.1. Ausführliche Darstellung der wichtigsten Ergebnisse**

An der Tagung, die am 18. und 19. Juni 2006 in Fulda stattfand, nahmen rund 60 Referenten und Gäste teil.

Zu den fachlichen Ergebnissen siehe beigefügten Projektbericht

#### **3.2. Voraussichtlicher Nutzen und Verwertbarkeit der Ergebnisse**

Beginn einer öffentlichen Debatte und konkreter Umsetzungsmöglichkeiten über die stärkere Berücksichtigung des Prinzips „Fairness“ innerhalb des ökologischen Landbaus (Richtlinien, Marketing etc.).

Die Ergebnisse bilden außerdem die Grundlage für die Akquisition weiterer Drittmittel, mit denen das AgrarBündnis eine Plattform zum weiteren Informationsaustausch der Akteure einrichten will. Von der Zukunftsstiftung Landwirtschaft und der Schweisfurth-Stiftung sind bereits Zusagen gemacht worden, dass sie dieses Vorhaben unterstützen werden. Die Zusammenarbeit mit weiteren Partner wird vorbereitet.

### **4. Zusammenfassung**

Fairness gehört zu den Grundprinzipien des ökologischen Landbaus. Zudem bietet Fairness für das Marketing die Möglichkeit, sich auf dem sich ausdifferenzierenden Biomarkt zu profilieren. Das Dilemma ist jedoch: Beides – Grundprinzip für alle und Instrument zur Ausdifferenzierung innerhalb des ökologischen Landbaus – passt nicht zusammen. Daher ist es wichtig, die unterschiedlichen Motive zu verstehen, die die Beteiligten an der Fairness-Debatte haben:

1. Die Pioniere sind vor allem die „Treiber“ der Debatte, weil viele von ihnen durch den Erfolg, der oft außerhalb der traditionellen Vermarktungswege zu verzeichnen ist, plötzlich zu „Getriebenen“ auf dem Biomarkt geworden sind. Alte Strukturen sind nicht mehr tragfähig und viele der Grundwerte drohen durch die aktuelle Entwicklung verloren zu gehen. So ist die Fair-Debatte in ihrem Kern auch eine Strukturdebatte.

2. Durch die mit dem Bio-Boom derzeit verbundenen Auswirkungen wie hohe Erzeugerpreise und Rohstoffknappheit verändern sich die Interessen der einzelnen Gruppen der Wertschöpfungskette. Früher war es meist das Interesse von Landwirten, verbindliche Absprachen über Absatzmengen, Preise und längerfristige Lieferverträge zu treffen und angemessen an der Wertschöpfung beteiligt zu werden. Heute brauchen vor allem die Verarbeiter die Sicherheit, kontinuierlich qualitativ hochwertiger Rohstoffe zu bekommen; außerdem wollen sie Transparenz in Bezug auf die Produktionsbedingungen und die Qualität. Auch der Handel ist an kontinuierlicher Belieferung mit gleich bleibender Qualität interessiert, um die vom Kunden nachgefragte Ware kontinuierlich anbieten zu können. Nur so kann er sich gegenüber Konkurrenten am Markt profilieren.

Aufgrund dieses Rollentauschs zwischen Erzeugern auf der einen und Verarbeitung und Handel auf der anderen Seite wächst die Erkenntnis, dass Fairness entlang der gesamten Wertschöpfungskette notwendig ist und nicht nur ein Appell an die Verbraucher sein kann, den Bauern höhere Preise zu zahlen.

Bei der konkreten Gestaltung von Fairness gibt es verschiedene Vorgehensweisen, die grundsätzlich voneinander getrennt werden müssen. Auf der einen Seite gibt es die Versuche, insbesondere über die Richtlinien das zu fassen, was zum Grundverständnis des ökologischen Landbaus gehört. Hier ergibt sich jedoch das Problem, dass „Fairness“ vor allem einen Prozess und keine eindeutigen Ergebnisse beschreibt und daher schwer in Richtlinien fassbar ist.

Auf der anderen Seite versuchen regionale Initiativen, Verbände und auch einzelne Unternehmen die Prozesse, die sie in ihrem Umfeld selbst fair gestalten können, in Selbstverpflichtungserklärungen oder

Kodexen zu fassen und mit diesen aktives Marketing zu betreiben. Erste Projekte sind erfolgreich. Es scheint ein erhebliches Nachfragepotenzial nach „fairen Produkten“ im ökologischen Landbau zu geben.

### ***5. Gegenüberstellung der ursprünglich geplanten zu den tatsächlich erreichten Zielen; Hinweise auf weiterführende Fragestellungen***

Die ursprünglichen Ziele sind mit der Tagung und der Erarbeitung eines Projektberichts erreicht worden.

Innerhalb des Ökologischen Landbaus und auch darüber hinaus ist die Sensibilität für das Thema erhöht worden.

Im Rahmen der Tagung sind Ansätze für Handlungsfelder in Politik, Verbänden und Unternehmen benannt und diskutiert worden.

Als Stichpunkte für weiterführende Fragestellungen bzw. Handlungsfelder können benannt werden:

- Aufbau und Organisation einer bundesweiten Plattform zum Austausch regionaler Initiativen.
- Klärung der Übertragbarkeit erfolgreicher Fair-Modelle (z.B. Erzeuger-fair Milch) auf andere Produktgruppen.
- Klärung der Möglichkeiten und Grenzen der Umsetzung von Wertvorstellungen („Fairness“) in konkrete Richtlinien.
- Klärung der Möglichkeiten und Grenzen der Umsetzung von Wertvorstellungen („Fairness“) anhand von Marketingstrategien (Label).

### ***6. Übersicht über alle im Berichtszeitraum vom Projektnehmer realisierten Veröffentlichungen***

- Schekahn, Anke und Frieder Thomas (2008): Fairness? Na klar! Aber wie? Zur Umsetzung des Prinzips Fairness im ökologischen Landbau. In: Landwirtschaft 2008. Der Kritische Agrarbericht. S. 100-104.