

# Biodatteln aus der Wüste

Biolandbau in der Wüste? Das klingt wie ein Märchen aus Tausendundeiner Nacht. Die Sekem-Genossenschaft mit Wurzeln in Österreich hat es in Ägypten wahr gemacht.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

**SALZBURG, KAIRO.** Vor 40 Jahren war Biolandbau noch selten. Und wenn, dann fand er schon gar nicht in der Wüste statt. Dass jedoch beides zusammenpasst, wenn man die Vision und Umsetzungskraft dafür hat, beweist die Sekem-Genossenschaft in Ägypten.

„Es war eine verrückte Idee von meinem Vater, aber sie funktioniert“, sagt der in Österreich geborene Sekem-Vorstandschef und Gründersohn Helmy Abouleish. Auf mittlerweile 10.000 Hektar, einem Fünftel der Gesamtbiobaufläche Ägyptens, erzeugt Sekem in einem strengen naturnahen Demeter-zertifizierten Anbau eine ganze Reihe von Bioprodukten. Und es wird nicht nur angebaut und geerntet. Unter dem Dach einer Holding werden auch Teebeutel, T-Shirts und pharmazeutische Tabletten hergestellt. Von Anfang an habe man für eine höhere Wertschöpfung auch auf die Veredelung der Rohstoffe gesetzt, sagt Abouleish. Gut 50 Mill. Euro Jahresumsatz werden so erwirtschaftet.

Begonnen hat das Projekt ein wenig auch in Österreich. Sekem-Gründer Ibrahim Abouleish war in den 1950er-Jahren zum Studium der technischen Chemie nach Graz gekommen, heiratete eine Österreicherin und gründete eine Familie. Wegen eines Jobs bei Gebro Pharma übersiedelte die Familie Anfang der 1970er-Jahre nach Fieberbrunn in Tirol. Wenig später begann in dem Anthroposophen Abouleish während eines Heimatbesuchs die Vision der biologisch-dynamischen Landwirtschaftsgemeinschaft in Ägypten zu reifen. 1977 schließlich wurde Sekem – zu Deutsch: sonnenhafte Lebenskraft – gegründet. Die Familie übersiedelte mit Sack und Pack – „und einem Klavier“, wie



Riesig und biologisch: Dattelanbau bei Sekem.

BILD: SN/PHOTOGRAPHY: SEKEM

sich Sohn Helmy erinnert – ins Land am Nil. Man habe Brunnen gebohrt und Generatoren gekauft, Klee und Bohnen angebaut. Später seien Kamille und Heilkräuter dazugekommen, „endlich hatten wir



„Modell für die islamische Welt.“

Helmy Abouleish, Sekem-Vorstandschef

die ersten echten Produkte“. Bis heute ist das Unternehmen auf 100 biologisch-dynamische Anbaustellen in ganz Ägypten angewachsen, 2000 Menschen arbeiten mittlerweile für Sekem.

Eine der größten Herausforderungen ist nach wie vor, so wassersparend wie möglich zu arbeiten.

Bei Sekem setzt man unter anderem auf Unterflurbewässerung, um den Verlust durch Verdunstung einzudämmen. Derzeit wird in der Libyschen Wüste eine Oase mit 1000 Hektar urbar gemacht. Datteln und Jojoba sollen hier wachsen. Wie bei jedem Projekt werden auch Unterkünfte und eine Schule gebaut.

Geld dafür bekommt man unter anderem von der Oikocredit. Die Entwicklungsgenossenschaft, aktuell ausgestattet mit 1,2 Mrd. Euro Kapital, unterstützt weltweit über 700 Partner, vor allem im nachhaltigen und Fairtrade-Anbau. „Wir sind keine reine Geldvergebemaschine“, sagt Günter Lenhart von Oikocredit Österreich. „Wir sind überzeugt davon, dass Geld, wenn es sozial verwendet wird, Menschen aus der Armut holt.“ In Österreich werden bereits über 120 Mill. Euro in Oikocredit investiert.

Die Sekem-Produkte bleiben dabei zu 80 Prozent in Ägypten. Man sei aus dem Export von Gemüse wieder ausgestiegen, sagt Abouleish. Denn damit werde dem Kreislauf in Ägypten zu viel Wasser entzogen. In den Export, auch nach Österreich, gelangen vor allem Tee, Datteln, Sesam, Gewürze und Öle. Insgesamt sei man in 50.000 Läden, davon die Hälfte in Ägypten, vertreten.

Als ein großes Ziel formuliert Abouleish: „Wir wollen Modell werden für nachhaltiges Wirtschaften in der islamischen Welt.“ Mit einer grünen Uni, die Sekem 2012 in Kairo gründete, hat man eine entsprechende Bildungseinrichtung eröffnet. 1800 Studenten werden hier unter anderem in Wasserwirtschaft, erneuerbaren Energien und Sozialwissenschaften unterrichtet.

## KURZ GEMELDET

### Privater Konsum so gut wie vor zehn Jahren

**WIEN.** Der private Konsum soll mit 1,8 Prozent Plus heuer das stärkste Wachstum seit mehr als einem Jahrzehnt erreichen, schreibt die Bank Austria im aktuellen Konjunkturbericht. Das Tempo werde sich zwar abschwächen, es gebe aber weiter viel Rückenwind durch die günstige Lage am Arbeitsmarkt, die Lohnodynamik und eine gute Verbraucherstimmung. Die Phase der Höchststände bei Konjunkturindikatoren ist laut Bank Austria aber vorbei. Im Juli 2018 schwächte sich die Stimmung in der heimischen Wirtschaft den siebten Monat in Folge ab. Die Indikatoren liegen aber weiter klar über dem langjährigen Schnitt.

### Fairphone erhielt 2,5 Mill. Euro von Investoren

**AMSTERDAM.** Der niederländische Smartphone-Hersteller Fairphone erreichte am Tag vor Ende seiner Crowdfunding-Runde die festgelegte Obergrenze von 2,5 Mill. Euro. Mehr als 1800 Investoren zahlten zwischen 250 und 5000 Euro. SN, dpa

### RHI Magnesita erreicht im Halbjahr gute Zahlen

**WIEN.** Der in London börsennotierte Feuerfestkonzern RHI Magnesita hat im ersten Halbjahr 2018 rund 1,5 Mrd. Euro Umsatz und einen Vorsteuergewinn von 97 Mill. Euro erzielt. Vergleiche mit dem Vorjahr sind schwierig, da der Konzern erst im Herbst 2017 aus der Fusion von RHI und Magnesita entstanden ist.



## Papier statt Plastik für Gemüse und Obst bei Interspar

**SALZBURG.** Das Plastiksackerl wurde zum Symbol für Verschwendung. In Supermärkten ist es nur noch bei Obst und Gemüse verbreitet. Interspar startet nun in Salzburg und in der Steiermark einen Test mit Papiersäcken aus transparentem Pergamentpapier. Dabei sieht die Kassierin an der Kassa, was sich im Sackerl befindet. In Salzburg gibt es die Papiersäcke in den Interspar-Märkten in Hallein, Salzburg-Lehen und im Europark. Sie sind um einiges teurer als jene aus Plastik, vorerst werden sie aber gratis abgegeben. Ein anderes System wird ab Herbst flächendeckend in allen Spar-Filialen zum Kauf angeboten: wiederverwendbare Netzbeutel.



Papier statt Plastik im Test. BILD: SN/SPAR

## Die Österreicher zahlen gern bar

**WIEN.** Die Österreicher kleben noch immer am Bargeld, und das fast so stark wie die Deutschen, deren beliebtestes Zahlungsmittel ebenfalls das Bargeld ist. Für 48 Prozent der Deutschen sind Scheine und Münzen das bevorzugte Zahlungsmittel beim Einkauf, ganz dicht gefolgt von den Österreichern mit 47,5 Prozent, ergibt eine Online-Umfrage der ING-DiBa. Am anderen Ende der Skala liegen die Franzosen.

In Frankreich zücken die Kunden nur mehr in 16,6 Prozent ihrer Einkäufe die Geldbörsen, dafür umso lieber die Kreditkarte. Über die werden im Land des Fußballweltmeisters 55 Prozent der Transaktionen abgewickelt. In Österreich sind es der Umfrage zufolge nur 15,2 Prozent.

Am schwersten von Münzen und Scheinen trennen sich in Österreich offenbar die Kärntner. 59 Prozent der Einkäufe in dem Bundesland erfolgen in bar. Am ehesten auf „Cash“ verzichten könnten der Bankumfrage zufolge wohl die Burgenländer,

die mit 39 Prozent am unteren Ende der österreichischen Barzahlerquote liegen. In den anderen Bundesländern liegt die Bandbreite zwischen 46 und 49 Prozent.

Kaffee oder Snacks werden meistens bar gezahlt, mehr als 80 Prozent sind es auch in Restaurants. Der Studie zufolge werden aber auch Einkäufe in Supermärkten in keinem anderen Land so häufig bar bezahlt wie in Österreich, immer noch 50 Prozent. Für die Umfrage hat die ING-DiBa-Bank rund 1000 Österreicher online befragt.

Im Durchschnitt der erfassten Länder in Europa zahlen 32 Prozent der Kunden bevorzugt bar. Mit Bankomatkarte werden im Europadurchschnitt 29 Prozent der Einkäufe beglichen, da liegt Österreich mit 28 Prozent im Mittel. Die Bandbreite aber ist groß: Während Bankomatkarten in den Niederlanden, Belgien und Großbritannien das mit Abstand bevorzugte Zahlungsmittel sind, kommen sie bei Franzosen, Türken und Luxemburgern nur bei rund einem Sechstel bzw. einem Fünftel zum Einsatz.

SN, APA

## Investment to go

So mobil kann Trading sein.

- attraktive Rabatte bei Fonds & ETF Starpartnern
- keine Depotgebühr bis Ende 2018
- innovative Hello Markets! App

Alle Infos auf [helloweb.at/trading](http://helloweb.at/trading)

Marketingmitteilung

Hello bank!

by BNP PARIBAS

