

Das Unternehmen

Die *Baer AG* stellt Weich-, Frisch-, Halbhart- und Schmelzkäse her sowie vegetarische Frischprodukte. Sie macht einen Umsatz von rund 94 Millionen Franken pro Jahr und setzt dabei rund 6400 Tonnen Frischprodukte an 7000 direkt belieferte Kunden und auch an die Grossverteiler Migros, Coop und Denner ab. Es bestehen 75 Baer-Produkte. Die *Baer AG* vertreibt zusätzlich noch 55 zugekaufte Handelsprodukte.

Die Firmengesinnung

Der Entschluss, keine genetisch veränderten Organismen in ihrer Produktion zu verwenden, kommt bei dieser Firma nicht von ungefähr. In der Qualitätsgarantie des 75jährigen Unternehmens kommt die Firmengesinnung zum Ausdruck. "Die Anforderungen an unsere Produkte gehen über die Lebensmittelgesetzgebung hinaus." Neben dem Qualitätsmanagement nach ISO 9001 praktiziert *Baer* seit Ende 1996 auch das Umweltmanagement nach ISO 14001. Sie veröffentlicht seit 1995 einen Umweltbericht, in dem sie Rechenschaft über ihre Umweltbelastungen ablegt.

Die folgende Aussage aus dem Firmenleitbild gibt einen Eindruck von der grundsätzlichen Gesinnung des Unternehmens: "Wir bemühen uns um eine stetige Verbesserung unserer ökologischen Effizienz, indem wir eine möglichst geringe Umweltbelastung in unserem Wertschöpfungsprozess und im ganzen Lebenszyklus unserer Produkte (vom Rohstoff bis zur Entsorgung) anstreben."

Die *Baer AG* verzichtet auf gentechnisch veränderte Rohstoffe, weil die Konsumenten die freie Wahl haben sollen, eine Gesundheitsgefährdung nicht ausgeschlossen werden kann, eine nachhaltige Entwicklung nur dank Artenvielfalt und naturgerechter Landwirtschaft möglich ist, sie in der zunehmenden Konzentration und Monopolisierung eine Gefahr sieht und weil die Gentechnologie die Abhängigkeit der Dritten Welt von den Industriestaaten vergrössern wird. Sie spricht sich gegen jede Gentechnik im Lebensmittelbereich aus — auch weil die/der Konsumentin keinen Nutzen aus gentechnisch veränderten Lebensmitteln hat.

Die Strategie, gentechnisch veränderten Organismen auszuweichen

Den Entschluss, keine gentechnisch veränderten Rohstoffe zu verwenden, fällt sie generell für die Zukunft, ohne Zeitbeschränkung und auch für nicht deklarationspflichtige GVO-Organismen wie z.B. Sojalecithin oder Sojaöl. So gilt auch Lecithin aus gentechnisch verändertem Soja als gentechnisch veränderter Organismus — auch ohne das Vorkommen von gentechnisch veränderter DNA.

Die Gentechnologie würde die *Baer AG* sehr stark betreffen. Ist sie doch für die vegetarischen Frischprodukte auf verschiedene Sojarohstoffe angewiesen. Ausser Sojai Weiss können diese jedoch alle aus biologischem Anbau bezogen werden. Sojai Weiss wird aufgrund des aufwendigen Verfahrens lediglich von drei Grossfirmen in den USA und einer Firma in Korea extrahiert und diese werden vor gentechnisch verändertem Soja nicht zurückschrecken. So bleibt bis jetzt die Lösung, sich noch für ein Jahr mit gentechfreiem Sojai Weiss einzudecken, um in dieser Zeit die Rezeptur zu verändern. Das Sojai Weiss soll durch ein anderes pflanzliches Ei Weiss ersetzt werden.

Alternativmarkt

Bis jetzt ist der *Baer AG* nicht bekannt, dass sich ein konventioneller Alternativmarkt für diese Problemstoffe entwickelt hat. Die Bioproduktion ist ihrer Ansicht nach kein ausreichender Ersatz für den konventionellen gentechfreien Markt, da er in einem anderen Preissegment liegt, **nicht** die geforderte Menge liefern wird können, die Zugänglichkeit, die Wahlfreiheit und der Handlungsspielraum eingeschränkt sind.

Um eine Kontrolle über ihre Rohstoffe zu haben, verlangte die *Baer AG* von allen seinen Lieferanten die schriftliche Bestätigung, dass diese keine gentechnisch veränderten Organismen verwenden. Fragwürdige Produkte werden in privaten Laboratorien überprüft und heikle Bereiche mit Biorohstoffen abgedeckt. Der Anteil an Biorohstoffen wird generell kontinuierlich in der Produktion erhöht. Bei den vegetarischen Produkten machen diese bereits über 50% aus. Darüber hinaus pflegen sie persönliche Kontakte zu **Bauern**.



Deklarationspflicht
Die Negativdeklaration ist für die *Baer AG* eine ergänzende Möglichkeit zur Marktpositionierung.