

Jungunternehmen (18)

Eine interkontinentale Brücke für Soja, Mangos und Datteln

Die Zürcher Gebana AG betreibt fairen Handel mit Produkten aus Südamerika und Afrika

Die Zürcher Gebana AG hat sich dem fairen Handel mit Bio-Soja aus Brasilien und anderen Landwirtschaftsprodukten aus der südlichen Hemisphäre verschrieben. Entstanden ist das Unternehmen aus einem Verein, der die ersten «fairen» Bananen auf den Markt brachte.

ark. «Wir haben viel Geld verloren, dabei aber viel aufgebaut und ebenso viele Erfahrungen gewonnen», sagt Adrian Wiedmer lachend. Der seit 2001 amtierende Geschäftsführer der Gebana AG lehnt sich in seinem bescheidenen Büro in Zürich zufrieden zurück und rekapituliert die turbulente Firmengeschichte der vergangenen Jahre. Seit der Gründung im Jahr 1998 hat das ursprünglich nur im fairen Handel von Landwirtschaftsgütern tätige Unternehmen sein Tätigkeitsfeld erweitert. Eher der Not gehorchend als aufgrund strategischer Überlegungen: In Brasilien, wo Gebana biologisch produzierte Sojabohnen einkauft, übernahm ein japanischer Investor die Partnerfirma und drohte Gebana die Soja-Bauern – alles langjährige Partner – abspenstig zu machen. Deshalb ergriff Wiedmer die Initiative und gründete mit Partnern die Gebana Brasilien. Diese sorgt nun selber für die Lagerung und den Transport der Sojabohnen. Mit diesem Schachzug gelang es Wiedmer, die Konkurrenz aus dem Feld zu schlagen.

Am Anfang stand die «gerechte» Banane

Die Ursprünge der Gebana AG gehen auf die 1970er Jahre zurück. «Warum sind Bananen so billig?», fragte sich damals eine Gruppe von engagierten Ostschweizer Konsumentinnen. Sie gründeten den Verein Gebana, prangerten die schlechten Arbeitsbedingungen auf den Plantagen von grossen Produzenten an und begannen mit dem Import von «fairen» Bananen aus Nicaragua. Diese waren etwas teurer, die Differenz kam dann als zusätzlicher Lohn und als Investition in Sozialprojekte den Campesinos zugute.

Über die Jahre wurde die Gebana als Pionierin aus dem Bananengeschäft verdrängt. Spätestens als die Grossverteiler das Potenzial des Marktes für «faire» Bananen entdeckten und dessen Bewirtschaftung an das Label Max Havelaar übertrugen, blieben den Bananenfrauen nur noch die Krümel. Der Verein geriet in finanzielle Engpässe und musste sich nach einem neuen Tätigkeitsfeld umsehen. Als es Ende des letzten Jahrtausends zunehmend schwieriger wurde, auf dem Weltmarkt gentechnisch nicht veränderte Soja zu beschaffen, entdeckte die Gebana ihre Marktnische. Sie nahm die Zusammenarbeit mit einer Gruppe von brasilianischen Kleinbauern im südlichen Gliedstaat Paraná auf und begann mit dem Import von gentechtfreier Soja aus der Region. Die Schweiz erwies sich als idealer Absatzmarkt,

da die Skepsis gegenüber gentechnisch veränderten Nahrungsmitteln, wie die Annahme der Moratoriums-Initiative im vergangenen November bestätigte, besonders gross ist.

Aktionäre wollen Nachhaltigkeit

Für den Einstieg ins Soja-Geschäft benötigte die Gebana eine neue Rechtsform. Der rührige Verein hatte ausgedient, und im Jahr 1998 gründete Adrian Wiedmers Vorgänger Peter Teuscher eine AG. Einfach war der Wechsel des Geschäftsfelds nicht zu bewerkstelligen. Trotz der neuen Firmenstruktur blieben die finanziellen Engpässe ein ständiger Begleiter. Der Turnaround ist zwar noch nicht geschafft, die Kurven zeigen aber nach oben. Der Umsatz ist auf gut sechs Millionen Franken gewachsen, und die Firma beschäftigt mittlerweile im In- und Ausland 30 Mitarbeiter. Im vorletzten Geschäftsjahr resultierte erstmals ein kleiner Gewinn. Letztes Jahr geriet die Firma dann erneut leicht in die Verlustzone. Hauptgrund dafür war die weitere Expansion. Nach dem Engagement in Brasilien baute Wiedmer in Zusammenarbeit mit Partnern weitere Töchter in Burkina Faso und Tunesien auf. Von dort importiert Gebana getrocknete Mangos beziehungsweise Datteln. Der Löwenanteil der Produkte

geht an Händler und Verarbeiter, die Gebana betreibt für ein breites Sortiment aber auch einen Direktversand.

Das Hauptziel der 200 Privataktionäre sei nicht schneller Gewinn, so Wiedmer, sondern ein nachhaltiges Engagement mit langfristiger Wirkung zugunsten der Bauernfamilien. «Wir wollen eine Brücke bauen von den Produzenten bis zum Endkunden», erklärt er. Deshalb reist Wiedmer regelmässig mit Kunden zu den Bauern. Letztlich sei er mit einem deutschen Grossabnehmer von Bio-Soja in Brasilien gewesen. Dieser sei vom Potenzial der Kleinbauern so begeistert gewesen, dass er beschlossen habe, direkt vor Ort in die Verbesserung des Anbaus zu investieren. Das ursprüngliche Gerechtigkeitskonzept des fairen Handels werde jetzt abgelöst durch die Schaffung von Wertschöpfungsketten, wo man sich kennt, vom Verantwortlichen auf dem Feld bis zum Verkäufer am Ladentisch. «Das schafft Vertrauen», sagt Adrian Wiedmer, «und das ist unsere wichtigste Wertschöpfung.»

Im Jahr 2005 wurden allein in der Region Zürich über 6000 Unternehmen neu in das Handelsregister eingetragen. In einer Artikelserie porträtiert die NZZ Jungunternehmen aus verschiedenen Branchen und beleuchtet die Hintergründe der Firmengründungen.



Gebana-Geschäftsführer Adrian Wiedmer (2. v. l.) mit einem Sojabauern (links) und zwei deutschen Kunden im Produktionsgebiet im brasilianischen Bundesstaat Paraná.