



P R E S S E M I T T E I L U N G

Für Fairness – auch vor der Haustür AoEL sieht in Bio&Fair der BioFach einen wichtigen Impuls

Bad Brückenau, 24.02.2010. Eine positive Bilanz zieht die Assoziation ökologischer Lebensmittel-Hersteller (AoEL) von der BioFach 2010, der Weltleitmesse der Bio-Branche. Sie hatte in diesem Jahr fairen Handel mit Bio-Produkten in den Fokus gerückt. „Das war ein wichtiger Impuls“, sagt AoEL-Geschäftsführer Dr. Alexander Beck. „Denn wir halten es für geboten, Lebensmittel wirklich nachhaltig zu produzieren – das heißt nicht nur ökologisch, sondern auch sozial verträglich.“

Wie dieses Konzept aufgehen kann, zeigt der Kaffee-Spezialist Wertform aus Hamburg. „Wir haben trotz der Krise mit der Kombination von Bio und Fairtrade immer noch Zuwächse verzeichnen können“, berichtet Prokurist Karsten Suhr. Seit Generationen im Kaffeegeschäft tätig, konzentriert sich Wertform als Tochterunternehmen der Cafea-Gruppe bereits seit 1983 auf nachhaltig produzierte und fair gehandelte Kaffee-Spezialitäten. „Der moderne Konsument interessiert sich für die Herstellung seiner Lebensmittel, für den möglichst umweltschonenden Anbau sowie für die ethisch-sozialen Hintergründe“, sagt Wertform-Geschäftsführerin Petra Meisehen.

Allerdings sollte die Fairness nicht beim Kaffee aufhören, sagen die AoEL-Unternehmer selbstkritisch. „Wir sollten uns auch um faire Strukturen vor der Haustür kümmern“, sagt AoEL-Mitglied Manuel Pick, stellvertretender Geschäftsführer des Käse-Herstellers Ökologische Molkereien Allgäu (ÖMA). Das beginne zum Beispiel bei verlässlichen Preisen und langfristigen Lieferbeziehungen für die Milchbauern und setze sich über die gesamte Wertschöpfungskette fort: „Wie nachhaltig ist ein Öko-Produkt noch, wenn es ohne Beratung für den Endkunden in einem Supermarkt verkauft wird, der seinen Mitarbeiterinnen keine fairen Stundenlöhne zahlt?“, fragt er. Die Bio-Branche vom Landwirt bis zum Endkunden sei gefordert, eine ganzheitlichen Wirtschaftsweise voranzutreiben und so zu verankern, dass sie konzeptionell umfassend in der Gesellschaft wirksam wird. „Und genau da können die Fachhandelsunternehmen sich profilieren, wenn sie an einem Strang ziehen. Denn Verbraucher sind bereit, faire Preise für hochwertige Produkte zu zahlen.“

Siehe auch: www.naturland.de/fairzertifizierung.html
<http://www.naturata.de/de,3a84cf2aa98d36a76e858a35993c1151,75ba650d349b8778b>

AoEL Presseinfo * Veröffentlichung honorarfrei * Um einen Beleg wird gebeten * 2.240 Zeichen

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller AoEL e.V. * Dr.-Gartenhof-Straße 4 * D-97769 Bad Brückenau * Tel: 09741-4834 * www.aeel.org * petra.stamm@aeel.org