Magazin Nr. 76, August 2023

Biovision

Stiftung für ökologische Entwicklung

Agrarökologie auf dem Vormarsch

Den Weg ebnen für einen blühenden Bio-Markt in Tansania – und für mehr Nachhaltigkeit weltweit.

25 JAHRE biovision

Liebe Leserin, lieber Leser

Blickt man auf die Ungerechtigkeiten unserer Welt – Klimakrise, Dürren, Überschwemmungen – kann es leicht passieren, dass man eines verliert: Hoffnung. Letztere ist aber das entscheidende Element, das zum Aufbruch und Anpacken bewegt. Hoffnung ist es auch, die unsere Arbeit und Projekte beflügelt. In diesem Magazin wollen wir Ihnen von Geschichten erzählen, die Hoffnung machen.

Hierfür blicken wir unter anderem nach Tansania und zeigen, wie ein Zusammenschluss von Organisationen und Bewegungen das Ernährungssystem des gesamten Landes auf die agrarökologische Schiene hieven will. Auch Biovision darf hier ihre Spuren hinterlassen.

Erfahren Sie in unserer Reportage, wie wir zusammen mit unseren Partnern versuchen, den Bio-Markt Tansanias zu stärken und so Hunderten von Bauernfamilien eine sichere Einnahmequelle mit Zukunft zu verschaffen.

Ausserdem stellen wir Ihnen eine einzigartige Kombination von Wissensvermittlung und finanzieller Unterstützung vor, die aufstrebenden Entrepreneurinnen und Entrepreneuren aus Kenia und Uganda eine Chance geben will.

Ein wichtiger Bestandteil dieses Programms ist ein innovatives Instrument, mit welchem man Unternehmen unter die agrarökologische Lupe nimmt. Erdacht wurde es – zusammen mit Expertinnen und Partnern – vom P&A-Team von Biovision. Im Porträt spricht dessen Co-Bereichsleiterin Stefanie Pondini über das Instrument und darüber, wie Biovision zu einem global angesehenen Player wurde.

Wir wünschen eine hoffnungsvolle Lektüre.

Lothar J. Lechner Bazzanella
Redaktor Biovision

Wie wir einen Bio-Markt aufbauen

Es reicht nicht, wenn Bäuerinnen und Bauern nachhaltig produzieren. Es braucht auch jemanden, der ihnen für ihre Produkte einen angemessenen Preis bezahlt. Deshalb beteiligt sich Biovision daran, mit engagierten Unternehmen den Bio-Markt in Tansania aufzubauen.

Von Patricio Frei (Text) und Anold William (Bilder)

Bäuerinnen und Bauern in Tansania haben kaum einen Anreiz, biologische Landwirtschaft zu betreiben. Weil es keinen Markt für Bio-Produkte gibt, können sie für die höhere Qualität beim Verkauf keinen Aufpreis verlangen. Ein Grund dafür ist, dass die Konsument:innen kaum über die Bedeutung gesunder Ernährung ohne chemisch-synthetische Pestizide informiert sind und damit keine Bio-Produkte nachfragen.

Es stellt sich die Frage, was es bei einem neuen Wirtschaftsmarkt zuerst braucht: das Angebot oder die Nachfrage? Es ist wie die Frage nach dem Huhn und dem Ei. Die Antwort gibt Biovision mit dem Projekt «Bio-Markt in Tansania». Und setzt gleich auf beides.

Schulung in Businessplänen, Verarbeitung und Marketing

Zum einen führt Biovision mit dem Projektpartner *Sustainable Agriculture Tanzania* SAT die 2011 begonnene Arbeit mit Bäuerinnen und Bauern weiter. Auf ihren Feldern setzen diese auf agrarökologische Anbaumethoden. Sie sind denn auch nach dem East African

Reiche Ernte: *Sophia Gundula und Azat Zaidi pflücken süsse Erdbeeren vom Feld.*

Organic Product Standard EAOPS zertifiziert und stellen Bio-Produkte für den lokalen Markt bereit. Das Ziel: Mindestens 300 biozertifizierte Bäuerinnen und Bauern werden mit Unternehmen verlinkt, die dank dem Projekt vermehrt auf Bio-Produkte setzen. Dabei möchte SAT zusätzlich rund 150 neue Bäuerinnen und Bauern so weit ausbilden, dass sie mit dem EAOP-Standard zertifiziert werden können. Im Angebot stehen Hülsenfrüchte, Nüsse, Gemüse, Früchte, Honig, Gewürze und Seetang.

Zum andern schulen unsere Partnerorganisationen Inhaber:innen und Mitarbeitende von 15 KMUs. Sie helfen den Unternehmen, Businesspläne zu erstellen und ihre Produktstandards hinsichtlich Qualität und Hygiene zu steigern. Das Projekt von Biovision fördert die KMUs auch dabei, Bio-Produkte zu verarbeiten und zu entwickeln, Marketingstrategien zu entwerfen und auf Social Media umzusetzen. Auch eine Verbesserung bezüglich Branding, Verpackung und Distribution soll langfristig zu einem nachhaltigen Wachstum der Unternehmen beitragen.

Biovision will erreichen, dass die involvierten KMUs ihre Produkte über Bio-Läden und grössere Detailhändler vermarkten. Sobald die KMUs ein breiteres und vielfältigeres Sortiment an Bio-Produkten verfügbar machen können, werden auch die kontaktieren Bio-Läden und Detailhändler diese vermehrt anbieten. So schaffen es immer mehr Bio-Produkte der involvierten KMUs in die Regale. Und das Angebot an biologischen Produkten wächst weiter.

«Von der Eigenverantwortung bis zum Ernährungssystem»

Bereits fanden die ersten Workshops zu Themen wie Branding und Labeling sowie Lebensmittelverarbeitung und -sicherheit statt. Unter den Teilnehmenden war auch Sophia Gundula. Die 33-Jährige hat in Daressalam das Unternehmen DailyLife gegründet. Dieses arbeitet direkt mit Kleinbäuerinnen und -bauern in ganz Tansania zusammen und bietet zuckerfreie Konfitüren, Honig, Trockenfrüchte, Nüsse, Gewürze, Proteinriegel und Müesli an. «DailyLife ist ein soziales Unternehmen, das sich für eine gesunde Ernäh-

Bio-Markt in Tansania

Biovision will mit ihren Partnerorganisationen in Tansania das Angebot auf dem Bio-Markt ausbauen. Wir unterstützen KMUs dabei, Bio-Produkte zu entwickeln, zu verarbeiten und lokal zu vermarkten. Unser Projekt bietet Schulungen im Erstellen eines Businessplans, einer Marketingstrategie, für die Produktverarbeitung und im Umgang mit Social Media. Sobald ein grösseres, vielfältigeres Sortiment zur Verfügung steht, werden die Läden vermehrt Bio-Produkte anbieten.

In diesem Projekt arbeiten wir mit unserer langjährigen Partnerorganisation *Sustainable Agriculture Tanzania* SAT sowie den beiden Sozialunternehmen Kazi Yetu und I am Organic zusammen. Diese geben als Starthelfer den KMUs ihre eigenen Erfahrungen weiter.

Ziele

- 13 Unternehmen bieten mehr Bio-Produkte an.
- 4 Detailhändler:innen setzen auf Bio-Produkte.
- 300 Bäuerinnen und Bauern erhalten für die Hälfte ihrer Erträge einen angemessenen Preis.

Projektbudget 2023
146 670 Franken

biovision.ch/biotansania

Ihre Spenden mit TWINT:

Oder online auf:
www.biovision.ch/online-spenden

Das Projekt leistet Beiträge u. a. zu folgenden UNO-Nachhaltigkeitszielen:

Freude an der Arbeit: *Auch Emmanuel Alexander Malewa gehört zum tatkräftigen Team von Sophia.*

Feine Versuchung: *In der Küche verarbeitet Sophia zusammen mit Mitarbeiterin Anipha Zephania das gesammelte Obst.*

Vom Feld ins Glas: *Zum Sortiment gehören Konfitüren, Honig und Müesliriegel.*

Pionierin: *Sophia arbeitet heute mit Kleinbäuerinnen und Kleinbauern in ganz Tansania zusammen.*

rung einsetzt – von der Eigenverantwortung bis hin zum kollektiven Engagement für die Schaffung eines gesunden, nachhaltigen Ernährungssystems», erklärt Gundula.

Die Unternehmerin stellt eine rasch steigende Nachfrage nach Bio-Produkten in Tansania fest: «Um den Bedarf an Bio-Produkten für unsere Kundinnen und Kunden zu decken, müssen wir mehr Bäuerinnen und Bauern für ökologische Anbaumethoden gewinnen und mit ihnen durch Vertragsanbau zusammenarbeiten, damit sie uns exklusiv beliefern.»

«Sich von der Konkurrenz abheben»

Auch Saimon Majeni nimmt bei seinen Geschäftspartner:innen ein wachsendes Interesse an nachhaltigen Produkten wahr. Der Gründer von Salbena vertreibt in ganz Tansania ökologischen Honig: «Die Geschäftspartner erkennen, dass die Konsumentinnen und Konsumenten wegen gesundheitlicher Vorteile und des Umweltaspekts zunehmend ökologische Produkte nachfragen.» Und er macht noch einen weiteren positiven Effekt aus: «Die Unternehmen wissen, dass sie mit der Umstellung auf Bio ihr Markenimage verbessern und sich so von der Konkurrenz abheben können. Bio-Produkte werden oft mit höherer Qualität, Reinheit und einem Engagement für ökologische Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht.»

Seit 2012 führt SAT in Morogoro, einer Stadt westlich von Daressalam, den ersten Bio-Laden des Landes. Der SAT Organic Shop bietet den Bäuerinnen und Bauern aus der Umgebung einen lokalen Absatzmarkt. In seiner Pionierrolle hat er schon einige Nachahmer nach sich gezogen. Damit aber weitere Bio-Läden in dieser Art entstehen können, muss das Angebot an Bio-Produkten wachsen und die Versorgung stabil sein.

Dies ist eines der Probleme, mit denen Akley Mbaye zu kämpfen hat. Er ist im SAT-Shop für Verkauf und Vertrieb zuständig: «Eine unserer grössten Herausforderungen ist das unregelmässige Angebot an Bio-Produkten im Vergleich zur schnell wachsenden Nachfrage.» Zumeist sind es klimatische Bedingungen, welche die Produktion von Obst und Gemüse beeinträchtigen.

«Mehr über ökologische Lebensmittel erfahren»

Das Projekt ist vielversprechend gestartet. Die ersten Reaktionen stimmen zuversichtlich: Die Nachfrage wächst. Dies bestätigt auch Akley Mbaye aus dem SAT-Shop: «Die Kundinnen und Kunden geniessen es, chemiefreie Produkte zu konsumieren, die gut für ihre Gesundheit sind. Sie kaufen gerne bei uns ein, weil sie mehr über die ökologischen Lebensmittel und deren Produktion erfahren. Deshalb sind sie eher bereit, mehr für die Produkte zu bezahlen. Die Nachfrage steigt!»

Und dies kommt letztlich den Bäuerinnen und Bauern zugute, die ihre Felder nach biologischen Richtlinien bestellen. Sie sehen nun eine zunehmende Wertschätzung für ihre nachhaltige Arbeit und erhalten die Möglichkeit, ihre Produkte auf einem wachsenden Bio-Markt anzubieten. Durch die verstärkte Nachfrage nach chemiefreien, gesunden Lebensmitteln und das steigende Bewusstsein für ökologische Landwirtschaft werden aber nicht nur sie belohnt. Ihr Engagement und ihre Einsatzbereitschaft tragen dazu bei, eine nachhaltige Zukunft für Tansanias Ernährungssysteme zu gestalten und die Gesundheit von Mensch und Umwelt des ganzen Landes zu schützen.

Mehr Bilder und Informationen zum Projekt:

biovision.ch/
biotansania-story

Nehmen Sie an unserer Umfrage teil und unterstützen Sie uns so auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft!

biovision.ch/fragebogen

Eliminata Marmetus,
Projektmanagerin
Organic Value Chain Project

Drei Fragen an Eliminata Marmetus

Wo liegt die grösste Herausforderung für den Bio-Markt in Tansania?

In der starken Konkurrenz durch konventionelle Produkte: Diese sind deutlich günstiger. Ökologische Erzeugnisse können sich in Tansania nur wenige Menschen leisten. Wenn das Angebot der Bio-Produkte zunimmt und damit die Kosten für Vertrieb und Logistik sinken, werden sich die Preise von Bio- und konventionellen Produkten angleichen. Dann sollten diese für fast alle erschwinglich werden.

Welche Person hat dich am meisten beeindruckt?

Die aussergewöhnlichste Projektteilnehmerin ist Fatma Mang'ena. Die Inhaberin von Healthy Seaweed hat ein einzigartiges Sortiment – und eine grosse Leidenschaft für Bio-Produkte. Sie lebt in Daressalam, arbeitet mit Bäuerinnen und Bauern auf der Insel Pemba zusammen und verkauft ihr Angebot an 2000 Privatkundinnen und -kunden in Tansania. Unter anderem bietet sie Marmelade, Pulver und Salat an – alles mit Seetang.

Weshalb ist Social Media so wichtig in diesem Projekt?

Mit Posts auf Instagram und Facebook erreichen die KMUs mehr Kundschaft. So können sie mit wenig Aufwand auf ihre Produkte aufmerksam machen. Social Media ist in unserem Land sehr wichtig. Denn in Tansania haben die meisten Menschen ein Smartphone.

Ein Land bereitet sich auf die agrarökologische Zukunft vor

Der Bioverband Tanzania Organic Agriculture Movement – kurz TOAM – will den Landwirtschaftssektor eines ganzen Landes reformieren. Dafür setzt die Dachorganisation auf eine breite Palette an Methoden. Und auf die Unterstützung von Biovision.

Von Lothar J. Lechner Bazzanella (Text)

Um die Ernährungssysteme eines kompletten Staates umzuwälzen und biologische Landwirtschaft zu etablieren, braucht es einen langen Atem. Mindestens gleich bedeutend ist jedoch die richtige Planung, die Taktik, um Produzierende, aber auch Politik und die wichtigsten Entscheidungstragenden mit ins Boot zu holen.

Genau das hat sich das *Tanzania Organic Agriculture Movement* TOAM zum Ziel gesetzt. Als Dachorganisation vereint es seit Jahrzehnten Dutzende Projekte, Stiftungen und NGOs. «Um den Bio-Sektor Tansanias voranzubringen, wollen wir alle relevanten Aspekte abdecken. Von der Produktion der Lebensmittel über die Entwicklung von stabilen Wertschöpfungsketten bis hin zur Arbeit auf politischer Ebene», erklärt Bakari Mongo, CEO von TOAM.

Biovision packt mit an

Er und sein Team werden dabei auch von Biovision unterstützt. Konkret geht es um die Förderung diverser agrarökologischer Projekte in Tansania und die finanzielle Hilfe für die Entwicklung der NAEOAS, der *National Ecological Organic Agriculture Strategy*. Sie definiert, wie, wo und wann genau die Behörden zusammen mit TOAM und anderen Bio-Akteuren an verschiedenen Stellschrauben drehen, um die Bio-Strategie des Landes zu stärken. Sei es die Förderung ökologischer Anbaumethoden, der Schutz natürlicher Ressourcen, die Schulung von Bäuerinnen und Bauern oder der bessere Zugang zu Märkten für agrarökologische Produkte.

«Biovision unterstützt TOAM seit Juli 2022 hierbei nicht nur finanziell massgeblich. Es gibt auch seit vielen Jahren eine enge Zusammenarbeit über unsere anderen Partner und Mitglieder. Zum Beispiel half Biovision beim Aufbau einer Milchverarbeitungsanlage von *Sustainable Agriculture Tanzania* SAT in Vianzi im Mvomero District in Morogoro», schildert Bakari Mongo die Kooperation.

Für die Strategie entscheidend ist unter anderem, wie TOAM das öffentliche Bewusstsein wecken und damit auch die Politik für biologische Landwirtschaft gewinnen kann. «Wir wollen eine Politik, die nachhaltige Lebensmittelproduktionssysteme fördert, die biologische Vielfalt erhält und die Gesundheit der Verbraucherinnen, der Bauern und der Böden sicherstellt.» Gerade hier kann Biovision mit ihrer Erfahrung eine helfende Hand reichen.

Mangelnder Zugang zu Wissen

Die grössten Hürden und Herausforderungen sieht TOAM-CEO Bakari Mongo weiterhin im noch mangelnden Wissen der Beratungsdienste, insbesondere der lokalen Regierungsbehörden. Jene, welche im direkten Austausch mit Bäuerinnen und Bauern sind. «Die meisten Regierungsbeamten kennen sich fast ausschliesslich mit konventionellen Anbaumethoden aus. Sie bei agrarökologischen Massnahmen miteinzubeziehen, ist hingegen ungleich schwieriger.»

Dazu käme ein noch unzureichendes öffentliches Bewusstsein für genau jene Politiken oder Bewegungen, welche die Entwicklung der Agrarökologie unterstützen und ausbauen wollen. Auch aus diesem Grund sucht TOAM den Austausch mit den bäuerlichen Gemeinschaften, allen voran den Kleinbäuerinnen und -bauern. «Wir wollen Beweise für den Nutzen biologischer Landwirtschaft liefern und damit das öffentliche Bewusstsein schärfen. Evidenzbasierte Landwirtschaft und eine darauf basierende politische Arbeit sind der Schlüssel zum Erfolg», erklärt Bakari Mongo weiter.

Mehr Fakten für bessere Politik

Er ist auch deshalb ein Verfechter des Ansatzes, an der breiten Basis mit der Arbeit zu beginnen. «Das heisst, dass die Bauerngemeinschaften weiter darin unterstützt werden müssen, agrarökologische Praktiken und Technologien in der eigenen Nahrungsmittelproduktion anzuwenden.»

Dies wiederum führe zu mehr Evidenz, zu mehr faktenbasierten Argumenten. «Damit können wir die Politik bewegen, das Potenzial von Agrarökologie nicht nur anzuerkennen, sondern agrarökologische Praktiken zu nutzen, um die Nahrungsmittel- und Ernährungsunsicherheit Tansanias anzugehen.»

Im August 2023 sind TOAM, die tansanischen Behörden, Biovision und zahlreiche weitere tansanische und internationale Organisationen aus dem Bio-Sektor auf der Zielgeraden, um die *National Ecological Organic Agriculture Strategy* vorzustellen. «Startschuss hierfür war die nationale Landwirtschaftsausstellung vom 8. August, die in Suaheli *Nane Nane* heisst», so Bakari Mongo. Doch nach der Vorstellung der Strategie ist vor deren Umsetzung. Nun gilt es, die Pläne von TOAM & Co. unter die Bevölkerung und in die Politik zu bringen und sie umzusetzen. Damit ein gesamtes Land die agrarökologische Zukunft einläuten kann.

Grün und nachhaltig: *Die Farm der Bäuerin Bi Salama ist ein Paradebeispiel für Nachhaltigkeit.*

Riesig: *Die agrarökologischen Früchte der Arbeit von TOAM und Biovision können sich sehen lassen.*

Worte, die Anklang finden: *Bakari Mongo, CEO von TOAM, hält bei einem Partnermeeting im tansanischen Daressalam eine Rede.*

Gewusst wie: *Bäuerinnen lernen, wie sie Pflanzen gegen Schädlinge einsetzen können.*

Schatzkammer
2009 wurde in Kenia das Seed Savers Network gegründet. Ein gemeinnütziges Netzwerk, das die genetische Vielfalt des Saatguts von Nutzpflanzen erhalten will. Programmleiterin Julia Kamau zeigt ihre Schätze.

«Wir wollen agrarökologischen Unternehmen den entscheidenden Boost geben»

Eine der grössten Hürden für agrarökologische Unternehmen in Kenia und Uganda? Der Zugang zu Wissen. Und zu Geld. Um dem entgegenzuwirken, wurde ein vielseitiges Programm auf die Beine gestellt. Schulungen, Networking, Kredite, Gespräche mit Entscheidungstragenden. So soll der Sektor gestärkt und das Ernährungssystem der Region langsam, aber sicher transformiert werden.

Von Lothar J. Lechner Bazzanella (Text) und Evans Ogeto (Bilder)

Am 15. Juni 2023 war es so weit: Das Biovision-Team von Politik und Anwaltschaft P&A lancierte zusammen mit unserem Partner SHONA den *Neycha Business Accelerator & Fund* in Uganda und Kenia. «Accelerator» bedeutet im Deutschen so viel wie Beschleuniger. Aufstrebende agrarökologische Unternehmerinnen und Unternehmer aus Kenia und Uganda dürfen sich in einer ersten Runde für diesen bewerben, um etwa an Schulungen oder Networking-Events teilzunehmen. Am Ende des Accelerators winkt für einige gar ein Kredit von mehreren Zehntausend Dollar zu günstigen Konditionen.

«Der Business-Accelerator ist nur eine, jedoch eine ganz konkrete Facette unseres Programms, mit welchem wir agrarökologische Unternehmen stärken wollen», erklärt Fabio Leippert, Programmverantwortlicher von P&A. «Letzteren fehlt dieses essenzielle Puzzlestück von passenden und flexiblen Finanzierungsmodellen.» So würden Studien in der Vergangenheit – insbesondere das Money-Flows-Projekt von Biovision – nicht nur zeigen, dass noch viel zu wenig Kapital in die Forschung von Agrarökologie fliesse. Auch in agrarökologische Unternehmen müsste deutlich stärker investiert werden.

«Agrarökologie ist skalierbar und rentabel»

«Viele Geldgebende wissen gar nicht vom enormen Potenzial agrarökologischer Unternehmen. Andere sind vielleicht der Meinung, dass Agrarökologie nicht im grösseren Umfang funktionieren kann. Ein Trugschluss. Es gibt schon jetzt Business Cases, die zeigen, dass agrarökologische Unternehmen skalierbar sind und dass Investitionen in diesen Sektor langfristig auch finanziell Sinn ergeben», so Leippert. Ziel des Programms von Biovision und unseren Partnern ist es, diese Erkenntnis zu belegen und bekannter zu machen, um damit die Financiers und die Rahmenbedingungen für den Sektor positiv zu beeinflussen. «Wir wollen anhand von konkreten Beispielen aufzeigen, dass sich Investitionen in agrarökologische Unternehmen lohnen.»

Weshalb? Agrarökologische Unternehmen sind nicht nur profitabel, sie sind ein Keyplayer in der Transformation unserer Ernährungssysteme. Sie schaffen dringend notwendige nachhaltige Jobs im fundamental wichtigen Landwirtschaftssektor. Sie garantieren Nahrungssicherheit und gründen resiliente und robuste wirtschaftliche Ökosysteme. Und sie haben positive Effekte auf die Natur und die Gemeinschaften ihrer Region. Dies die Kernargumente von P&A. Dafür habe man ein Programm entwickelt, das an verschiedenen Punkten ansetzt und so den Zugang zu Geld und zu Wissen für agrarökologische Unternehmen in der Region vereinfachen soll.

30 Unternehmen aus Kenia und Uganda nehmen teil

«Zum einen wollen wir unterstützende Rahmenbedingungen fördern. Was sind die systemischen Hürden für agrarökologische Unternehmen? Wie kann man diese so beeinflussen, dass sie Investitionen und dem Wachstum nicht mehr im Weg stehen?» Sensibilisieren von Politikerinnen und Geldgebern, Gespräche mit Entscheidungstragenden sind hier gefragt.

Zum anderen wolle man vielversprechenden Businesses unternehmerische Tools an die Hand geben und ihnen den so wichtigen Zugang zu Kapital ermöglichen. 30 Unternehmen aus Kenia und Uganda werden hierfür jährlich am besagten Accelerator-Programm teilnehmen. Auf die Entrepreneurinnen und Entrepreneure wartet zunächst ein Pre-Boot-Camp mit Mentor-Sessions, Schulungen und Networking-Events. «Diese Kombination von Wissensvermittlung im erfolgreichen Führen von agrarökologischen Unternehmen sowie der nachfolgende Zugang zu günstigen Krediten sind weltweit einzigartig.»

B-ACT-Tool

Ein wichtiger Bestandteil im gesamten Programm ist das neue *Business Agreocology Criteria Tool*. Kurz B-ACT. Dieses wurde in den letzten Monaten vom Team von P&A bei Biovision in Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen und Stakeholdergruppen entwickelt. Das B-ACT ist ein Instrument, mit dessen Hilfe man untersuchen kann, wie stark ein Unternehmen an den 13 Prinzipien der Agrarökologie ausgerichtet ist. Oder eben, wo es noch viel Raum für Entwicklung gibt. Besonders nachhaltige und sozialverträgliche Unternehmen, die einen Beitrag zu gerechten Ernährungssystemen leisten, können damit identifiziert werden.

Das B-ACT baut auf ein sehr ähnliches Instrument von Biovision auf, mithilfe dessen man nicht Unternehmen, sondern vielmehr einzelne Projekte auf agrarökologische Prinzipien untersuchen kann. Namentlich das *Agreocology Criteria Tool* ACT, welches 2019 online ging. Neu konzentriert sich das B-ACT vielmehr auf einzelne Unternehmen und prüft sie agrarökologisch auf Herz und Nieren.

«Es ist ein Werkzeug, um transparent zu machen, ob man im konkreten Fall überhaupt von einem agrarökologischen Unternehmen sprechen kann», erklärt Stefanie Pondini, Programmverantwortliche von P&A und massgeblich beteiligt an der Entwicklung des Tools und der Forschung, die in dessen Aufbau floss. So zeigt das B-ACT etwa klare Redlines auf, sprich Praktiken, die eindeutig nicht mit den Grundwerten der Agrarökologie vereinbar sind. «Das B-ACT gibt es hierfür sowohl in einer ausführlichen Variante als auch in einer einfacheren, abgespeckten Form als Quick-Assessment, um abzuschätzen, ob es sich um eine agrarökologische Firma handelt.»

biovision.ch/b-act

Von den 30 Startern schaffen es 20 in die nächste Runde: das eigentliche Bootcamp, in denen über vier Monate lang zusammengearbeitet wird. «Hier geht es um vertieftes Capacity Building, also den fundierten Aufbau von Wissen, Fähigkeiten, Strukturen und Führungsqualitäten.» Und zwölf der 20 Unternehmen dürfen sich am Ende auf günstige Darlehen von 10 000 bis 50 000 Dollar aus dem *Neycha Revolving Loan Fund* freuen. «Summen, welche durch verschiedene Studien als *missing middle* identifiziert wurden. Zu gross für Mikrokredite, zu klein und damit unrentabel für klassische Investoren. Unsere Palette an Massnahmen soll den Unternehmen den entscheidenden Boost geben, um sich am Markt behaupten zu können, Folgekapital zu finden und so die Agrarökologie in der Region zu stärken.»

Stolze Hüterin
Nyakazi Organics ist eine Initiative des Seed Savers Network. Mitarbeiterin Mercy Onchari packt getrocknetes indigenes Blattgemüse ab.

Kommentar

Nachhaltige Ernährung – von Nairobi bis Genf!

Nachhaltige Lebensmittelproduktion und ökologische Landwirtschaft schaffen es immer öfter auf das politische Parkett. Dies zeigen nicht nur unsere Bestrebungen in Kenia und Uganda. Auch der Kanton Genf hat einen entscheidenden Schritt in eine nachhaltige Zukunft gemacht.

Als erster Kanton hat Genf diesen Sommer das Recht auf Nahrung in seiner Verfassung verankert. 68 Prozent der Stimmbevölkerung haben sich dafür ausgesprochen, dass der Kanton für eine «ausreichende und qualitativ angemessene Ernährung» sorgen muss. Ein echter Meilenstein und ein wahrer Grund zur Freude.

Der Genfer Entscheid fordert den Zugang zu hochwertigen Lebensmitteln für alle Bürgerinnen und Bürger im Kanton. Es ist ein Ansatz, den auch wir von der Stiftung Biovision vertreten. Unser Ziel: gesunde, nachhaltige und fair produzierte Ernährung für alle Menschen.

Eines steht fest: Nahrung sollte nicht auf eine blosse Ware reduziert, sondern als grundlegendes Menschenrecht anerkannt werden. Das hat die Abstimmung in Genf einmal mehr deutlich unterstrichen. Es liegt in unserer kollektiven Verantwortung, dieses Recht nicht nur für uns selbst, sondern auch für künftige Generationen zu gewährleisten. Wir gratulieren dem Kanton Genf und all jenen, die zum Schutz dieses wichtigen Rechts beitragen. Gemeinsam können wir eine Zukunft schaffen, in der jeder Mensch Zugang zu ausreichenden, qualitativ hochwertigen und gesunden Lebensmitteln hat.

Capucine Musard
Programmverantwortliche Nachhaltiger Konsum

Biovision-News

Vom nachhaltigen Konsum über die Entwicklungsprojekte bis zur politischen Arbeit – Aktuelles aus der Welt von Biovision

Rezepte für die Zukunft – Biovision lädt zu Tisch

Alle Jahre wieder dürfen wir Expertinnen, Entscheidungsträger und interessierte Bürgerinnen und Bürger im Rahmen des **Biovision-Symposiums** zusammenbringen. Dieses Jahr findet die renommierte Veranstaltung am **18. November** und wie gewohnt im **Volkshaus Zürich** statt.

Wie können wir die Transformation unserer Ernährungssysteme gemeinsam meistern? Wo liegen die grössten Herausforderungen? Seien Sie dabei, wenn Experten und Entscheidungsträgerinnen aus Kenia, der Schweiz und Äthiopien ihre neuesten Erkenntnisse und Lösungsansätze präsentieren.

Das Biovision-Symposium bietet eine inspirierende Plattform für den Austausch

von Wissen, Ideen und Best Practices. Zum ersten Mal wird die Veranstaltung in diesem Jahr kulinarisch untermalt – und das auf eine ganz besondere Art und Weise. Melden Sie sich jetzt über unsere Website für das Symposium an und sichern Sie sich Ihren Platz!

qrco.de/symposium2023

Wir gratulieren einer langjährigen Mitstreiterin

Wir gratulieren Dr. Mwatima Juma herzlich zur Ernennung zum Mitglied des Presidential Food and Agriculture Delivery Council durch den Präsidenten von Tansania. Der Council ist ein Gremium aus anerkannten Wissenschaftlerinnen und Experten, welche die Regierung punkto Nahrungsmittelproduktion, Landwirtschaft und Ernährungssicherheit beraten und unterstützen.

Als Vorsitzende des *Tanzania Organic Agriculture Movement* TOAM ist Dr. Juma eine engagierte Befürworterin nachhaltiger Landwirtschaft und eine langjährige Mitstreiterin von Biovision. Diese Ernennung ist eine Anerkennung ihrer herausragenden Arbeit und ein wichtiger Schritt für die Stärkung des ökologischen Landbaus in Tansania. Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit und sagen Dr. Mwatima Juma erneut: «Gratulation zu diesem verdienten Erfolg!»

Biovision im Weinberg

Biovisionär:innen wirken nicht nur vom Schreibtisch aus, sondern legen gerne auch mal selbst Hand an. Ganz nach dem Motto «Biovision packt an» haben wir uns an unserem Betriebsausflug am 29. Juni in den Rebbergen des Weinguts Frauenkopf in Twann am Bielersee nützlich gemacht. Nach dem Harken, Ausdünnen und Jäten wartete eine verdiente Belohnung auf das Team: die Degustation der hauseigenen feinen Tropfen. Natürlich aus biologischem Anbau.

Biovision unterwegs…

… für die Zukunft der Ernährung

Wie können wir nachhaltiger leben? Welche Auswirkungen hat unser Handel auf eine Kleinbäuerin in Malawi? Wie ernähren wir uns in Zukunft? Allesamt Fragen, mit denen sich Biovision tagtäglich beschäftigt. Unsere Erkenntnisse möchten wir gerne mit Ihnen im Rahmen unserer Programmreihe «Biovision unterwegs…» teilen. Dafür sind wir am **16. September in Zürich, am 2. November in Thun** und am **21. September in Freiburg** unterwegs. Anmelden für die Events mit lehrreichen Vorträgen, spannenden Diskussionen und feinem Essen können Sie sich über die Biovision-Website. Wir freuen uns auf Sie!

Impressum

Biovision Magazin 76, August 2023, 22. Jahrgang

Das Magazin erscheint 4 Mal jährlich und ist in Spenden ab 5 Fr. als Abonnement enthalten.

© Stiftung Biovision, Heinrichstrasse 147, 8005 Zürich

Redaktion
Lothar J. Lechner Bazzanella

Produktion
Lothar J. Lechner Bazzanella und Léna Quéant

Inhaltliche Mitarbeit
Alessandra Ramacci, Bakari Mongo, Capucine Musard, Katia Struczyk, Léna Quéant, Loredana Sorg, Marie Zufferey, Patricio Frei, Stefanie Pondini

Bilder *Titelbild, Seite 2 bis 5: Anold William. Seite 6 und 7: Zur Verfügung gestellt von TOAM. Seite 8 und 9: Evans Ogeto. Seite 10, oben links: Daila Jansone/iStock und unten links: Kim Culetto. Seite 11: Mizina/iStock. Seite 12: Daniel Winkler.*

Gestaltung *Binkert Partnerinnen, Zürich*

Druck *Brain'print AG*

Papier *Nautilus Classic (100 % Recycling)*

Biovision ist offizielle Partnerorganisation der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit DEZA, Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten EDA. Die internationalen Projekte von Biovision werden von der DEZA finanziell unterstützt.

Links: Katia Struczyk
Praktikantin in Sensibilisierung für nachhaltigen Konsum (Text)

Rechts: Marie Zufferey
Praktikantin in Sensibilisierung für nachhaltigen Konsum (Text)

Pilze auf dem Grill? Besser nicht!

Auch Grillieren ohne Fleisch schmeckt! Aber aufgepasst: Für die Umwelt macht es einen Unterschied, ob Tofu oder Champignons auf dem Rost landen.

Von Katia Struczyk und Marie Zufferey,
Praktikantinnen in Sensibilisierung für nachhaltigen Konsum (Text)

Die Ferienzeit geht zwar bald zu Ende, nicht aber die Grillsaison! Koteletts und Würstchen duften weiterhin auf dem Rost. Weil die Produktion und der Konsum von Fleisch- und Wurstwaren jedoch erhebliche Auswirkungen auf unser Klima und unsere Gesundheit haben, setzen beim Grillieren immer mehr Menschen auch auf Gemüse und Fleischersatz. Doch auch hier gibt es wesentliche Unterschiede. Biovision hat zwei fleischlose Grillprodukte unter die Lupe genommen: Champignons und Tofu.

Fazit: Bio-Tofu aus der Schweiz hat weitaus geringere Auswirkungen auf die Umwelt als Champignons. Für die Produktion von Zuchtchampignons wird nämlich Torf verwendet. Diese organische Substanz besteht aus zersetzten Pflanzenresten und bildet den Hauptbestandteil von Mooren. Diese beherbergen nicht nur eine grosse Artenvielfalt. Sie speichern auch enorme Mengen an Kohlenstoff. Werden sie abgebaut, werden gespeicherte Treibhausgase freigesetzt.

Tofu wird hingegen durch das Gerinnen von Sojamilch mit Nigari, einem natürlichen Magnesiumsalz, hergestellt. Ausserdem stammen die Sojabohnen für Bio-Knospe-Produkte aus der Schweiz, was den Tofu nachhaltiger macht.

Zahlen und Fakten

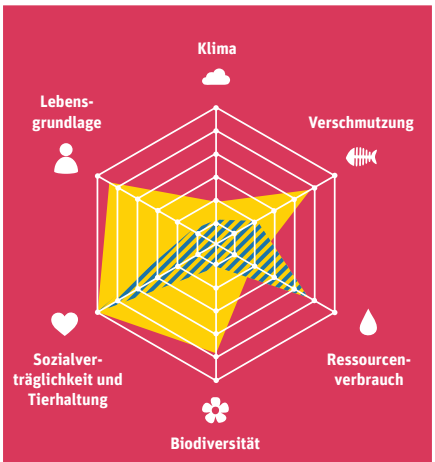
Der Proteingehalt von Tofu ist **doppelt so hoch** wie der von Pilzen.

Torf wächst sehr langsam:
5 Zentimeter in 100 Jahren.

Beim Abbau von einem Kubikmeter Torf werden **400 kg CO_2** freigesetzt.

«Zum Schutz der Natur verbietet die Schweiz den Abbau von Schweizer Torf. Allerdings lassen sie jedes Jahr 500 000 m³ im Ausland abbauen. Um zu zeigen, dass es auch anders geht, stellen wir Ihnen ein Rezept für feine Tofu-Spiessli mit lokalem und saisonalem Gemüse vor. Viel Spass bei der Zubereitung und guten Appetit!»

biovision.ch/themen/konsum



Bio-Tofu
Schweizer Pilze

Je grösser die Fläche, desto besser schneidet das Produkt ab.

Torf für Bio-Champignons?

Bio garantiert umweltschonende Produktionsmethoden. Wird folglich bei Bio-Champignons kein Torf verwendet? Doch, aber der Verwendung sind Grenzen gesetzt: Das Substrat, auf dem die Champignons wachsen, darf nicht mehr als 70 % Torf enthalten. Bio Suisse beabsichtigt, diesen Anteil kontinuierlich auf null zu verringern.

«Früher waren wir der Underdog. Das hat sich geändert»

Stefanie Pondini arbeitet seit über zwölf Jahren für Biovision im Bereich Politik und Anwaltschaft. Sie hat den Weg vom Start-up zur etablierten Organisation miterlebt. Und mitgeprägt.

Von Lothar J. Lechner Bazzanella (Text) und Daniel Winkler (Bild)

«Als ich bei Biovision anfing, waren wir zwölf Mitarbeitende, untergebracht in einer Vierzimmerwohnung. Aus der einen Wohnung wurden schnell zwei. Ich weiss noch, wie alle Türen immer offenstanden, wir hin und her wuselten», erinnert sich Stefanie Pondini lächelnd zurück. 2010 startete sie ihre Karriere bei Biovision und war Mitgründerin des Teams Politik und Anwaltschaft P&A. Mittlerweile ist sie P&A-Programmverantwortliche und Mitglied der Geschäftsleitung.

Die Strategien haben sich geändert

«Bei P&A versuchen wir die politischen Rahmenbedingungen im Sinne der nachhaltigen Landwirtschaft zu beeinflussen», erklärt Pondini. Hatte man früher noch vor allem bei internationalen Konferenzen versucht, Mitstreiterinnen und Unterstützer für sich zu gewinnen, ist der bevorzugte Weg von P&A heute ein anderer. «Damals arbeiteten wir oft monatelang auf Konferenzen hin, etwa jene der Vereinten Nationen in New York. Eine extrem ressourcenintensive Arbeit. Vor allem, weil wir lange ein absoluter Underdog waren. Wir mussten uns unsere Sporen erst abverdienen.»

Nach und nach holten Pondini und P&A Erfolge für Biovision ein. So hat das Team dazu beigetragen, dass Agrarökologie 2017 erstmals von allen UNO-Mitgliedstaaten anerkannt wurde. Auch bei der Gestaltung der *Sustainable Development Goals* SDGs wirkte man mit. Meilensteine für Biovision. «Solche Ereignisse haben dazu beigetragen, dass wir heute anders arbeiten dürfen. Mittlerweile kontaktieren uns namhafte Organisationen der UNO, grosse internationale Stiftungen oder das Schweizer Bundesamt für Landwirtschaft und möchten mit uns arbeiten. Wir sind kein unbeschriebenes Blatt mehr, sondern eine Partnerin, die für Erfahrung, Kompetenz und Evidenz steht», so Pondini.

Herausforderungen und Chancen

Für sie liegen hier die grössten Erfolge von P&A. «Zu merken, dass Biovision anerkannt ist und mit relevanten Partnerorganisationen zusammenarbeitet. Dass Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger jene Werkzeuge nutzen, die wir hier entwickeln.» Pondini arbeitet momentan daran, Geldgeberorganisationen und Investoren zu überzeugen, stärker in agrarökologische Unternehmen zu investieren. Hier hilft das B-ACT von Biovision, ein frei zugängliches Online-Instrument, mit welchem man Unternehmen unter die agrarökologische Lupe nehmen kann. «Wenn internationale Organisationen oder Investoren diese Tools verwenden, haben wir dazu beigetragen, Agrarökologie attraktiver und verständlicher zu machen. Eine Genugtuung, ein Ansporn für die Zukunft.»

In dieser Zukunft vermutet Pondini eine grosse Herausforderung. «Wir merken, dass sich internationale Agrarunternehmen vermeintlich nachhaltige Konzepte unter den Nagel reissen und sich Begriffe aneignen, die zwar gut tönen, aber wenig aussagen. Eine wahre Konzeptschlacht ist im Gang. Hier müssen wir weiterhin aufmerksam und kritisch bleiben.»

ZEWO
Ihre Spende
in guten Händen.

www.biovision.ch, www.facebook.com/biovision
Spenden an: PC 87-193093-4

Stiftung für ökologische Entwicklung
Fondation pour un développement écologique
Foundation for ecological development

25 JAHRE biovision