

Der Binninger Wuchemärt im Spannungsfeld von Kosten, Nutzen und Wohlbefinden

Ein Beitrag für ähnliche Märkte, die sich auch in diesem Spannungsfeld befinden

So ein Bauernmarkt ist eine gute Sache. Dass der Binninger Wuchemärt mit seiner ökologischen Prägung seit mehr als zehn Jahren jeweils am Freitagmorgen stattfindet, belegt dies! Er ging aus einer Arbeitsgruppe des Vereins Ökogemeinde hervor, und Modell dafür war der schon früher bestehende Markt in Bottmingen. Traditionellerweise werden solche Märkte von der Gemeinde unterstützt, wie in Reinach und Arlesheim so auch in Binningen. Doch ein Einwohnerrat vermutete ein Sparpotenzial beim Wuchemärt und liess den entsprechenden Aufwand überprüfen. So kam es, dass der zuständige Gemeinderat die Organisatorinnen des Wuchemärt und den Verein Ökogemeinde Binningen im Herbst 2002 zu einer Besprechung einlud. Vorgängig wurde erklärt, dass:

- der Aufwand des Werkhofes für das Aufstellen und Abräumen der Stände rund Fr. 17'000.- jährlich kostet und
- alle Unterstützung wie die von der Gemeinde zur Verfügung gestellte Fläche, die der Markt belegt, und die Möglichkeit, Produkte dort zu vermarkten, als Subventionierung aufgefasst werden könnten.

Um eine seriöse Ausgangslage zu bekommen, erarbeiteten Elisabeth Zuberbühler (Märt) und Daniel Egli (Ökogemeinde, Kontakt am Schluss) gemeinsam und nach Rücksprache mit Beteiligten und Fachpersonen ein Argumentarium, das die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekte des Wuchemärts beleuchtet. Dieses will zeigen, wie vielfältig der Wuchemärt Binningen in Binningen wirkt, dass er für die Beteiligten, die Kundschaft und die Bevölkerung ein Bedürfnis und ein Mosaikstein im vielgestaltigen Leben ist und für die Gemeinde ein Imagegewinn darstellt, dass er etwas kostet, aber auch vieles bietet. An der Besprechung wurde das Argumentarium diskutiert und an den Gemeinderat weitergegeben. Dieser stützte sich in seiner Beratung darauf ab sowie auf eine vom Gewerbe eingereichte Erklärung, dass der Markt keine Konkurrenz darstelle. Am 11. Dezember 2002 teilte die Gemeinde mit offiziellem Schreiben mit, dass der Wuchemärt „eine kaum mehr wegzudenkende Bereicherung des Dorflebens ist, die ökologisch sinnvoll ist.“ Weiter wird allen am Wuchemärt verantwortlichen Personen für ihren Einsatz gedankt. Die jährlichen Standgebühren werden gemäss früher getroffener Vereinbarung um Fr. 560.- auf neu Fr. 2'000.- erhöht.

Hintergrund und Ziele des Wuchemärt Binningen

Bei seiner Gründung 1991 wurden die Ziele des Binninger Wuchemärt von der Gemeinde begrüsst und unterstützt:

- Der Markt fördert regionale und insbesondere biologische Produkte: frisch, direkt vom Erzeuger, aus der Nähe, ohne Verpackungen. Damit werden der anonymen Massenproduktion von Lebensmitteln andere Werte und echte Alternativen entgegengesetzt. Für eine weitere Angebotspalette, darunter auch für fair gehandelte Produkte und seltene Dienstleistungen, die für Haushaltungen interessant sind, ist er ein Forum.

- Der Markt bringt Produzenten und Konsumenten zusammen und fördert sinnstiftende Tätigkeiten: solidarisch für und mit den Erzeugern, den Organisatorinnen, den Verkäuferinnen, der Kundschaft, angepasst an den Standort Binningen und die Region.
- Der Markt leistet einen Beitrag zur Kultur in Binningen und für den Erhalt der Kulturlandschaft in all ihrer Vielfalt.

Von der Vielfalt der günstigen Auswirkungen des Binninger Wuchemarkt für die Gemeinde und Bewohner Binningens.

Vorbemerkung: Eine quantitative, monetäre Bewertung der volkswirtschaftlichen Auswirkungen des Binninger Markt wäre komplex. Bewertungsmöglichkeiten stehen in Aussicht im Zusammenhang mit der nachhaltigen Entwicklung. Daran arbeiten unter anderem der Bund (www.monet.admin.ch) und das renommierte Öko-Institut Freiburg. Qualitativ wurden Märkte u.a. vom Agendabüro der Landesanstalt Baden-Württemberg bewertet (www.uvm.baden-wuerttemberg.de/lfu/ , dort die Projekte K7, K10, K12, K20).

Der Binninger Wuchemarkt stärkt mit seinem Tun die regionale und lokale Wirtschaft und wirkt auf vielfältige Art aufbauend und zukunftsgerichtet. In Bezug auf den Wuchemarkt sind folgende Wirkungen zentral:

- Der Markt ist ein **kultureller Treffpunkt im Dorf**. Hier tauscht man sich aus, erfährt Neues. Das fördert das soziale Wohlbefinden und die ökologischen Erfahrungen weit mehr als jede Broschüre es vermag. Er bietet konkrete Gelegenheiten für ökologisches Handeln im Alltag. Er eröffnet Menschen sinnstiftende und aufbauende Tätigkeiten: die Zusammenhänge des Marktes (Erzeuger - Handel - Konsum) sind kurz und verständlich, was der Orientierungslosigkeit entgegenwirkt (vgl. Studie: Die Zukunft im Alltagsdenken - Szenarien aus der Schweiz. Verlag UVK, Konstanz, 2002); die aktive Beteiligung bei der Koordination am Markt gibt - vornehmlich Frauen - Gelegenheit, Fähigkeiten weiterzuentwickeln und einer ausserhäuslichen Tätigkeit nachzugehen, dies zu einem äusserst bescheidenen Entgelt.
- **Bioprodukte**, sie werden von zwei der drei Bauern angeboten, fördern einen ökologischen Umgang mit der Natur und dienen der Gesundheit und damit dem Wohlergehen der Bevölkerung (vgl. "Wertedimension von Lebensmittelqualität", in Vision Lebensmittelqualität, Schwerpunktprogramm Umwelt Schweiz des Bundes, vdf, 2002). Unter anderem senkt dies Krankheitskosten.
- Verschiedene Institutionen der Gemeinde und aus der Umgebung wenden sich immer wieder gerne am Markt direkt an ihre Kundschaft und nutzen ihn als **Informationsplattform**: SUVA, Samariterverein, Trägerverein Arbeitslosentreff, Gesundheitsförderung, Senioren für Senioren, etc. (jeweils ohne Standgebühren). Auch die nahe Brockenstube des Frauenvereins hat ihre Öffnungszeit auf den Markt abgestimmt.
- Ein Grossteil der Kundschaft legt den **Weg zum Einkaufen** auf dem Markt zu Fuss, mit Velo oder öV zurück, weil er gut erreichbar ist. Dies vermindert den Ressourcenverbrauch enorm, da der relativ grösste Verbrauch pro Produkteinheit auf dem letzten Weg zum Heim der Kunden erwächst. Zudem fördert die Bewegung die Gesundheit während erst noch Lärm und Suchverkehr für Parkplätze entfallen.
- Kurze **Transportwege von Produkten** vermindern den Ressourcenverbrauch, den Schadstoffausstoss und die Lärmbelastung. Einzelfahrten zum Direktverkäufer (Bauernhof) werden reduziert. Beides senkt die Gesundheitskosten.
- Es sind wiederkehrend auch **seltene und gesuchte sowie sozial verträgliche Angebote** auf dem Markt, die sonst keine oder nur eine beschränkte Existenzgrundlage haben oder keine Laufkundschaft haben: Scherenschleifer, heimische Schnittblumen,

Bodenebenen von Pfannen (Energiesparen), Schirmflicken, Korkensammlung, etc. und auch die angebotenen Produkte aus fairem Handel. Diese verweisen auf die erschwerten Bedingungen, unter denen Produzentinnen und Produzenten in anderen Ländern arbeiten müssen.

Auch Informationsstände ohne Umsatz tragen zum Bild eines belebten Marktes bei. Das vielfältige und saisonal wechselnde Angebot schätzt die Kundschaft sehr.

- Die **Produktpreise** vergleichbarer Qualität, sind nicht teurer als beim Grossverteiler, ja oft sogar günstiger und damit erschwinglich. Zudem gibt es Dienstleistungen, die anderswo kaum aufzutreiben sind.
- Gute Produkte schaffen **gute Beziehungen zu den Produzenten**: man weiss, was man isst, man hat ein gutes Gewissen dabei. Schulen besuchen den Markt. Hauswirtschaftsklassen kaufen hier ein. Kindergartenklassen sehen sich die Mostpresse, die Honigschleuder an und entdecken den Markt. Sie besuchen die Höfe und sehen, wo und wie die Bauern leben. Es besteht ein menschlicher Zugang über die lokalen Produkte. Es besteht Vertrauen zueinander, das fördert Identität bei den Erzeugern und bei den Konsumenten. Dazu tragen auch die Besuche des Teams der Einkäuferinnen bei den Produzenten von biologisch erzeugtem Käse, Olivenöl, Pasta, etc. bei.
- Der Markt ist ein Angebot, das im Einklang mit anderweitigen Engagements zur **Förderung von Lokalprodukten** auch in unserer Region steht (vgl. 'Produkte aus unserer Region', www.regionalprodukte.ch). Vergleichbare Märkte in Nachbargemeinden sind Bottmingen, Arlesheim und Reinach. Ähnliches wird in Deutschland und Österreich schon seit über zwanzig Jahren gefördert. Dort vermarkten viele Bauern ihre Produkte auf zahlreichen Bauernmärkten direkt und haben die Zwischenhändler ausgeschaltet. Landkreis Lörrach ist im März 2002 eine neue Initiative daraus hervorgegangen (vgl. www.loerrach-landkreis.de).
- Die **Werbebeiträge** (Inserate, regelmässige Ankündigung des Angebotes) in der Zeitung helfen, Arbeit unter anderem beim Druckereibetrieb (Binninger Anzeiger) zu sichern. Die redaktionellen Artikel tragen zur Vielfalt in der Zeitung und zum Image der Gemeinde bei.
- Da die Landwirtschaft heute meist als Familienbetrieb organisiert ist, stellt der Markt ein zusätzliches Standbein für gute **Arbeitsplätze** in der Region dar. Das senkt die Ausgaben für Arbeitslose.
- **Vorteile des Biolandbaus**: Energie- u. Düngemittelverbrauch in der Biolandwirtschaft ist halb so hoch wie bei der konventionellen. Zudem werden 97% weniger Pestizide eingesetzt, woraus zwar eine um 20% reduzierte Produktivität resultiert, dafür werden - nebst den geschmacklichen und gesundheitlichen Vorteilen - eine vielfältigere, dichtere und intakte bodenlebende Mikrofauna erhalten, die langfristig für bessere Nährstoffkreisläufe und fruchtbareren Boden sorgt. [Mäder P. et al, Science, Vol. 296, 31.5.2002, FIBL u. eidg. FAL (Quelle ProNatura Magazin 5/2002)]
- Die **vielfältige Kulturlandschaft** des Bauern mit verschiedenen Produkten wird von allen geschätzt, z.B. bei Festen wie dem Banntag, als Naherholungsgebiet bei Spaziergängen und beim Besuch von Bauernhöfen. Sie ist aber auch Grundvoraussetzung für die Lebensgrundlage von Tieren und Pflanzen. Ihr Erhalt ist Sache von Bund, Kanton und Gemeinden und ein Wuchemarkt spielt nur eine bescheidene Rolle. Doch ist Landschaft ein wirtschaftliches Gut geworden, für das die Bevölkerung gemäss Untersuchungen Fr. 400.- pro Kopf und Jahr zu zahlen bereit ist [„Monetärer Nutzen der Landschaft“, Karl Koch, seco, in Umweltfocus, 6 (2002) pp 39-41].

Kosten / Finanzierung

NB: Die Marktspanne für landwirtschaftliche Produkte beträgt etwa 60 bis 70 % des Verkaufspreises und umfasst auch Verarbeitung, Transport und Vermarktung. D.h. ein für Fr. 1.- angebotenes Produkt löst Fr. -.60 bis -.70, wenn es direkt am Markt verkauft werden kann. Dagegen löst der Verkauf an einen Zwischenhändler nur ein Drittel, im Bsp. rund Fr. -.20 . Als Verdienst bleibt, was der Bauer nach Abzug aller Kosten noch übrig hat.

1. Eine grobe Schätzung: Je Märtag werden unterschiedlich teure Waren verkauft. Je nach Witterung und Jahreszeit werden davon unterschiedliche Mengen verkauft. Wir schätzen den gesamten Umsatz auf wenige hundert bis höchstens zweitausend Franken. Gegen hundert Kundinnen und Kunden kaufen ein. Daraus errechnet sich, nach Abzug der Standgebühr (Fr. 10.-) und Beitrag für Werbung (Fr. 3.-), dass je Anbieter durchschnittlich ca. Fr. 150.- für 2 ½ Stunden Einsatz am Markt eingehen. Ohne Berücksichtigung des Warenankaufes beziehungsweise der Erzeugung auf dem Betrieb inklusive die Arbeit als Kostenfaktor sowie der Fahrten, dem Auf-/Abladen der Waren sowie Entschädigung für Personal und Ausfälle wegen verregneter Waren dürfte der Umsatz bei rund Fr. 25.- pro Stunde und Person liegen, der Erlös also ca. Fr. 15.-.
→ Unter diesen Bedingungen kann und will keine Drogerie oder Sporthändler oder irgend ein anderes Gewerbe auf den Markt kommen und einen Stand betreuen. Eine Konkurrenzsituation besteht auch gemäss Lokalgewerbe nicht.
2. Der Markt hat sich aus dem Verein Ökogemeinde entwickelt. Daraus ist eine eigenständige Arbeitsgemeinschaft geworden, die ihre Tätigkeiten und auch das Finanzielle unabhängig regelt und eine eigene Rechnung führt. Selbstverständlich bestehen Kontakte für Austausch und Koordination, wie das auch z.B. bei der früheren Projektgruppe Fotovoltaik mit ihren Anlagen auf dem Spiegelfeldschulhaus.
3. Die Vollkostenrechnung des Werkhofes ergab einen Betrag von rund Fr. 17'000.- jährlich. Das heisst, je Märtag müssten total Fr. 300.- als Standgebühr eingezogen werden können, um Kostendeckung zu erreichen.
→ Dieser Betrag würde den Markt verunmöglichen, denn er könnte nicht mit zusätzlichen Standgebühren der Marktanbieter finanziert werden. Das eigenhändige Aufbauen der Stände wird als nicht möglich angesehen, da das Aufstellen und Abräumen der Waren durch die Anbieter selbst bereits zeitintensiv ist.
4. Für die Finanzierung des Binninger Wuchemärts war der Bottminger Markt das Modell:
 - Entschädigung an die Gemeinde
 - Aufstellen / Abräumen der Stände durch den Werkhof
 - Standgebühr Fr. 10.-Beim Reinacher Markt sind die Verhältnisse vergleichbar, wobei die Gemeinde den Markt auch noch selber betreibt.

2. Januar 2003

Kontakt:

Daniel Egli
Präsident Verein Ökogemeinde Binningen
c/o In den Ziegelhöfen 61
4054 Basel
Tel. 061 302 06 44, E-Mail: daniel.egli@bud.bl.ch