



**Weltweit ab Hof**

## **gebana ändert die Regeln des globalen Handels\* – jetzt auch für Deutschland**

### **\*zu Gunsten von Bauernfamilien, der lokalen Wirtschaft und der Umwelt**

gebana stößt den Kunden vom Thron: Das Konzept „Weltweit ab Hof“ bringt Produzent:innen und Verbraucher:innen enger zusammen

Zürich, 1. September 2022

**Was in den 1970er Jahren mit den Bananenfrauen von Frauenfeld begann, ist mit gebana (Abkürzung für gerechte Bananen) in der Schweiz zum Pionierunternehmen für fairen und nachhaltigen Welthandel geworden. Ab sofort können jetzt auch in Deutschland Verbraucher:innen gemeinsam mit der gebana AG die Regeln des globalen Handels für fair gehandelte Bio-Lebensmittel verändern. Der Claim „Weltweit ab Hof“ zeichnet das einzigartige gebana Geschäftsmodell aus, die Direktvermarktung zwischen Produzent:innen und den Endverbraucher:innen über den Onlineshop [www.gebana.de](http://www.gebana.de). Über 3.800 Bauernfamilien weltweit werden zusätzlich zu den Bio- und Fairtrade-Preisen direkt am Umsatz des Onlineshops beteiligt.**

„gebana macht den Handel direkter und wir denken über ‘bio’ und ‘fair’ hinaus. Der Kunde, der keine Ahnung von Anbau und Lieferketten hat, ist kein guter König. Der Kunde muss näher an die Produktion ran. Deshalb handelt gebana anders, damit der Kunde anders einkaufen kann“, so Adrian Wiedmer, ehemaliger Geschäftsführer von gebana und seit September 2022

Verwaltungsratsvorsitzender. Die Bauernfamilien, die weltweit Lebensmittel produzieren, verdienen grundsätzlich zu wenig. Selbst im sogenannten „fairen“ Handel erhalten Bauern nur einen Mindestpreis und ihre Kooperativen eine Prämie pro Kilogramm Rohware. Danach übernimmt der Handel. Importeure, Verarbeiter und Supermärkte entscheiden über die Preisgestaltung und schlagen auf jeder Stufe eine Marge drauf. Am Ende sind die Preise der fairen Produkte hoch. Das Wenigste davon erhalten die Bauern – nicht aus bösem Willen der Akteure, sondern weil das Handelssystem so aufgebaut ist. Die Bauern sind in diesem System lediglich die Lieferanten der Rohwaren, der Rest läuft ohne sie ab.

### **Das gebana Modell – Teilen vereint Kund:innen, Bäuer:innen und gebana**

gebana ändert dies, indem sie die Handelskette als ein Ganzes betrachtet. „Eine Lieferkette ist erst dann wirklich nachhaltig und fair, wenn alle daran verdienen. Unser partizipativer Ansatz bedeutet, dass wir als Unternehmen teilen und den Erzeuger:innen etwas zurückgeben. Wir teilen Umsatz und Gewinn“, erklärt Adrian Wiedmer. Die Bauernfamilien erhalten einen Teil des Preises, den die Kund:innen bezahlen. gebana bezahlt den Familien zunächst den Bio-Preis und beteiligt sie dann zusätzlich mit 10 Prozent am Umsatz des gebana Onlineshops. Dieses Geld erhalten sie in jedem Fall – auch wenn gebana Verlust machen sollte.



Weltweit ab Hof

### Saisonalität und große Mengen reduziert Abfall und schont die Umwelt

Ein wichtiger Aspekt bei gebana ist auch die Beachtung der Saisonalität frischer Bio-Produkte. Wenn im Sommer und Herbst regionale Produkte reif sind, importiert gebana nur wenige Spezialitäten und bietet primär Bio-Produkte aus Europa an. Im Winter und Frühling kauft gebana hingegen Früchte dort ein, wo sie gerade Saison haben. Das ist trotz des Transportwegs oftmals ökologisch sinnvoller als gekühlte Produkte oder solche aus beheizten Gewächshäusern aus Europa. Die frischen Bio-Produkte (Obst & Gemüse) können vor der Ernte über den Onlineshop vorbestellt werden. Sie werden dann ohne Umwege ausgeliefert, wenn sie wirklich reif sind, aber dennoch frisch bei den Kund:innen ankommen. Der Onlineshop bietet neben saisonalen Produkten unter anderem auch Trockenfrüchte/Nüsse, Schokolade, Kakao, Kaffee sowie Müsli und Getreide.

gebana Produkte werden in großen Packungen verkauft, die wann immer möglich direkt im Herkunftsland verpackt und verschickt werden. Das reduziert Abfall, verkürzt Transportwege und ist effizient.

Weitere Informationen [www.gebana.de](http://www.gebana.de)

### Hintergrundinformationen

#### **Bauern & Orte**

Bei gebana sind rund 800 Mitarbeitende weltweit beschäftigt, 92 Prozent davon arbeiten in Ländern des globalen Südens (z.B. Togo, Burkina Faso, Brasilien). gebana kauft direkt bei Bauernfamilien ein, schult diese im biologischen Anbau und unterstützt sie dabei, sich zertifizieren zu lassen.

Hier ist gebana mit Tochterfirmen und Mitarbeitenden vor Ort (eine Auswahl):

**Togo:** Togo liegt mitten im sogenannten Kakaogürtel. Togo ist nur ein kleiner Player. Die Infrastruktur und die Kakaoproduktion sind wenig entwickelt: Kleine Bauernfamilien, die jeweils auf rund einem Hektar Land Kakao anbauen und unter freiem Himmel verarbeiten. Außer Kakao und Ananas ist Soja ein wichtiges Produkt von gebana Togo. Insgesamt bezieht gebana Waren von über 6.600 Bauernfamilien.



gebana Togo bietet neben Kakao (hier beim Trocknen der Kakaobohnen) auch Ananas und Soja an. © gebana



**Weltweit ab Hof**

**Burkina Faso:** In Burkina Faso verarbeitet gebana seit 2006 Cashews und Mangos von inzwischen mehr als 3.800 Bauernfamilien. Die Verarbeitung findet vollständig vor Ort statt in der gebana Fabrik in Bobo-Dioulasso. Dort arbeiten in der Hochsaison rund 700 Menschen, die außer von einem guten Lohn auch von Kranken- und Unfallversicherung sowie einer betriebseigenen Kinderkrippe profitieren. Im Sommer 2023 beginnt gebana mit dem Bau einer neuen Fabrik, mit der 1.000 zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden.



In Burkina Faso verarbeitet gebana Cashews und Mangos. © gebana

**Griechenland:** In Griechenland arbeitet gebana mit 93 Bauernfamilien zusammen, die gebana mit frischen Zitrusfrüchten und etlichen weiteren Produkten aus ihrer Region beliefern. Um den Export kümmert sich der gebana Partner Anyfion, an dem die gebana mit 20 Prozent beteiligt ist. Die Bauernfamilien in Griechenland profitieren seit 2020 vom gebana Modell.



Von griechischen Bauernfamilien bezieht gebana u.a. Zitrusfrüchte wie Orangen. © gebana



Weltweit ab Hof

**gebana ändert gemeinsam mit Kund:innen die Regeln des globalen Handels:**

Alte Regeln	gebana Regel
Der Kunde ist König	<p>Früchte werden erst verschickt, wenn sie reif sind. Dabei zählt nur der Geschmack. Sinnlose Standards wie Größe und Farbe sind bei gebana kein Thema. Die gebana umgeht erfolgreich die Exportregeln der EU (z.B. bei Orangen).</p> <p>Kunden bestellen im Voraus und warten die Erntezeit ab. Dafür erhalten sie reife Produkte voller Geschmack.</p> <p>gebana verkauft nur Großpackungen, die möglichst direkt aus dem Herkunftsland kommen. Das spart Abfall, Transportwege, CO<sub>2</sub>-Emissionen und Kosten. Die Kund:innen kaufen auf Vorrat oder teilen die Großpackungen mit anderen.</p>
Maximale Rendite und minimales Risiko	<p>gebana riskiert viel, wo sonst kaum jemand investiert und schafft durch lokale Verarbeitung Arbeitsplätze.</p> <p>Die Kund:innen investieren in gebana. Das ist zwar riskant, dafür arbeitet ihr Geld aber für eine Wirtschaft mit Zukunft.</p>
Konkurrenz belebt das Geschäft	<p>gebana stellt ihr Know-how auf einer eignen Plattform für Crowd-Projekte allen zur Verfügung, die die Vision eines gerechteren Handels teilen.</p> <p>gebana Kund:innen unterstützen Bauern und Verarbeiter mit ihrer Bestellung bei einem Crowd-Projekt.</p>
Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser	<p>gebana will sozial und ökologisch immer besser werden und betrachtet Nachhaltigkeit ganzheitlich.</p> <p>Für gebana Kund:innen hat Einkaufen auch mit Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit zu tun.</p>
Der Gewinner kriegt alles	<p>gebana teilt ihren Gewinn mit Mitarbeiter:innen im Norden und Süden sowie den Kund:innen. gebana teilt den Umsatz mit den Bauernfamilien.</p>



**Weltweit ab Hof**



## Geschichte gebana

Gegründet wird die gebana AG 1998 in Zürich als Handelsunternehmen mit dem Ziel, soziale und ökologische Werte wirtschaftlich miteinander zu verbinden und nachhaltige Lieferketten für Lebensmittel aufzubauen. Weil sich im Süden Probleme bei der Produktion ergeben, investiert gebana schon bald selber in die lokale Verarbeitung und in den direkten Kontakt zu den Bauern. In enger Zusammenarbeit mit lokalen Partnern entstehen nach und nach Tochterfirmen in Brasilien, Burkina Faso, Tunesien, Togo und Benin. Das Risiko, das mit Investitionen in diesen Ländern einhergeht, und die Nähe zu den Bauern machen gebana bis heute einzigartig.

## Die Bananenfrauen

«Warum kostet ein Kilo Bananen weniger als ein Kilo Schweizer Äpfel?», fragt sich 1973 eine Gruppe von Frauen im schweizerischen Frauenfeld und beginnt, die Ausbeutung der Arbeiterinnen auf den Plantagen Lateinamerikas anzuprangern. Aus der Frauengruppe wird bald eine schweizweite Bewegung. In den 1980er-Jahren mischen die «Bananenfrauen» aktiv im Bananenhandel mit und gründen die «Arbeitsgemeinschaft Gerechter BANAnenhandel», kurz gebana. In den 1990er-Jahren, als sich der faire Handel institutionalisiert und Supermärkte die ersten Bananen mit Fairtrade Label verkaufen, legen die Gründerinnen ihre Arbeit nieder. Aus dem Verein geht gebana als Unternehmen hervor. Heute gelten die «Bananenfrauen» als Pionierinnen des fairen Handels in der Schweiz und ihr Gedankengut ist bis heute ein wichtiger Pfeiler für die Arbeit von gebana.



**Weltweit ab Hof**

---

Medienkontakt:

Sandra Dütschler, [s.duetschler@gebana.com](mailto:s.duetschler@gebana.com) | T +41 79 615 24 64

Philippe Schenkel, [p.schenkel@gebana.com](mailto:p.schenkel@gebana.com) | T + 41 44 518 09 29

Medienkontakt Deutschland:

modem conclusa gmbh, 80303 München

Maike Schäfer, [schaefer@modemconclusa.de](mailto:schaefer@modemconclusa.de) | T: +49 89 746 308 36 | Mobil: + 49 1520 408 27 64

Manuela Jagdhuber, [jagdhuber@modemconclusa.de](mailto:jagdhuber@modemconclusa.de) | Mobil: +49 174 575 87 30

## Über gebana

Wir sind gebana - Pionierunternehmen des fairen Handels in der Schweiz. Was mit den Bananenfrauen und **gerechten Bananen** (=gebana) in den 1970er Jahren begann, ist heute ein Unternehmen mit rund 700 Mitarbeitenden weltweit. 96 Prozent davon in Ländern des Südens. Unsere Vision ist ein gerechterer und nachhaltigerer Welthandel. [www.gebana.de](http://www.gebana.de)