

«Dass die Nuss direkt vom Bauern zum Konsumenten geht, ist eine Illusion»



Im Bioladen Terra am Bahnhof Männedorf ist Ueli Baruffol Stammgast – und Nuss-Lieferant. Bild: Reto Schneider

MONTAGSGESPÄCH. Man kennt sie aus Bioläden und szenigen Bars: die Cashew-Nüsse von Pakka. Hinter der Firma, die auch Grosshandel mit Fairtrade-Nüssen betreibt, steht ein Männedörfli.

INTERVIEW: ANNA MOSER

Wir sitzen hier in einem mit Pommesfrütes-Duft geschwängerten Imbisslokal in Männedorf. Nicht eben ein Hort von Bio- und Fairtrade-Produkten, wie Sie sie vertreiben. Zeigen Sie an einem solchen Ort bereits Anzeichen einer Déformation professionnelle?

Ueli Baruffol: Mir liegt tatsächlich sehr viel an einem guten Ambiente beim Essen, und ich gebe auch gerne Geld aus für gute Qualität.

Der Preis wird bei Ihren Pakka-Nüssen unweigerlich zum Thema. 450 Gramm gewürzte Cashews kosten im Online-Shop 24 Franken. Ist das nicht zu viel?

Für mich gehört zu einem hochwertigen Produkt, dass es gut schmeckt, fair gehandelt und biologisch produziert worden ist. Daraus ergibt sich einfach ein gewisser Preis. Realisiert man, wie viel Handarbeit in einer einzelnen Cashew-Nuss steckt, wird der Preis relativ.

Sie arbeiten mit Produzenten in Indien, Afrika und Südamerika. Wie sehr gilt es da einen Spagat zu machen zwischen dem «Gutmenschentum» von Entwicklungshelfern und den Ansprüchen der Wirtschaftlichkeit?

Wir positionieren uns überhaupt nicht als Entwicklungsprojekt, sondern als gewinnorientierte Firma.

Was heisst das in Zahlen?

Wir haben uns für eine Wachstumsstrategie entschieden und seit unserer Gründung den Umsatz jährlich verdoppelt. 2011 betrug er 3,5 Mio. Franken. Noch sind die Jahresergebnisse negativ. Das können wir weitere ein bis zwei Jahre durchhalten, dann gilt es einen Gang zurückzuschalten oder neue Investoren zu finden. In der Zusammenarbeit mit unseren Partnern in den Anbauländern müssen wir klare Zielvorgaben erreichen, um wirtschaftlich nachhaltig zu werden.

«Nachhaltigkeit» – das ist doch klassischer Entwicklungshilfe-Jargon.

Finde ich nicht. Wir beziehen die Bedürfnisse der lokalen Produzenten ein, weil wir wollen, dass sie ein starker wirtschaftlicher Partner werden. Wieso sollen indische Kleinbauern nicht am globalen Handel teilnehmen können? Ein grosser Teil der weltweiten landwirtschaftlichen Produktion liegt in den Händen von Kleinbauern, aber noch immer haben sie sehr wenig Anteil am Gewinn, der damit erzielt wird.

Was kann der Handel mit Nüssen daran ändern?

Im indischen Bundesstaat Kerala hat fast jeder Kleinbauer ein paar Cashew-Bäume – genau wie früher auf vielen hiesigen Bauernhöfen Nussbäume wuchsen. Fairtrade bedeutet nun nicht nur, dass man diesen Produzenten einen höheren Preis zahlt, sondern dass sie sich in kooperativen organisieren. So können sie als Wirtschaftseinheit auftreten und gewinnen auch soziale Sicherheit.

Solche Fragen sind vermutlich vielen Konsumenten egal – sie wollen einfach eine Nuss, die schmeckt.

Richtig. Eine grosse Illusion in der Fairtrade-Bewegung ist aber, dass die Nuss direkt vom lokalen Bauern zum Schweizer Konsumenten geht. In Tat und Wahrheit stehen komplexe wirtschaftliche Abläufe dazwischen.

Zum Beispiel?

In Indien etwa arbeitet Pakka mit einer Dienstleistungsfirma zusammen, die für die Bauernkooperative Handel und Ex-

port betreibt. Das sind Leute, welche die lokalen Gegebenheiten verstehen und sich gleichzeitig mit Finanzen, Qualitätsmanagement und Lagerlogistik auskennen. Dies von einer Gruppe Kleinbauern zu erwarten, ist unrealistisch.

Der globale Handel beinhaltet sehr lange Transportwege. Ein anderer aktueller Trend ist jener zum Gemüse aus der Region – Stichwort Klimaverträglichkeit. Gibt Ihnen das nicht zu denken?

Doch, das ist ein wichtiges Thema. Wir bleiben aber trotzdem bei dem, was wir

«Kleinbauern haben zu wenig Anteil am Gewinn, der mit ihren Produkten erzielt wird.»

tun. Die Europäer werden immer auch Cashew-Nüsse konsumieren wollen. Die wachsen aber nicht hier. Und wenn Cashews, dann doch lieber fair gehandelt! Es ist wie bei der Schokolade. Natürlich könnte man sagen, ich trinke keinen Kaffee mehr und esse keine Schoggi mehr, aber das entspricht nicht der Realität.

Wie muss man sich das vorstellen, wenn Ihre Nüsse in der Schweiz ankommen?

Die kommen im Containerschiff von Calicut in Indien nach Hamburg und dann direkt zu Kunden oder nach Luzern. Dort ist unser Grosslager, von dem aus wir Hersteller in ganz Europa mit Fairtrade-Nüssen beliefern. Was wir für unsere eigene Marke Pakka brauchen, wird in Münchenbuchsee verarbeitet, also geröstet, gewürzt und verpackt.

Welches sind Ihre Lieblingsnüsse?

Neuerdings die mit dunkler Schokolade überzogenen Cashews. Und schon immer die mit Curry und Meersalz gewürzten.

Neben den Bioläden ist Pakka in szenigen Bars stark; man spricht von der «Nuss mit Kultstatus». Haben Sie das angestrebt?

Wir wollten schon etwas machen, das anders aussieht. Unser Verpackungsdesign kommt von einem kleinen Grafikbüro, das sonst nichts mit Lebensmitteln zu tun hat. Das hat aber auch Nachteile: Von der älteren Kundschaft erhalten wir Reaktionen, dass das Design nicht dem Premium-Anspruch entspreche, der sich aus dem Preis ergibt. Das ist nicht erstaunlich, da heute unter «Premium Design» bei Lebensmitteln das verstanden wird, was unter Coop Fine Food und Migros Sélection läuft – mit den klassischen Farben Schwarz, Gold und Silber.

ZUR PERSON

Ueli Baruffol

Ueli Baruffol wurde 1975 geboren und ist in Männedorf aufgewachsen, wo er heute wieder lebt. Während dem Studium als Forstingenieur an der ETH setzte er sich unter anderem mit Entwicklungszusammenarbeit auseinander und war in Ecuador in einem Projekt für die nachhaltige Bewirtschaftung des Gebirgsregenwalds tätig. Berufliche Stationen waren die Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft (WSL) sowie die Umweltberatungsfirma Ecofact. Dort stieg Baruffol 2007 aus, um ganz auf seine eigene Firma Pakka zu setzen. Diese hatte er 2006 zusammen mit seinem Schwager Balz Strasser gegründet. Ueli Baruffol ist verheiratet und Vater von drei Kindern im Alter von sechseinhalb, vier und anderthalb Jahren. (amo)

Ist es eine Konzession für Sie, sich diesem visuellen Druck zu beugen – wie es etwa bei den Pakka-Päckchen in der Business Class der Swiss nötig war?

Ich finde das nicht so schlimm. Am schönsten wäre natürlich, wenn wir irgendwann in Indien eine Verpackung produzieren könnten. Wir kommen aber in den Verarbeitungsprozessen noch nicht auf das Qualitätsniveau, das wir in Europa brauchen.

Weshalb nicht?

Das Problem ist die mikrobiologische Belastung in der Verarbeitung – also Bakterien an Händen und Maschinen. Was wir in der Schweiz essen, ist klinisch sauber. In Indien gibt es wohl Grenzwerte, aber die Handhabung ist sehr grosszügig. Wenn wir jedoch indisches Kokosöl an die Schweizer Lebensmittelindustrie verkaufen wollen, wie es eines unserer aktuellen Projekte vorsieht, muss dieses total rein sein. Daran arbeiten wir.

Welche Visionen haben Sie sonst noch?

Cool wäre, wenn wir es fertigbringen, die ganze Nuss-Palette – Cashews, Mandeln, Paranüsse, Erdnüsse – in verschiedenen Geschmacksrichtungen im eigenen Sortiment zu haben. Dann wünschte ich mir, dass es bei Apéros nicht mehr heisst, «Wer organisiert Nüsse und Orangensaft?», sondern «Wer organisiert Pakkas und Orangensaft?». So wie «iPhone» in der Schweiz zum Synonym für «Smartphone» geworden ist (lacht).

Der Weg des Bio-Kakaos

Rechtzeitig zu Ostern, wenn Schokolade in aller Munde ist, hat der Dokumentarfilm «Zartbitter» über die nachhaltige Kakao-Produktion in Ghana Fernsehpremiere. Der Film von Angela Spörri läuft am Mittwoch, 4. April, um 22.55 Uhr sowie am Ostermontag, 9. April, um 11.10 Uhr auf SF 1. Porträtiert wird die Zusammenarbeit des Schwyzer Schokoladeherstellers Felchlin mit dem Kakaoprojekt des Ghana-Schweizers Yaya Glover. Darin spielt auch Pakka eine Rolle: Die Zürcher Handelsfirma von Ueli Baruffol und Balz Strasser importierte letztes Jahr rund 250 Tonnen biozertifizierte Kakaobohnen in die Schweiz. Über die Firma Yaya Glover Ltd. in Ghana fördert Pakka den Aufbau von biologischer Kakao-Produktion ohne Einsatz von Pestiziden und Kinderarbeit. Die Herkunft des Kakaos ist rückverfolgbar bis zu den Bauern. (amo)

IMPRESSUM

Redaktion Zürichsee-Zeitung, Seestrasse 86, 8712 Stäfa. Telefon: 044 928 55 55. Fax: 044 928 55 50. E-Mail: redaktion.staefa@zsz.ch. E-Mail Sport: sport@zsz.ch.

Redaktionsleitung

Benjamin Geiger (Chefredaktor), Christian Dietz-Saluz (Leiter Regionalredaktion), Michael Kaspar (stv. Chefredaktor), Martin Steinegger (stv. Chefredaktor), Peter Hasler (Sportchef).

Druck

Tamedia AG, Druckzentrum, Zürich.

Aboservice

Zürcher Regionalzeitungen AG, Seestrasse 86, 8712 Stäfa. Telefon: 0848 805 521. Fax: 0848 805 520. E-Mail: abo@zsz.ch. Preis: Fr. 358.– pro Jahr, E-Paper: Fr. 182.– pro Jahr.

Inserate

Zürcher Regionalzeitungen AG, Seestrasse 86, 8712 Stäfa. Telefon: 044 515 44 00. Fax: 044 515 44 09. E-Mail: staefa@zsz.ch. Todesanzeigen: todesanzeigen@zsz.ch

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Texten, Bildern, Inseraten oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte ist untersagt. Jeder Verstoß wird gerichtlich verfolgt.