

bioaktuell

6/05

DAS MAGAZIN DER BIOBEWEGUNG

JULI|AUGUST

Bei Ackermann wächst Biobier Seite 4

Krisenstab für Kraut und Müesli Seite 8

Biobauer macht Knospe-Marketing Seite 15



“Bio-Gemüse und -Früchte überzeugen durch guten Geschmack.”

(Gret Aschmann, Bio-Gemüsebauerin)



Aus guter Erde...



Der aromatische Geschmack von Gemüse und Früchten aus biologischer Landwirtschaft beginnt bereits vor der Aussaat mit einem guten Boden. Denn nur lebendige Erde voller Kleinstlebewesen ist fruchtbar und sorgt für ein natürliches Gleichgewicht. Deshalb achten unsere Bio-Produzenten besonders auf einen geschickten Fruchtwechsel und erhalten so den Boden lebendig und gesund für viele Ernten.

wachsen gesund genährt...

Wer vom Boden eine gute Ernte erwartet, muss ihm auch wieder gesunde Nährstoffe zuführen. Deshalb wird beim Bio-Gemüse- und Fruchtanbau ausschliesslich natürlich gedüngt: mit Mist aus dem Stall oder Kompost. Für ein kräftiges Wachstum, mehr Biss und mehr Vitamine und andere Vitalstoffe.



robuste Sorten...

Bewährte und robuste Sorten gedeihen nicht nur gut im hiesigen Klima, sie sind auch härter im Nehmen. Und sollten doch einmal Krankheiten oder Schädlinge drohen, helfen dagegen biologische Mittel wie etwa Marienkäfer, Florfliegen und Schlupfwespen als fleissige Nützlinge.



zu Gemüse und Früchte voller Aroma.

Bio-Gemüse und -Früchte sind in jeder Hinsicht ein einzigartiger Genuss. Sie sind nicht nur gesund und saisonal gewachsen, sondern haben vor allem eins: mehr herzhaften Geschmack. Alle Bio-Gemüse und -Früchte, die Coop unter der Marke Naturaplan anbietet, entsprechen den konsequenten Anforderungen der BIO SUISSE-Richtlinien und tragen die Knospe. Ausserdem werden die Bio-Bauern im In- und Ausland durch unabhängige Kontrollunternehmen regelmässig kontrolliert.



Mehr Natur, mehr Genuss.



Ökobeiträge müssen bleiben

Ausgerechnet Bauernpolitiker bereiten im Nationalrat einen Angriff auf die Ökobeiträge vor und möchten sie streichen. Das wäre nicht nur für den Biolandbau, sondern für die gesamte Landwirtschaft verheerend. Damit gefährden diese Bauernpolitiker grundsätzlich den Anspruch der Landwirtschaft auf Direktzahlungen.

Die Schweizer Bevölkerung verlangt eine nachhaltige Landwirtschaft mit einem hohen Niveau an Ökologie und Tierwohl.



Dies geht aus verschiedenen Volksabstimmungen aus den 1990er Jahren hervor und wird in Meinungsumfragen laufend bestätigt. Dank der ökologischen Leistungen ist die Akzeptanz für die Direktzahlungen gross. Würden in Zukunft für deren Bezug geringere Anforderungen genügen, so würde nicht nur am Volkswillen vorbei politisiert, sondern die nötige Akzeptanz der Bevölkerung aufs Spiel gesetzt.

Ökobeiträge wurden geschaffen, um bäuerliche Leistungen in den Bereichen Ökologie und Tierwohl gezielt zu unterstützen und zu fördern. Nur so bleiben sie auch erhalten. Denn die Leistungen lassen sich nicht über den Markt mit höheren Produktpreisen finanzieren. Die aktuelle Tiefpreisdiskussion im Lebensmittelbereich beeinflusst auch die Biobranche: Die Produzentenpreise rutschen nach unten und nähern sich den konventionellen Preisen. Aus diesem Grund wäre eigentlich eine Erhöhung der Ökobeiträge berechtigt.

Die Biobäuerinnen und Biobauern haben bis heute diese berechtigte Forderung nicht gestellt. Denn sie wollen zuerst alle Möglichkeiten ausschöpfen, die der Markt bietet (Produktinnovationen, Erschliessung neuer Märkte). Der Erfolg von Bio beruht auf Glaubwürdigkeit, Marktleistung und dem Wunsch der Konsumenten nach Bioprodukten.

Die Behauptung der Bauernpolitiker, Ökobeiträge verzerrten den Wettbewerb, zeugt entweder von fehlendem Marktverständnis oder ist politisch motiviert. Offenbar will man im Verteilungskampf um Bundesgelder die Biobauern schikanieren und wirtschaftlich unter Druck setzen. Bio Suisse wird sich dagegen zur Wehr setzen, was in letzter Konsequenz der gesamten schweizerischen Landwirtschaft zu Gute kommen wird.

Stefan Odermatt

Stefan Odermatt, Geschäftsführer Bio Suisse

bioaktuell



4



11



12



18



19



21

HIER UND JETZT

4 Auch Bierideen setzen sich durch

Ernsthafte Biergeschichte um die Produktion von biologischer Gerste und Hopfen und die Verarbeitung zu einem ebenso alten wie beliebten Getränk.

8 Krisenstab für Kraut und Müesli

Bio Suisse kam in der Öffentlichkeit mehrmals unter Beschuss. In solchen Fällen ist es wichtig, dass die richtigen Personen in kurzer Zeit das Richtige tun.

UMSCHAU

11 BioRegio-Apéro in Uettligen

An den neuen Standorten von planète bio suisse finden in diesem Jahr BioRegio-Apéros statt.

HINTERGRUND

12 Der Biolandbau im Würgegriff

Müssen Lebensmittel billig sein? Dieser Frage ging der Biogipfel in Zofingen nach.

PORTRÄT

15 Rezept für Knospe-Marketing

Ein Aargauer Biobauer macht Werbung für den Biolandbau: Mit dem Motormäher rasierte er eine Knospe in die Weide.

PRODUKTION

16 Uran auf Schweizer Äckern

17 Arbeitskreis für grosse Milchbetriebe

MARKT

20 Keine Verzettelung beim Ausstieg

21 Biokartoffelbau stockt

23 Preise für Schweine sinken

RUBRIKEN

18 Ratgeber

24 Bio Suisse

26 Konsum

27 Notizen

29 Märktstand

30 Agenda

30 Impressum

31 Das letzte Wort

Titelbild: Erwin Ackermann in den Hopfen. Bild: Marion Nitsch

Auch Bierideen setzen sich durch

Im Sommerloch wirft bioaktuell nicht mit sauren Gurken um sich, sondern steht zum Loch (eine Augustausgabe gibt es nicht) und serviert vorgängig ein kühles Blondes. Oder ein Pechschwarzes oder ein Vollmondiges. Jedenfalls ein Kühles. Hier unsere ernsthafte Biergeschichte um die Produktion von Gerste und Hopfen und die Verarbeitung zu einem ebenso alten wie beliebten Gebräu. Wohl be-
kommens – und zwar auch dem Landschaftsbild, dem Wachtelkönig und der Handelsbilanz Schweiz–EU.

Das erste zertifizierte Schweizer Bio-
bier, die «Naturperle», brachte im
April 1996 die Appenzeller Brauerei Lo-
cher auf den Markt. Schon im Monat da-
rauf lancierte das Wädi Brau-Huus mit
dem «Öko-Bier» das zweite im Inland
biologisch hergestellte Bier. Heute gibt
es von neun Anbietern 21 in der Schweiz
gebraute Biobiere (Saisonbiere nicht mit-
gezählt; vgl. Kasten Seite 6).

Das passt zur Entwicklung des Ge-
samtbiere marktes: Man trinkt zwar we-
niger Bier, berücksichtigt aber auch die
Produkte kleiner Brauereien und wagt
sich mal an die eine oder andere Spezia-
lität (vgl. Kasten).

Woher kommt das Feste?

Bier besteht zu rund 85 Prozent aus Was-
ser. Woher aber beziehen unsere Brau-
ereien den Hopfen und das Malz bezie-
hungsweise die Braugerste?

Anfang Mai dieses Jahres kündigte
Heineken im «Blick» die Lancierung ei-
nes «Heimatbiers» an. Es werde «das einzi-
ge Bier» sein, das mit
Schweizer Gerste ge-
braut wird. «Alle an-
dern verwenden Im-
portware.» So? Vielleicht sollte der Welt-
konzern in den verschiedenen Heimat-
en, die er bedient, zuerst etwas Heimatkun-
de treiben? Auf Rückfrage räumt die PR-
Stelle von Heineken Schweiz ein, dass es
wohl hätte heissen müssen: das einzige
Bier einer Grossbrauerei mit Schweizer
Gerste.

Es war vor 12 Jahren wiederum die
innovative Brauerei Locher in Appen-

zell, die als erste Schweizer Braugetrei-
de einsetzte. Zuerst für die konventi-
onellen Biere, und zwar möglichst aus
der Nähe (Vertragsproduzent für Gers-
te und Weizen in Stein AR). Für die Bio-
biere bezieht Locher Braugerste der Ge-
nossenschaft Gran Alpin aus den Bünd-
ner Bergen. Das reicht sicher für die Lo-
cher-Marke «Naturperle», meist auch für
das «Vollmond»-Bier. Da sich Locher zu
100 Prozent mit inländischem Biohop-
fen eindeckt und die Hefe selber weiter-
zuchtet, ist die «Naturperle» ein Vollbio-
und Vollenlandprodukt. Locher könnte
also die Knospe mit dem Schriftzug «Bio
Suisse» beantragen. Warum tut er es
nicht? «Das können wir erst machen,
wenn wir Liefersicherheit haben. Sonst
müssen wir mit den Etiketten doppelt
fahren.»

Das zweite 100-prozentige Inland-
bioprodukt ist das neue «Biera Engiadi-
naisa» aus Tschlin, welches vergangenen
März lanciert wurde. Als neue regiona-
le Kleinbrauerei, so Geschäftsführer An-
gelo Andina, scheut man aber in Tschlin
den Aufwand für die Knospe-Zertifizie-
rung. So läuft das «Biera Engiadinaisa»
als Bundesbiobier.

Eine wichtige Anmerkung zur In-
landversorgung betrifft das Mälzen des
Braugetreides: Da es in der Schweiz kei-
ne einzige Mälzerei gibt (!), müssen alle
Schweizer Bierbrauer entweder das
Schweizer Getreide zum Mälzen ins Aus-
land und zurück transportieren oder, was
die allermeisten tun, fertig verarbeitetes
Malz aus dem Ausland importieren (v.a.
aus Deutschland, Tschechien und Frank-
reich). Da in der Schweiz schon die Brau-
gerste teurer ist als das fertig vermälz-
te Zwischenprodukt aus der EU, besteht
natürlich wenig Anreiz, Inlandgetreide
zu verwenden, zumal im Biobereich, wo
beim Getreide ohnehin eine Unterver-
sorgung herrscht. Das Schweizer Brau-
getreide für die biologischen Locher-Bie-
re und das Biera Engiadinaisa wird in ei-
ner Mälzerei in Memmingen im süddeut-
schen Raum, etwa eine halbe Stunde von
der Grenze, verarbeitet.

Es gärt also im Schweizer Biermarkt. Die
kleinen Brauereien haben Marktchancen,
auch im Biobereich, es werden laufend
neue Spezialitäten kreiert (jüngstes Bei-
spiel: ein Jubiläumsbier vom Wädi Brau-
Huus mit Zusatz von Zitronengras); es
gibt Happenings und Braukurse fürs Pu-
blikum (Wädi, Unser Bier).

Engadiner Biogebirgsbier

Eine Erfolgsgeschichte braut sich im
Bündner Berggebiet zusammen. Die
Brauerei Locher hatte Interesse an ein-
heimischer Braugerste gezeigt. Brauger-
ste soll einen tiefen Eiweissgehalt aufwei-
sen. Im Berggebiet, bei zurückhaltender
Düngung, bildet die Gerste weniger Ei-
weiss.

Die Anfrage aus Appenzell kam den
Interessen der Bündner Biobauern ent-
gegen: Die 1987 gegründete Genossen-
schaft Gran Alpin, die sich für die Förde-
rung des ökologischen Bergackerbaus in
den Bündner Bergtälern einsetzt, sah ei-
ne zentrale Chance:

■ dem Rückgang des Ackerbaus im
Berggebiet mit einer standortgerechten
Kultur entgegenwirken.

Bald nachdem das Projekt angelau-
fen und die Kinderkrankheiten über-
wunden waren (zu hoher Eiweissgehalt
im ersten Jahr; das war das sehr trockene
2003), drängte sich ein Folgeprojekt auf,
mit dem sich ein zweites grosses Ziel an-
peilen liess: Mit dem Aufbau einer regio-
nalen Brauerei würde es möglich,

■ ein weiteres einheimisches Produkt
ins Angebot der Tourismusindustrie auf-
zunehmen.

Diese Brauerei, die Bieraria Tschlin,
ist mittlerweile aufgebaut worden. Sie ist
in einem alten Engadiner Haus in Tschlin
ingerichtet, zusammen mit einer winzi-
gen Degustationsbar.

Hans Casper Trepp, Geschäftsführer
der Genossenschaft Gran Alpin, ist min-
destens 100-prozentig überzeugt von die-
ser Bieridee. «Das ist ein super Projekt,
genial!», schwärmt er, und zählt weitere
Vorteile auf:

■ keine Investitionen der Bäuerinnen

Es gärt im Biermarkt. Kreative kleine Biobrauereien haben Chancen.

Schweizer Biermarkt in Zahlen

- Pro-Kopf-Konsum 1991: 70,5 l; 2003: 58,7 l
- Anzahl Braustätten: 1990: 40; 2005: 100
- aktuelle Marktanteile
- Kleinbrauereien (20): 10 %
- Mikrobrauereien (100): 1 %
- Feldschlösschen: 42 %
- Heineken: 17 %
- Importe: 16 %

Quelle: www.bierig.ch



Bilder: Markus Bär



«Zu Gaumen und Nase müssen wir Brauer Sorge tragen: nie scharf essen, nicht rauchen.» Max Bürki, Braumeister bei Locher, Appenzell, beim Verkosten. Bier von hier: Braumeister Udo Remagen und Geschäftsleiter Andreas Leisinger von Unser Bier, Basel.

und Bauern nötig. Gerste wurde immer angebaut, bisher für Futterzwecke, jetzt vermehrt Braugerste; Know-how und Maschinen sind vorhanden

- nur schwache Düngung nötig
- die Nebenprodukte der Bierherstellung kann man verfüttern
- kein Mais in der Fruchtfolge; kaum Befallsdruck von Fusarien
- Produktionsauftrag inklusive Saat-

gutproduktion für die Bauernbetriebe, Zusatzerwerb; Reduktion der einseitigen Abhängigkeit von der Viehwirtschaft

- das Landschaftsbild wird geschützt (z.B. Terrassenanbau in Ramosch und Tschlin)
- Lebensraum für seltene Tierarten (z.B. Bodenbrüter wie Wachtelkönig und Braunkehlchen)
- sinnvolle Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft und Tourismus; Erhalt von Arbeitsplätzen in einer Randregion

Zurzeit produzieren zwölf Biobetriebe Braugerste für Gran Alpin in Lagen von 1000 bis 1600 Meter über Meer. Die Genossenschaft übernimmt das Getreide und sorgt für das Mälzen und die Vermarktung. Weiter setzt sich Gran Alpin für die permanente Verbesserung der Sorten mit entsprechenden Versuchen ein.

Nun, im dritten Anbaujahr, meldet Hans Casper Trepp bereits Land in Sicht, Ackerland nämlich. Es zeichnet sich ab, dass es gelingen wird, den rapiden Rückgang des Ackerbaus in den Bündner Bergtälern zu stoppen. Trepp freut sich, dass Gran Alpin einen Beitrag zur Vieltätigkeit der Landschaft und der Landwirtschaft im Berggebiet leisten kann. Auf etwa 18 Hektaren wächst nun Braugerste, auf einer weiteren Saatgut. Zusammen mit den Versuchsflächen macht das fast 20 Hektaren.

Trepp hat nicht nur Grund zur Freude, sondern seit Kurzem auch etwas zum Anstossen: Im Frühjahr 2005 legte die Bieraria Tschlin los. Mit Bündner Braugerste, dem Hopfen des Betriebs Ackermann aus Wolfwil und dem frischen Tschliner Quellwasser entsteht ein kleines, feines, handwerklich gebrautes Bio-gebirgsbier. Geschäftsführer Angelo Andina streicht nicht zuletzt die Qualität des Brauwassers heraus: «Das Tschliner Wasser ist perfekt geeignet für die Bierproduktion. Der pH-Wert ist tief, es hat keinen Kalk drin, jegliches Aufbereiten oder Filtrieren ist unnötig.» Zurzeit liegt die Kapazität bei 800 hl Biera Engiadinaisa pro Jahr. Und für den Vertrieb hat die kleine Brauerei einen Weltkonzern als Partner: Calanda/Heineken bietet gerne ein regionales Produkt an. – «Die können eben denken», lobt der Hopfibuur im fernen Wolfwil diese Marketingstrategie des Grossen, der sich mit dem Sympathiebonus des Kleinen schmückt.

Und der Sprecher der Heineken hätte sich vor seiner zitierten «Blick»-Aussage nur im eigenen Konzern kundig machen müssen – aber gut, der ist natürlich etwas gross und unübersichtlich.

Basler haben Unser Bier

Die Basler haben natürlich nicht das *quöllfrische* Wasser aus dem Appenzeller Alpsteinmassiv und auch nicht das



Berggetreide reift später ab als Getreide im Flachland und wächst damit bei einem höheren Sonnenstand. «Im Gran Alpin Getreide steckt also die volle Kraft und Energie der Bündner Bergsonne» – Prost!

Bündner Bergwasser aus den Quellen von Tschlin. Sie brauen ihr Bier – «Unser Bier» – mit dem Wasser der städtischen Trinkwasserversorgung. Das Basler Wasser ist viel besser als sein Ruf, in Tests kann es mit mehreren handelsüblichen Mineralwassern mithalten, aber es ist zu

hart, für den Brauprozess muss der Kalkgehalt reduziert werden. 1998 gegründet, ist die Unser Bier AG soeben in die schwarzen Zahlen vorgestossen: Das Jahr 2004 schloss sie mit einem kleinen Gewinn von 20'000 Franken ab. Zusammen mit dem Wädi Brau-Huus und der Bieraria Tschlin bildet Unser Bier die Gruppe der drei Schweizer Brauereien, die ausschliesslich biologisches Bier herstellen.

Der Erfolg der handwerklichen Regionalbrauerei beruht auf der grossen Unterstützung aus der Bevölkerung – und natürlich auf der Qualität der Biere. Es dürfte wohl einmalig sein, dass eine kleine Brauerei mit einem Jahresumsatz von 1,4 Mio. Franken sich auf ein Aktionariat von 3300 Leuten abstützt. Die allermeisten Aktionäre besitzen eine einzige Aktie. Das Basler Biobier hat die Struktur einer Aktiengesellschaft, aber den Charakter einer Bewegung. Die Baslerinnen und Basler stehen hinter ihrem Biobier fast wie hinter ihrem Fussballclub.

Z'Bsuech bim Hopfebuur

Hofhund Leo hält sich eher im Hintergrund, begrüsst wird der Besucher des Schlatthofs im solothurnischen Wolf-

wil von der wiederkauenden Kameldame Aischa. Noch im Sitzen bringt sie es fertig, einen von oben herab anzusehen, und auch während der Kaubewegungen hat ihr Maul etwas Spöttisches, Grinsendes.

Der Schlatthof ist heute leicht rauchverhangen; die Schnitzelfeuerung, welche die hofeigene Molkerei mit Energie versorgt, will nicht recht. Erwin Ackermann, der Hopfebuur, begrüsst mich, schaut in der Feuerungsanlage kurz nach dem Rechten, zeigt mir die gut ausgerüstete Hofmolkerei, den Freilaufstall mit 50 Stück Milchvieh, und ab geht's zu seinen beiden Hopfenfeldern. Wir kommen noch an einer kleinen Herde schottischer Hochlandrinder vorbei. «Das ist eher ein Hobby», bemerkt Ackermann. Nicht so sein Hopfen.

Heuer hat Ackermann Probleme mit dem falschen Mehltau. «An Pfingsten war es wohl einen Tag zu lange nass», bedauert er, da konnte sich der Pilz einnisten. «Aber damit muss ich leben, sonst brauche ich keinen Biohopfen anzubauen.» Der Hopfebuur begutachtet seine Stöcke. Er ist erfreut, dass das Wachstum doch wieder recht gut eingesetzt hat. Es

Schweizer Biobiere im Überblick

Brauerei	Bier(e)	Ausstoss Biobier(e) in hl 2004	Herkunft Braugetreide	Herkunft Hopfen*	Bemerkungen. Telefon. Website
Brauerei Unser Bier AG, Basel	Naturblond; Amber; Weizen; Pechschwarz; Saisonbiere	3500 hl	100 % D	100 % CH *	braut ausschliesslich Biobiere. 061 338 83 83; www.unser-bier.ch
Brauerei Ziegelhof, Liestal	Coop Naturaplan Lager; Coop Naturaplan alkoholfrei	ca. 12'000 hl	100 % D	100 % D	044 782 66 55; www.waedenswiler.ch
Schlatthof, Wolfwil	Hopfehäxli	ca. 300 hl	100 % D	100 % CH	gebraut durch Brauerei Locher, Appenzell. 062 926 36 44; www.schlatthof.ch
Brauerei Karbacher AG, Schönenwerd	Hopfebuurli	???	100 % D	100 % D	062 849 19 11; www.karbacher.ch
Bieraria Tschlin	Biera Engiadinaisa; Saisonbiere vorgesehen	–	100 % CH (Gran Alpin)	100 % CH	auf dem Markt seit März 2005, braut ausschliesslich Biobier. 081 866 33 03; www.bieraengiadinaisa.ch
Brauerei Falken AG, Schaffhausen	Schwarzbier aus Emmer; Eidgenoss naturtrüb (Beigabe von Honig)	keine Angabe	Schwarzbier: so viel wie möglich Schaffhausen, wenn nötig zukaufen Eidgenoss: EU	100 % D	neues Projekt in Vorbereitung. 052 632 00 00; www.falken.ch
Wädi Brau-Huus AG, Au	Wädenswiler hell; dunkel; Hanf; Urweizen; urhell; Premium blond; Saisonbiere	ca. 1500 hl	100 % D	100 % CH, wenn nötig (wie 2003) Zukauf aus D	braut ausschliesslich Biobiere. 044 782 66 55; www.waedi-bier.ch
Brauerei Rosengarten AG, Einsiedeln	Naturtrübes Alpenbier	ca. 400 hl	100 % D	50 % CH, 50 % D	055 412 21 42; www.beer.ch
Brauerei Locher AG, Appenzell	Naturperle (hell); Vollmond; Coop Naturaplan naturtrüb	8250 hl	Naturperle: 100 % CH (Gran Alpin); Vollmond: wenn möglich 100 % CH; Coop Naturaplan naturtrüb: 100 % D	100 % CH	Locher lancierte 1996 das erste zertifizierte Biobier in der Schweiz. 071 788 01 40; www.appenzellerbier.ch

* Herkunft CH bedeutet Ackermann, Wolfwil. Er ist der einzige Produzent von Biohopfen in der Schweiz.

ist jetzt trockenes Wetter und es weht ein gutes Lüftchen; das erschwert dem Pilz sein Zerstörungswerk.

Robuste Pflanze

Die Pflanzen sind nun, in der zweiten Juniwoche, zwischen zwei und viereinhalb Meter hoch, das Hopfengerüst hat eine Höhe vom 7,5 Metern. Das Längenwachstum dauert bis zwei Wochen nach dem längsten Tag, dann folgt die Blütenbildung («Ausdoldung»).

Ackermann entfernt an einem arg befallenen kleinen Stock das verpilzte Blattwerk, auch den beschädigten Haupttrieb rupft er weg, holt von weiter unten einen Nebentrieb und schlingt ihn um den Kletterdraht nach oben. «Die erholen sich schon, der Hopfen ist eine ziemlich robuste Pflanze. Und wenn wenigstens die Stöcke überleben, ist schon viel gewonnen.»

Ackermann hat seine Hopfenfelder an recht windiger Lage angelegt. «Zwar hat der Hopfen nicht gerne Wind. Starker Wind reisst die Triebe von den Drähten und die Pflanzen verletzen sich gegenseitig. Aber ich bin bewusst an den Wind gegangen, das hilft gegen den Pilzdruck. Vor den tierischen Schädlingen, das darf ich sagen, habe ich keine Angst mehr.»

Damit sind die Hauptschädlinge angesprochen, die Hopfenblattlaus und in trockenen Jahren die rote Spinne. Gefährlich ist vor allem die Hopfenlaus mit ihrem enormen Vermehrungspotenzial: Unter günstigen Bedingungen macht sie auf dem Hopfen acht bis zehn Generationen pro Saison, das heisst bis September, dann zieht sie auf ihre Winterwirts-



Bild: Marion Nitsch

Der Pilz! Auf einem Feld hat Ackermann die erste Reihe der Hopfenstöcke gegen den Wald hin ausreissen müssen.

pflanzen, das sind die Prunus-Arten, die Zwetschgen, Pflaumen, Schlehen.

Ackermanns Hopfenfelder stehen einerseits an windigen Lagen, andererseits in unmittelbarer Waldnähe. «Dadurch steigt zwar der Pilzdruck wieder etwas, dafür bringt uns der Wald mehr Nützlinge in die Anlage.» Im konventionellen Bereich ist der Hopfen eine der am intensivsten behandelten Kulturen. «Mit dem bisschen Kupfer, das im Biolandbau erlaubt ist, muss ein Hopfenbauer sehr haushälterisch umgehen. Man muss den optimalen Zeitpunkt erwischen, um etwas auszurichten.» Zusammen mit dem FiBL bereitet Ackermann einen Versuch mit Tonerdepräparaten als Kupferersatz vor. An bestimmten Lagen in Deutschland hat man damit etwa 80 Prozent der Wirkung von Kupferpräparaten erreicht.

«Wenn die Stöcke überleben, ist schon viel gewonnen.»

Allein auf weiter Flur

«Ohne Herzblut kann man keinen Biohopfen machen», erklärt Ackermann im Hofrestaurant «Buurehof-Oase». Am Anfang, als Ackermanns vor neun Jahren auf Bio umstellten, hätten die Fachleute abgeraten: Biohopfen, das geht nicht. In den ersten fünf Jahren erreichten die Erträge gerade einmal 20 bis 30 Prozent eines durchschnittlichen konventionellen Ertrags. Heute sind es 70 bis 80 Prozent und Ackermann ist einer der Handvoll Biohopfenbauern, die es in Europa gibt. In der Schweiz ist er der einzige. In Frankreich macht niemand Biohopfen,

drum kann Ackermann gut nach Frankreich exportieren. Er hat auch schon Biohopfen bis nach Japan verkauft. Und ein Teil der Ernte geht in die Heilmittellindustrie.

«Der Preis für Hopfen schwankt wie bei keiner andern landwirtschaftlichen Kultur. Es braucht ja nur drei oder vier Gramm Hopfen für einen Liter Bier, der Rohstoff fällt bei der Bierproduktion kaum ins Gewicht. Aber ohne Hopfen kein Bier!» Darum zahlen die Brauereien, wenn der Markt ausgetrocknet ist, fast jeden Preis.

Mit den unsicheren Erträgen und den stark schwankenden Preisen ist Biohopfen «Risiko pur».

Damit kann Ackermann gut umgehen. «Das gehört zu diesem Geschäft.» Der Hopfen ist nicht das Hauptstandbein des Schlatthofs und gegenüber seinen treuen Kunden reizt Ackermann die Situation nicht aus, wenn bei knapper Versorgung des Marktes die Preise klettern wie der Hopfen selber. Er hofft natürlich, dass seine Kundschaft Gegenrecht hält, wenn der Weltmarktpreis einbricht.

Ackermann freut sich, wenn in einem guten Jahr der Hopfen bis zur Hälfte des Betriebsergebnisses ausmacht. Und nach einem schlechten Jahr macht er sich unverdrossen an die Arbeit und bereitet seine Hopfenfelder für das kommende Jahr vor. Bis zu 1000 Arbeitsstunden pro Jahr gehen in eine Hektare Biohopfen!



Markus Bär

Betriebsspiegel Schlatthof

Talbetrieb, Bio seit 1996

Fläche: 21 ha. Arbeitskräfte: 5. Kulturen: Hopfen (2,5 ha; 10500 Stöcke), Saatkartoffeln, Mais, Wiesland.

Tiere: 50 Kühe, 1 Stier, 3 Schweine, 3 Ziegen, 2 Esel, 6 schottische Hochlandinder, 1 Kameldame (soll demnächst gedeckt werden), Hofhund Leo, Katzen.

Hofverarbeitung Pastmilch, Molkereiprodukte (Butter, Rahm, 8 Sorten Joghurt, 8 Sorten Quark, 4 Sorten Frischkäse).

Ab-Hof-Verkauf: Milch, eigene Molkereiprodukte, Trockenfleisch, Buuresalami, Knoblauchwurst, Schweine- und Rindfleisch, tiefgekühlt (Saison), Eier, versch. Halbhartkäse (zugekauft), Bier, Eigenmarke «Hopfehäxli» Geschenkartikel.

Hofrestaurant.

Krisenstab für Kraut und Müesli

In den vergangenen Wochen ist die Bio Suisse in der Öffentlichkeit mehrmals unter Beschuss gekommen. In solchen Fällen ist es entscheidend, dass die richtigen Personen in sehr kurzer Zeit das Richtige tun und sagen. Wie arbeitet die Geschäftsstelle in Krisenfällen? bioaktuell begleitet Pressesprecherin Jacqueline Forster durch eine Krise.

Der Biomarkt ist zu einem wirtschaftlichen Faktor im Lebensmittelhandel geworden und ist vermutlich nach wie vor der einzige Bereich der Branche, der wächst. Vor zehn Jahren wurde die Biobewegung als junge, dynamische, sympathische, idealistische aber dennoch grundsätzliche Alternative zur Massenproduktion gefeiert. In den progressiveren Kreisen der Politik, bei innovativen Marktteilnehmern und vor allem auch in den Medien genoss die Knospe als zartes Pflänzchen eine Menge Rückhalt.

Mängel sind attraktiv

Vielerorts hat der Wind unterdessen gekehrt. Verständlicherweise ist es äusserst attraktiv, Mängel in einem System aufzudecken und anzuprangern, das sich selber höchste Ziele gesteckt hat und diese in der Öffentlichkeit selbstbewusst kommuniziert. Und damit beachtliche Erfolge einfährt. Selbst wenn die gerügten Mängel nur punktuell auftreten oder genaueren Prüfungen nicht Stand halten,

können solche Meldungen in der dünnen Luft der hohen Qualitätsansprüche, in der sich die Knospe positioniert, schnell einmal zu ausgewachsenen Skandalen werden.

Die Knospe gehört den 6500 Biobetrieben in der Schweiz und wird an 800 Lizenznehmer abgegeben, die sie auf ihren Produkten erscheinen lassen dürfen. Wenn es unter diesen Bäuerinnen und Verarbeitern einzelne gibt, die es mit den Vorgaben in den Richtlinien und Weisungen nicht so ganz ernst nehmen, können sie der gesamten Bewegung grossen Schaden zufügen. Denn in der öffentlichen Wahrnehmung hat dann «die Knospe» gefuscht, und nicht die wenigen Einzelbetriebe.

Wenn die Knospe in den Zeitungen oder im Fernsehen angegriffen wird, sind die Biobäuerinnen, Biobauern und Bioverarbeiter bald am Ende ihres Lateins. Für sie ist es dann wichtig, dass es in ihrer Geschäftsstelle in Basel ein gut funktionierendes Team gibt, das in kürzester Zeit

ein professionelles Krisenmanagement auf die Beine stellt. Da kommt es darauf an, dass die richtigen Leute in kürzester Zeit das Richtige tun und lassen und das Richtige sagen.

«Faule» Kräuter und Flocken

In den letzten Wochen haben sich solche Fälle gehäuft. Die wichtigsten gingen in den beiden «verwandten», sehr populären Fernsehsendungen «A bon entendeur» in der Westschweiz und «Kassensturz» in der Deutschschweiz über die Bühne. Das Westschweizer Format konfrontierte die Bio Suisse mit einer Rückstandsanalyse auf Küchenkräutern in Töpfchen, die mit der Knospe verkauft wurden. Fünf dieser Stichproben waren mit nicht zugelassenen Pestiziden belastet. Der «Kassensturz» rollte den Fall einer Mühle auf, die biologische und konventionelle Getreideflocken herstellt, es mit der Trennung der beiden Warenflüsse jedoch nicht besonders genau nimmt.

Am Westschweizer Beispiel soll hier gezeigt werden, wie auf der Geschäftsstelle gearbeitet wurde. Pressesprecherin Jacqueline Forster hat dazu die wichtigsten Ereignisse aus ihrer Sicht protokolliert. Die Geschichte begann am

Mittwoch, 18. Mai

um 12.44 Uhr. Die Bio Suisse Importabteilung erhält eine E-Mail von der Redaktion «A bon entendeur», in dem die Geschäftsstelle erstmals von den Tests erfährt, die das Genfer Kantonslabor an 45 Topfkräutern von Migros, Manor und Coop in der Westschweiz durchgeführt hat. In sechs Biokräutern, fünf davon mit der Knospe, wurden Rückstände gefunden. Isabelle Moncada, Redaktorin und Präsentatorin der Sendung, bittet um Rückruf. Um 14.00 Uhr ruft Jacqueline Forster an. Moncada ist über die Resultate bestürzt. Doch nun gilt es ein erstes Mal, Ruhe zu bewahren. Die Bio Suisse Pressesprecherin sagt der Redaktorin die Zusammenarbeit zu.

Um 14.30 Uhr trifft sich der interne Bio Suisse Krisenstab ein erstes Mal: Stefan Odermatt, Markus Wittmer (Lei-



Der von «A bon entendeur» untersuchte Topfbasilikum wies hohe Rückstände auf. Ein Teil der Pflanzen stammten aus der Schweiz, ein Teil aus Italien. Die Bio Suisse hat ein Aberkennungsverfahren eingeleitet.



Jacqueline Forster auf dem heissen Stuhl im Westschweizer Fernsehen: Ruhe bewahren, Kompetenz ausstrahlen, offen und ehrlich kommunizieren.

ter Qualitätssicherung), Melanie Thönen (Spezialistin für Rückstände) und Jacqueline Forster. Es geht darum, möglichst alle Informationen zu beschaffen. Wer sind die Produzenten? Sind die Lizenznehmer und die bio.inspecta informiert? An welchem Datum wurden die Kräuter genau gekauft? Wie sahen die Töpfe aus? Wie waren sie genau etikettiert? Am Donnerstag, 19. Mai, arbeitet Forster zu Hause in Lausanne. Zum Studium hat sie das Grundsatzpapier «Haltung der Bio Suisse zum Thema Rückstände» mitgenommen. Am

Freitag, 20. Mai

telefoniert sie mit Daniel Stons, Produzent von «A bon entendre». Die Sendung ist für den 7. Juni geplant. Forster wird für ein Interview ins Studio eingeladen. Stons macht am Telefon Drohgebärden: «Da müssen Sie sich aber was Gutes überlegen, Ihre Glaubwürdigkeit steht auf dem Spiel». Das jagt der Bio Suisse Frau Angst ein. In den folgenden Tagen beschäftigt sie sich damit, diese Angst abzubauen. Das oberste Credo: offen und ehrlich kommunizieren. Unterdessen sind sämtliche betroffenen Betriebe vorläufig gesperrt worden. Am

Dienstag, 24. Mai

die nächste Sitzung des Bio Suisse Krisenstabs. Erleichterung, als bekannt wird, dass der problematischste Betrieb bereits während einer ordentlichen Kontrolle im April aufgefallen und sanktioniert worden war. Dies zeigt, dass die Kontrolle funktioniert.

Melanie Thönen und Markus Wittmer bringen die Runde auf den neusten Stand der Dinge. Stefan ist der ruhende Fels in der Brandung. Die Bio Suisse entscheidet, eine unabhängige Analyse in drei Schweizer Regionen bei Grossverteilern durchzuführen. Mit dem Ziel, herauszufinden, ob es sich um Einzelfälle handelt oder um ein breiteres Problem. Bio Suisse ist aktiv und zeigt, dass sie den Problemen auf den Grund gehen will. Am

Donnerstag, 26. Mai

finden weitere Kontakte mit der Redaktion «A bon entendre» statt, in denen Details ihrer Untersuchung bekannt gegeben werden. Jacqueline Forster bespricht sich mit Karl Weisskopf, Pressesprecher von Coop. Er wird in den nächsten Tagen für die Reportage interviewt. Sie tauschen Informationen aus, damit

sie auf demselben Wissensstand sind. Inzwischen läuft das Aberkennungsverfahren gegen einen Betrieb. Jacqueline Forster entwirft im Kopf eine Medienmitteilung. Sie wird am

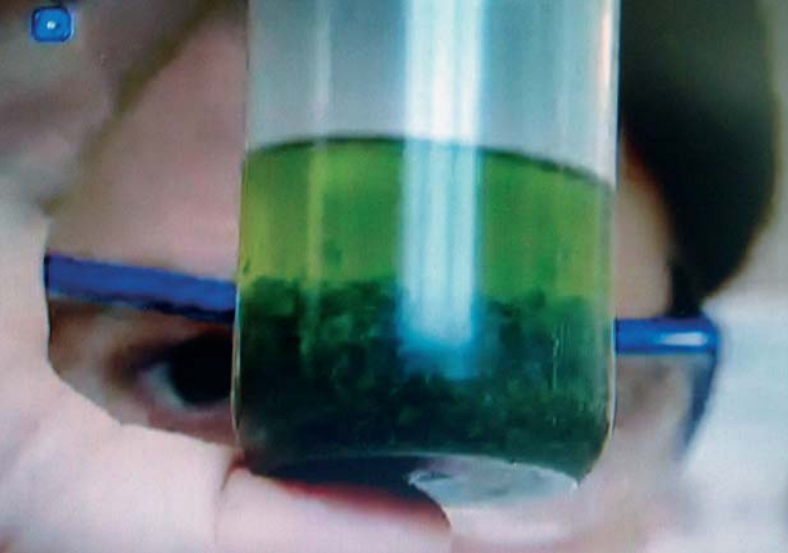
Dienstag, 31. Mai

vorbereitet und übersetzt. Die Stellungnahme soll am Morgen nach der Sendung auf der Bio Suisse Homepage aufgeschaltet werden. Sitzung mit dem Krisenstab. Die Analyseresultate werden am Montag, 6. Juni erwartet, also noch vor der Sendung. Alle Varianten werden durchgedacht: «Wie reagieren wir im schlimmsten Fall? Was ist unsere Sprachregelung? Wer muss informiert werden?» Am

Donnerstag, 1. Juni

wieder ein Telefonat mit Isabelle Moncada. Sie verspricht, die Fragen für das Interview am Montag zu schicken. Die Medienmitteilung ist so gut wie fertig. Wie immer in Krisenfällen beurteilt sie ein aussenstehender Kommunikationsexperte. Ist sie verständlich? Stimmt die Tonart? Ist alles Wichtige gesagt?

Von Freitag bis Sonntag schaltet Jacqueline Forster ab. Sie ist jetzt nicht mehr Pressesprecherin, sondern gönnt sich ein



Bilder sagen mehr als tausend Worte. Und prägen sich beim Fernsehpublikum ein. Ausschnitte aus der Bioküchenkräutersendung.

Wochenende in der Provence. Abschalten. Blühender Ginster. Mistral. Frische Erdbeeren vom Markt im Dorf. Würzige Luft. Wilde Bergkräuter – diesmal ohne negative Assoziationen ...! Am

Montag, 6. Juni

15 Uhr, treffen die Fragen von Isabelle Moncada ein. Um 16 Uhr findet eine Sitzung des Krisenstabs statt. Ebenfalls eingetroffen sind die Analyseresultate. Es sieht nicht schlecht aus. Aber es dürfen keine Schnellschüsse gemacht werden. Es wäre sehr kontraproduktiv, wenn die Bio Suisse nun einfach auf Entwarnung machen würde. Es braucht noch weitere Abklärungen. Nach der Sitzung zieht sich Jacqueline Forster für ein paar ruhige Stunden zurück, um die Antworten genau zu überlegen. Sie weiss: Auswendiglernen hat keinen Zweck. Gefragt ist eine grosse geistige Präsenz. Auf der Heimfahrt nach Lausanne geht sie die Fragen noch einmal durch. Am

Dienstag, 7. Juni

frühmorgens, noch einmal: Wie eine Skirennfahrerin vor der Abfahrt lässt sie die Fragen und Antworten vor dem geistigen Auge erscheinen, merkt sich Bodenwellen, schwierige Kurven, mögliche Fangfragen. Dann die Fahrt nach Genf ins Fernsehstudio. Sie erinnert sich an die

Zeit damals in der Schule: Kurz vor der Prüfung soll man nicht mehr in die Unterlagen schauen, das verwirrt nur. Jetzt geht es darum, das innere Vertrauen abzurufen und Ruhe zu finden. Sie liest im «Buch vom meditativen Leben». Wunderbar. Sie weiss jetzt, dass sie die richtige Einstellung für das Interview gefunden hat.

Um 10.30 kommt sie im Studio an und lässt sich schminken. Die Visagistin strahlt Ruhe und Gelassenheit aus. Um 11.15 ins Aufnahmestudio. Sie lernt Isabelle Moncada und Daniel Stons in natura kennen. Sie tun alles, damit sich ihr Gast wohl fühlt. Dann darf sie sich die Reportage anschauen, die in der Sendung vor dem Interview gezeigt werden soll.

11.40. Jacqueline Forster wird an den Studiotisch gebeten. Volle Konzentration. Sie verzichtet auf den Probedurchlauf und zieht die sofortige Aufnahme des Interviews vor. 11.50. Kamera läuft. 12.01. Alles vorbei, im Kasten, alle zufrieden. Sie spürt einen Stich im Magen, wie immer nach einer grossen Anspannung. Um 17.30 ist sie zurück in Basel. Yogakurs. Am nächsten Morgen,

Mittwoch, 8. Juni

wird die Pressemitteilung der Bio Suisse verbreitet und auf die Homepage gestellt. Im Vordergrund steht das Aberken-

nungsverfahren der betroffenen Betriebe. Die von der Bio Suisse veranlasste Zweitanalyse von Küchenkräutern in Töpfchen, welche bessere Resultate brachte, wird nur zurückhaltend kommuniziert. Die Botschaft: Die Bio Suisse nimmt das Problem ernst und unternimmt selber etwas dagegen.

Der Auftritt von Jacqueline Forster in der Höhle des Löwen, auf dem heissesten Stuhl des Westschweizer Fernsehens, wirkte sympathisch und überzeugend. Sie strahlte Ruhe und Kompetenz aus, sehr gutes Französisch mit einem charmant wirkenden Accent einer Ostschweizerin, und kam auch bei kniffligen Fragen nicht ins Stottern. Sie holte der Biobewegung die Kastanien aus dem Feuer. Für eine Woche. Eine Woche später, am

Dienstag, 14. Juni

der Fall der Mühle Dambach in Villmergen im «Kassensturz». Titel: «Schwindel mit Bio-Knospe: Ein Mitarbeiter packt aus.» Die Mühle kaufte zwar Biohafer ein, vermischte ihn aber aus Kapazitätsgründen mit konventioneller Ware und verkaufte aus dem Gemisch hergestellte Flocken als Bioflocken. Dies kam zum Vorschein, nachdem ein ehemaliger Mitarbeiter, dem gekündigt worden war, ausgepackt hatte.

Für den 28. Juni, nach dem Redaktionsschluss bioaktuell, ist die Geschichte mit den Küchenkräutern im «Kassensturz» vorgesehen. Das Krisenmanagement auf der Bio Suisse Geschäftsstelle kommt nicht zur Ruhe und ist weiterhin gefordert. Wie würde die Knospe wohl heute dastehen, wenn es den Krisenstab der Bio Suisse nicht gäbe?

Alfred Schädeli



Eine Woche später der nächste Fall im «Kassensturz»: «Biohaferflocken», hergestellt aus mehrheitlich konventionellem Hafer. Die Einkäufe und Abverkäufe der Bioware stimmten überein. Doch in der Mühle wurde alles gemischt.



Das neue Team des planète bio suisse (grosses Bild): Denise Marty, Leiterin Animation, Koch Giorgio Diaz-Barisi, Andrea Grolimund und Vincent Delley, Mitarbeiter Animation.



BioRegio-Apéro in Uettligen BE

Das Bio Suisse Projekt planète bio suisse ist in seinem zweiten Jahr unterwegs. Als Startschuss führen die Initianten Bio Suisse und Coop an sieben der neun Standorte des Planets ein BioRegio-Apéro durch, zu denen wichtige Persönlichkeiten aus der Region eingeladen werden. So auch auf dem Hof von Theo und Sarah Schädeli in Uettligen bei Bern. Oben links Res Schneider und Heinz Minder, Präsident und Geschäftsführer der Bärner Bio Bure. Oben rechts Bio Suisse Präsidentin Regina Fuhrer im Gespräch mit Claire-Lise und Thomas Vatter vom «logischen Supermarkt» in Bern. Bild links Peter Kohler von der Solothurner Lebensmittelkontrolle mit dem Berner Kantonschemiker Urs Müller (der mit diesem Apéro seine berufliche Laufbahn abschloss). Unten Links Wohlener Gemeindepräsident Christian Müller beim Rundgang durch den Bioparcours. Unten rechts Muriel Lehmann von der Bio Suisse mit dem Komiker Goegi, der ein Ständli mit der Ukulele vortrug.



Der Biolandbau im Würgegriff

Fallende Biomilchpreise, sinkende Zuschläge für Bioschweinefleisch – die Billigdiskussion macht auch vor dem Biolandbau nicht Halt. «Müssen Lebensmittel billig sein?» war das passende Thema des diesjährigen Biogipfels. Umrahmt vom Zofinger Bio Marché diskutierten Vertreter aus Forschung, Politik, Landwirtschaft und Handel die Existenzfrage einer nachhaltigen Biolandwirtschaft.

Er sei mit den Preisen, die er derzeit für sein Gemüse bekommt «nicht unzufrieden», meinte Stephan Müller beim diesjährigen Biogipfel am 18. Juni in Zofingen. Er ist Gemüseproduzent im Kanton Zürich und Präsident der Fachkommission Gemüse der Bio Suisse. Allerdings sei der Preisdruck im letzten Jahr enorm gestiegen; aufgrund des angekündigten Markteintritts der deutschen Discounter Aldi und Lidl.

Müller kann das nicht verstehen: «Warum schon in die Schlacht ziehen, wenn der Gegner noch nicht mal auf dem Schlachtfeld ist?» Bisher gab es zwar viel Gerede, aber noch hat keine einzige Filiale der gefürchteten Billigkonkurrenz geöffnet. Die sinkenden Preise hätten dazu geführt, dass es bereits jetzt Produkte gebe, die nicht mehr kostendeckend hergestellt werden können. Seiner Meinung nach müssen alle, die an der Produktion eines hochwertigen Lebensmittels beteiligt sind, davon leben können. Für ihn geht es im Biolandbau nicht nur um Tierwohl, wie es die Richtlinien fordern, sondern auch um «Menschenwohl».

Was aber ist das Menschenwohl? Worauf kommt es an im Leben?

BIP = Lebensqualität?

Diese Frage stellte auch Urs P. Gasche, der zu Beginn der Veranstaltung dem «Geschwätz vom Wachstum» mit Fakten und Beispielen Paroli bot. Er bezeichnete die Veranstaltung im Nachhinein als «Heimspiel», stiess er doch mit seinen Thesen bei den Teilnehmern des Biogipfels auf offene Ohren. Er übte harsche Kritik an der ewigen Forderung nach Wirtschaftswachstum, genauer nach steigendem Bruttoinlandsprodukt (BIP), dem angeblichen Allheilmittel für ausreichend Arbeitsplätze, Sicherung der Renten und bessere Lebensqualität.

Befürwortern des Wirtschaftswachstums sind zufriedene Menschen ein Dorn im Auge, meinte Gasche, sind sie doch Schmarotzer, da sie weniger konsumieren und somit zu wenig zum Wachstum beitragen. Und für die Landwirtschaft gilt: Je intensiver, desto besser für das Wachstum.

An klar nachvollziehbaren Beispielen zeigte Gasche auf, dass das BIP ein denkbar schlechter Massstab ist, um den Wohlstand oder gar die Lebensqualität einer Nation zu messen. Das BIP unterscheidet nämlich nicht, ob Geld für Produktives oder Zerstörerisches, für Sinnvolles oder Sinnloses ausgegeben und investiert wird. Lange Arbeitswege und damit einhergehender steigender Benzinverbrauch und Bedarf an Strassen erhöhen das Wirtschaftswachstum ebenso wie vermehrte Krankheiten, die einen Besuch beim Arzt notwendig machen. Ausserdem, was macht Lebensqualität überhaupt aus? Lärm, Gestank, Feinstaub in der Stadtluft, verschmutzte Seewege, Schwund der Artenvielfalt, Angst vor Arbeitslosigkeit sind zwar die Folgen vieler Massnahmen, die das BIP steigern sol-

len, doch die Lebensqualität erhöhen sie sicher nicht. «Unser Lebensziel ist nicht das Wirtschaftswachstum.»

Handeln statt jammern

In der anschliessenden Diskussion verwies Gasche auf den hohen Anteil der Konsumentinnen und Konsumenten, die bereit sind, für Labels wie Knospe, M-Bio oder Max Havelaar und den damit verbundenen Mehrwert an Ökologie und sozialer Gerechtigkeit mehr zu bezahlen. Seiner Meinung nach wird dieser Anteil noch steigen. Der Trend für Bio-Produkte sei auch global gesehen gut.

Nun heisse es handeln und nicht jammern. Gasche forderte klare, einheitliche Logos: Der Kunde müsse informiert werden, welchen Mehrwert er genau mit ei-

«Unser Lebensziel ist nicht das Wirtschaftswachstum.»

Urs P. Gasche



Das Geschwätz vom Wachstum

Urs P. Gasche und Hanspeter Guggenbühl entlarven in ihrem neuen Buch die ewige Forderung nach mehr Wirtschaftswachstum als oberflächliches Gerede. Die



Autoren belegen mit Fakten, dass ein steigendes Bruttoinlandsprodukt die Arbeitslosenrate nicht senkt, für die Finanzierung der Renten nicht nötig ist, den Zustand der Natur verschlechtert und die Lebensqualität der meisten Menschen in Europa beeinträchtigt. Aus diesem Grund wird davor gewarnt, gerechte Steuern, die Sozialpolitik oder den

Umweltschutz dem Diktat des Wirtschaftswachstums zu opfern. nav

«Das Geschwätz vom Wachstum», Urs P. Gasche und Hanspeter Guggenbühl. Orell Füssli Verlag, 2004, Fr. 29.80.





Besuch des Bio Marché in Zofingen – ein Stück Lebensqualität

nem Bioprodukt erwirbt. Ausserdem sollten die Bios über die Gegenseite offensiv aufklären, beispielsweise über den konventionellen Gemüseanbau in Südspanien. Dort wird meist unter unmenschlichen Bedingungen und ohne Rücksicht auf die Umwelt Billiggemüse produziert.

Nicht nur vom Markt abhängig

Urs Niggli, Direktor des Forschungsinstituts für biologischen Landbau, sieht die Politik in der Pflicht. «Die Entwicklung des Biolandbaus ist nicht nur vom Markt abhängig. Wir müssen uns fragen: Wollen wir Bodenschutz, Biodiversität, wirtschaftliche Tätigkeit in länd-

lichen Regionen, qualitativ hochwertigen Tourismus?» Die grüne Nationalrätin Ruth Genner sprach sich ebenfalls für eine nachhaltige Landwirtschaft aus, die keine Schäden hinterlässt. Beispielsweise sei derzeit die Hälfte aller Trinkwasserfassungen in der Schweiz durch Pestizide verschmutzt. Steuergelder dürften nicht länger eine Landwirtschaft unterstützen, die solche Schäden verursacht, welche wiederum mit Steuergeldern beseitigt werden müssen.

Im globalen Würgegriff

Niggli hält nichts von passivem Gejammer. «Jeder steckt im Würgegriff des anderen: die Bauern in dem der Grossverteiler, diese im Würgegriff von Aldi und Lidl und alle sind im Würgegriff der WTO.» Der biologische Landbau müsse seine eigenen Ideen entwickeln, «dann läuft das von allein». Seiner Meinung nach ist die Bio Suisse mit ihrer Idee von Bioregionen auf einem guten Weg. Dort sollen Biobauern und Hotels an einem Strang ziehen und eine regionale Ernährungskultur schaffen. Kurze Transportwege, Arbeit in der Region – das wäre auch ganz im Sinne von Ruth Genner. Sie fordert eine reale Besteuerung von Trans-

portkosten, was die Preise für konventionelle Importware steigern und regionale Bioprodukte konkurrenzfähiger machen würde.

Bios sollten Bio kaufen

Von einer Bioregion Graubünden beispielsweise wäre auch Meta Denoth, eine begeisterte Biokonsumentin aus Ftan, angetan. Bis es soweit ist, sieht sie jedoch noch einigen Handlungsbedarf. «Es wäre schon mal super, wenn alle Bioproduzenten konsequent wären und sagen würden: Wir produzieren Bio, also kaufen wir auch Bio.»

Die Gelegenheit, Bio einzukaufen, bot sich vor dem Hotel Zofingen zur Genüge. Jedes Jahr zum Bio Marché verwandelt sich das malerische Städtchen Zofingen in den grössten Bioladen der Schweiz. Vom 17. bis 19. Juni konnten sich tausende von Besuchern bei herrlichem Wetter von der Vielfalt biologischer Produkte ein Bild machen. Zu den Klängen der verschiedenen Strassenmusiker liess es sich genüsslich durch die Gassen schlendern und allerlei Köstlichkeiten degustieren – Lebensfreude pur.

Nadine Ackermann,
Internetredaktorin am FiBL



Power für Biobauern.

www.biofarm.ch



Niklaus Steiner, Bauernberater bei der Biofarm, mit dem neuen Schweizer Bauremüesli. Die darin gemischten Hafer-, Weizen- und Dinkelflocken, die Vollkorn-Cornflakes und die Apfelstückli kommen zu 100% von Schweizer Biobäuerinnen und Biobauern.

Heute machen sich mit Biofarm schon 500 Biobäuerinnen und Biobauern gemeinsam für faire Preise, neue Produkte und den Schweizer Biolandbau stark. Gut beraten und engagiert begleitet von Getreide- und Beeren-Spezialist Niklaus Steiner (062 957 80 52; steiner@biofarm.ch) und Obst-Fachmann Hans-Ruedi Schmutz (032 392 42 44; hr.schmutz.bio@bluewin.ch). Ihre kompetenten Partner für Brotgetreide, Futtergetreide, Körnerleguminosen, Ölsaaten, Tafel- und Verarbeitungsobst, Beeren und Früchte für die Verarbeitung.



Natürlich

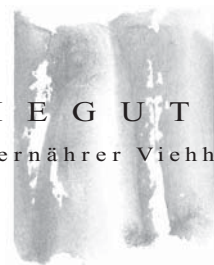
...übernehmen wir Ihre Tiere!

Keine Frage: In der Aufzucht sind Sie die Profis. Doch die kompetente und engagierte Vermittlung Ihrer erstklassigen Natura-Beef® und Bio Tiere können Sie getrost uns überlassen. Die Viegut AG ist nicht nur ein Familienbetrieb mit langjähriger Erfahrung. Sondern auch ein ganz modernes, von SVAMH und Bio Suisse lizenziertes Handelsunternehmen.

Und natürlich freuen wir uns auf Ihren Anruf (041 360 69 78), Ihren Fax (041 360 72 55) oder Ihr E-Mail (viegut@bluewin.ch). Wir beraten Sie gerne – keine Frage!

Wir vermitteln für Sie:

- Natura-Beef®
- Natura-Beef® Bio
- Natura-Kühe
- Bio Rindvieh
- Bio Schweine
- Nutz- und Zuchtvieh



VIEGUT AG
Unternährer Viehhandel

Gewerbering · 6105 Schachen · Telefon 041 360 69 78
Fax 041 360 72 55 · viegut@bluewin.ch



Natura-Beef



BIO
POOL



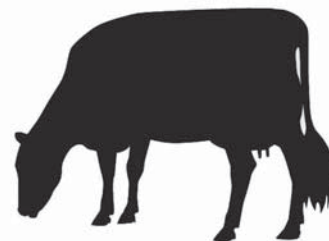
PROTECTOR MINERALSALZ BIO-Kompatibel*

Für Milchvieh

- 126 Magnesiumreich
- 127 Phosphorreich
- 128 Mit ausgeglichenen Rationen

143 Für Schafe und Ziegen

Griessig erhältlich !



Verlangen Sie in Ihrer regionalen PROTECTOR Mühle eine Offerte



PROTECTOR SA
1522 Lucens

Tel 021 906 15 15
Fax 021 906 85 54
www.protector.ch

* Sind auf der Hilfsstoffliste der FiBL aufgeführt



Stefan Jegge vor seinem Hof in Kaisten mit der Knospe.

Rezept für Knospe-Marketing

Mit seiner zündenden Idee macht ein Aargauer Biobauer Werbung für den Biolandbau. Mit dem Motormäher rasierte er eine Knospe in die Weide. Er hofft, dass er viele Nachahmer in der ganzen Schweiz findet. Die sympathische Aktion soll den Absatz der Biomilch fördern.

Man nehme 2–3 Kollegen aus dem örtlichen Turnverein, 1 Vorlage der Bio Suisse Knospe auf einem Blatt Papier, 1 Mähweide, 1 funktionstüchtigen Motormäher, voll getankt, mit 1,9-Meter-Messerbalken (oder lieber kleiner), 1 gute Idee, 1 gute Stunde Zeit und 1 gute Prise Kreativität. Man mische die Zutaten im richtigen Verhältnis und verblüffe die Umgebung mit einer einfachen und wirkungsvollen Marketingmassnahme. Alles klar?

Die gute Idee kam Stefan Jegge, Biobauer auf dem Berghof in Kaisten im Aargauer Jura, während einer Sitzung der IG Biomilch der Miba. Wenn jeder Biomilchproduzent, so überlegte er, in einer weit herum sichtbaren Matte seines Hofes eine riesige Knospe herausmähen würde, hätte das eine Superwirkung auf das Image des Biolandbaus in der Bevölkerung. Damit würde sichtbar, dass die Biobauern hinter dem Label stehen. Jeder Biobauer könnte so einen Beitrag zur Entspannung des Milchmarktes leisten.

Der Bauer schritt sogleich zur Tat. Am Hang des Tälchens, durch welches man von Kaisten her kommend auf seinen Betrieb gelangt, steckte er in der Weide mit Hilfe eines in der Mitte verankerten Bandes einen Kreis mit 30 Meter Durchmesser aus. Die Knospe, die er am Pflingstamstag mit dem Motormäher aus diesem Kreis herausmähen wollte, sollte vom Wanderweg an der gegenüberlie-

genden Seite des Tales optimal erkennbar sein. Deshalb stellten sich seine Turnverein-Kollegen mit einer Vorlage der Knospe dorthin und loteten Jegge am Motormäher. «Am heikelsten waren die Blattachsen der Knospe. Da musste ich mit dem Motormäher sehr sorgfältig arbeiten, damit sie schön in den Spitz liefen», erinnert sich der Bauer.

Nach einer guten Stunde war das Werk vollbracht, die Knospe prangt seither am Hang und wird von den Nordic-Walkern, die den Wanderweg rege benutzen, oft beachtet. Unterdessen mähete Jegge dreimal nach, bevor er das hoch gewachsene Gras der stehen gelassenen Fläche am eidgenössischen Schnitttag zusammen mit den Ökoflächen mähete. Wenn die Kühe auf der Weide sind, zäunt er die Knospe aus, um die Tiere von seiner Werbefläche fernzuhalten. Als nächsten Schritt hat sich Stefan Jegge vorgenommen, am Wegrand ein Schild aufzustellen, welches die wichtigsten Informationen über die Knospe und über seinen Betrieb enthält.

Stefan Jegge und seine Ehefrau Anita – im März kam ihr erstes Kind, eine Tochter, zur Welt – übernahmen den Hof seiner Eltern im Jahr 2002 und stellten ihn sogleich auf Biolandbau um. Die Milchwirtschaft konnte ausgedehnt werden und wurde zum wichtigsten Betriebszweig. Die 33 Milchkühe belegen einen Freilaufstall mit wahlweise Liegebo-

den oder Tiefstreu und kalben saisonal ab, innerhalb von acht Wochen im Dezember und Januar. Somit fällt die Startphase noch in die Winterfütterung und kann entsprechend sorgfältig gemanagt werden. Ab Mitte Mai wird das Kraftfutter aus den Rationen gestrichen. Von da an sind die Tiere Tag und Nacht auf der Weide und kommen nur noch zum Melken in den Stall. Der Weidebetrieb dauert bis Ende Oktober. Dann werden die Kühe eingestallt und alle am gleichen Tag trockengestellt.

Nebst der Milchwirtschaft gehört seit Kurzem ein zweites wichtiges Standbein zum Betrieb: die Tafeltraubenproduktion. «Ich will mich breiter abstützen. So wie sich der Biomilchmarkt zurzeit entwickelt, scheint mir das vernünftig», erklärt der junge Biobauer. Die Anlage für die Tafeltrauben ist im Aufbau. Mit Hilfe der Landwirte aus dem Dorf legte Jegge 30 Aren Jungreben vier geeigneter Sorten an, von Hand, denn der schwere Boden war in diesem Frühjahr zu nass für die maschinelle Pflanzung.

Zurück zur Knospe auf der Weide: Stefan Jegge ist überzeugt, dass viele seiner Berufskollegen diese Aktion ebenfalls vornehmen könnten. «Das schafft eine positive Stimmung für den Biolandbau.» In seinem Umfeld hat es bereits gewirkt. Im Dorf und im Turnverein ist die Knospe seither ein Thema.

Alfred Schädeli

Mit Phosphordünger gelangt Uran auf Schweizer Äcker

Phosphatdünger enthält bis zu 100 Gramm Uran pro Tonne. Mit dem Dünger kippen die Bauern auch in der Schweiz erhebliche Mengen Uran auf ihre Felder. Während das Problem in Deutschland debattiert wird, fehlen in der Schweiz genaue Daten und Grenzwerte.

Uran ist ein radioaktives Schwermetall. Uran ist giftig. Und Uran liebt Phosphat. Fast überall, wo Phosphat abgebaut wird, kommt auch Uran vor. 65 bis 141 Gramm Uran pro Tonne hat man im Phosphat aus den USA, dem wichtigsten Produzenten, nachgewiesen. In brasilianischem Phosphat wurden 220 Gramm pro Tonne gemessen.

Laut einer UN-Statistik importiert die Schweiz pro Jahr rund 17 000 Tonnen Phosphate. Der Stoff wird zur Herstellung von Düngern benötigt, die in der Landwirtschaft und der Freizeitgärtnerei eingesetzt werden. Mit den Phosphaten reist aber auch das Uran in die Schweiz - und landet auf Äckern und Wiesen.

In der deutschen Wochenzeitung «Die Zeit» hat Ewald Schnug, Profes-

sor an der Bundesforschungsanstalt für Landwirtschaft in Braunschweig, nun vor den uranhaltigen Phosphatdüngern gewarnt. Schnug hat errechnet, dass ein durchschnittlicher deutscher Bauer auf seinen Feldern pro Hektare und Jahr mit dem Dünger bis zu 21 Gramm Uran verstreut. Es gebe keinen Grund anzunehmen, dass das in der Schweiz anders sei, sagt Schnug.

Im Auftrag des Bundesamts für Umwelt, Wald und Landschaft (Buwal) hat das Paul-Scherrer-Institut Dünger untersucht. Dabei, heisst es in einem Buwal-Bericht, sei man auf einen Urangelhalt von 100 Gramm Uran pro Tonne Trockensubstanz gestossen. Es sei davon auszugehen, dass in Böden, die in den letzten 40 Jahren mit Phosphatdüngern behandelt wurden, bereits 10 Prozent der radioaktiven Strahlung aus dem Dünger stamme. Obwohl der Bericht aus dem Jahr 1991 Abklärungen «im Detail» forderte, blieb der Bund während mehr als einem Jahrzehnt untätig. Man habe beim Dünger wichtigere Probleme gehabt, erinnert sich ein Buwal-Mitarbeiter, vor allem die Frage der Belastung durch Cadmium: «Die Sache mit dem Uran schien uns da weniger dringlich. Sie ist schlicht versandet.»

In der Zwischenzeit dürfte sich das Problem verschärft haben. Bis zum Ende des Kalten Krieges war in einigen Ländern das Uran dem Phosphat chemisch entzogen und für militärische und zivile Zwecke verkauft worden. Da wegen der nuklearen Abrüstung aber der Uranpreis einbrach, sind diese Extraktionsanlagen stillgelegt worden. Damit verbleibt noch mehr Uran im Phosphat als früher.

Trotz der Studie von 1991 und den neuesten Entwicklungen gibt es in der Schweiz keine Vorschriften über Uran in Düngemitteln. «Ich habe von der Sache erst kürzlich erfahren», sagt Roger Frossard, der im Bundesamt für Landwirtschaft für die Düngerzulassung zuständig ist. Eine Deklarationspflicht existiert nicht: Der Bauer weiss also nicht, wie

viel Uran er mit dem Dünger einkauft, und hat keine Möglichkeit, auf wenige uranhaltige Produkte auszuweichen. Ahnungslos sind auch die Produzenten: «Wir wissen nicht, wie viel Uran in unseren Produkten ist», gesteht Hansueli Schaufelberger vom Düngelieferanten Landor ein.

Unbekannt ist auch, wie viel Uran genau dem Boden bereits zugeführt worden ist und wie sich dieses dort verhält. «Für Uran fehlen uns die Daten», sagt Satish Gupta von der Eidgenössischen Forschungsanstalt Reckenholz. Es sei eben wie mit dem Huhn und dem Ei, erklärt Gupta, der die Abteilung Bodenchemie leitet: «Ohne Richtwert keine Analyse – und ohne Analyse kein Richtwert.»

Ist das Uran, das mit dem Dünger auf die Schweizer Böden gelangt, gefährlich für den Menschen? Otmar Zoller vom Bundesamt für Gesundheit glaubt mit Blick auf ausländische Studien nicht daran. Zudem, sagt Zoller, gebe es im Schweizer Boden ohnehin viel Uran, da das Land reich an uranhaltigen Gesteinen sei. Ewald Schnug freilich beruhigt das nicht: «Wenn schon viel da ist, scheint es mir nicht sonderlich klug, noch mehr obendrauf zu kippen», sagt er. Der Landwirtschaftsboden sei schliesslich keine Deponie für Schwermetalle.

Nur Rohphosphat zugelassen, Verbrauch klein

Im Biolandbau in der Schweiz ist gemäss Hilfsstoffliste als mineralischer Phosphordünger Rohphosphat aus Europa und dem Mittelmeerraum zugelassen. Dieser wird im Biolandbau relativ wenig eingesetzt, da die gemäss Nährstoffbilanz erlaubte Phosphormenge überwiegend durch den Phosphor in den eigenen Hofdüngern ausgeschöpft wird. Ein allfälliges Phosphormanko wird meistens durch zugekaufte Hofdünger und Komposte und nur in seltenen Fällen durch mineralische Phosphordünger aufgefüllt. Aus einer Erhebung aus dem Jahre 1998 geht hervor, dass damals zwei Biobetriebe (von 5000) Rohphosphat einsetzten. 24 Betriebe brachten Granuphos (Rohphosphat mit Magnesium) aus, insgesamt 18 Tonnen pro Jahr (!). Weitere 53 Betriebe setzten 26 Tonnen Thomasmehl pro Jahr ein. Diese Zahlen werden sich bis 2005 nicht grundsätzlich verändert haben. Bei Redaktionsschluss lagen uns keine Daten über den Urangelhalt dieser Dünger vor. Sobald das FiBL präzisere Erkenntnisse hat, wird bioaktuell informieren. als



Pascal Hollenstein

Dieser Artikel erschien erstmals in der «NZZ am Sonntag» vom 12. Juni 05.

Arbeitskreis für grosse Milchbetriebe

Die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen führen zu immer grösseren Milchbetrieben, auch im Biolandbau. Weil sie noch dünn gesät sind, ist der Erfahrungsaustausch schwierig. Darum will die FiBL Beratung einen Arbeitskreis für Biomilchbetriebe mit über 50 Kühen aufbauen.

Das agrarpolitische Umfeld fördert den Strukturwandel und demnach die Vergrösserung der Betriebe. Von diesem Trend sind die Biobetriebe nicht ausgeschlossen. Insbesondere in der Milchwirtschaft kann eine sehr deutliche Tendenz zu grösseren Betrieben festgestellt werden. Von 1990 bis 2004 hat sich der durchschnittliche Bestand von 16 auf 22 Milchkühe pro Betrieb erhöht. Die Vergrösserung der Betriebe verläuft in den verschiedenen Regionen der Schweiz unterschiedlich. Und es sind nicht nur Einzelbetriebe, die sich vergrössern. Dies geschieht auch oft in der Zusammenlegung von Betrieben zu Betriebszweiggemeinschaften oder Betriebsgemeinschaften.

In der Schweiz sind die Erfahrungen mit grösseren Milchkuheinheiten noch nicht sehr weit verbreitet. Betriebe mit 50 bis 100 Kühen sind noch selten. Das FiBL möchte deshalb in einem Arbeitskreis die grössten Biomilchbetriebe der Schweiz zusammenfassen, damit die Erfahrungen unter diesen grossen Betrieben ausgetauscht werden können. Unter «gross» erachten wir Betriebe mit mehr als 50 Milchkühen.

Aus Datenschutzgründen ist es nicht möglich von den Kontroll- und Zertifizierungsstellen oder von der Bio Suisse die Adressen dieser grossen Milchwirtschaftsbetriebe zu erhalten, damit man sie direkt anschreiben könnte. Deshalb hier dieser Aufruf, sich bei der unten stehenden Adresse zu melden, wenn Sie sich für die Teilnahme in einem Arbeitskreis interessieren.

Das Ziel wäre, dass wir pro Winter drei bis vier Betriebe besuchen. Auf jedem Betrieb können wir uns in ein Spezialgebiet vertiefen. Die Themen legen die Mitglieder des Arbeitskreises an der ersten Sitzung selber fest und die Bearbeitung der Themen würde Eric Meili übernehmen. Dabei können nach Bedarf zusätzliche Fachleute zugezogen werden. Ein Arbeitskreis ist auf zwölf Teilnehmerinnen und Teilnehmer begrenzt, weil



Bild: BBDO

Grosse Milchviehherden sind in der Schweiz noch wenig verbreitet. Ein Beratungsprojekt will den Erfahrungsaustausch fördern.

wir sonst in den methodischen und didaktischen Möglichkeiten überfordert sind und die Leute auf den Betrieben keinen Platz mehr haben.

Es scheint uns wichtig, dass sich nicht nur Low-input-Betriebe melden, sondern auch Betriebe, welche intensive Milchproduktion betreiben. Wir möchten einen breiten Erfahrungsaustausch, sowohl für Hochleistungs- wie auch für Low-input oder Vollweidebetriebe gewährleisten. Je nach Wunsch der Teilnehmer können als Vorbereitung auf einen Thementag die verschiedenen heutigen Planungsinstrumente für Milchbetriebe verwendet werden wie zum Beispiel der Betriebsvoranschlag (BetVor LBL), die Vollkostenrechnung Milch, die Grundfutterkostenberechnung, strategische Planung für Milchbetriebe, Milchmanager und so weiter. Wir können Themen wählen aus

Zucht, Haltung, Fütterung, Tiergesundheit, Management, Stallbau oder Milchpolitik.

Wir hoffen, dass sich möglichst viele grosse Biomilchbetriebe für diesen Arbeitskreis melden. Es sollte eine breite Diskussion auf diesen Betrieben möglich sein. Wenn sich mehr als zwölf Teilnehmer melden, könnten mehr als ein Arbeitskreis gebildet werden, sie wären dann regional zusammengestellt. Es wäre interessant, wenn sich möglichst viele Regionen beteiligen würden, weil dann der Austausch spannender ist. Wir hoffen, dass sich auch Betriebe aus der Westschweiz angesprochen fühlen.

Eric Meili, FiBL Beratung
Anmeldung für grosse Biomilchbetriebe
an: Eric Meili, Barenberg 36, 8608 Bubikon,
Tel. 055 243 39 39, Fax 055 243 33 16,
E-Mail eric.meili@fibl.org

Biojunghennen jetzt vorbestellen

Laut Bioverordnung des Bundes dürfen in der Schweiz ab 1. Januar 2006 keine konventionellen Junghennen mehr zuge-

kauft werden. Aufgrund dieser Verordnungsänderung und der ausreichenden Versorgungslage mit Biojunghennen hat

auch die Bio Suisse letztes Jahr beschlossen, dass ab 1. Januar 2006 nur noch Knospe-Junghennen eingestallt werden dürfen (Art. 3.1.10, Übergangsregelungen in den Richtlinien für die Erzeugung, Verarbeitung und den Handel von Knospe-Produkten der Bio Suisse).

Die biologischen Legehennenhalter sind aufgerufen, bereits jetzt ihren Bedarf an Knospe-Junghennen für das Jahr 2006 bei ihrem Junghennenhändler oder Aufzuchtbetrieb zu bestellen. Lieferengpässe dürfte es kaum geben. Die Bio Suisse geht nämlich davon aus, dass die Bioeierhandelsfirmen und Biojunghennenhändler ihre Planungsdaten an die veränderte Situation angepasst haben, um eine vollständige Versorgung zu garantieren.

Bei Fragen gibt Jorge Vásquez, Produktmanager Eier und Geflügel bei der Bio Suisse, Telefon 061 385 96 21, gerne Auskunft.

Jorge Vásquez, Bio Suisse

Der neuste Stand bei der Lohnverarbeitung

Wie im bioaktuell 1/05 bereits informiert wurde, müssen ab 2006 alle Lohnverarbeitungsbetriebe direkt unter dem Kontroll- und Zertifizierungsverfahren stehen. Dies ist eine Auflage des Bundesamtes für Metrologie und Akkreditierung (Metas) zur Umsetzung der Bioverordnung und gilt für jegliche Verarbeitung von Bioprodukten. Nur in Ausnahmefällen und mit einer Bewilligung darf ein Biobetrieb weiterhin bei einem Lohnverarbeitungsbetrieb verarbeiten lassen, der nicht direkt unter dem Kontroll- und

Zertifizierungsverfahren steht. Die Bio Suisse, Demeter und bio.inspecta haben den Kriterienkatalog für die Ausnahmewilligung erstellt, doch die Metas hat diesen nicht akzeptiert. Die Bio Suisse hat sich deshalb entschieden, nochmals das Gespräch mit der Metas zu suchen, um für die Knospe-Betriebe die bestmögliche Lösung zu finden. bioaktuell wird weiter informieren.

Franziska Eigenmann, zuständig für die Hofverarbeitung bei der Bio Suisse



schaffhausen

das etwas andere unternehmen
der mensch im mittelpunkt

Ziel der Ausbildungen in unserer Zierpflanzengärtnerei ist es, leicht behinderte Jugendliche persönlich, sozial und beruflich so zu fördern, dass sie sich nach abgeschlossener Ausbildung in Gesellschaft und Arbeitswelt integrieren können.

Wir suchen auf August oder nach Vereinbarung einen / eine

Zierpflanzengärtner/in
Bio-Erfahrung erwünscht

Nebst Kulturplanung und Produktion von Zierpflanzen nach den Richtlinien von Bio-Suisse sind Sie zuständig für die Ausbildung von Jugendlichen in Theorie und Praxis. Weiter sind Sie Teil des flexiblen, eng zusammenarbeitenden Gärtnerei-Teams aus Verkauf, Gartenunterhalt und Zierpflanzenproduktion.

Sie zeichnen sich durch gute Fachkenntnisse im Zierpflanzenbau aus, bringen die nötige Erfahrung für einen erfolgreichen Bio-Anbau mit, haben Freude und Flair an der Ausbildung von Jugendlichen und sind technisch versiert.

Daneben erfordert Ihre neue Aufgabe im Spannungsfeld von Produktivität, Ausbildung und Betreuung eine belastbare, flexible Persönlichkeit mit Lebenserfahrung und Organisations-talent.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie bitte Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen an: **altra schaffhausen, Fachbereich Personal, Mühlenstrasse 56, Postfach, 8201 Schaffhausen.** Erste Auskünfte erhalten Sie v. Brigitte Mühlebach, Fachbereich Personal, 052 632 17 14.

www.grueningermuehlen.ch

Flurina Bio

...eine Gute Wahl

Die verstehen was von preiswerter Nutztierfütterung...

Willi Grüninger AG, 8890 Flums Telefon 081 720 19 19

Rüegg Gallipor AG

Geflügelzucht

8560 Märstetten

Tel. 071 / 659 05 05 Fax. 071 / 659 05 20

Wir liefern laufend gesunde, leistungsfähige, Zertifizierte Bio - Küken und Bio - Junghennen

Als grösster Vermarkter von Bio-Junghennen, können wir Ihnen jederzeit Bio - Küken und Junghennen anbieten.

- weisse, braune, schwarze und silver
- ab 10 Tiere Lieferung franko Hof
- abholung ab Gelsbühl, Märstetten jederzeit möglich (Tel. Anmelden)
- Ringe, Flexinetze, Legenester, Futterautomaten, Tränken, Eierschachteln usw.

Rufen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne auch in Gesundheits- und Haltungsfragen.



Bild: Claudia Schneider

Der konventionelle Anteil in der Futterration wird gekürzt

In den Richtlinien für die Produzenten der Bio Suisse ist das Ziel formuliert, die Tiere auf Biohöfen immer konsequenter mit Biofutter zu füttern. Die letzte Delegiertenversammlung hat dazu einen Fahrplan verabschiedet. Welche konkreten Konsequenzen hat er kurz- und mittelfristig für die Fütterung?

Frage: Ich besitze einen Milchviehbetrieb mit 20 Kühen. Im Winter habe ich konventionelle Zuckerrübenschnitzel in der Ration. In der Startphase bekommen die Kühe ausserdem Kraftfutter, welches 20 Prozent konventionelle Bestandteile hat, das heisst Hilfsstoffknospe-Futter. Darf ich das Kraftfutter und die konventionellen Zuckerrübenschnitzel nächstes Jahr auch noch einsetzen?

» Antwort: Ja. Doch die Bio Suisse Delegiertenversammlung vom März 2005 hat beschlossen, den konventionellen Anteil in der Futterration auf den 1.1.2006 zu senken. Ab 2006 sind bei Wiederkäuern noch maximal 5 Prozent und bei Nichtwiederkäuern 10 Prozent konventioneller Anteil in der Gesamtration erlaubt. Im Hilfsstoffknospe-Futter sind vom gleichen Zeitpunkt an noch 10 Prozent konventioneller Anteil zugelassen. Die Liste der zugelassenen konventionellen Komponenten im Anhang 5 ändert aufs nächste Jahr nicht. Konventionelle Zuckerrübenschnitzel dürfen Sie also nächstes Jahr noch einsetzen. Sie müssen aber aufpassen, dass Sie nicht über die 5 Prozent konventioneller Anteil in der Gesamtration kommen.

Die Umsetzung dieser Reduktion des konventionellen Anteils in der Ration sieht wie folgt aus: Die lizenzierten Futtermühlen dürfen bis am 31.12.2005 Hilfsstoffknospe-Futter mit 80 Prozent Knospe-Anteil und mit 20 Prozent zugelassenen konventionellen Komponenten produzieren. Die Landwirte dürfen dieses Futter bis zum Ablaufdatum (bis spätestens 31. Juni 2006, da das Ablaufdatum einer Futtermischung maximal sechs Monate beträgt) noch einsetzen. Ab 1. Juli 2006 darf nur noch Hilfsstoffknospe-Futter mit maximal 10 Prozent konventionellem Anteil eingesetzt werden.

Fütterung Pensionspferde

Frage: Ich habe in der Mai-Ausgabe des bioaktuell bei den DV-Entscheiden gelesen, dass der konventionelle Anteil bei der Fütterung reduziert wird. Gilt dies auch für die Fütterung der Pensionspferde?

» Antwort: Ja, dies gilt auch für Pensionspferde. Pensionspferde gehören zu den Nichtwiederkäuern. Bisher durfte bei den Nichtwiederkäuern maximal 20 Prozent konventionelles Futter in der Ration eingesetzt werden. Dieser Anteil wurde nun auf 10 Prozent halbiert.

Wie bisher werden an die 10 Prozent des konventionellen Anteils bei der Pensionspferdefütterung keine weiteren Anforderungen gestellt, ausser dass ein unterschriebenes InfoXgen-Formular vorliegen muss.

Beatrice Moser, BIO SUISSE



Fahrplan Reduktion konventionelle Futtermittel

An der Bio Suisse DV im Herbst 2002 haben die Delegierten mit einer grossen Mehrheit dem Fahrplan zur Reduktion des konventionellen Anteils in der Futterration zugestimmt. Im Richtlinienartikel 3.1.8 steht Folgendes: «... Ziel ist es, den Anteil von nicht-biologischen Kraftfutterkomponenten bei den Wiederkäuern bis zum 31.12.2006 gegen null Prozent zu reduzieren und bei den Nichtwiederkäuern bis zum 31.12. 2008 so tief wie möglich zu halten.» An der Frühlings-DV 2005 hat eine knappe Mehrheit der Delegierten die Reduktion des konventionellen Anteils auf den 1.1.2006 verabschiedet.

Das Bundesamt für Landwirtschaft BLW wartet die Entwicklung in der EU ab, bevor die Bioverordnung angepasst wird. Zurzeit sind in der EU folgende Anteile konventionelles Futter zugelassen: Wiederkäuer 10 Prozent. Nichtwiederkäuer 20 Prozent. Ein Entscheid der EU zu konventionellem Futter im Biolandbau ist diesen Sommer zu erwarten.

bm

Keine Verzettelung beim Ausstieg!

Der vorzeitige Ausstieg aus der Milchkontingentierung rückt immer näher. Damit werden aber auch die Tendenzen zur Verzettelung konkreter. Die Bio Suisse bekräftigt ihre alte Empfehlung: Die Biomilchproduzenten sollten den bestehenden biobäuerlichen Organisationen der Milchmarktrunde beitreten und sich weiter zusammenschliessen.

Über den Grundsatz des Ausstiegs und über Mengensteuerungs-Reglemente wurde schon vielerorts abgestimmt. Nun werden die Bäuerinnen und Bauern in verschiedenen Regionen bereits aufgefordert, mittels Unterschrift den Beitritt zu einer Organisation und den vorzeitigen Ausstieg aus der Kontingentierung zu bestätigen. Die Bio Suisse hat zusammen mit externen Experten, unter anderem den Schweizer Milchproduzenten SMP, Empfehlungen zum Thema erarbeitet und kommuniziert. Der ganze Bericht kann bei der Bio Suisse bezogen oder im Internet unter www.bio-suisse.ch heruntergeladen werden. Die wichtigsten beiden Punkte hier wiederholt:

1. Zusammenschluss zu möglichst wenigen, rein biobäuerlichen Organisationen.
2. Organisation als handelnde Produzentengruppe.

Besser zusammen

Der Biomilchmarkt ist nicht völlig vom konventionellen Markt abgekoppelt. Aber er ist eigenständig, mit eigener Preisbildung, eigenem Angebot und eigener Nachfrage. Diese Eigenständigkeit wurde über Jahre erarbeitet. Vorher bestand der Biomilchpreis einfach aus dem konventionellen Preis mit einem fixen Zuschlag. Noch früher gab es gar keinen Biopreis, die Biomilchproduzenten lieferten ihre Milch zum konventionellen Preis ab.

Da sind wir heute mit der Preisbildung doch wesentlich weiter. Dank dem runden Tisch der Milchmarktrunde (MMR) ist es auch möglich geworden, nationale Fragen wirklich schweizweit zu diskutieren und gemeinsame Strategien zu entwickeln. Der grossmehrheitliche Zusammenschluss der Biomolkereimilchproduzenten in den sechs Organisationen der MMR hat die Transparenz und die Koordination wesentlich verbessert.

Doch die Zeit ist nicht stehen geblieben. Die Übernahme der Molkerei Biedermann durch Emmi und das sich abzeichnende Zusammengehen mit der AZM konzentrieren zwischen zwei Drit-

tel und drei Viertel der Biomolkereimilch bei einem einzigen Abnehmer, der aber immer noch von fünf Produzentengruppen beliefert wird. Zusammen mit den beiden nächstgrösseren Abnehmern übernehmen AZM/Emmi/Biedermann 90 Prozent der Biomolkereimilch und verhandeln mit sechs Produzentengruppen. So ist wohl klar, dass eine Bündelung der Produzenten nach wie vor Not tut, damit nicht zu viele verschiedene Gruppierungen sich gegenseitig im Preis unterbieten.

Besser, man handelt

Ein Unternehmen, das die Ware besitzt, hat die grössten Einflussmöglichkeiten am Markt. Klar ist, dass mit einer Produzentenorganisation (PO) die Marktgesetze nicht einfach ausgeschaltet werden können. Klar ist ebenfalls, dass die langfristige Marktpartnerschaft die Maxime im Biomarkt bleiben soll. Aber gerade deshalb braucht es starke und handlungsfähige biobäuerliche Unternehmen, die diese Grundsätze am Markt umsetzen und Falschspieler auch mal ins Leere laufen lassen.

Eine PO soll die Schwankungen zwischen der Nachfrage einzelner Abnehmer ausgleichen. Sie soll sich als Non-Profit-Organisation der Produzenten verstehen, die nicht eine maximale Marge anstrebt, sondern vom Verkaufspreis möglichst viel an die Bauern weiterleitet. Sie handelt im Auftrag der Mitglieder, weil sie ihnen gehört. Das ist das Ziel. Und diesem Ziel kommt eine handelnde Organisation am nächsten. Sie kann täglich entscheiden, in welche Kanäle die Milch fliessen soll. Sie erlebt den Markt täglich und kann diese Informationen in die Zusammenarbeit mit den Produzenten einfliessen lassen. Die Produzenten sind ja am weitesten weg vom Konsum und sind oft auch kurzfristig unflexibel in der Produktion. Da ist es wichtig, frühzeitig die Signale des Marktes zu erhalten.

Gemeinsam aussteigen

Biomilchproduzenten sollten sich nicht nur bei der Pflichtmitgliedschaft, son-

dern auch beim vorzeitigen Ausstieg aus der Kontingentierung unbedingt den biobäuerlichen Organisationen anschliessen, denn diese werden sich mit grösster Wahrscheinlichkeit am besten für die Bioanliegen einsetzen.

Grosse Organisationen führen nicht zu anonymer Milch, im Gegenteil. Heute ist dank Rückverfolgbarkeit transparent nachweisbar, wohin die Milch fliesst. Zudem gab es schon immer einen Milchhandel zwischen den Verarbeitern, einfach ohne Wissen der Produzenten. Mit einer grossen PO besteht die Möglichkeit, dass der weisse Saft direkt vom Produzenten an denjenigen Verarbeiter fliesst, der die Ware benötigt, ohne Umwege über andere Verarbeiter.

Grosse biobäuerliche POs entstehen aber nur, wenn die Biomilchbauern sich den bestehenden Organisationen anschliessen – auch für den vorzeitigen Ausstieg. Ab 2006 ist die Frage der Kontingentsverschiebung nur noch für drei Jahre relevant, danach zählen nur noch die Koordination und der Marktzugang. Diese beiden Punkte sind mit wenigen rein biobäuerlichen und handelnden POs am besten zu erreichen!



Peter Bucher, Bio Suisse

Der Biokartoffelanbau stockt

Das mittlere Preisband für biologische Lagerkartoffeln konnte bisher noch nicht festgelegt werden. Der Absatz stagniert, die Vertragsproduktion ist rückläufig und niemand will die Sortierkosten zahlen. Die Verkaufszahlen bei den Direktvermarktern dürften sich hingegen gehalten haben.

Die Aussichten im Biokartoffelmarkt und -anbau sind nicht rosig. Im vergangenen Jahr bauten Biobäuerinnen und Bauern in der Schweiz nur noch geschätzte 480 Hektaren der Andenknolle an, 2003 waren es noch zwölf Prozent mehr, genauer 540 Hektaren. Der rückläufige Anbau ist durch eine rückläufige Nachfrage bedingt.

Ein Grund für die sinkende Popularität der Kartoffel liegt in den Essgewohnheiten. Die Kartoffel als Grundnahrungsmittel spielt immer weniger eine Rolle. Teigwaren und Reis verdrängen sie von der Speisekarte. Die einzelne Sorte ist für den Konsumenten von immer geringerer Bedeutung. Der Aspekt der Verarbeitung wird wie bei den Industriekartoffeln immer stärker in den Vordergrund gestellt. So wurden Farblinien eingeführt wie z.B. die mehlig kochenden Kartoffeln, die blaue Linie, oder die fest kochenden Kartoffeln, die grüne Linie. Die geschmacklichen Nuancen der einzelnen Sorten sind kein Verkaufsargument mehr. Wenn Kartoffeln konsumiert werden, dann zunehmend in verarbeiteter Form, zum Beispiel als Pommes-Frites, Pommes-Chips und Rösti. Diese Entwicklung macht vor den Biokonsumentinnen nicht Halt.

Dadurch wird die Kartoffel immer mehr zum Industrierohstoff. Die Lebensmittelindustrie definiert den Verarbeitungsrohstoff Kartoffel nach folgenden Kriterien: Kostengünstig, hygienisch einwandfrei und rationell verarbeitbar. Dasselbe gilt für den Handel mit Lagerkartoffeln für den Frischkonsum. Der Spielraum, der für Biokartoffeln gegenüber den Handelsanbau in früheren Jahren gewährt wurde, wird immer geringer, und somit werden die Anforderungen an die äussere Qualität immer höher. «Der Konsument kauft mit den Augen und nicht mit dem Gaumen», lautet das Argument.

Erschwerend kommen im Biolandbau hohe anbautechnische Ansprüche der Kartoffel hinzu, Phytophthora, Drycore, Drahtwürmer, Schnecken. Da die Biobauern weitgehend auf vorbeugenden Pflanzenschutz angewiesen sind und

ihnen nur wenige Mittel zur Verfügung stehen, sind die Sortiervorschriften, die in den Handelsanbau festgeschrieben sind, für sie sehr anspruchsvoll. Die Versuchsreihe der Fachhochschule für Landwirtschaft SHL in Zollikofen, wo die Anbauverfahren im Kartoffelanbau miteinander verglichen werden, bezifferte den durchschnittlichen Anteil handelskonformer Knollen an der Gesamternte im Bioanbau mit mageren 55 Prozent gegenüber einem Anteil von 80 Prozent im konventionellen Anbau. Hinzu kommt ein mengenmässiger Minderertrag gegenüber dem IP-Anbau von 20 bis 40 Prozent.

Daraus ist verständlich, dass der Sortieraufwand für die Verarbeitungsbetriebe viel grösser ist als bei konventioneller Ware, sie rechnen mit dem doppelten Aufwand. Bei der Nachfragesagnation, wird es immer schwieriger, diesen zusätzlichen Aufwand auf den Produktpreis zu überwälzen. Die grosse Frage lautet: Wer soll den Sortieraufwand bezahlen, der zu einwandfreier Ware auf weltweit wohl höchstem Niveau führt, die Bauern oder die Konsumenten? Beantwortet ist sie bis heute noch nicht. Deshalb war es bisher nicht möglich, sich in der Preisrunde zwischen Produzenten und Handel auf die Höhe eines mittleren Preisbandes für die kommende Ernte zu einigen. Dieses Preisband wurde in früheren Jahren jeweils im Dezember des Vorjahres festgelegt.

Gleich wie in der konventionellen Landwirtschaft wird aus diesen Gründen auch im Biolandbau eine Verlagerung auf spezialisierte Kartoffelbaubetriebe stattfinden. Nur gut eingerichtete Biobetriebe werden in der Zukunft unter diesen Vorgaben noch imstande sein, Kartoffeln für Grosshandel und Industrie anzubauen. Maschinenaufwand, Sortieraufwand und das Know-how für diese Kultur sind so gross, dass es sich für kleinere Flächen immer weniger rechnet. Auch wenn der Produzentenpreis für Biokartoffeln nach wie vor doppelt so hoch ist wie im konventionellen Anbau. Schade um diese wertvolle Fruchtfolgekultur und um die Vielfalt auf unseren Biohöfen.

Bild: Bernhard Speiser



Kartoffeln werden immer mehr zum Verarbeitungsrohstoff. Hier eine Sortieranlage aus der Firma Zweifel.

Für Betriebe mit Direktvermarktung ist die Lage weniger dramatisch. Gerade für ein Produkt, welches allgemein als anonym wahrgenommen wird, findet sich eine konstante, wenn nicht gar wachsende Käuferschaft, die wissen will, woher die Knollen kommen. Diese Nische, in welcher flexibler mit der äusseren Qualität umgegangen werden kann, gilt es zu nutzen.

Auch erfreuliche Trends

Es gibt auch Erfreulicheres von der Kartoffelfront zu berichten. Im Grossverteiler angebotene seltene Sorten verschaffen den Konsumenten plötzlich Lust, die Kartoffel neu zu entdecken. Da wurden zum Beispiel die blauen Kartoffeln oder alte Sorten der Pro Spezie Rara mit Erfolg angeboten. Das waren zwar noch keine Umsatzrenner, aber ein Hinweis, dass auch ein Lebensmittel wie die Kartoffel wieder trendig werden kann. Ein symbolischer Anfang, an welchem gearbeitet werden kann.

Bertrand Bollag, Bio Suisse Produktmanager Ackerkulturen und Wein





Mühle Rytz AG

Agrarhandel und Bio-Produkte

Ihr Partner für Bio-Futter

Biogetreide

Peter Rytz setzt sich seit 1981 für die Biogetreideproduzenten ein. Unter anderem war er die treibende Kraft für die letztes Jahr eingeführte Übernahmepflicht von Inlandgetreide für alle Biofutterhersteller. **Damit konnten Absatz und Preise längerfristig gesichert werden!**

Als grösste Biogetreide-sammelstelle westlich von Bern übernehmen wir:

- Brotgetreide
- Futtergetreide mit Mehrpreis im Mischfuttergegengeschäft
- Raps, Öllein, Soja

Wir beraten Sie gerne

Mühle Rytz AG
3206 Biberen
Tel. 031 751 20 22
www.muehlerytz.ch
mail@muehlerytz.ch
und Ihr regionaler
Verkaufsberater



PROVIMI KLIBA



Dipp-Film

- jod-freies Zitzenpflegemittel
- sehr gute Pflegewirkung
- mit Aloe vera und Lanolin

Gallo-Sec



- gegen die rote Hühnermilbe
- natürliche Kieselgur (96.5% SiO₂)
- giftfrei und wirksam

Fliegenfalle Fly Rescue®

- gegen adulte Fliegen, giftfrei
- Einsatz im Freien
- Neu auch grosses Modell (BigBag)

Viele weitere Tierpflege- und Fliegenbekämpfungs-Produkte finden Sie in unserer Gratis-Broschüre 2005.

Andermatt BioVet AG, Stahlmatten 6, CH-6146 Grossdietwil
Tel. 062 917 51 10, Fax 062 917 51 11, www.biovet.ch, e-mail: sales@biovet.ch



LINUS SILVESTRI AG
Nutztiervermarktung
9450 Lüchingen/SG
Tel. 071 757 11 00 Fax 071 757 11 01
E-Mail: kundendienst@lsag
homepage: www.bioweidebeef.ch

Vermarktung und Beratung:

Linus Silvestri, Lüchingen Natel 079 222 18 33
Jakob Spring, Kollbrunn Natel 079 406 80 27
(für die Westschweiz)

An alle Bio Mutterkuhhalter und Neueinsteiger!

Wir suchen:

Qualitätsmastremonten aus Mutterkuhhaltung (auch Umstellknospe)

Wir bieten an:

Interessante Absatzmöglichkeiten der Mastremonten in einem stark wachsenden Markt.
Mit zusätzlicher Qualitätsmehrbezahlung

Wir vermitteln:

Bio Mastremonten, Bio Bankkälber und Bio Tränker:
Milch- und Mastrassen, Bio Schweine, Bio Mutterschweine und Bio Ferkel, Bio Schlachtkühe.

Rufen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne!



hosberg AG

Bio-Eierhandel

Wir sind Ihr Partner in der Bio-Eiervermarktung! Rufen Sie uns an.



hosberg AG
Bio-Eierhandel



Bio-Eierhandel, Neuhofstr. 12, 8630 Rütli ZH
Tel. 055 251 00 20 Fax 055 251 00 30
info@hosberg.ch / www.hosberg.ch

Mindestpreise für Schweine sinken

Seit mehr als einem halben Jahr gibt es zu viele Bioschlachtschweine. Die Situation hat sich erst Anfang Juni auf die Grillsaison hin normalisiert. Jetzt verlangen die Abnehmer eine flexiblere Preisbildung. Die Bio Pool AG muss die Vertragsproduktion anpassen. Mäster und Züchter sind gleichermassen davon betroffen.

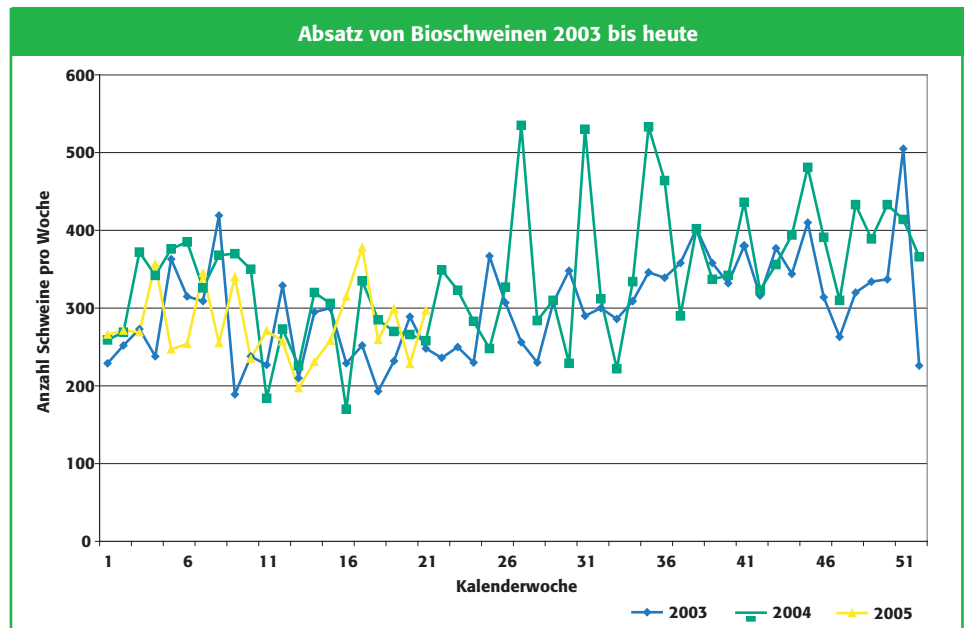
Die Marktsituation bei den Bioschlachtschweinen hat sich in den letzten Monaten stark verändert: Seit dem Herbst des letzten Jahres stagniert die Nachfrage nach Bioschweinefleisch oder ist teilweise sogar zurückgegangen. Das Angebot an Bioschweinen hingegen hat weiter zugenommen, und es konnten öfter nicht alle Tiere in Biokanäle abgesetzt werden. Coop als wichtigster Abnehmer hat zu jeder Zeit die vertraglich vereinbarten Mindestmengen an Bioschweinen zu Preisen zwischen Fr. 6.40 und Fr. 7.40 pro kg Schlachtgewicht übernommen. Der Preis für Bioschweine ist deshalb nicht unter Fr. 6.40 pro kg SG gesunken.

Seit Anfang Juni ist die Marktsituation zwar wieder ausgeglichen. Dennoch wollen die Abnehmer, also nicht nur Coop, sich in Zukunft nicht mehr an den Mindestpreis von Fr. 6.40 halten und fordern eine flexiblere Preisbildung, die sich in erster Linie an Angebot und Nachfrage orientiert. Sie beklagen zudem, dass ein Mehrpreis von nicht selten über zwei Franken pro Kilogramm Schlachtgewicht nicht zu rechtfertigen ist.

Die Preisspanne zwischen konventionellem Fleisch und Biofleisch werde dadurch zu gross. Die Abnehmer begründen damit auch die verhaltene Nachfrage nach Bioschweinefleisch. Coop will auch keinen Mindestabsatz an Bioschweinen mehr garantieren und stellt damit auch die Vertragsproduktion mit den Bioproduzenten in Frage.

Nach zähen und intensiven Verhandlungen zwischen der Bio Suisse, der Bio Pool AG und Coop – der Viehhändler und die Verarbeiter nahmen nicht teil – wurden folgende Anpassungen zur Vertragsproduktion für Schweine beschlossen:

■ Bei den Bio-Schlachtschweinen wird anstelle des Preisbandes von Fr. 6.40 bis Fr. 7.40 pro kg Schlachtgewicht ein Mindestzuschlag von Fr. 1.20 pro kg SG gegenüber dem QM-Preis festgelegt. Der



Der Absatz von Bioschweinen ist im ersten Halbjahr 2005 um fast 10 Prozent zurückgegangen.

Preis soll aber nicht unter Fr. 5.50 pro kg SG franko Schlachthof sinken.

■ Die garantierten wöchentlichen Mindestabsatzmengen an Bioschlachtschweinen bleiben unverändert.

Bei einem QM-Preis von Fr. 4.80 pro kg SG franko Schlachthof, wie er Anfang Juni (Woche 23) galt, ergäbe das einen Mindestpreis für Bioschlachtschweine von Fr. 6.00 pro kg SG. Der Mehrpreis im Vergleich zum QM-Preis beträgt damit immerhin 25 Prozent, gegenüber der heutigen Situation würde er dennoch klar eine Verschlechterung darstellen. Der Preis wird allerdings wie bisher an der wöchentlichen Preiskonferenz, wo Biobauern, Händlerinnen und Abnehmer vertreten sind, festgelegt und hängt davon ab, wie sich Angebot und Nachfrage weiter entwickeln.

Für die Schweinezüchter gibt es ebenfalls Anpassungen: Bei den Bioferkeln wird ein Mindestpreis von Fr. 7.00 pro kg Lebendgewicht für 20 Kilo schwere Ferkel festgelegt. Davon profitieren die Mäster, die in Überschusssituationen billigere Bioferkel einstellen können.

Die Verträge der Bioproduzenten für Schweinezucht und Schweinemast werden entsprechend angepasst und die Vertragsproduktion mit Coop wird ab 1. Oktober 2005 unter den veränderten Preisbedingungen, aber gleichen garantierten Mindestabsatzmengen fortgeführt.

Cyril Nietlisbach,
Bio Pool AG



Zuchtsauenbetriebe mit Gruppensäuge-System gesucht!

Im Rahmen eines Projekts zum Thema Gruppensäugen sucht das FiBL Zuchtsauenhalter, welche mit ihren Sauen Gruppensäugen praktizieren. Gesucht werden Betriebe, die mehrere Zuchtsauen halten und auf denen das Gruppensäugen ein fester Bestandteil in der Produktion ist. Ziel ist es, die bestehenden Systeme zu erfassen und auf ihre Funktionsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit zu prüfen. Dazu werden die Betriebe dreimal in einem Jahr besucht. Zudem werden die Produktionszahlen erhoben, um eine Aussage über die Wirtschaftlichkeit machen zu können. Sind Sie dabei? Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf: Barbara Früh, FiBL Beratung, Tel. 062 865 72 18 oder barbara.frueh@fibl.org



BIO SUISSE

DIE KNOSPE – EINE IDEE SETZT SICH DURCH

Immer mehr Menschen schätzen die Vorzüge konsequenter biologischer Ernährung. Sie schätzen den Mehrwert und die Sicherheit, die ihnen die Knospe-Produkte bieten. Schon heute produzieren über 6500 Betriebe nach den strengen Bio Suisse Richtlinien und rund 11% der landwirtschaftlichen Fläche wird biologisch bewirtschaftet.

Die Knospe steht für eine moderne Agrarpolitik, ein Hand in Hand von Marktwirtschaft und Ökologie. Und sie trägt massgeblich dazu bei, dass die Schweiz gut dasteht im internationalen Biovergleich. Eine Tatsache, die beeindruckt, wenn man weiss, dass die Knospe-Richtlinien die vom Bund geforderten Ansprüche an Bioprodukte weit übersteigen.

NACHHALTIGE BIOLOGISCHE PRODUKTION SEIT 1981

Bio Suisse garantiert einheitliche Bestimmungen auf hohem ökologischen Niveau, und das seit 1981. Bio Suisse ist eine strenge RichterIn – nur Betriebe, die vollständig biologisch produzieren, dürfen sich mit der Knospe schmücken. Die Knospe zu tragen, das heisst, den ganzen biologischen Kreislauf zu garantieren – Bio, ganz oder gar nicht.

Der erste Auftritt der Bio Suisse im neuen Design.

Bio Suisse erscheint in neuem Kleid

Seit 1. Juni treten die Bio Suisse und die Knospe mit einem neuen grafischen Konzept und in neuer Frische in der Öffentlichkeit auf. Die Knospe erscheint in einem neuen Grün und mit einheitlicher Schrift. Bis spätestens Ende 2008 sollen sämtliche Drucksachen angepasst werden.

Die Bio Suisse und die Knospe als Qualitätszeichen stehen heute mehr denn je für eine starke Idee, die sich durchsetzt, und ein Label, das grosses Vertrauen genießt. Eine repräsentative Umfrage des Marktforschungsinstitutes IHA belegt, dass per Ende 2004 bereits rund 70 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer das Knospe-Label kennen.

Umso wichtiger ist es, sich in einer Zeit – geprägt durch eine Vielzahl von Anbietern und enorme Informationsflut – klar zu positionieren und sowohl gegen innen wie auch gegen aussen ein formal einheitliches, unverwechselbares und modernes Gesicht zu haben. Was über die Jahre organisch gewachsen ist, wurde entschlackt und erscheint nun seit 1. Juni 2005 in neuer Frische. Die Knospe als bekanntes Qualitätszeichen wird ins Zentrum gerückt.

Und was ist an diesem Erscheinungsbild konkret neu?

- Das Logo wird ohne den Zusatz «Verlass Dich drauf» eingesetzt.
- Die Logofarbe wurde aufgefrischt (Pantone 361) und gilt für sämtliche Knospe-Logos.

- Eine einheitliche Schrift wird in allen Bereichen eingesetzt (Futura Book).
- Briefschaften (Briefpapier, Couverts, etc.) wurden komplett überarbeitet.
- Broschüren und sonstige Drucksachen erscheinen mit neuem Bildkonzept.

Knospe-Produkte hautnah

Bioprodukte auf eine sinnliche, ästhetische, emotional starke Art und Weise zu präsentieren war die Grundidee zum neuen Broschüren-Konzept. Mit einer Serie von Nahaufnahmen verschiedenster Themen zeigen wir, dass Biolandwirtschaft und Knospe-Produkte nichts zu verbergen haben. Im Gegenteil: Stolz zeigen wir die inneren Werte, den Mehrwert Bio. Dem Umweltgedanken entsprechend wird natürlich auch weiterhin auf ein mit dem bekannten Holzlabel FSC zertifiziertes Papier gedruckt.

Um Ihnen die Arbeit zu erleichtern, finden Sie sämtliche Logos und das entsprechende Handbuch zum Erscheinungsbild, das CD-Manual für den Einsatz der Knospe, zum Herunterladen im Internet. Es ist auf www.bio-suisse.ch unter «Logo Bio Suisse». Druckvorlagen

sind immer aus diesen Dateien zu erstellen. Die Zugriffsberechtigung für diesen passwortgeschützten Bereich können Sie als Produzent oder Lizenznehmer bei der Bio Suisse anfordern.

Für die Einführung des neuen Erscheinungsbildes besteht eine Übergangsfrist. Abbildungen des Logos auf Verpackungen, Werbematerial und Briefpapier in der bisherigen Form und Farbe (Pantone 355) sollen möglichst rasch ersetzt werden, spätestens aber per Dezember 2008.

Wir hoffen, dass Ihnen unser neues Kleid ebenso gut gefällt wie uns und versichern Ihnen, dass auf die Knospe, und damit auch auf die Bio Suisse, weiterhin Verlass ist.

Muriel Lehmann, Projektleiterin
Kommunikation Bio Suisse



BioFach: Rück- und Ausblick

Der guten Tradition folgend, eröffnete Renate Künast, Bundesministerin für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, das jährliche Branchenfest. «Bio boomt, wird zum Global Player und hat einen festen Platz in Gesellschaft und Wirtschaft», freute sich die Ministerin während der Eröffnung und ihres Messerundgangs.

Die BioFach in Nürnberg hat ihre Position als Leitmesse für Bioprodukte weiter ausgebaut. Die Besucherzahlen sind 2005 um über 11 Prozent auf gut 33'000 Fachbesucher gestiegen. Die BioFach entwickelt sich weiter zu dem Treffpunkt der Entscheidungsträger aus Verarbeitung und Handel rund um den Biomarkt. 2045 Aussteller präsentierten die breite Sortimentskompetenz. Die Anwesenheit der Bio Suisse und ihrer Marktpartner dient dem Zweck des Aufbaus des Exportes für Schweizer Bioprodukte, aber auch der wichtigen Kontaktpflege und Vernetzung.

Die Fachbesucher rekrutieren sich mehrheitlich aus Einkäuferinnen und Entscheidungsträgern von Detailhandelsorganisationen und aus der Lebensmittel verarbeitenden Industrie. Kenner der Biomärkte trauen der Bionachfrage im In- und Ausland weiterhin ein überdurchschnittliches Wachstum zu. Nach Schätzungen des Londoner Marketing- und Beratungsunternehmens Organic Monitor wuchs der Umsatz mit Bioprodukten im Jahr 2004 weltweit um rund sechs Prozent.

Zusammen mit 14 Mitausstellern präsentierte sich die Bio Suisse auf dem Schweizer Gemeinschaftsstand. Die Bio Suisse und die Osec haben gemeinsam unter dem Motto «Swissness» einen einheitlichen und doch für jeden einzelnen Mitaussteller individuellen Auftritt entwickelt. Die bisherigen Mitaussteller wurden in die Gestaltung des Neukonzeptes einbezogen. Unser Biobistro ist bei unseren Mitausstellern und Gästen wiederum sehr gut angekommen. Mit täglich wechselnden marktfrischen Mahlzeiten und einem guten Service wurden unsere Gäste kulinarisch verwöhnt.

Die Osec evaluierte den Ausstellereffort bei den Schweizer Teilnehmern mittels Fragebogen. Über 90 Prozent sind mit dem Gesamtergebnis zufrieden. Mehrheitlich konnten neue Geschäftskontakte geknüpft und mit wichtigen Marktpartnern Kontakte gepflegt werden. Trotz gedämpfter Wirtschaftslage haben alle Mitaussteller eine positive Bi-

lanz gezogen und werden voraussichtlich auch im Jahr 2006 wieder vor Ort präsent sein. Die Bio Suisse wertete die BioFach 2005 ebenfalls als Erfolg und setzt sich zum Ziel, für 2006 weitere Mitaussteller, auch im Bereich Molkerei und Käseerei, zu gewinnen.

Exportchancen bei Käse

Das Kernstück des bilateralen Abkommens über den Handel mit landwirtschaftlichen Erzeugnissen, das seit dem 1. Juni 2002 in Kraft ist, ist die vollständige gegenseitige Liberalisierung des Käsehandels nach einer Übergangsfrist von fünf Jahren. Somit können zwischen der Schweiz und der EU ab dem 1. Juni 2007 alle Käsesorten frei, also ohne jegliche mengenmässigen Beschränkungen oder Zölle, gehandelt werden. Die Bio Suisse sieht Potenziale im Export von Schweizer Biokäsespezialitäten.

Beim Käse können drei verschiedene Kategorien unterschieden werden:

1 Käse mit Zollansatz null, ohne Mengenbeschränkung: Die Käsesorten dieser Kategorie haben bereits völlig freien Zugang zum EU-Markt:

- Käse aller Art, gerieben oder in Pulverform, mit einem Wassergehalt von 400 g/kg oder weniger
- Schmelzkäse
- Vacherin Fribourgeois, Vacherin Mont d'Or, Tête de Moine
- Glarner Kräuterkäse (Schabziger)
- Bündner Käse
- Tilsiter

2 Käse mit abzubauenen Zollsätzen, ohne Mengenbeschränkung: Käsesorten aus dieser Kategorie unterliegen weiterhin dem Zoll. Der Schweiz wird allerdings ein begünstigter Zollansatz gewährt:

- Emmentaler
- Greyerzer
- Sbrinz
- Appenzeller
- Bergkäse

3 Käse mit Zollansatz null, aber mit Mengenbeschränkung (Kontingent): Diese Käsesorten haben lediglich bis zu einer bestimmten Menge freien Zugang zur

Bild: Bio Suisse



Schweizer Gemeinschaftsstand an der BioFach 05.

EU. Die Grundmenge pro Jahr beträgt 3000 Tonnen. Dieses Kontingent wird jedes Jahr um 1250 Tonnen erhöht. Somit liegt es derzeit bei 5500 Tonnen pro Jahr. Für die Einfuhr wird eine Lizenz benötigt.

Ausblick auf die Nächste

Für das Jahr 2006 hat die BIO SUISSE zusammen mit der Osec frühzeitig die Planung und Vorbereitung in Angriff genommen. Die Messe wird im kommenden Jahr vom 16. bis 19. Februar stattfinden. Das offene Gestaltungskonzept des Schweizer Standes und das Biobistro als Verpflegungs- und Erholungszone haben grossen Anklang gefunden und werden weitergeführt.

Die Ausschreibungsunterlagen werden im Juni 2005 an potenzielle Mitaussteller verschickt. Weitere Informationen und die Ausschreibungsunterlagen finden Sie im Internet unter www.bio-suisse.ch, Veranstaltungskalender, oder via Telefon 061 385 96 10. Wir freuen uns auf alte und neue Mitaussteller am Schweizer Gemeinschaftsstand 2006.

Cordelia Galli,
Leiterin Marketing bei der Bio Suisse



Kurt Zimmerli, Wirtschaftstechniker, 4805 Brittnau AG

Kurt Zimmerli arbeitet als Wirtschaftstechniker bei den SBB. Er wohnt zusammen mit seiner Partnerin in einer Gartenwohnung in Brittnau bei Zofingen. Er kauft oft Lebensmittel ein. Seine Lieblingsessensgerichte sind scharfe asiatische Gerichte, sein Lieblingsgetränk ein gutes Glas Wein. In der Freizeit liest er viel und ist ein leidenschaftlicher Taucher.

1 Warum kaufen Sie Bioprodukte?

Ich habe das Gefühl, damit erhalte ich ein etwas besseres Produkt aus nachhaltiger Landwirtschaft und tierfreundlicher Mast. Ich meine, ein Bioprodukt komme von einem Bauernhof, auf dem die Kreisläufe noch stimmen.

2 Welche Produkte kaufen Sie immer in Bioqualität, welche nie?

Bier kaufe ich grösstenteils biologisch, das Appenzellerbier, bestimmt etwa zu

90 Prozent. Es stammt aus einer kleinen unabhängigen Brauerei. Von mir aus gesehen ist dies Bierkultur, und das ist mir wichtig. Auf Feldschlösschen, die sich viele kleine Brauereien unter den Nagel gerissen hat, kann ich verzichten. Dann schaue ich bei Gemüse, Milchprodukten und bei den Eiern darauf, dass sie biologisch sind. Noch nie in Bioqualität gekauft habe ich Kleider.

3 Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Bioprodukte in Ihrem Haushalt?

30 bis 40 Prozent, vielleicht sogar 50.

4 Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel in der Regel ein?

Wir machen einmal pro Woche einen Grosseinkauf im Grossverteiler, meistens bei Coop. Kleine Läden unterstützen wir auch. Das Brot kaufen wir fast immer beim Bäcker, Käse in der Käserei und Fleisch beim Metzger.

5 Finden Sie Bioprodukte zu teuer?

Teilweise ja. Ich versuche beim Einkaufen ein Optimum zu finden zwischen Preis und Qualität. Deshalb vergleiche ich die angebotenen Produkte miteinander. Wenn Bio draufsteht, sehen die Produkte oft weniger gut aus, von der Grösse oder von der Oberflächenbeschaffenheit her. Das Auge isst mit, heisst es ja so schön. Wenn es dann noch viel mehr kostet, habe ich ein Problem.

6 Was halten Sie von den Billiglinien der Grossverteiler?

Nichts. Ich gehe nicht bewusst diesen rosaroten Preisen nach. Wenn ich mal ein solches Billigprodukt kaufe, ist es eher ein Zufall. Mein Motto lautet: Qualität muss man zahlen.

7 Achten Sie auf die Herkunft der Produkte?

Das ist mir relativ wichtig. Was heute zum Teil in der Logistik geboten wird, entspricht nicht meiner Philosophie. To-

maten in Italien gepflückt, in Frankreich gewaschen, in Belgien abgepackt und in der Schweiz verkauft finde ich nicht besonders nachhaltig. Wenn möglich kaufe ich Produkte aus der Nachbarschaft oder zumindest aus der Schweiz. Aber auch hier: nicht um jeden Preis.

8 Welche Bedeutung haben für Sie Biolabels, zum Beispiel die Knospe?

Ich achte drauf, steure den Einkauf aber nicht ausschliesslich nach der Knospe. Aber sie ist ein gutes Hilfsmittel beim Einkauf.

9 Erinnern Sie sich an ein Schlüsselerlebnis, welches Sie zum Biokonsumenten machte?

Beim Fleisch gab es solche Erlebnisse im Zusammenhang mit BSE. Wenn man Biofleisch in die Bratpfanne legt, schrumpft es nicht um die Hälfte, wie man es bei anderem Fleisch immer wieder erfahren muss. Ein weiteres Erlebnis war bei den Poulets. Heute leben die Hähnchen auf gewöhnlichen Mastbetrieben nur noch gerade 28 Tage. Entsprechend wenig ist da dran. Ich kann mich erinnern, dass ein Poulet auf dem Hof von Verwandten eine Mahlzeit für vier bis fünf Personen ergab.

10 Was halten Sie von den Biobäuerinnen und Biobauern? Durch welche Eigenschaften fallen sie auf?

Biobauern haben Innovationsgeist. Es sind fortschrittliche Bauern, die an ihrem Beruf interessiert sind und weiter kommen möchten. Ich arbeite immer wieder mit einem Biobauern zusammen, der einen Hofladen hat und neue Produkte entwickelt. Neuerdings hat er sich jetzt Strausse angeschafft, die er von den Federn über die Eier bis zum Fleisch vermarkten kann. Er ist damit sehr erfolgreich und braucht nicht zu jammern und zu klönen. Das schätze ich sehr.



Kurt Zimmerli am BioMarché in Zofingen.

Interview: Alfred Schädeli



Familie Buchli, Biobauern aus dem Domleschg im Film «Der Stand der Bauern» 1994 ...

Wie steht's nach zehn Jahren?

In seinem erfolgreichen Kinofilm «Der Stand der Bauern» porträtierte Christian Iseli 1994 fünf Bauernfamilien, die nach sehr unterschiedlichen Überlebensstrategien suchten. Und er spürt auch die gesellschaftlichen Bedeutung des Bauernstandes nach. Die unterhaltsame Mischung aus Analyse und Beobachtung

führt zu einer spannenden und auch berührenden Auseinandersetzung mit der bäuerlichen Schweiz. 2004 hat der Filmemacher die Bauernfamilien noch einmal besucht und fünf Kurzfilme über die betrieblichen und familiären Veränderungen gedreht. Der Film (90 Min.) und seine Aktualisierung (42 Min.) sowie zusätzliches Material sind jetzt auf DVD erhältlich. mgt Die DVD kann bestellt werden bei: pelicanfilms GmbH, Lavaterstrasse 103, 8002 Zürich, Tel. 043 819 20 20, E-Mail info@pelicanfilms.ch.

... und 2004 in der Nachlese.



Bilder: zvg

Haben Sie eine Richtlinienfrage?

Mit ein paar Klicks finden Sie die Antwort. Auf der CD «Das Bioregelwerk 2005», auf deutsch, französisch und italienisch. Als Bio Suisse Mitglied erhalten Sie CD unter Angabe der Betriebsnummer gratis bei Bio Suisse, Margarethenstrasse 87, 4053 Basel, Tel. 061 385 96 10, Fax 061 385 96 11, bio@bio-suisse.ch. Alle Übrigen beziehen die CD beim FiBL, Ackerstrasse, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 72, Fax 062 865 72 73, E-Mail info.suisse@fibl.ch, www.shop.fibl.org (Bestellnummer 1283, Preis Fr. 30.–).



Bag-in-Box mit Knospe-Design

Die vierfarbige Bag-in-Box mit dem attraktiven Knospe-Design ist weiterhin im Angebot. Ab sofort kann sie als 5- oder 10-Liter-Gebinde bei unten stehender Adresse bestellt werden. Der Preis beträgt Fr. 2.05 für die 5-Liter-Box und 2.95 für die 10-Liter-Box. Wir empfehlen, die Bestellungen regional zu bündeln, denn Sammelbestellungen sind günstiger. Bitte beachten: Es darf nur Vollknospe-Most in die Bag-in-Box gefüllt werden.

Bestelladresse:

Theo Wanner,
Dorfstrasse 17,
3306 Etzelkofen BE,
Tel. 031 765 54 89,
Fax 031 765 54 64,
theo.wanner@freesurf.ch

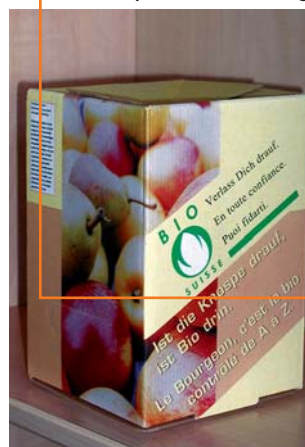


Bild: Bio Suisse

Patin des 2004er Jahrgangs

Mitte Juni präsentierte das Weingut FiBL seine Weine des Jahrgangs 2004, des ersten Jahres mit biologischer Produktion. Romy De Ambrosi aus Asp AG durfte als Patin zur Jahrgangstaufe eine Flasche



Bild: Franco Weibel

Champagner am Holzfass zerschlagen. Sie wurde am Anlass aus mehreren Kandidatinnen ausgelost.

Romy De Ambrosi aus Asp, die Patin der FiBL-Weine Jahrgangs 2004

Chance für die deutsche Landwirtschaft

20'000 neue Arbeitsplätze jährlich und Umsatzzuwächse von 15 Prozent in der Biobranche: Diese Zahlen aus Deutschland belegen, dass der Biolandbau das Leitbild für die Agrarpolitik sein muss, meint der deutsche Bund ökologischer Lebensmittelwirtschaft BÖLW in einer Pressemitteilung. Das ohnehin starke Wachstum des Biomarktes lege jetzt noch weiter zu: Nach Umsatzzuwächsen von 11 Prozent im Jahr 2004 stieg der Umsatz des Naturkostfachhandels im ersten Quartal 2005 um 15,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Gleichzeitig melden Bioverarbeiter bei einzelnen Produktgruppen wie Kalbfleisch oder Altkühen Versorgungsengpässe. «Diese Zahlen zeigen, dass der Lebensmittelmarkt Potenziale für die deutsche Landwirte bietet», so Felix Prinz zu Löwenstein, Vorstandsvorsitzender des BÖLW. «Wenn die große Nachfrage nicht durch deutsche Landwirte gedeckt werden kann, werden die Verarbeiter ihre Rohware im Ausland beziehen.»

bölw

Gartenbauschule

Hünibach

Biologisch-dynamisch

Die Gartenbauschule Hünibach ist eine Lehrwerkstätte für Bio-Gärtnerinnen und Bio-Gärtner mit 54 Lehrplätzen, Fachrichtung Zierpflanzen mit einem Schwerpunkt im Gemüsebau. Seit 70 Jahren werden junge Menschen vielseitig und kompetent ausgebildet. Unsere Produkte vermarkten wir mit Knospe und Demeter-Label.

Für den Bereich Gemüsebau suchen wir eine versierte Persönlichkeit als

AbteilungsleiterIn Bio-Gemüsebau

Ihre Aufgaben

- Selbständige Planung, Anbau, Ernte und Absatz im Bereich Gemüsebau (ca. 2 ha)
- Führen eines kleinen Teams von Mitarbeitenden
- Ausbildung der Lernenden in den praktischen Arbeiten
- Erteilen von Berufsschulunterricht (Einarbeitung möglich)
- Mitarbeit bei allgemeinen Aufgaben der Ausbildungsorganisation

Voraussetzungen

- Obergärtner oder Meister im Bereich Gemüsebau oder gleichwertiger Abschluss
- Kenntnisse und praktische Erfahrung in der biologisch-dynamischen Wirtschaftsweise
- Freude an der Ausbildung junger Menschen
- Führungserfahrung, Teamfähigkeit und Organisationsgeschick

Ferner suchen wir für die Mitarbeit im Gemüsebau

GemüsegärtnerIn

Für die Ausbildung unserer Lernenden in den praktischen Arbeiten, sowie die Mitarbeit bei Anbau, Pflege und Ernte unseres Bio-Gemüses.

Wir bieten

- vielseitige und abwechslungsreiche Tätigkeit
- Arbeit in einem jungen Team
- Anstellung gemäss Personalreglement
- Weiterbildungsmöglichkeit

Stellenantritt nach Vereinbarung

Ihre vollständige Bewerbung richten Sie bitte bis zum 18. Juli 2005 an: Gartenbauschule Hünibach, Schulleitung, Chartreusestrasse 7, 3626 Hünibach

Für Fragen und Auskünfte steht ihnen die Schulleiterin Renate Lorenz, Tel. 033/244'10'23 oder der Betriebsleiter Michael Albrecht, Tel. 033 244'10'28 gerne zur Verfügung.



kultur >abo
und politik

Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge

kultur und politik ist ein Lese- und Lebensmittel für Menschen, denen die Ernährung, der Umgang mit Boden, Wasser und Luft, der faire Handel im In- und Ausland, weltweit soziale Verträglichkeit und Lebensqualität, ein nachhaltiger Umgang mit all unseren Ressourcen und der Vision vom «Bioland Schweiz» viel wert ist.

kultur und politik berichtet für Sie nahrhaft und nachhaltig über Engagements, Emotionen, Ereignisse, Entscheidungen und Entwicklungen in der Landwirtschaft, in der Wirtschaft, in der Politik, auf dem globalen wie lokalen Markt und bei den Menschen hier und dort.

**Buchen Sie Ihre kostenlose
Probenummer per E-Mail bei
beathugi@bluewin.ch oder
telefonisch auf 079 228 02 63.**



www.pro-beef.ch



Pro Beef GmbH

Drei Kreuzern 2, 8840 Einsiedeln, Fax: 055 412 79 53
Franz J. Steiner: Mobile: 079 824 44 45, Tel: 055 422 16 16
franzj.steiner@freesurf.ch

Ihre lizenzierte Bio Suisse Produzentenorganisation

Kostengünstige Vermittlung von:

Remonten für die Bio Weide Beef Produktion
Bio Weiderinder, Mutterkuh Remonten
Mutterkuh- Rinder & Kühe, Milchkühe
Aufzuchtvieh, Tränker & Schlachtvieh.

Anmeldungen und Bestellungen an das Service Center:

PROSUS Marktplatz 3, 8570 Weinfelden
Tel: 071 626 23 50 Fax: 071 626 23 69

Beratung für die Ostschweiz und GR:

Jörg Schlegel, Vermund Gams, 079 404 59 82

Westschweiz:

PROGANA

Philipp Hoffmann, D/F Tél.: 021 861 02 19, Portable:
079 401 08 20, E-mail: philipp@hoffmannjolimont.ch

Schwarze Zahlen und grüne Präsidentin

Die Zürcher Nationalrätin Ruth Genner übernimmt das Präsidium der bio.inspecta. Sie ersetzt den zurückgetretenen langjährigen Präsidenten Max Gschwend. Die Kontroll- und Zertifizierungsfirma schrieb im letzten Jahr trotz des aufwändigen Aufbaus von e-Cert schwarze Zahlen.

Am 3. Juni fand in Frick die GV der bio.inspecta AG statt. Sie war geprägt vom Rücktritt des langjährigen Verwaltungsratspräsidenten Max Gschwend und der Bestellung seiner Nachfolge. Das Präsidium im Verwaltungsrat übernimmt neu Ruth Genner. Die grüne Zürcher Nationalrätin und Lebensmittelingenieurin sitzt schon seit längerem im oberstem Aufsichtsgremium der Fricker Kontroll- und Zertifizierungsfirma.

Als erste Amtshandlung verdankte die frisch gewählte Präsidentin Max Gschwends unermüdliches Schaffen und Engagement für die gemeinsame Sache. Nach einer turbulenten Gründungsphase sei die bio.inspecta heute ein stabiles, modernes Unternehmen. Ebenfalls für seine langjährige Mitarbeit gerühmt wurde Albert Remund als bäuerlicher Vertreter im Verwaltungsrat. Für ihn schickte die Versammlung neu den Praktiker Christian Hockenjos aus Palézieux in den Verwaltungsrat. Er lebt seit 20 Jahren in der Romandie, bewirtschaftet einen 40-Hekta-

ren-Milchviehbetrieb und präsidiert Bio Vaud. Als Nachfolgerin der zurückgetretenen Ruth Hugi sitzt zudem neu Alexandra Moser, Lebensmittelingenieurin und langjährige Bio Suisse Mitarbeiterin, in der Rekurskommission.



www.parlament.ch

Seit dem 3. Juni Präsidentin des Verwaltungsrates: Ruth Genner

Die bio.inspecta kann auf ein gutes Geschäftsjahr zurückblicken. Das Unternehmen schreibt weiterhin schwarze Zahlen. Investitionen in die neue Kontrollsoftware e-Cert haben den Gewinn im Geschäftsergebnis gegenüber dem Vorjahr zwar verkleinert. Mit e-Cert aber ist der Samen für die Zukunft gesät. Eine Zukunft, die zunehmend durch Richtlinienverdruss, Strukturwandel und Kostendruck geprägt ist. Damit werden hohe Anforderungen an alle Akteure im Biomarkt gestellt, die es gemeinsam zu meistern gilt. e-Cert spielt gerade hier eine entscheidende Rolle: Die Kontrollen werden zunehmend massgeschneidert angeboten, mit einem Maximum an administrativer Entlastung der Kundinnen und Kunden wie auch der Kontrolleurinnen und Kontrolleure. So wird auf beiden Seiten mehr Zeit frei, die Kontrolle über das Ausfüllen von Formularen hinaus als konstruktiven Dialog zu pflegen.

Frank Rumpe, Geschäftsführer bio.inspecta

Verkaufe

Zu verkaufen: **Mastremonten** von Milchviehrassen. Tel. 062 777 16 59, Herr Gloor.

Biotomaten für Sauce, an der Pflanze ausgereift, auch alte, geschmackvolle Sorten. Tel. 076 480 91 83. Familie Favre, Riddes VS.

Zu verkaufen: Grössere Mengen **Biosüssmost** in Bag in Box, 5L und 10L. G. Sieber, 5430 Wettingen, Tel. 056 427 04 00.

Günstig zu verkaufen aus Käsereiladen: **Käsevitrine** 2,70 x 1,30m, Höhe 1,25m ; **Stufenvitrine** für Molkereiprodukte 2 x 0,7m, Höhe 1,85m ; **Gefriertruhe** 2-türig, 1,25 x 0,9m, Höhe 2m. Tel. 031 825 62 17 oder 031 825 60 79.

Zu verkaufen **Getreidemühle, Teignetmaschine** (je 5 kg Fassungsvermögen), **Handmixer**. Alles in gutem Zustand, ideal für die Selbstversorgung. Tel. 032 385 38 70 oder 078 890 08 33.

Zu verkaufen: **Biobergkräuter** für Küche und Teegenuss. 100%ige Handarbeit, schonend nach Mondkonstellationen mit Keramikmessern geerntet. Prospekt anfordern unter: Bio Bergkräuter Melilotus Tel. 091 857 07 28.

Zu verkaufen **kleiner Bergbauernbetrieb** im Emmental 5,8 ha je zur Hälfte Land und Wald, geeignet für Milchschaafhaltung, Kräuteraanbau etc. Sonnige Hanglage, Nähe ÖV und Schule. Anfrage unter Tel. 079 245 77 48, E-Mail: ribla@bluewin.ch

Suche

Suchen komplette **Bioladeneinrichtung** für einen Klein- bis Mittelladen. Achim und Christiane Tonhäuser, Tel. +49 7629 91 20 88, e-mail: tonhaeuser@gmx.de

MÄRITSTAND ■



neu, 2 Jahre Garantie,
1000 Säcke gratis, statt 2990.–

nur 2490.–

☎ 034 461 56 14

Oeko-Sack GmbH
3415 Hasle-Rüegsau

PFLANZENBAU

Unkrautregulierung im Biogemüsebau, ERFA-Kurstag 6

Wann
Mittwoch, 6. Juli 2005,
09.00 bis 17.00 Uhr

wo
Vormittag: Restaurant Bären,
4704 Niederbipp
Nachmittag: Betrieb Walter und
Silvia Jäissli, 4704 Niederbipp

Inhalt
An drei Kurstagen im Sommerhalb-
jahr bietet das FiBL die Gelegenheit,
Wissen aufzufrischen, Erfahrungen
auszutauschen und neueste Er-
kenntnisse im Biogemüsebau in
Erfahrung zu bringen. Dieser
Erfahrungsaustausch zwischen
Produzenten, Beraterinnen und
weiteren Fachleuten findet jeweils
am Morgen im Kurslokal statt und
führt am Nachmittag auf verschie-
dene Biogemüsebetriebe. Die
Kurse werden gemeinsam mit dem
Modul Biogemüsebau der Betriebs-
leiterausbildung für Gemüsegärtne-
rinnen und -gärtner durchgeführt.

Kosten
Fr. 90.– inkl. Verpflegung und
Kursdokumentation
Kursleitung
Martin Lichtenhahn, FiBL Beratung,
3232 Ins
Auskunft, Anmeldung
FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,
Postfach, 5070 Frick, Tel. 062
865 72 74, Fax 062 865 72 73,
kurse@fibl.org

Fachreise Biogemüsebau

Wann
Mittwoch bis Samstag,
20. bis 23. Juli 2005

wo
Bayern
Inhalt
Bayern braut nicht nur feines Bio-
bier, sondern hat auch im Bereich
Gemüsebau einiges zu bieten.
Auf dieser Reise besuchen wir
verschiedene Biogemüsebetriebe,
Biohopfenbauer, Biobrauer,
Vermarkter von Bioprodukten und
sicher auch einige gemütliche und
gute Gaststätten. Lokale Berater,
Vermarkter und Produzenten zeigen
uns, wie in Bayern Biogemüse an-
gebaut und Biobier gebraut wird.

Kursleitung
Martin Lichtenhahn, FiBL Beratung,
3232 Ins
Kosten
Fr. 750.– (Richtpreis)
Auskunft, Anmeldung
FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,
Postfach, 5070 Frick, Tel. 062
865 72 74, Fax 062 865 72 73,
kurse@fibl.org

Tag der offenen Tür Biofruits SA
Wann
Samstag, 20. August 2005

wo
Rte du Rhône 12, 1963 Vétroz
Inhalt
Tag der offenen Tür zur Einweihung
der ultramodernen Vermarktungs-
infrastrukturen (Lager, Sortier-
anlage, Logistik etc.). Biofruits ist
ein Zusammenschluss von neun
Bioproduzenten. Sie produzieren
und vermarkten fast 30 Sorten
Kernobst (60 Prozent der Bioäpfel
und Biobirnen der Schweiz),
Steinobst, Beeren und Tafeltrauben.
Auskunft, Anmeldung
Nicolas Constantin, Biofruits SA,
Rte du Rhône 12, 1963 Vétroz, Tel.
027 346 33 15, Fax 027 346 65 70,
info@biofruits.ch, www.biofruits.ch

HAUSGARTEN

Mehr Freude am Garten
Wann
16. August bis 20. Dezember,
jeweils Dienstag, 8.30 – 11.45 Uhr
(ausser 4. und 11.10.)

wo
Landwirtschaftliches Zentrum
Ebenrain, 4450 Sissach
Inhalt
Ein ausführlicher, zusammen-
hängender Kurs zu allen Garten-
themen – mit Tiefenwirkung fürs
erfolgreiche Wirken im eigenen
Freizeitgarten oder in der Garten-
beratung. Wer sich für das «Arbeiten
in Harmonie mit der Natur» begeis-
tert, ist hier goldrichtig. Der vielfälti-
ge Ebenraingarten bildet die Brücke
von der Theorie zur Praxis.

Kursleitung
Urs Streuli
Kosten
Fr. 540.– (für 18 Halbtage)
Auskunft, Anmeldung
Landw. Zentrum Ebenrain,
4450 Sissach, Tel. 061 976 21 21,
www.ebenrain.ch

MARKT

18^{ème} Marché Bio de Saignelégier
Wann
17. und 18. September,
9.00 bis 18.00 Uhr
wo
Halle du Marché-Concours,
Saignelégier JU
Inhalt
Der traditionsreiche Marché Bio in
den Freibergen wird auch dieses
Jahr eines der wichtigsten Events
der Westschweizer Biobewegung
sein. Nebst Marktbetrieb für
Bioprodukte und Kunsthandwerk
wird in der Festwirtschaft fürs lei-
bliche Wohl gesorgt. Ein vielfältiges
Rahmenprogramm, auch für Kinder,
trägt zum besonderen Ambiente
dieses Anlasses bei. In diesem
Jahr lautet das Thema des Marktes
«Énergies?». Es werden die diversen

Facetten der erneuerbaren Energie
präsentiert. Der Markt geht gleich
selber mit dem guten Beispiel
voran: Die gesamte Energie, die
an der Veranstaltung verbraucht
wird, stammt von Wind, Sonne und
Wasser aus Kleinkraftwerken auf
Biobetrieben des Juras.
Auskunft
Myriam Wespi, Präsidentin Marché
Bio, Ferme de Cerniéwillers, 2353
Les Pommerats, Tel. 032 952 19 19,
www.marchebio.ch.

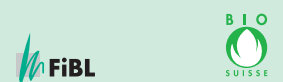
DIVERSES

Naturkosmetik 1
Wann
20. August
wo
Bern
Inhalt
Immer mehr Menschen wün-
schen sich natürliche und sichere
Pflegetechnik. Werden Sie mit
diesem Seminar fit zu allen Fragen
Ihrer Kundinnen und Kunden in
Sachen Naturkosmetik. Erfahren
Sie mehr über die Entwicklung der
Naturkosmetik. Lernen Sie selbst
gute von schlechten Qualitäten un-
terscheiden! Üben Sie sich mit im
Verkaufsgespräch.
Kosten
Auf Anfrage
Auskunft, Anmeldung
Meike Giebeler, FORUM Berufs-
bildung e. V., Charlottenstr. 2,
D-10969 Berlin,
Tel. +49 3025 900 832,
info@forum-berufsbildung.de

**Grüntgutverwertung
in der Gemeinde**
Wann
28./29. Oktober, 25./26. November,
13./14. Januar 06

wo
Langenthal, Gränichen, Olten
Inhalt
Kompostbiologie und -methoden,
Qualität und Anwendung von
Kompost, Gemeinschaftskompos-
tierung, kommunale Grüntgut-
Dienstleistungen, Öffentlichkeits-
arbeit. Für Personen die Kompo-
stierung in ihrer Gemeinde fördern
wollen.
Auskunft, Anmeldung
Composto+, Waldhofweg 27b,
5034 Suhr, Tel. 062 213 93 73,
Fax 062 213 93 75,
mail@composto.ch,
www.kompost.ch

Landschaftswoche 2005
Wann
28. August – 3. September
wo
Gut Hohenberg, Seminarbauernhof
der Stiftung Ökologie und Landbau
(SÖL), Pfälzerwald; www.gut-ho-
henberg.de



14. Jahrgang
Erscheint 10-mal jährlich
(jeweils Anfang Monat, ausser
August und Januar)
Auflage 7832 Exemplare
(WEMF-beglaubigt, 2003)
Geht an Produktions- und
Lizenzbetriebe der Bio Suisse;
Abonnement Fr. 49.–
Ausland Fr. 56.–
Abonnementsdauer
Kalenderjahr, Kündigung auf
Ende Dezember
Herausgeber FiBL
Forschungsinstitut für
biologischen Landbau,
Ackerstrasse, Postfach
CH-5070 Frick
Telefon +41 (0)62 865 72 72
Telefax +41 (0)62 865 72 73
www.fibl.org
Bio Suisse (Vereinigung
Schweizer Biolandbau-
Organisationen)
Margarethenstrasse 87
CH-4053 Basel
Telefon +41 (0)61 385 96 10
Telefax +41 (0)61 385 96 11
www.bio-suisse.ch
Redaktion Alfred Schädeli,
Thomas Alföldi (FiBL);
Christian Voegeli (Bio Suisse);
Christophe Schiess (FiBL),
Romandie; bioaktuell@fibl.org
Gestaltung Daniel Gorba
Druck Brogle Druck AG
Postfach, 5073 Gipf-Oberfrick
Telefon +41 (0)62 865 10 30
Telefax +41 (0)62 865 10 39
Inserte Nicole Rölli,
FiBL, Postfach, 5070 Frick
Telefon +41 (0)62 865 72 04
Telefax +41 (0)62 865 72 73
E-Mail nicole.roelli@fibl.org

Inhalt
Eine vielfältige Kulturlandschaft ent-
steht heute nicht mehr «nebenbei»,
sondern nur noch, wenn sie gewollt
und bewusst an ihrer Entwicklung
gearbeitet wird. Landbau mit Lan-
dschaftsentwicklung verbinden –
wie geht das? Heute ist vielfach von
«Multifunktionalität» in der Lan-
dwirtschaft die Rede – «Funktionen»,
die über das «Produzieren» von
«Nahrungsmitteln» hinausgehen.
Referenten
Jochen Bockemühl, Marita Bruns,
Thomas van Elsen, Laurens Bocke-
mühl, Bas Pedrolí, Sonja Schürger,
Holger Coers, Jean-Michel Florin
Veranstalter
PETRARCA, Europäische Akademie
für Landschaftskultur und SÖL.
Auskunft und Anmeldung
Laurens Bockemühl, Am Kalkofen
30, D-66127 Saarbrücken, Tel. +49
6898 3090 367, Info@petrarca.info

Jede Biomilch ist streng kontrolliert

Zum Artikel «Die Marke schafft Mehrwert» von Cordelia Galli, bioaktuell Nr. 5, Juni 05.

» Über Geschmäcker und Tonalität kann man bekanntlich geteilter Meinung sein. Hierzu also keine Anmerkung unsererseits. Aufhören lässt uns die Ihrer Werbung zugrunde liegende Motivation: «Bio Suisse steht für kompromisslose Bioqualität und bürgt mit streng kontrollierten Auflagen dafür, dass die Kundschaft auch das bekommt, was sie erwartet.» Im Klartext: Sie machen für etwas Werbung, das bereits gesetzlich geregelt ist (CH-Bio-Verordnung). So gesehen verkaufen Sie einen «weissen Schimmel». Denn: Auf allen Bio-Produkten, wo Bio drauf steht, muss auch Bio drin sein. So gesehen stellen Sie sich mit der Werbung für «Bio Suisse» (bzw. die Knospe) über geltendes Recht – es werden Marketing (Marke Bio Suisse) und Gesetz (CH-Bio-Verordnung) quasi gegeneinander ausgespielt. Beispiel: Die auf Seite 5 abgebildete Anzeige «Streng kontrollierte Bio-Milch. Verlass dich drauf.» plus logo Bio Suisse. JEDE Bio-Milch (ob Bio Suisse oder nicht) ist jedoch streng kontrolliert (Bio-Verordnung). Die Werbung der Bio Suisse ist für uns eher verwirrend und unklar. Oder andersrum: Sie machen Werbung für eine – in diesem Zusammenhang – Selbstverständlichkeit. Ist das sinnvoll, ökonomisch, effizient, nachhaltig?

Felix Hug, Geschäftsführer,
Somona GmbH, CH-4657 Dulliken

Vac-Säcke

Vakuumbutel en gros
Neu auch strukturierte

**für Solis
Food saver
Magic Vac
Orved**

Direktversand:
Oeko-Sack GmbH
Sonnmattstrasse 9
3415 Hasle-Rüegsau
☎ 034 461 56 14



Bild: Bio Suisse

Milchwerbung erinnert an Zahnarztbesuch

Zum Artikel «Die Marke schafft Mehrwert» von Cordelia Galli, bioaktuell Nr. 5, Juni 05.

» Anscheinend ist es doch nicht so unwichtig, ob der Wurm dem Fischer schmeckt oder nicht, sonst wäre unsere Meinung zur Werbung der Bio Suisse ja nicht gefragt. Da sie mir meistens nicht gefällt, kommt mir diese Aufforderung zur Meinungsäusserung gelegen, obwohl es das Heuwetter eigentlich nicht zuliesse.

Wieso macht die Bio Suisse für Milch und vor allem für Fleisch so abtossende Werbung? Als ich das Plakat mit dem Grasfleischkäse neben unserer Haustüre aufhängte, um zu sehen, wie unsere Kundschaft darauf reagiert, nahm es mein Mann herunter mit dem Argu-

ment, auf unseren beseelten Bauernhof passe so etwas Widerliches nicht! Den kleinen, blau-gelben Fleischprospekt verteilte ich höchstens aus Jux, um jemand zu erschrecken, von dem ich genau wusste, dass er sich nicht zum Vegetarier eignet. Bei Menschen, die auf der Kippe sind, vom Fleischessen wegzukommen, eignet sich dieser Prospekt perfekt für den entscheidenden Kick. Kein Wunder, ist der Bio-Fleischkonsum rückläufig! Den Höhepunkt an Unerträglichkeit finde ich die Milchwerbung mit dem Gummihandschuheuter. Wie kann man (bzw. frau) ein so lebendiges und vitales Lebensmittel wie die Milch mit eisalter Sterilität bewerben? Es stimmt nicht, dass die Heidi-Werbung erfolglos ist, im Gegenteil. Heidi weckt eben Milch entsprechendere Emotionen als ein steriler Handschuh, der uns womöglich an den letzten Zahnarztbesuch erinnert. Ich frage mich, wie ein Werbemann oder eine Werbefrau auf ein solches Bild kommen kann. Ich kann es mir nur so erklären, dass die Werte Sicherheit, Zuverlässigkeit und Chemiefreiheit mit Sterilität verwechselt wurden. Die drei Werte haben also wenig mit dem Biolandbau zu tun. Ich finde, unsere grosse Idee Biolandbau ist mehr wert (in zwei Wörtern)! Wenn das Werbebüro sich mal ernsthaft mit den ideellen Werten des Biolandbaus befassen würde, kämen wahrscheinlich ganz andere Schöpfungen heraus. Es könnte für das Büro eine Herausforderung sein, Werte wie Fruchtbarkeit, Vielfalt, Lebendigkeit, Freude an der Natur, Vertrauen in die schöpferische Kraft des Universums in klaren und einfachen Bildern herüberzubringen.

Das Säulischnürli-Foto auf Seite 6 wäre ein guter Anfang. Es ist lustvoll, pfiffig und originell.

Zum neuen TV-Spot: Könntet Ihr vielleicht die Sendezeiten bekannt geben?

Claudia Capaul, Biobäuerin, Perrefitte BE

Alles für die Hühner
 Familienester Abrollnester
 Metallnester 2/3/4/10-teilig
 Tränken/Futtergeschirr
 Metall verz./ PVC

Tret-Futterautomat
 Geflügelnetze Zau material
 Eierverpackung 6/10/30-er

Geflügel- und Tierställe
 massiv – tiergerecht - solid
Anfertigung auch nach Mass

Ausstellung: Arbon beim Rondell
Sihlbrugg Industriegebiet
Langenthal Bleienbachstrasse
GLOVITAL AG
 St. Gallerstr. 34 9320 Arbon / TG
 Tel. 071 868 77 66 Fax 071 868 77 65
 www.glovital.ch

Biofutter ist Vertrauenssache



Biofutter

Sicherheit hat einen Namen, seit Jahren!

Das weiss auch jedes Bio - Kalb!



Alb. Lehmann, Biofutter  
5413 Birmenstorf / 9200 Gossau
Tel 056 / 201 40 20 Fax 056 / 201 40 25
E-Mail: Info @biomuehle.ch <http://www.biomuehle.ch/>

b.io-4400 Turbo (Mähweide-Mischung) schnellwüchsig, ertragreich, Unkraut unterdrückend

b.io Turbo 4400 läuft nach der Saat viel schneller auf als alle andern Mischungen. **DER VORTEIL:** Erster Schnitt kann bis 2 Wochen früher erfolgen. Ertrag im Ansaat-jahr ist sehr gut und die Unkrautunterdrückung besser, als bei Mischungen ohne Turbogras «ANDREA» (Deckfrucht).

BEACHTEN: Die ersten 3 Schnitte haben früh zu erfolgen, sonst wird ANDREA zu stark und unterdrückt die langsamer wachsenden Mischungs-partner.

Für alle Betriebe in guten Futterbaugebieten, die auf ertragsreiche und ausdauernde Mischungen setzen. Gerade für Biobetriebe eignet sich diese Mischung besonders!

Zusammensetzung:	BIO Rotklee Merviot	4%
	Weissklee Seminole (grossblättrig)	6%
	Weissklee Milo (kleinblättrig)	4%
	Westerw. Raigras ANDREA	10%
	BIO Engl. Raigras Calibra	28%
	Rotschwinge Echo	8%
	Timothe Rasant	10%
	Wiesenrispe Lato und Compact je	15%
Standort:	Raigrasfähig, ab ca. 900 mm Jahresniederschlag	
Saatmenge:	38 kg/ha	
Saatzeitpunkt:	März bis Anfangs September	
Nutzungsseignung:	Grünfütter, Heu, Silo, Weide (auch Kurzrasenweide)	
Preis:	Fr. 9.40/kg, in 10 kg Säcke	
Lieferung:	franko Hof ab Fr. 600.-, darunter Transportanteil à Fr. 25.-	

Alle Mischungen sind **zertifiziert** durch bio.inspecta AG, teilweise ausgezeichnet mit dem **AGFF Gütezeichen** und entsprechen voll und ganz den Anforderungen der **Bio-Saatgutverordnung!**

Haben im Angebot: 10 weitere Bio-Gras-mischungen, reine Biosamen, Gründüngung etc. Für Bestellungen und Informationen rufen Sie uns an! Wir beraten Sie gerne und senden auf Wunsch auch unseren **Bio-Saatgutkatalog 2005** zu.

b.io Saatgut Daniel Gürber, Kirchlindach Tel. 031 / 301 65 49

Suche drei Wiederverkäufer/Partner im Raum Baselland, Surenthal, Schaffhausen/Thurgau. Für mehr Infos melden Sie sich bei mir.



Andermatt
Biocontrol AG

Aktuell

Lysodin Algafert

 N-Blattdünger für alle Kulturen

Biofa Cocana

CH-6146 Grossdietwil
Tel. 062 917 50 05 Fax 062 917 50 06
www.biocontrol.ch e-mail: sales@biocontrol.ch

Einmachgläser mit Deckel Flaschen mit Drahtbügelverschluss

für alle Arten von Lebensmitteln.
Marmeladen, eingelegte Früchte und Gemüse, ...
Gläser in verschiedenen Grössen und Formen
von 0,4 dl bis 1 Liter.
Flaschen mit Drahtbügelverschluss 2,5 dl bis 1 Liter.

Gratis Mustergläser mit Preisliste auf Anfrage

Crivelli Verpackungen • CH-6830 Chiasso
☎ 091 647 30 84 • Fax 091 647 20 84
crivelliimballaggi@hotmail.com