

# bioaktuell

9/09

DAS MAGAZIN DER BIOBEWEGUNG

NOVEMBER



Milchmarkt: Bio abkoppeln? Seite 4

Ethik am Beispiel Ei Seite 6

Bilder bunter Biomärkte Seite 8



**Wir vermitteln für Sie:**

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



In der Aufzucht sind Sie die Profis. Doch die kompetente und engagierte Vermittlung Ihrer erstklassigen Natura-Beef® und Bio Tiere können Sie gestrost uns überlassen. Die Viegut AG ist nicht nur ein Familienbetrieb mit langjähriger Erfahrung, sondern auch ein ganz modernes, von MUTTERKUH SCHWEIZ und Bio Suisse lizenziertes Handelsunternehmen. **Wir beraten Sie gerne – keine Frage!**

**Viegut AG**  
Gewerbering 5 • 6105 Schachen  
Tel. 041 360 69 78 • Fax 041 360 72 55  
info@viegut.ch

[www.viegut.ch](http://www.viegut.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](mailto:crivelliimballaggi@hotmail.com)

## Soja Hamex

Erfolg mit höchstem Nährwert

- ✓ hoher Anteil pansenstabiler Energie
- ✓ dank Krümel-Struktur ausgezeichnete Fressbarkeit
- ✓ sehr gute Fliess- und Lagereigenschaften



Rohprotein **44/45 %**  
APDE **240 g**  
APDN **340 g**  
NEL **8.2 MJ**

[agrokommerz.ch](http://agrokommerz.ch) / 034/493'93'93

**hosberg AG**

Bio Eierhandel

8630 Rüti ZH, Tel. 055 251 00 20

Das führende  
Eierhaus in  
Sachen Bio!



Besuchen Sie unsere Internetseite  
mit aktuellen Informationen  
für Kunden und Lieferanten!  
[www.hosberg.ch](http://www.hosberg.ch)



UFA-Milchviehfutter

**UFA 174 F/274** Startphasenfutter  
**UFA 277** Proteinkonzentrat  
**UFA 172 F/272/279** Milchleistungsfutter  
**UFA 175 F/275** Getreidemix

**Rabatt Fr. 3.–/100 kg UFA-Milchviehfutter** bis 21. November 2009

[www.ufa.ch](http://www.ufa.ch)

In Ihrer  
LANDI

AKTION



## Echter Marktkampf ist Knochenarbeit

Der «Marktkampf» der radikalen bäuerlichen Protestvereine ist kontraproduktiv. Wenn sie Miststiefel gegen die Volkswirtschaftsdirektorin schleudern, die das Gespräch sucht, wenn sie mit PS-starken klimatisierten Traktoren aufahren und mit Druckfässern wahlweise Milch auf abgeerntete Äcker oder Gülle auf Molkereiareale spritzen, schaffen sie kein Verständnis in der Bevölkerung. Zumal derzeit auch viele Nicht-Milchproduzenten den Gürtel enger schnallen müssen.

Der «Marktkampf», den die bäuerliche Interessengruppe Big-M führt, hat mit



Markt, mit Kampf um Marktanteile oder Kampf um Marktmacht herzlich wenig zu tun. Mehr mit gewerkschaftlicher Forderung, Klassenkampf und politischem Aktionismus – oder, wie die NZZ kommentiert, mit simpler Parteipolitik: CVP und SVP

buhlen um die bäuerliche Basis.

Die Milchstreik-Haudegen, die sich europaweit formieren und mit teils abgeschmackten Aktionen einen «fairen» Produzentenpreis fordern, täten besser daran, tatsächlich mal die Marktverhältnisse zu durchleuchten, nach Schwachstellen abzusuchen und diese zu reparieren. Denn damit kann man einiges erreichen, wie die momentan recht soliden Verhältnisse am Schweizer Biomilchmarkt zeigen. Doch dieser Kampf um die Markthoheit ist Knochenarbeit. Und sie kann zum Schluss führen, dass der Klassenfeind gar nicht unbedingt im Bundeshaus oder bei den Verarbeitern sitzt, sondern in den eigenen Reihen. Denn die Mehrmengen werden weder von Bundesrätinnen noch von Käsehändlern gemolken.

Würden die Marktkämpfer mehr Verantwortung für die Märkte übernehmen, den Kontakt zur Bevölkerung pflegen, Tierwohl und Ressourcenschutz stärker gewichten und auf die Produktion von Raufuttermilch mit strengen Kraftfutterrestriktionen setzen, hätten sie einen grossen Teil der Probleme am Milchmarkt gelöst und kämen dem fairen Milchpreis wesentlich näher. Doch dann wären sie alle – Biobauern.

*A. Schädeli*

Alfred Schädeli

# bioaktuell



8



12



14



14

## MARKT

### 4 Biomilchpreis im konventionellen Strudel

Das Angebot an Biomilch ist rückläufig, die Nachfrage stabil. Dennoch sinkt der Biomilchpreis, offenbar im Sog des konventionellen Preiserfalls. Bio Suisse sucht die Lösung in einer Entkopplung der Märkte.

### 6 Mit Werten werben

Ethische Werte als Verkaufsargumente: Im Rahmen eines EU-Projekts liefern Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten wichtige Resultate zu den Themen Tierwohl, Regionalität und faire Preise.

## UMSCHAU

### 8 Bilderreigen zu den Bioherbstmärkten

Farbenfroher Streifzug durch die Biomärkte und Feste, mit denen Bäuerinnen und Bauern im Herbst die Knospe lustvoll unter die Leute brachten.

## RATGEBER

### 13 Zukauf nichtbiologischer Küken

Ab Neujahr dürfen Knospe-Betriebe Küken aus Bundesbio- oder IP-Aufzucht zukaufen, falls keine Knospe-Küken erhältlich sind. Aber nur mit Bewilligung und gegen eine Lenkungsabgabe.

## RUBRIKEN

### 11 Konsum

### 14 Notizen

### 16 Agenda

### 18 Impressum

### 19 Das letzte Wort. Leserbrief

# Biomilchpreis sinkt im konventionellen Abwärtssoog

Der Biomilchmarkt wäre eigentlich ziemlich im Lot. Das Angebot nimmt ab, bei der Nachfrage stehen die Zeichen gut. Dennoch sinken die Preise ins schier Bodenlose, denn der Biomarkt ist den Turbulenzen des konventionellen Markts ausgesetzt. Mit der Einführung der neuen Regulierungsmassnahmen der Milchbranche soll der Biomarkt abgekoppelt werden. Eine Herausforderung für die neue Produktmanagerin Milch bei Bio Suisse, Magda Blonkiewicz.

**S**eit der Aufhebung der Milchkontingentierung letzten Frühling kommt der Milchmarkt nicht zur Ruhe. Nach der Gipfelquerung im Sommer 2008, wo für konventionelle Milch Produzentenpreise von durchschnittlich 85 Rappen und für Biomilch 94 Rappen gezahlt wurden, ist auf beiden Märkten Talfahrt angesagt. Konventionell sind nicht mehr viel mehr als 60 Rappen pro Kilo drin, am Biomarkt bewegt sich der Produzentenpreis irgendwo zwischen 72 und 76 Rappen.

«Am Verlauf der Preise seit dem Sommer 2008 wird deutlich, wie stark der Biomilchpreis immer noch an den konventionellen Markt gekoppelt ist», stellt Magda Blonkiewicz fest, die seit wenigen Monaten als neue Produktmanagerin für Milch und Eier bei Bio Suisse arbeitet. «Dass die Biomilchpreise so dramatisch sinken, hat in erster Linie mit dem Markt für konventionelle Milch zu tun», erklärt die Betriebswirtschafterin mit polnischen Wurzeln.

## Miese Stimmung um Mehrmelker

Die Hauptursache für den Preiszerfall ist die Mengenexplosion bei der konventionellen Milch, die als Folge des Hochpreissommers und der darauf folgenden Mengenfregabe den Markt erschütterte und die Gemüter erhitzte. Verarbeiter schlossen mit den Produzenten Verträge über Mehrmengen ab, die Tierzahlen stiegen auf Rekordhöhen, und einige Schlaumeier verkauften kurz vor Ladenschluss ihre Kontingente, bauten mit dem Erlös neue, viel grössere Ställe und bringen nun die doppelte oder dreifache Milchmenge auf den Markt.

Diese Mehrmengenmelker geben in Internetforen ganz offen zu Protokoll, man habe immer die besten Erfahrungen damit gemacht, das Gegenteil von dem zu tun, was die Organisationen und das Bundesamt für Landwirtschaft empfoh-

len hatten. Daher habe es auf der Hand gelegen, auch hier die Gunst der Stunde zu nutzen und die Milchproduktion auszuweiten statt zu drosseln. Früher habe er sich mit «lächerlichen 200 000 Kilo Jahresmilch» herumgeplagt, heute melke er 450 000 Kilo, da beginne es sich langsam zu lohnen, schreibt einer dieser Milchproduzenten. «Verräter» war noch der gelindeste Kommentar, den er für diese Zeilen erntete.

In diesem angeheizten Klima fanden Protestbewegungen wie die «Bäuerliche Interessengruppe für Marktkampf» Big-M, das Bäuerliche Zentrum Schweiz und Unerterre beachtlichen Zulauf. Diese «Basisorganisationen» verlangen einen «fairen» Milchpreis, der «für einen mittelgrossen Betrieb bei 90 bis 95 Rappen liegt», wie Martin Haab, Co-Präsident von Big-M aus Mettmenstetten ZH, erklärt. Doch um den Milchpreis stabilisieren zu können, muss man die Mengen in den Griff bekommen, weiss Haab. Und das wissen auch alle anderen Akteure am Milchmarkt. Die Frage ist aber, wie die Produzenten und Verarbeiter so weit zur Raison gebracht werden können, dass sie das Gemeinwohl über die Eigeninteressen stellen. – Am besten wohl durch den Bundesrat.

## Schönes neues Marktsystem

Zumindest in diesem Punkt ist sich die Branche einig: Wenn sich die Landesregierung mit der Aufhebung der Kontingentierung schon aus der Mengensteuerung verabschiedet, soll sie wenigstens die Massnahmen für allgemeingültig erklären, welche die Produzenten und Verarbeiter ausgehandelt haben, um die Milchmenge in den Griff zu kriegen. Zerstritten sind die Organisationen in der nicht unwesentlichen Frage, über welche Regulierungsmassnahmen sich die Allgemeingültigkeit denn genau erstrecken soll.

Nachdem der Produzentenverband SMP und die Milchkäufer ein Jahr lang

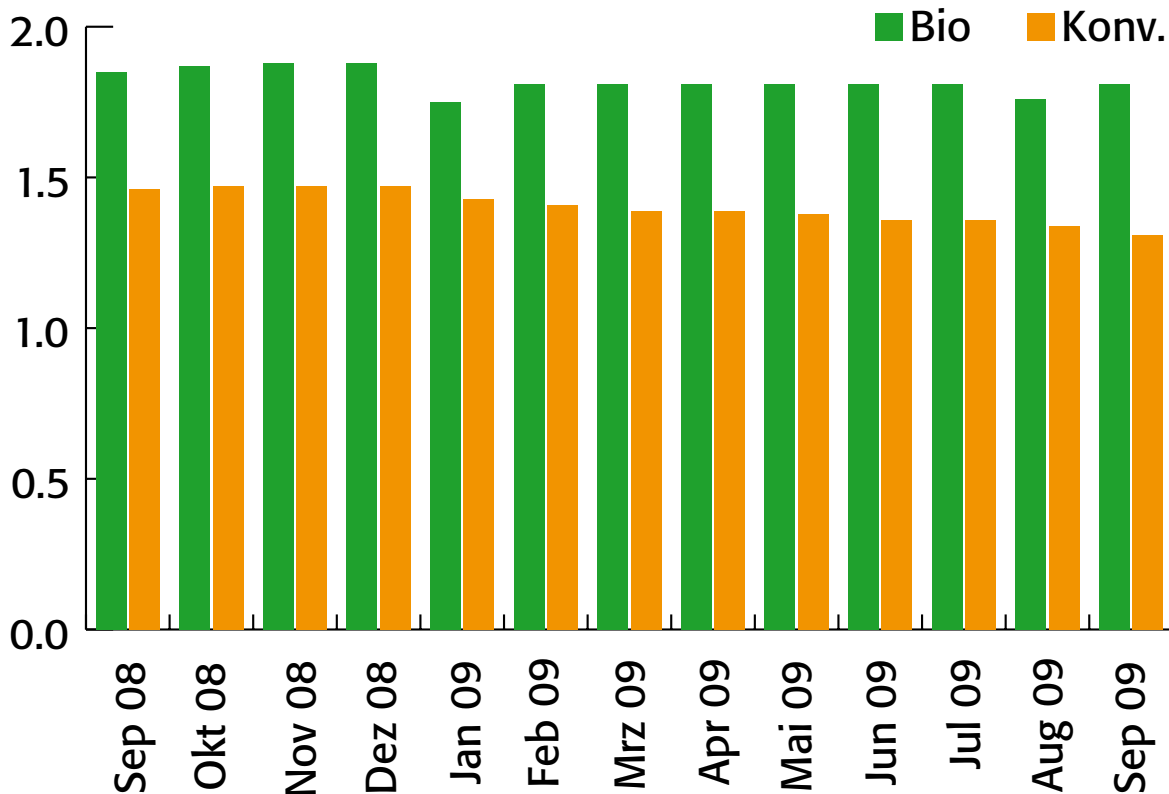
vergeblich nach Lösungen gerungen hatten, schaltete sich letzten Sommer der Bauernverband ein und hob die «Branchenorganisation Milch» BOM aus der Taufe. Unter dem Vorsitz von Hansjörg Walter kam ein Kompromiss zustande, eine neue Auflage der Idee der Marktsplittung: Eine Vertragsmilchmenge soll zu einem quartalsweise festgelegten Richtpreis übernommen werden. Die über den veranschlagten Bedarf hinausgehende Menge wird an der Börse gehandelt. Für den Notfall sieht dieses Marktsystem Abräumungen vor: Sobald die Börse einen Schwellenpreis unterschreitet, muss die Milch ausserhalb der EU auf den Weltmarkt gelangen, damit Rückimporte ausgeschlossen sind.

Wenn alles nach Fahrplan läuft, wird die BOM-Delegiertenversammlung dem Bundesrat dieses Marktmodell vorschlagen, der noch im laufenden Jahr seinen Segen dazu geben soll, damit die Branche die Mehrmelker in die Schranken weisen kann.

Doch auch zu dieser Lösung hagelt es scharfe Kritik von Seiten der Big-M. Die Bestimmungen, welche Milch genau an die Börse komme, seien viel zu schwammig formuliert. Es heisse zwar, die jüngst gewährten Mehrmengen der Mehrmelker würden «überproportional reduziert». Big-M reicht diese Aussage aber nicht, das sei «Wischiwaschi». Ebenso vernichtend kritisiert die Kampforganisation die Intervention des Bundesrats, der zur Entlastung des Milchmarkts Ende Oktober 32,5 Millionen Franken locker machte, die für den Abbau des Butterbergs und den Export von Nutztvieh (Brüssel wird's danken) verwendet werden sollen. Diese Massnahmen, wird kritisiert, kämen allein den Verarbeitern zugute und nicht den Bauern.

Die tiefen Biomilchpreise haben indes nichts mit Mehrmengen auf dem Biomarkt zu tun, erklärt Urs Brändli, Präsident der Fachkommission Milch

## Ladenpreis für 1 Liter Vollmilch Past



von Bio Suisse: «Obwohl wir auf dem Biomarkt die Mengen im Griff haben, sind die Preise viel zu tief.» Die Mengenentwicklung geht in die andere Richtung als am konventionellen Markt. Bis Mitte 2009 sei die Biomilchmenge um 3,9 Prozent gesunken, weil einige Bioproduzenten aus wirtschaftlichen Gründen und allenfalls wegen der strengeren Fütterungsvorschriften aus der Milchwirtschaft ausgestiegen seien. Die Nachfrage sei stabil, eine Trendumkehr hin zu höherer Nachfrage in Sicht. «Der Biomilchpreis müsste eigentlich über 80 Rappen liegen», ist Brändli überzeugt. Doch dafür braucht es eigenständige Lösungen für den Biomarkt.

### Die gekoppelten Märkte

Dass der Biomarkt anders tickt, wird weder bei der BOM noch von den oppositionellen Basisorganisationen wahrgenommen. Die Branche schüttet die ganze Milch in denselben Topf, die Biomilch honoriert sie mit einem Mehrpreis von 10 bis 15 Rappen.

«Der Biomilchpreis kann sich vom konventionellen Preis nicht abkoppeln» ist auch Haab überzeugt. Denn Milch sei Milch, und diese müsse generell mehr abwerfen.

In den Läden sieht die Situation jedoch anders aus. Dort ist die Entkopplung der Märkte ansatzweise schon Realität. Für Vollmilch Past zahlten die Konsumentenden im September 2008 im Schnitt Fr. 1.46 für konventionelle Ware, Fr. 1.85 für Biomilch. Die Differenz lag bei 39 Rappen. Ein Jahr später, im September 2009, kostete konventionelle Milch Fr. 1.31 und Biomilch Fr. 1.81, Differenz 50 Rappen.

### Wo liegt die Schmerzgrenze?

Magda Blonkiewicz beobachtet diese Preisentwicklungen genau und bespricht sie mit den Marktpartnern. «Wir wissen nicht, wo die Schmerzgrenze für die Konsumentinnen und Konsumenten liegt», sagt die Bio Suisse Frau. Der Detailhandel befürchtet, dass sich eine zu hohe Preisdifferenz negativ auf den Absatz auswirken könnte. Doch niemand kann genau sagen, wie weit sich die Schere öffnen darf.

So kämpft Blonkiewicz zusammen mit der Fachkommission Milch an zwei Fronten für einen eigenständigen Biomarkt und die Entkopplung von den grossen Massen. Gegenüber den Milchkäufern gilt es zu vermitteln, dass der Biomarkt anderen Vorzeichen folgt und

die Biomilchproduzenten – nicht zuletzt wegen den strengen Restriktionen der Biorichtlinien – solide und verlässliche Marktpartner sind. An der Verkaufsfrent im Detailhandel gilt es, den Mehrwert der Biomilch darzustellen und damit den höheren Preis zu begründen.

Nicht geregelt ist ausserdem, wie die deklassierte Biomilch im neuen Marktsystem der BOM, das ab 1. Januar greifen soll, platziert wird. Da es schwierig ist, für die Deklassierung der saisonalen Übermengen Jahresverträge abzuschliessen, käme die gesamte deklassierte Menge in die Börse und würde behandelt wie konventionelle Mehrmengen, obwohl die Biomenge gesunken ist. Solche Fehlentwicklungen gilt es abzuwenden, mit dem Ziel, dass diese Biomilch in die Vertragsmenge aufgenommen wird. Auch in diesem Punkt wird Magda Blonkiewicz aktiv. Innerhalb der BOM wird eine Arbeitsgruppe Bio ins Leben gerufen, die für die Belange des Biomilchmarkts – und für dessen Entkopplung – zuständig sein wird. Anfang Dezember findet die erste Sitzung statt. Die neue Produktmanagerin wird auch diese Herausforderung mit der ihr eigenen Dosis Optimismus gerne annehmen.

Alfred Schädeli

# Welche Parolen auf Banderolen? Ethische Werte am Beispiel Ei

Ein EU-Projekt untersucht den Stellenwert ethischer Verkaufsargumente unter den Konsumierenden in fünf westeuropäischen Ländern. Dazu wurden Gesprächsgruppen gebildet und die Argumente Tierwohl, Regionalität und faire Preise für die Produzenten am Beispiel Eier diskutiert. bioaktuell fasst die Ergebnisse aus den Schweizer Gruppen zusammen.

**E**thische Werte – ein aktuelles Thema im Biobereich, in der Schweiz wie auch in andern Ländern Europas. In der Tat entwickelt ja Bio Suisse zurzeit soziale Standards, und Demeter ist ebenfalls dabei, ihre ethischen Grundwerte in einer sozialen Charta festzulegen, sowohl in der Schweiz als auch auf internationaler Ebene.

Das laufende EU-Projekt «Core Organic» will das Interesse der Konsumentinnen und Konsumenten an diesen ethischen Werten erfragen. Die Untersuchung wird in fünf europäischen Ländern durchgeführt: in Italien, Grossbritannien, Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Ziel ist es, neue Kommunikationskonzepte und -mittel zu entwickeln, um ethische Mehrleistungen als Verkaufsargumente einzusetzen und so das Engagement der Produzierenden zu fördern.

bioaktuell hat das Projekt Anfang Jahr bereits vorgestellt und interessante Resultate veröffentlichen können darüber, was auf der einen Seite die Konsumierenden in Sachen Ethik wichtig finden und welche Werte Biobetriebe ihrerseits als Anbieter hervorheben. Siehe bioaktuell 1/09, Seiten 14/15: «Ethische Werte als Verkaufsargumente».

## Drei Gruppen diskutieren Werbematerial

Für den nun abgeschlossenen Projektteil haben wir jene drei ethischen Argumente, die unter den Konsumierenden am meisten Zustimmung gefunden hatten, in Gesprächsgruppen vertieft untersucht: Drei Gruppen von je rund zehn Personen wurden eingeladen, ihre Meinungen über Verkaufs- und Werbematerial zu äussern und zu diskutieren. Diese qualitative Methode liefert zwar keine exakten Zahlen, erlaubt es aber, die Sichtweisen der Teilnehmenden zu verstehen.

Dazu suchte das FiBL, projektverantwortlich für die Schweiz, in Coop-Supermärkten 28 Teilnehmerinnen und Teil-

nehmer nach soziodemografischen Kriterien wie Geschlecht, Alter oder Beruf. Alle Teilnehmenden konsumieren gelegentlich oder regelmässig Bioprodukte.

Zu Beginn der Diskussionen legten wir den Leuten sechs verschiedene Banderolen für Eierverpackungen vor, je zwei davon mit demselben ethischen Verkaufsargument, aber unterschiedlichen Slogans und Texten (siehe Tabelle unten): zwei zum Thema Tierwohl, zwei zum Thema regionale Produktion und zwei zum Thema faire Preise für die Arbeit der Produzenten. Die Projektpartner in Italien hatten es übernommen, die Banderolen für das ganze Projekt zu erarbeiten.

## Die Schweizer haben's gerne knapp und nüchtern

Bezüglich des Designs waren die Reaktionen von Land zu Land unterschiedlich. In der Schweiz wurde, im Gegensatz etwa zu Italien oder Österreich, das Design nicht sehr wohlwollend aufgenommen. Es irritierte die Teilnehmenden, dass die eher ernsthaften ethischen Argumente mit munteren Figürchen und herzigen Symbölnchen kombiniert waren. Die Gestaltung der in der Untersuchung verwendeten Banderolen weicht jedenfalls

von der hierzulande im Handel üblichen stark ab.

Die Konsumentinnen und Konsumenten wünschen, dass sich das Design an den Argumenten ausrichtet. Zudem scheint es, dass die Konsumierenden knappe und präzise Erklärungen erwarten, verpackt in kurze Aussagen, und nicht eigentliche Texte und Bilder. Trotz der eher negativen Bewertung der Banderolen in den Schweizer Gesprächsgruppen lassen sich interessante Schlüsse ziehen im Hinblick auf die Kommunikation ethischer Werte.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in der Schweiz massen dem Tierwohl die höchste Bedeutung zu, dann folgten das Regioargument und an dritter Stelle die fairen Preise.

## Das Ei kommt vom Huhn, nicht vom Bauern

Der hohe Stellenwert des Tierwohls in der Schweiz ist aus vielen Umfragen und Studien bekannt. Die Konsumentin, der Konsument halten sich im reizüberfluteten Umfeld des Supermarktes an einzelne Kriterien, um einen Kaufentscheid zu fällen. Und es hat sich in einer weiteren EU-Studie aus dem laufenden Jahr ge-

Verkaufsargument	Text 1	Text 2
Tierwohl	Die Hennen werden mit Liebe und Respekt gehalten. Sie bekommen gentechnikfreies Futter und können im Freien herumlaufen.	Das Wohlbefinden unserer Hennen liegt uns am Herzen. Sie können im Freien herumlaufen und bekommen natürliches, gentechnikfreies Futter. Für sie haben wir ein 100-prozentiges Biobeben ausgesucht.
Regionale Produktion	Diese Bioeier stammen aus der Gegend, in der ich wohne. Sie kommen auf kurzen Transportwegen und mit geringer Umweltbelastung auf meinen Tisch.	Unsere Region liegt uns am Herzen. Dieses regionale Produkt trägt zum Erhalt bäuerlicher Kultur und Traditionen bei.
Faire Preise für die Produzentinnen und Produzenten	Der Kauf dieser Eier honoriert die Arbeit der Biobäuerinnen und Biobauern, die unsere Mutter Erde pflegen und schützen.	Ein faires Geschäft: Der Kauf dieser Eier honoriert die Arbeit von Biobäuerinnen und Biobauern und ihren Familien und sichert ihr Überleben.



zeigt, dass sie vor allem die letzte Produktionsstufe im Auge haben. Beim unverarbeiteten tierischen Produkt Ei denken die Konsumierenden also sehr viel eher ans Huhn, als wenn sie Mayonnaise oder Eierteigwaren einkaufen. Beim Einkauf von Äpfeln oder Gemüse ist ihnen die Frage wichtig, ob chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel eingesetzt wurden, kaum hingegen beim Einkauf von tierischen Erzeugnissen – die Frage stellt sich hier auf dem «Umweg» der Futterproduktion. (Die EU-Studie zu diesen Einkaufskriterien ist im bioaktuell 6/09, Seiten 14–16 zusammengefasst.)

Beim Ei, das bestätigte sich in der Schweizer Gesprächsgruppe eindrücklich, ist die Gewichtung der Kriterien sehr klar: Die Assoziation geht sofort vom Ei zum Huhn, dann zur Herkunft (Region, Land) und erst in dritter Linie denken die Konsumierenden an die Produzentin, den Produzenten. Bezogen auf das Huhn, bedeutet Tierwohl den Konsumierenden vor allem Freilandhaltung. Sie wollen wissen, wie das Tier gehalten wird, aber auch, was es isst und woher es kommt.

### Ökologie ja, Tradition nein

Die regionale Produktion betreffend, nennen die Teilnehmenden zwei wichtige Aspekte: einerseits den ökologischen Aspekt der kurzen Transportwege – das entspreche auch der Philosophie des Biolandbaus –, andererseits den traditionellen regionalen Aspekt, der in der Unterstützung der Produktion auf kleinen lokalen Höfen liegt.

Es zeigte sich aber, dass der Begriff Tradition, wie er in einer der Banderolen verwendet wird, unterschiedlich aufgefasst und assoziiert wird. Dazu eine Aussage aus der Gesprächsgruppe: «Mir gefällt der Begriff Tradition nicht. Für mich ist die biologische Landwirtschaft etwas Neues. «Bäuerliche Tradition», das klingt für mich wie Volkstanz, so soll die Landwirtschaft nicht betrieben werden.» Die meisten der Teilnehmenden verbinden Tradition mit traditioneller Landwirtschaft, das heisst mit konventioneller Landwirtschaft – also mit dem Gegensatz dessen, was sie wünschen, wenn sie Bioprodukte kaufen.

### Gerechte Preise statt Spenden

Aus den Gesprächen ergibt sich, dass das Argument der fairen Preise schwierig zu kommunizieren ist. Die Mehrheit der Teilnehmenden empfindet dieses Argument als moralisierend. Zudem gebe es



Als Beispiel eine der beiden Banderolen zum Thema regionale Produktion.

ein schlechtes Bild der Biobauern ab, so als wären sie unfähig, für sich selber zu sorgen.

Eine Stimme aus der Gruppe: «Dieses «Ich unterstütze» oder «Das honoriert die Arbeit» mag ich nicht. Ich will den gerechten Preis für ein Produkt bezahlen, das schon, aber ich will nicht den Produzenten finanzieren.»

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wünschen ein faires Verhältnis zwischen Produkt, Konsument und Produzentin, sie wollen einen fairen Preis für ein Produkt bezahlen, aber nicht die Bäuerinnen und Bauern unterstützen, als würden sie an einer karitativen Aktion teilnehmen. – «Ich bin so nett und gebe Geld für einen guten Zweck. Ich kaufe also Bioeier, als würde ich die «Surprise» kaufen.»

Dennoch, in bestimmten Fällen sind die Konsumierenden sehr wohl bereit, Bäuerinnen und Bauern zu unterstützen. Sehr schnell zog die Mehrheit der Teilnehmenden die Parallele zwischen dem Argument der fairen Preise und dem Fairtrade von Max Havelaar. Einige können sich vorstellen, dieses Prinzip in einer schwierigen Lage auch für die Schweizer Bauern anzuwenden; für andere lässt sich die Situation nicht vergleichen: Kleinbauernfamilien in Entwicklungsländern zu unterstützen, das lasse sich nicht in Verbindung bringen mit einer Art Patenschaft für die staatlich geförderten Bauern in einem reichen Land.

### «Wo die Knospe drauf ist, soll Ethik drin sein»

Aus den Äusserungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer können wir klar schliessen, dass die Konsumenten offen sind für ethische Argumente in Verbindung mit Lebensmitteln. Dennoch, auch wenn ihnen diese Argumente wichtig sind, ist es schwierig, sie ihnen zu vermitteln, weil sich die Konsumierenden nicht vordringlich mit solchen Argumenten beschäftigen wollen, wenn sie ihre Einkäufe machen.

Zudem betrachtet die Mehrheit der Teilnehmenden die ethischen Werte nicht als zusätzliche Argumente, sondern als wesentliche Bestandteile von Bio, die definitionsgemäss dazugehören. Sie liessen uns auch wissen, dass sie eine Verpackung besser fänden, die alle drei Argumente aufführt, statt dass sie eines den andern vorziehen müssten.

Noch lieber hätten sie es, wenn sie sich auf eine Garantie verlassen könnten, statt sich bei jedem Produkt fragen zu müssen, ob es wohl ihren Erwartungen entspricht. Für viele ist das mit der Präsenz der Knospe gegeben: «Ich frage mich, wozu es da noch Zusatztexte braucht, wenn es ein Bio Suisse Produkt ist; ich gehe davon aus, dass sich das von selbst erklärt.»

Marion Levite und Flurina Schneider, FiBL  
Übersetzung aus dem Französischen:  
Markus Bär



Der Biomarkt «1001 Gemüse und Co.» in Rheinau lockte Ende August bei prächtigem Wetter so viele Besucher an wie nie zuvor: Etwa 3500 Leute kamen flanieren und degustieren. Und die Organisatorinnen und Helfer kamen an den Anschlag. Ebenso das kulinarische Angebot: «Noch eine Stunde länger und wir wären komplett ausverkauft gewesen», seufzte Martin Ott gegenüber Radio Munot. Für nächstes Jahr: [www.1001gemuese.org](http://www.1001gemuese.org)



Bilder: Bio Suisse



# Herrlicher



# herbstlicher



An der «HESO» in Solothurn widmeten die Nordwestschweizer Biobauern ihr Zelt im Schanzengraben ganz dem Huhn – genauer der Gruppe der Hühnervögel, zu denen ja auch die Wachtel gehört. Dazu gab's einen Wettbewerb, eine Biobeiz und für die Kinder einen Streichelzoo sowie das Märchen «Ds Huehn Bertha», erzählt von der Märlitante Barbara Burren. Für nächstes Jahr: [www.bio-nordwestschweiz.ch](http://www.bio-nordwestschweiz.ch), [www.heso.ch](http://www.heso.ch)







Der fünfte «**Ostschweizer BioMarkt**» nahm an einem Samstag Mitte September das Thurgauer Städtchen Weinfelden in Beschlag – und gefangen mit einem gelungenen Mix von Bio und sonstiger Kultur wie Theater, Volksmusik, Rock, a capella. Für die kleinen Besucherinnen und Besucher warteten Tiere aufs Gesteichelt- und Blumen aufs Zu-Kränzen-gebunden-Werden.  
Für nächstes Jahr: [www.biomarkt-ostschweiz.ch](http://www.biomarkt-ostschweiz.ch)



Bilder: Prättigau Tourismus



Sagenhafte Geschichten, Älplerkost bei Kerzen- und Petroleumlicht, Alpabzug, Alpkäse- und Spezialitätenmarkt, Älplerolympiade, Pferdetrekking, Jugend- und Kinderprogramm, Musik und Tanz ...  
Das «**Prättigauer Alp Spektakel**» bietet Attraktionen in Küblis und Seewis an vier Tagen Anfang Oktober. Dieses Jahr, bei der vierten Durchführung, kamen rund 7000 Personen. Ein Biomarkt oder Biofest ist das Alp Spektakel zwar nicht, aber in Graubünden, das liebe Zungen bereits Grünbünden nennen, ist die Knospe ja mehrheitsfähig!  
Für nächstes Jahr: [www.alpspektakel.ch](http://www.alpspektakel.ch)



# Biomarktreigen

Zum ersten Mal durchgeführt wurde dieses Jahr der Zuger Biomarkt «**O SOLE BIO**». Sämtliche Zentralschweizer Biovereinigungen (LU, NW, OW, SZ, UR, insgesamt 850 Knospe-Betriebe) taten sich zusammen, um mitten in der Altstadt und direkt am See ein grosses Biofest auf die Beine zu stellen. Entsprechend reichhaltig gerieten das musikalische Rahmenprogramm und die Darbietungen zum Brauchtum – von Trachtengruppen bis zum Holzschnitzer oder Seiler. Die Kinder konnten Schlangenbrot backen, sich im Knospe-Klettern (!) üben oder den Tiergarten von ProSpecieRara besuchen.  
Für nächstes Jahr: [www.osolebio.ch](http://www.osolebio.ch)



Bilder: Bio Suisse

Der traditionsreichste und sicher charmanteste Bioherbstmarkt ist der «**Marché bio et artisanal**» in Saignelégier. Dieses Jahr zum 22. Mal durchgeführt, zog der Marché bio am Wochenende des 19. und 20. September trotz einiger Regenschauer 25 000 Besucherinnen und Besucher an – neuer Rekord, wie fast jedes Jahr. Die Biene als wertvolle Mitarbeiterin in der Landwirtschaft und Lieferantin des kostbaren Honigs bildete das Rahmenthema für Gross und Klein.  
Für nächstes Jahr: [www.marchebio.ch](http://www.marchebio.ch) mb







**Mühle Rytz AG**

Agrarhandel und Bioprodukte

Ihr Partner für **Bio-Futter**

# Herbstaktion

Milchviehfutter/Mineralstoffe

1.10.09–12.12.09: Aktionsrabatt CHF 2.–/100 kg bei Kombibestellung von Milchviehfutter und Mineralsalz.

## Unsere Produktlinien

**Basic** – für Preisbewusste


**Standard** – für beste Leistung

**Hochleistung** – für höchste Ansprüche, mit Lebendhefen

**Putzstart** – Der Schlüssel zur erfolgreichen Laktation!

## Wir beraten Sie gerne:

Mühle Rytz AG, 3206 Biberen, Tel. 031 754 50 00  
www.muehlerytz.ch, mail@muehlerytz.ch

und Ihr regionaler Verkaufsberater  **PROVIMI KLIBA**



**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](http://www.bioweidebeef.ch)

## Vermarktung und Beratung:

Linus Silvestri, Lüchingen, SG  
Jakob Spring, Kollbrunn, ZH

Natel 079 222 18 33

Natel 079 406 80 27

## Ihre Chance – wir suchen neue Bio Weide-Beef® Produzenten

### Wir suchen :

neue Bio Weide-Beef® Produzenten

- Partner mit Remontenzukauf und Ausmast
  - Partner Mutterkuhhaltung mit Ausmast
- Bio Mutterkuhhalter für die Aubrac Produktion  
Bio Mutterkuhhalter für die Mastremontenproduktion

### Sie gewinnen:

Interessante nachhaltige Absatzmöglichkeiten im Bio Weide-Beef und im Bio Aubrac Programm.

### Wir vermitteln:

Aubrac Zuchttiere, F-1 Mutterkuhrinder, Bio Mastremonten, Bio Bankkälber und Bio Tränker, Bio Schweine, Bio Mutterschweine und Ferkel, Bio Schlachtkühe

**Rufen Sie uns an. Wir beraten Sie gerne!**



## Organische Stickstoffdünger

Biosol (Chitindünger 7-1-1)

Bioilsa 11 (11-1.2-0.5)

AminoBasic (9% N)

Andermatt Biocontrol AG  
Stahlermatten 6 · CH-6146 Grossdietwil  
Telefon 062 917 50 05 · [www.biocontrol.ch](http://www.biocontrol.ch)



Kategorie: Unikat

**Kloster Kappel**

Seminarhotel und Bildungshaus

Das erfolgreiche Seminarhotel ist ein Ort der Begegnung und des Austauschs, des Lernens und der Inspiration. Es wird von der evangelisch-reformierten Landeskirche des Kantons Zürich getragen. Im ehemaligen Zisterzienserkloster im Dreieck Zürich – Luzern – Zug gelegen, finden inmitten von Natur und Ruhe Firmenseminare, theologische Weiterbildungen und Bankette statt.

Wir suchen per 01. Februar 2010 oder nach Vereinbarung eine fachlich, fundierte, flexible und belastbare Persönlichkeit als

### GärtnerIn 80% (Stv. Leiter Garten)

Ihr Hauptverantwortungsbereich ist die Planung, Anzucht und Anbau sowie Pflege der Schnittblumen. Daneben gilt es im Gemüsebau und bei den Umgebungsarbeiten anzupacken. Abends besteht keine öffentliche Verkehrsanbindung.

Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, anspruchsvolle Aufgabe mit attraktiven Anstellungsbedingungen. Für nähere Auskünfte steht Ihnen gerne Ignazio Giordano (Leiter Garten) Tel. 044 764 88 28, zur Verfügung – oder besuchen Sie uns unter [www.klosterkappel.ch](http://www.klosterkappel.ch). Wir freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen mit Foto.

Diese senden Sie bitte bis 30. November 2009 an:  
Kloster Kappel, Jürgen Barth, Geschäftsführer, 8926 Kappel am Albis



# Hansruedi Sommer, «Viva Natura»; 8200 Schaffhausen

Hansruedi Sommer, 41, betreibt zusammen mit seinem Lebenspartner Christoph Fehr den Bioladen «Viva Natura». Nebst Lebensmitteln führen sie auch eine grosse Auswahl an Naturkosmetik und ein eigenes Kosmetikstudio und bilden immer wieder Lehrlinge aus. Im vergangenen Frühjahr wurden der Bioladen und das Kosmetikstudio zusammengeführt und vergrössert. In der Freizeit pflegt der gelernte Lebensmittelverkäufer seinen Blumengarten und kocht leidenschaftlich gerne.

## 1 Warum verkaufen Sie Lebensmittel – und nicht zum Beispiel Bücher oder Autos?

Mein Partner betreibt das Geschäft seit 29 Jahren. Erst als Reformhaus und nach meinem Einstieg vor rund zehn Jahren als Biofachgeschäft. Dass wir heute einen Bioladen betreiben, hat damit zu tun, dass wir beide gerne geniessen. Lebensmittel sind, wie der Name sagt, etwas Lebendiges, man braucht sie zum Leben und auch die Produkte selber sind lebendig. Wir finden das wunderschön, etwas Feines, etwas Spezielles zu verkaufen. Wir verkaufen nicht «normale» Lebensmittel, sondern Biolebensmittel. Sie sind ein Rundumgenuss: für den Gaumen, fürs Auge und für die Gesundheit.

## 2 Sind in Ihrem Geschäft ausschliesslich biozertifizierte Lebensmittel erhältlich?

Es gibt noch ein paar Produkte aus Reformhauszeiten, die von ein paar Kunden gewünscht werden. Das macht weniger als 1 Prozent aus. Neue Produkte werden ausschliesslich in Bioqualität aufgenommen. Beim Wein machen wir einen kleinen Kompromiss. Da haben wir einen spanischen Lieferanten, der einen Spitzenwein biologisch produziert, sich aber nicht zertifizieren lassen möchte.

## 3 Sind Biokunden besonders kritisch?

Jein. Es gibt den klassischen Biokunden von früher kaum mehr, ich glaube, das ist eine aussterbende Gattung. Es gibt sicher Leute, die bewusst Bioprodukte kaufen. Das mit dem schrumpfligen Apfel geht heute nicht mehr. Ein Bioprodukt muss heute mindestens so schön daherkommen und die gleiche optische Qualität haben wie ein konventionelles Produkt.

## 4 Brauchen sie viel Beratung?

Ja, schon. Wir müssen viel über die Produkte wissen. Die Kundschaft stellt an

uns den Anspruch, dass wir wissen, was wir verkaufen, und dass wir das eine oder andere schon probiert haben. Das soll auch so sein, wir sind ein Fachgeschäft und haben eine anständige Marge. Dafür müssen wir auch eine Leistung bringen. Es geht nicht darum, dass wir mehr verdienen, wir betreiben auch einen hohen Aufwand.

## 5 Gibt es viele, die aufwendige Verpackungen oder weite Transporte vermeiden wollen?

Ja, das ist so eine Sache. Wir versuchen zum Beispiel bei Früchten und Gemüse, die wir immer noch in Bedienung haben, zu sparen, indem wir zwei, drei Sachen in ein Säckli tun und nicht alles einzeln. Da versuchen wir gescheit mit Verpackung umzugehen. Ganz extrem ist das Nachfüllen bei Putzmitteln. Wir überlegten vor zehn Jahren auch: Entweder aufhören oder forcieren. In der Zwischenzeit konnten wir das gut ausbauen. Ich hörte schon viele Ladner, die stöhnten, warum ich denn das noch mache. Klar, es gibt eine Kleckerei, dafür habe ich eine treue Kundschaft, weil sie das nur bei uns nachfüllen können.

## 6 Kaufen die Leute Bio, weil sie sich gesund ernähren oder weil sie die Umwelt schonen wollen?

Etwas von beidem, vor allem glaube ich, ist es die Qualität. Besonders Früchte und Gemüse sind geschmacklich viel besser als ein konventionelles Produkt.

## 7 Teilen Sie Ihre Kundschaft in Lifestyle- oder Kundentypen ein?

Ach, ich mag solche Kategorien nicht. Wir haben von allen, würde ich sagen.

## 8 Wie kann man Laufkunden und Bioneukundinnen anlocken?

Wir haben den grossen Vorteil unserer Lage, es gibt keine bessere Passantenlage in der ganzen Stadt Schaffhausen.



Irene Böhm

«Die Präsentation muss stimmen»: Hansruedi Sommer in seinem Bioladen.

Gegen aussen muss das Schaufenster ansprechend sein. Durch den Umbau soll das optische Erscheinungsbild die Leute ansprechen. Die Beleuchtung ist das A und O. – Was nützt der schönste Laden, wenn man die Produkte nicht sieht?! Die Schaufenster muss man pflegen. Es ist nicht spannend, wenn ein halbes Jahr dasselbe drin steht. Es muss gegen aussen wirken, und auch wenn man drinnen ist, muss es einem wohl sein. Seit dem Umbau sehen wir viele neue Gesichter im Laden, viele Junge auch.

## 9 Und wie gewinnt man Gelegenheitskunden als Stammkunden?

Gelegenheitskunden holen wir rein, indem wir Angebote draussen aufstellen, teilweise auch über den Preis, um die Schwelle tiefer zu setzen. Man muss den Leuten Lust auf gewisse Sachen machen. Wir bieten auch immer wieder etwas zum Probieren an. Und die Optik ist wichtig: Es muss ordentlich sein, die Präsentation muss stimmen.

Interview: Irene Böhm

**PRO BEEF®**



www.pro-beef.ch

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

**Anmeldungen und Bestellungen können auch auf der  
Homepage [www.pro-beef.ch](http://www.pro-beef.ch) gemacht werden.**

**Handel, Vermittlung und Transporte von:**  
Schlachtvieh: Kühe, Rinder, Ochsen, Kälber; Nutztvieh: Tränker,  
Aufzuchtvieh Milchkühe, Mutterkühe, Weide-Beef-Remonten.

**Service Center:**  
**PROSUS** Marktplatz 3, 8570 Weinfelden, Tel: 071 626 23 50



BIO SUISSE

**Rüegg Gallipor AG**  
**Geflügelzucht**

**8560 Märstetten**

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



**Gesucht**

**Bioaufzucht-Betriebe**

- eine interessante Aufstockung
- auch im Umstellungsjahr möglich

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne

# abo

**bio**aktuell

Das Magazin der Biobewegung  
(Bäuerinnen, Verarbeiter,  
Handel). Erscheint monatlich  
mit zwei Doppelnummern  
(Juli und Dezember).



Herausgeber: FiBL und Bio Suisse

ÖKOLOGIE & LANDBAU

Für Agrarfachleute, Berater,  
Biobäuerinnen, Gärtner, Konsu-  
mentinnen ... Erscheint viermal  
jährlich. Informiert umfassend  
über Forschung, Praxis und  
Markt des Biolandbaus.  
Mit aktuellen FiBL-Seiten.



Herausgeber: Stiftung Ökologie  
und Landbau (SÖL).  
D-67089 Bad Dürkheim

## Bestelltalon

Ich abonniere «bio aktuell».  
Zehn Ausgaben kosten mich  
Fr. 49.- (Ausland Fr. 56.-).

Ich abonniere «Ökologie &  
Landbau»: vier Ausgaben für Fr.  
40.-. (zuzüglich Versandkosten)

Ich stehe noch in Ausbildung/  
bin erwerbslos. Ich lege die  
Kopie eines Nachweises bei  
und abonniere «Ökologie &  
Landbau» zum ermässigten  
Tarif: vier Ausgaben  
für Fr. 30.-. (+ Versandkosten)

«Ökologie & Landbau» für  
Firmen/Organisationen  
Fr. 62.50 (zuzüglich  
Versandkosten)

Name

Vorname

Strasse

PLZ/Ort

Datum

Unterschrift

Einsenden an FiBL, Forschungsinstitut für biologischen Landbau, bioaktuell, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick



# Zukauf nichtbiologischer Küken neu mit Lenkungsabgabe möglich

Ab Anfang 2010 dürfen Knospe-Betriebe Geflügelküken von Bundesbiobetrieben oder aus IP-Aufzucht zukaufen, wenn keine Knospe-Küken erhältlich sind. Es ist allerdings eine Bewilligung der MKA nötig, und der Preisvorteil wird durch eine Lenkungsabgabe abgeschöpft.

Die Bio Suisse Delegiertenversammlung hat den Richtlinienartikel 3.1.10 per 1.1.2010 angepasst. Wie bisher müssen Geflügelküken grundsätzlich von Knospe-Elterntieren stammen und in einer Knospe-Brüterei ausgebrütet worden sein. Neu wird aber eine Ausnahmemöglichkeit für den Zukauf von nichtbiologischen Küken oder Küken von Bioverordnungsbetrieben geschaffen, damit Junghennen- und Mastgeflügelbetriebe bei Engpässen an Knospe-Tieren trotzdem versorgt werden können. Insbesondere bei speziellen Zuchtlinien ist es teilweise schwierig bis unmöglich, Knospe-Tiere zu finden. Auf Gesuch hin kann die Markenkommission Anbau (MKA) in Zukunft in Ausnahmesituationen den Zukauf von Nichtknospe-Küken bewilligen.

Eine Bewilligung muss *nur für Hybridtiere* von Legehennen- und Mastküken eingeholt werden. Andere Geflügelküken (Rassegeflügel, Enten, Strausse usw.) dürfen weiterhin ohne Ausnahmegenehmigung konventionell zugekauft werden, wenn sie bis spätestens am dritten Lebensstag eingestallt sind. Bei Küken, welche eine Quarantäne durchlaufen müssen, wird keine Sanktion ausgesprochen, auch wenn die Küken beim Einstallen älter als drei Tage sind (zum Beispiel Import für die Trutenmast).

## Lenkungsabgaben

Entwürfe für Weisungen, die Lenkungsabgaben vorsehen, sind in jedem Fall den Mitgliedorganisationen vorzulegen. Diese haben die Möglichkeit, das Referendum zu ergreifen. Wenn sich drei Mitgliedorganisationen dagegen aussprechen, wird die Lenkungsabgabe nicht in Kraft gesetzt und die MKA muss eine neue Version ausarbeiten. Lenkungsabgaben haben immer Weisungscharakter. Deshalb und im Sinne eines transparenten Regelwerkes wurden nun alle Lenkungsabgaben neu in Weisungsform gefasst. cf

## Lenkungsabgabe verunmöglicht finanziellen Vorteil

Die Preisdifferenz zwischen Knospe- und Nichtknospe-Hybridküken führt dazu, dass der Landwirt, welcher Nichtknospe-Küken kaufen kann, einen finanziellen Vorteil hat. Die Höhe der Lenkungsabgabe wird durch den Bio Suisse Vorstand so angesetzt, dass der Einstandspreis für Knospe- und Nicht-Knospe-Küken gleich hoch ist und so der Preisvorteil beseitigt wird. Bei der Kontrolle müssen die Ausnahmegenehmigung der MKA und die Quittung der bezahlten Lenkungsabgabe vorgewiesen werden. Die Lenkungsabgabe wird durch die MKA eingezogen und ist in der neuen Weisung «Lenkungsabgaben bei Küken» festgeschrieben. Grundlage ist Richtlinienartikel 7.2.6 «Lenkungsabgaben».

Die aus der Lenkungsabgabe resultierenden Einnahmen kommen (abzüglich der Unkosten) wieder der Knospe-Geflügelbranche zugute, sei es durch Marktöffnungs- und Marketingmassnahmen oder branchenbezogene Forschungsaufträge.

## Wie bei Erdbeersetzlingen und Kartoffelsaatgut

Bereits heute wird für nichtbiologisches Vermehrungsmaterial bei Erdbeeren und Kartoffeln eine Lenkungsabgabe eingezogen. Richtlinienartikel 7.2.6 und das Merkblatt «Vermehrungsmaterial und Pflanzgut» sind dafür die Basis. Auch hier wird mit Hilfe der Lenkungsabgabe die Preisdifferenz zwischen Bio- und Nichtbio-Vermehrungsmaterial abgeschöpft. Neu sind beide Lenkungsabgaben transparent in der Weisung «Lenkungsabgaben bei Kartoffelsaatgut und Erdbeersetzlingen» verankert.

Generell muss Vermehrungsmaterial und Pflanzgut auf Knospe-Betrieben wie bis anhin nach folgender Priorität eingesetzt werden:

- 1 Knospe Inland
- 2 Knospe Import
- 3 CH-Bio (Bioverordnung)



Fotos: Esther Zeltner

Nur mit Ausnahmegenehmigung und Lenkungsabgabe möglich: Zukauf von Hybridküken von Legehennen- und Mastlinien ohne Knospe.

4. EU-Bio- beziehungsweise Ökoverordnung (EG Nr. 834/2007)
5. nichtbiologisch (IP) Inland
6. nichtbiologisch Ausland

Die aus der Lenkungsabgabe resultierenden Einkünfte werden zur Verbilligung von Biosaatgut und zur Förderung von biologischem Vermehrungsmaterial verwendet.

Christoph Fankhauser, Bio Suisse



Das Sussexhuhn scheint für Biobetriebe besonders geeignet (vgl. bioaktuell 8/09, S. 16). Sussexküken sind aber nur sehr schwer als Knospe-Tiere zu finden.

## Auftritt Bio Suisse an Gastro-Fachmesse Igeho

Bio Suisse ist vom 21. bis 25. November an der Igeho in Basel präsent. Die Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum ist eine der wichtigsten Plattformen für Fachleute aus diesem Bereich. Bio Suisse organisiert gemeinsam mit Max Havelaar die Sonderpräsentation «Genuss ohne Kompromisse». Die Verbindung von Produkten aus fairem Handel und biologischem Anbau soll in der Gastronomie noch stärker Fuss fassen. «Genuss ohne Kompromisse» lädt Besucher ein, auf einem Markt Knospe-, Terroir- und Fairtrade-Produkte zu degustieren und einzukaufen. Nebst Max Havelaar und Bio Suisse stehen Alpinavera, Demeter, Goût Mieux und das Steinbock-Label an ihren jeweiligen Ständen und Theken Rede und Antwort und bieten Lösungen und Konzepte für die Gastronomie und Hotellerie an. Im Zentrum befindet sich das «Genuss-Bistro», in dem Kreationen aus dem Marktangebot probiert werden können. Die Catering-Spezialisten der Compass Group zeigen dabei interessierten Gastrounternehmen, wie Knospe- und Fairtrade-Produkte in der eigenen Restaurantküche Einzug halten können. Es gibt auch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm, zum Beispiel das grosse «Genuss-ohne-Kompromisse-Frühstück» am Sonntag, 22. November. In der Kocharena zeigt die Schweizer Kochnationalmannschaft am 24. November um 13.15 Uhr, wie Profis mit Fairtrade- und Knospe-Produkten ein kleines Festmahl zaubern.

Weitere Informationen: [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch), [www.igeho.ch](http://www.igeho.ch)

jf



Bild: Bio Suisse

Letzten Sommer in Bern: die Bio Suisse Roadshow als Badi-Show.

## Kein Winterschlaf für die Roadshow

Einen Winterschlaf kennt der grasgrüne Bio Suisse Wohnwagen nicht, geht es doch schon bald wieder los mit der Winter-Roadshow. Und dies nach einer erfolgreichen Sommersaison an 13 Orten quer durch die Schweiz: in Schwimmbädern und Stadtzentren, in Freizeitgebieten und an Seeufern. Dort, wo die Menschen entspannt ihre Freizeit geniessen, konnten sie aus erster Hand – nämlich von Knospe-Produzentinnen und Knospe-Produzenten – Köstliches probieren. Nidelweie, Glacé, Fleischspiessli, Gemüsepizza und Beerencreme. So brachte die Knospe den Geschmack in die Stadt zurück. Die Rezepte und Bildimpressionen finden Sie auf [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch) → Konsumenten → Veranstaltungen → Roadshow «Helden der Natur»

jf

## Gentech-Leinsamen in Broten und Müesli

Das Basler Kantonslabor hat in Lebensmitteln Spuren gentechnisch veränderter Leinsamen gefunden. Von insgesamt 42 Proben gaben fünf zu Beanstandungen Anlass, eine davon allerdings nur wegen eines Kennzeichnungsmangels. Nichtbewilligte gentechnisch veränderte Leinsamen enthielten je zwei Brote und Müesli, wie einem am 13. Oktober im Internet publizierten Bericht des Kantonslabors Basel-Stadt zu entnehmen ist. Untersucht wurden Proben aus Grossverteilern, Reformhäusern und Bäckereien. In Ordnung waren die 21 Proben aus biologischer Landwirtschaft. LID/Bionetz

## Zusammenarbeit von Sativa und Biosem

Ab 2010 ist eine intensivere Zusammenarbeit der beiden biologischen Saatgutunternehmen Biosem und Sativa vorgesehen: Biosem wird sich in Zukunft auf den Anbau und die Selektion bestimmter Gemüsesamen konzentrieren, den Verkauf hingegen Sativa überlassen. Die Kundinnen und Kunden beider Unternehmen werden also künftig von Sativa aus bedient. Der Bezug soll erleichtert und die Auswahl durch diese Zusammenarbeit bereichert werden.

Sativa und Biosem haben seit Jahren ein gemeinsames Anliegen: den Anbau, die Selektion und den Verkauf von biologischem Saatgut in der Schweiz. Biosem existiert seit rund 15 Jahren als Familienbetrieb in Chambrélieux NE. Sativa in Rheinau ZH bietet seit 1998 ein breites Sortiment biologischer und biologisch-dynamischer Samen von Getreide, Klee und Gras sowie Gemüse, Kräuter und Blumen an.

Die bisherige Biosem-Kundschaft wird Ende 2009 den Saatgutkatalog der Sativa erhalten. Neue Interessenten können den Katalog 2010 per E-Mail anfordern: [sativa@sativa-rheinau.ch](mailto:sativa@sativa-rheinau.ch) Bionetz

## EU-Kommission erlaubt Gentechmais

Die EU-Kommission hat am 30. Oktober den Import von drei gentechnisch veränderten Maissorten genehmigt. Mit dieser Zulassung dürfen die Maissorten Mon 88017, Mon 89034 und 59122 x NK603 in die EU importiert werden, wie [agrarzeitung.de](http://agrarzeitung.de) berichtet. Damit ist der Weg frei für Sojaeinfuhren aus den USA in die EU. Besonders in Spanien beklagten Sojaimporteure die fehlende Zulassung für Gentechmais, nachdem Spuren von Mon 88017 in der Ware gefunden worden waren. 180 000 Tonnen Soja aus den USA sollen in spanischen Häfen festliegen. Nachdem die EU-Agrarminister Mitte Oktober sich nicht auf eine GVO-Zulassung einigen konnten, hatte nun die EU-Kommission das Recht zu entscheiden.

LID





Bild: Biofarm

## Medaillensegen für Schweizer Bergkäse

An der internationalen Bergkäse-Olympiade im jurassischen Saignelégier wurden am Sonntag, 25. Oktober die besten Bergkäse der Welt erkoren: 39 von 64 Medaillen holten Schweizer Bergkäser.

Auch Schweizer Biokäse erhielten Auszeichnungen, so bei den Halbharten der «Bündner Bergkäse bio» von Toni Knöpfel und Christian Simmen, 7437 Nufenen, sowie der «Tomme Tourbillon BIO VALDOR» von Heribert Brügger, 3946 Turtmann. In der Kategorie der geschmierten Hartkäse der «Toggenburger Bio Blumenkäse» von Thomas Stadelmann, 9657 Unterwasser, und «Le Gruyère AOC Bio» von Pierre Buchillier, 1660 Les Moulins.



Laut Organisatoren besuchten 40 000 Leute das Käsefest. Die nächste Bergkäse-Olympiade wird 2011 in Frankreich stattfinden.

In den Medien war dann leider nicht von feinem Käse, sondern von groben Stinkstiefeln die Rede: Eine Gruppe von Bauern der Westschweizer Bauerngewerkschaft Uniterre buhte Bundesrätin Doris Leuthard aus, warf sie mit Stiefeln und verurteilte ihre Eröffnungsrede.

LID/mb

## Schweizer Leinöl aus Bioproduktion

2004 startete die Biofarm Genossenschaft gemeinsam mit dem Biobauern Thomas Baumann in Suhr und der Agroscope Reckenholz-Tänikon ART das Leinölprojekt. Was mit einem Sortenversuch begann, hat sich heute so weit ausgedehnt, dass das kaltgepresste Leinöl aus Schweizer Produktion zu einem festen Bestandteil des Biofarm-Sortiments geworden ist. Die Nachfrage ist so gross, dass für 2010 eine Anbaufläche von 25 Hektaren angestrebt wird.

Mit der Anbaufläche konnten auch die Erträge gesteigert werden, welche für die Ernte 2009 bei rund 15,5 dt/ha liegen. Der Sommerlein ist mit seinen geringen Nährstoffansprüchen und seiner kurzen Vegetationszeit von rund 120 Tagen eine wertvolle Pflanze. Er ist mit keiner anderen bei uns angebauten Ackerkultur verwandt und trägt zu einer vielfältigen Fruchtfolge bei. Der Leinanbau ist somit eine attraktive Kultur, die zur Bereicherung der Agrarlandschaft beiträgt.

Interessierte Produzentinnen und Produzenten sind zum Erfahrungsaustausch am Arbeitstreffen vom 9. Dezember in Dietikon herzlich eingeladen. Siehe «Agenda», Seite 16 in diesem Heft.

Biofarm

## Bumerang werfen: neue Disziplin an der Bergkäse-Olympiade



WELCHER HALBSCHUH HAT GESAGT, WIR SOLLEN  
AUGERECHNET STIEFEL SCHMEISSEN?!

BESIGELT

Cartoon von Beat Sigel

## Palmöl: WWF gibt Coop und Migros gute Noten

Ein erstmaliges WWF-Rating von 59 europäischen Firmen zeigt, welche Unternehmen nachhaltiges Palmöl einkaufen: Coop und Migros sind vorne dabei.

Die Umweltschutzorganisation WWF gibt 10 von gesamthaft 59 untersuchten Firmen gute Noten. Sie haben sich dem «Roundtable on Sustainable Palm Oil» (RSPO) angeschlossen, überwachen und steigern den Einkauf von zertifiziertem Palmöl kontinuierlich. Dazu gehören auch die Detailhändler Coop und Migros. Im hinteren Mittelfeld der Bewertung landete Nestlé. Allerdings hat der Lebensmittelkonzern laut WWF angekündigt, dem RSPO beitreten zu wollen. Ebenfalls im hinteren Mittelfeld landeten Lidl und Danone. Sie sind entweder nicht Mitglied des RSPO, kaufen kein zertifiziertes Palmöl ein oder haben keine Richtlinien definiert. Keine Angaben machten die Discounter Aldi und Spar und landeten damit ganz am Ende der Rangliste. Der RSPO wurde im Jahr 2004 vom WWF initiiert. In ihm sind die wichtigsten Palmölverbraucher und -produzenten aus Europa und China vertreten. Der RSPO hat zum Ziel, den Anbau und Absatz von gemäss RSPO-Richtlinien angepflanztem Palmöl und daraus hergestellten Produkten zu fördern, damit wertvolle Wälder bestehen bleiben.

LID

**WEITERBILDUNG**

**Gemeinsam den eigenen Weg finden**

**Wann**

Freitag, 5. Februar

**Wo**

FiBL, 5070 Frick

**Was**

Eigene Werte sichtbar machen und als Fundament für die Betriebsentwicklung einsetzen.

**Kursleitung**

Robert Obrist, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72 73, E-Mail [kurse@fibl.org](mailto:kurse@fibl.org), [www.anmeldeservice.fibl.org](http://www.anmeldeservice.fibl.org)

**FORSCHUNG**

**5. Bioforschungstagung**

**Wann**

Donnerstag, 22. April

**Wo**

Agroscope Liebefeld-Posieux ALP, rte. de la Tioleyre 4, 1725 Posieux

**Was**

Neue Forschungsergebnisse von Agroscope, FiBL und ETH zu Futterbau, Rindviehzucht, Tiergesundheit und Produktqualität. Poster, Vorträge und Infomarkt. Für Forschungsleute, Lehrer, Beraterinnen, Bauern, Vertreterinnen von Verbänden und Behörden.

**Auskunft, Anmeldung**

Martin Lobsiger, Agroscope ALP, Tel. 026 407 73 47 E-Mail [martin.lobsiger@alp.admin.ch](mailto:martin.lobsiger@alp.admin.ch), oder Thomas Alföldi, FiBL, Tel. 062 865 72 31, E-Mail [thomas.alfoldi@fibl.org](mailto:thomas.alfoldi@fibl.org)

**ÖKOLOGIE, NATURSCHUTZ**

**Wasser für alle!**

**Wann**

Bis Sonntag, 15. November; Mi. bis So. 14.00–17.00

**Wo**

Stadtmuseum Schöllli, Schlossplatz 23, 5000 Aarau

**Was**

Wanderausstellung von Helvetas und Stadtmuseum Schöllli. Eindrücke und Fakten zur globalen Wasserkrise, Fragen zum eigenen Umgang mit Wasser.

**Kosten**

Keine

**Weitere Informationen**

[www.museumaarau.ch](http://www.museumaarau.ch)  
Führungen (60 Min.) Di. bis Fr., 8.00–17.00 Uhr möglich; Workshop und Kurzführung (90 Min., Fr. 12.00.–); Anmeldung: Tel. 062 836 05 17, E-Mail [museum@aarau.ch](mailto:museum@aarau.ch)



**Heckenpflegekurs mit Maschinendemo**

**Wann**

Mittwoch, 9. Dezember, 13.30–15.30

**Wo**

5026 Densbüren

**Was**

Kostenloser Weiterbildungsanlass des Naturama Aargau. Ökologische Aspekte, Sicherheitshinweise und gesetzliche Rahmenbedingungen der Heckenpflege. Rationelle Pflegemethoden mit dem Schlegelmäher und der hydraulischen Heckenzange, Pflegemethoden mit der «konventionellen» Motorsäge.

**Mitnehmen**

Motorsäge und Schutzkleidung, falls vorhanden

**Auskunft, Anmeldung**

Anmeldung erwünscht an Thomas Baumann, Naturama, Tel. 062 832 72 87, E-Mail [t.baumann@naturama.ch](mailto:t.baumann@naturama.ch)

**Energie sparen → erneuerbare Energie produzieren**

**Wann**

Freitag, 26. März

**Wo**

Reitstall Tschopperthof, 4314 Zeiningen

**Was**

Energieeffizienz im Haus und Hof; Fotovoltaik und Windenergie in Grossanlagen auf dem Landwirtschaftsbetrieb. Besichtigung der Gross-Fotovoltaikanlage und Warmwasseraufbereitung in Zeiningen.

**Kursleitung**

Andreas Thommen, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72 73, E-Mail [kurse@fibl.org](mailto:kurse@fibl.org), [www.anmeldeservice.fibl.org](http://www.anmeldeservice.fibl.org)

**ACKERBAU**

**Hirse und Lein**

**Wann**

Mittwoch, 9. Dezember

10.00 bis ca. 16.00

**Wo**

Biohof Fondli, Samuel Spahn, Spreitenbacherstrasse 35, 8953 Dietikon, Tel. 044 740 43 90

**Was**

Arbeitstreffen Hirse und Lein aus Schweizer Bioanbau. Am Vormittag halten wir Rückblick auf die Hirse-

und am Nachmittag auf die Lein-saison 09. Beim Mittagessen bleibt genug Zeit zum Austausch zwischen Forschung, Beratung und Praxis. Informationen rund um den Lein- und Hirseanbau, neue Erkenntnisse und Erfahrungen aus der Forschung sowie die aktuelle Vermarktungssituation werden vorgestellt und diskutiert. Für Bio-produzentinnen von Lein und Hirse sowie weitere Interessierte.

**Referentinnen und Referenten**

Samuel Spahn; Clay Humphrys, ART Reckenholz; Niklaus Steiner und Stefanie Bergmann, Biofarm

**Kosten**

Unkostenbeitrag

**Kursleitung**

Niklaus Steiner und Stefanie Bergmann, Biofarm Genossenschaft

**Auskunft**

Niklaus Steiner, Biofarm, Tel. 062 957 80 52

**Anmeldung**

Biofarm Genossenschaft, beim Bahnhof, 4936 Kleindietwil, Tel. 062 957 80 53, E-Mail [bergmann@biofarm.ch](mailto:bergmann@biofarm.ch)

**Bioackerbautagung**

**Wann**

Mittwoch, 27. Januar

**Wo**

FiBL, 5070 Frick

**Was**

Dieses Jahr werden Projekte vorgestellt, welche Bio Suisse aus

dem Fonds Ackerkulturen unterstützt. Sie erfahren das Neueste über Getreidequalität, Raps und Körnerleguminosen.

**Kursleitung**

Hansueli Dierauer, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72 73, E-Mail [kurse@fibl.org](mailto:kurse@fibl.org), [www.anmeldeservice.fibl.org](http://www.anmeldeservice.fibl.org)

**GEMÜSEBAU, GARTEN**

**Jahrestagung Biogemüse**

**Wann**

Mittwoch, 20. Januar

**Wo**

FiBL, 5070 Frick

**Was**

Das «Sehen-und-Gesehenwerden» der Produzentinnen und Produzenten von Biogemüse. Mit Informationen und Diskussionen zu Klima und Markt.

**Kursleitung**

Martin Lichtenhahn, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72 73, E-Mail [kurse@fibl.org](mailto:kurse@fibl.org), [www.anmeldeservice.fibl.org](http://www.anmeldeservice.fibl.org)

**Gemüsemodul B40**

**Wann**

Mittwoch, 3. März; Mittwoch, 9. Juni; Mittwoch, 14. Juli; Mittwoch, 18. August; Mittwoch, 8. Juni 2011; Donnerstag, 7. Juli 2011; Donnerstag, 18. August 2011; Donnerstag, 8. September 2011

**Wo**

8820 Wädenswil





**Was**  
Bodenpflege, Nährstoffversorgung, Pflanzenschutz, Unkrautregulierung, ökologische Ausgleichsflächen, Jungpflanzenanzucht, Gewächshaus und Feldgemüsebau, Anbau- und Betriebsplanung, Vermarktung  
**Auskunft, Anmeldung**  
Alex Matthis, Tel. 058 934 59 16

## OBSTBAU, BEEREN

### Konservenkirschen und -zweitschgen

**Wann**  
Donnerstag, 14. Januar, 9.30–12.00  
**Wo**

Landwirtschaftliches Zentrum  
Ebenrain, 4450 Sissach

**Was**  
Arbeitskreis Konservenkirschen und -zweitschgen für die Verarbeitung. Erfahrungen mit verschiedenen Zweitschgen-Verarbeitungslinien. Absatz: Chancen und Schwierigkeiten.

#### Moderation

Hans-Ruedi Schmutz und Niklaus Steiner, Biofarm

**Auskunft, Anmeldung**  
Biofarm Genossenschaft,  
4936 Kleindietwil, Niklaus Steiner,  
Tel. 062 957 80 52, E-Mail  
steiner@biofarm.ch, oder Hans-  
Ruedi Schmutz, Tel. 032 392 42 44,  
E-Mail schmutz@biofarm.ch

### Bioobstbautagung

**Wann**  
Freitag, 29. Januar  
**Wo**

FiBL, 5070 Frick

**Was**  
Neue Erkenntnisse und  
Entwicklungen auf dem Markt,  
in der Anbautechnik, im  
Pflanzenschutz sowie bei der  
Sorten- und Unterlagenwahl.

#### Kursleitung

Andi Häseli, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**  
FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

## REBBAU

### Bioweinbautagung

**Wann**  
Mittwoch, 3. März  
**Wo**

Olten  
**Was**  
Aktuelle Entwicklungen in der  
Produktion und auf dem Markt  
sowie Informationen über die  
neuesten Errungenschaften der  
Forschung.

#### Kursleitung

Andi Häseli, FiBL



### Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

## TIERHALTUNG

### Low-Input-Strategie (Vollweide) in der Biomilchviehhaltung

**Wann**  
Freitag, 20. November  
**Wo**

LBBZ, 6276 Hohenrain

#### Was

Vor- und Nachteile der Vollweide-  
Strategie auf Biobetrieben:  
Wissenschaftlerinnen und  
Praktiker berichten von ihren  
Erfahrungen. Anschliessend  
Besuch eines Systemvergleichs zur  
Milchproduktion: High Input und  
Low Input.

#### Kursleitung

Eric Meili, FiBL

**Auskunft, Anmeldung**  
FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

### Laufställe für horntragende Kühe

**Wann, wo**  
Donnerstag, 26. November,  
8342 Wernetshausen  
Mittwoch, 16. Dezember, Glarus  
Montag, 18. Januar, Schwand,  
3110 Münsingen

#### Was

Erfahrungen und Forschungsergeb-  
nisse zu Stallbau und Management.  
Besichtigung von Laufställen mit  
horntragenden Milchviehherden.

#### Kursleitung

Claudia Schneider, FiBL, und  
Bettina Springer, Strickhof, in  
Wernetshausen; Andreas Caduff,  
Plantahof, in Glarus

#### Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

### Low-Cost-Strategie in der Biomilchviehhaltung

**Wann**  
Mittwoch, 2. Dezember  
**Wo**

Landwirtschaftliches Zentrum,  
9230 Flawil

#### Was

Diskussion der Low-Cost-Strategie  
(tiefe Kosten) auf dem Biomilch-  
viehbetrieb mit ihren Auswirkungen  
auf die Tiergesundheit und die Wirt-  
schaftlichkeit. Besuch eines Be-  
triebes, der kein Kraftfutter einsetzt.

#### Kursleitung

Eric Meili, FiBL

#### Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick, Tel.  
062 865 72 74, Fax 062 865 72 73,  
E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

### Bioschweinekurs

#### Wann

Donnerstag, 10. Dezember

#### Wo

FiBL, 5070 Frick

#### Was

Aktuelle Themen rund um die Bio-  
schweinehaltung. Entwicklungen  
und Chancen auf dem Markt, pro-  
duktionstechnische Fragen.

#### Kosten

Fr. 150.– plus ca. Fr. 20.– für Mittag-  
essen. Für Mitglieder der Bioerater-  
vereinigung sowie Beratungskräfte  
SVBL-Mitgliedorganisationen  
Fr. 120.–; für Bäuerinnen, Landwirte  
und Studierende Fr. 80.–

#### Kursleitung

Barbara Früh, FiBL

#### Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org



### Mutterkuhhaltung

#### Wann

Mittwoch, 20. Januar

#### Wo

8608 Bubikon

#### Was

Mutterkuhhaltung mit natürlichem  
Absetzen der Kälber, Weitermast  
der Absetzer ohne Kraftfutter.

Anschliessend Besichtigung eines  
Mutterkuhbetriebes.

#### Kursleitung

Eric Meili, FiBL

#### Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

### Wasserbüffelhaltung

#### Wann

Mittwoch, 10. Februar

#### Wo

Müslen bei 5413 Birnenstorf

#### Was

Eine Alternative zur Milchkuhhal-  
tung. Der Kurs vermittelt einen  
praktischen Einstieg in die Wasser-  
büffelhaltung: Zucht, Haltung,  
Fütterung, Produktvermarktung,  
Wirtschaftlichkeit. Am Nachmittag  
besuchen wir einen Betrieb.

#### Kursleitung

Eric Meili, FiBL

#### Auskunft, Anmeldung

FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse,  
Postfach, 5070 Frick,  
Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72  
73, E-Mail kurse@fibl.org,  
www.anmeldeservice.fibl.org

## BODEN, DÜNGUNG, KOMPOSTIERUNG

### Sagenhafter Boden

#### Wann

Die Veranstaltung kann gebucht  
werden.

#### Wo

Dezentral in einzelnen Kantonen

#### Veranstalter

Bioforum Schweiz

#### Was

Haben unsere Ahnen etwas ge-  
ahnt? Eine Gruppe des Bioforum  
hat am Erdboden gelauscht. An-  
schliessend vertiefendes Gespräch  
und gemütliches Beisammensein.

#### Kosten

Nach Absprache

#### Auskunft, Anmeldung

Bioforum Schweiz, Tel. 041 971 02  
88, E-Mail bio-forum@bluewin.ch

## RICHTLINIEN, STANDARDS

### Das Recht der Bioprodukte

#### Wann

Donnerstag, 26. November,  
10.00–16.30

## MÄRITSTAND

### Suche

Gesucht **Zivi** oder **PraktikantIN** für Nov. 09–Febr. 10 und die Gartensaison 2010 (etwa Febr. bis Nov.) **auf biodyn. Bauernhof** mit Sozialauftrag in der Nähe von Zürich. [www.puurehmet.ch](http://www.puurehmet.ch). Hr. Thalman oder Hr. Kaspar, Stiftung Puurehmet Brotchorb, Tel. 044 710 98 92

Suche **Stelle** (70–80 %) in **Biogärtnerei/-hof** ab Mitte Juni 2010 Region Winterthur u. Umgebung. Bin **Gemüsegärtnerin** (40) mit Erfahrung in Landwirtschaft, Direktvermarktung und Milchverarbeitung. Karin Huber, Tel. 079 559 06 85

Ausgebildeter bioorganisch-biodynamischer **Landwirt sucht Landwirtschaftsbetrieb** in Hügellandschaft zur Bewirtschaftung. Tel. 071 410 26 50, E-Mail [reisender@gmx.ch](mailto:reisender@gmx.ch)

Zu kaufen gesucht: **Rinder und Kühe** zum Mästen. Tel. 062 299 04 36

Gesucht: **Marktstand**, ca. 2.5 m, sowie **Stahl- oder Wasserleitungsrohre** mit 30–40 mm Durchmesser, Längen egal, auch gebraucht oder alt. Tel. 052 745 30 11

### Angebote

Zu verkaufen aus Biobergbetrieb **behornte Milchkühe**, Braunvieh, Blüem, Gurt, frisch gekalbt oder wieder trächtig, sowie schöne **Blüemstierkälber**. Tel. 081 325 17 02

Zu verkaufen: **Bioalpkäse** von der Alp Tambo! Fr. 20.–/kg. Fam. Lutz 071 340 08 62

Suche Abnehmer für **1a-Bioalpkäse** vom Rigi. Tel./Fax 041 855 19 27. Betreff: Anzeige in der Zeitschrift bioaktuell

Webseiten für Bauernbetriebe – **www.hofseiten.ch** – Tel. 055 240 85 33, E-Mail [info@hofseiten.ch](mailto:info@hofseiten.ch)



**Wo**  
Ökohaus Ka Eins, Kasseler Strasse 1a, Frankfurt am Main (S-Bahnstation Westbahnhof)

**Inhalt**  
11. Frankfurter Tageslehrgang. Die neuesten Entwicklungen des Rechts der Bioprodukte in fünfzehn praktischen Übungen. Für Geschäftsleitungen und Mitarbeitende von Lebensmittel- und Handelsunternehmen, Kontrollfirmen, Behörden, Beratungsstellen, Ökolandbauverbänden und interessierte Fachkreise.

**Referentinnen und Referenten**  
Hanspeter Schmidt, Rechtsanwalt, und Manon Haccius, Leiterin Qualitätsmanagement Alnatura

**Kosten**  
€ 240.– plus 19 % MwSt.

**Weitere Informationen**  
[www.hpslex.de/infoöko](http://www.hpslex.de/infoöko)

**Auskunft, Anmeldung**  
Fax 0049 761 702 520, E-Mail [hps@hpslex.de](mailto:hps@hpslex.de)

**Bioregelwerk: Neuerungen per 1. Januar 2010**

**Wann**  
Freitag, 27. November

**Wo**  
FiBL, 5070 Frick

**Was**  
Der Kurs vermittelt einen Überblick über alle Neuerungen, die bei Biogesetzgebung, Richtlinien und Kontrolle auf 2010 verbindlich werden. Beiträge aus dem weiteren Umfeld von Richtlinien, Beratung und Kontrolle ergänzen das Programm.

**Kursleitung**  
Res Schmutz, FiBL

**Kosten**  
Fr. 150.– plus ca. Fr. 20.– für Mittagessen. Für Mitglieder der Bioberatervereinigung sowie Beratungskräfte SVBL-Mitgliedorganisationen Fr. 120.–; für Bäuerinnen, Landwirte und Studierende Fr. 80.–

**Auskunft, Anmeldung**  
FiBL Kurssekretariat, Ackerstrasse, Postfach, 5070 Frick, Tel. 062 865 72 74, Fax 062 865 72 73, E-Mail [kurse@fibl.org](mailto:kurse@fibl.org), [www.anmeldeservice.fibl.org](http://www.anmeldeservice.fibl.org)

## MÄRKTE, FESTE, FEIERN

### Igeho

**Wann**  
Samstag, 21. bis Mittwoch, 25. November, täglich 9.00–18.00

**Wo**  
Messe Basel

**Was**  
Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum. Auf rund 69 000 m<sup>2</sup> zeigen etwa 800 Aussteller aus 20 Ländern ihre Produkte und Dienstleistungen. Dazu Sonderpräsentationen, Branchenevents, Seminare sowie Kontaktplattformen. Sonderschau von Bio Suisse und Max Havelaar: «Genuss ohne Kompromisse».

**Kosten**  
Tageskarte Fr. 70.–, € 46.–

**Weitere Informationen**  
[www.igecho.ch](http://www.igecho.ch), [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch)

### Marché de Pierre-à-Bot

**Wann**  
Samstag/Sonntag, 28./29. November, 10.00–17.00

**Wo**  
Pierre-à-Bot, Neuchâtel, auf der Anhöhe über der Stadt

**Veranstalter**  
Bio Neuchâtel, zusammen mit Lopin bleu und Magasins du Monde

**Was**  
Biologische Lebensmittel und Getränke, Handwerk und Kunsthandwerk. Restaurant im Saal.

## IMPRESSUM

**bioaktuell**



### 18. Jahrgang

**Erscheint** 10-mal jährlich (jeweils Anfang Monat, ausser August und Januar)

**Auflage** 7625 Exemplare (WEMF-beglaubigt)

**Geht an** Produktions- und Lizenzbetriebe von 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](http://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](http://www.bio-suisse.ch)

**Redaktion** Alfred Schädeli, Markus Bär, Thomas Alfeldi (FiBL); Jacqueline Forster-Zigerli, Christian Voegeli (Bio Suisse); E-Mail [bioaktuell@fibl.org](mailto: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

**Inserate** Erika Bayer, FiBL, Postfach, 5070 Frick, Telefon +41 (0)62 865 72 00, Telefax +41 (0)62 865 72 73, E-Mail [erika.bayer@fibl.org](mailto:erika.bayer@fibl.org)

Kleinheim mit 20 behinderten Menschen sucht auf Frühling 2010 für den kleinen, biologisch-dynamischen Landwirtschaftsbetrieb

### Landwirt mit abgeschlossener Berufslehre

Von unserem Landwirt erwarten wir:

- Selbständiges Bewirtschaften des landwirtschaftlichen Betriebes wie Ackerbau und Milchwirtschaft
- Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit dem Bio-Betrieb

Ihre schriftliche Bewerbung erwartet gerne:  
Wohnheim Höchmatt, 3616 Schwarzenegg  
F. Wulff, Tel. 033 453 16 63

## AKTION

Papiertragtaschen  
**braun – Jetzt bestellen.**  
Salatbeutel, Knotenbeutel  
zu Tiefstp-GmbH  
3415 Hasle-Rüegsau  
Tel. 034 461 56 14

[www.oeko-sack.ch](http://www.oeko-sack.ch)





## Einheits-Mehrwertsteuer – Spiel mit dem Feuer

Sehr geehrter Herr Bundespräsident Merz,

und noch eine neue Bauernregel:

»Erzählt der Bundesrat an der OLMA Mist, ändert die Lage oder bleibt wie sie ist.«

Es ist sehr schön, wenn Sie, Herr Bundespräsident, an einer landwirtschaftlichen Messe Stellung zu den Problemen der Landwirtschaft nehmen. Noch dazu mit den lustigen Bauernregeln. Sie propagieren dabei eine innovative und flexible Landwirtschaft, welche die Marktprobleme aktiv selber lösen soll. Damit bin ich vorbehaltlos einverstanden.

Unschön ist, dass Sie bei der Mehrwertsteuer nicht die Wahrheit gesagt haben! Diejenigen Bauern, welche auf ihrem Hof mehr als eine halbe Million Franken umsetzen, sind sehr wohl der Mehrwertsteuer unterworfen! Das sind gerade diejenigen, von Ihnen und von Ihrer Kollegin Leuthard geforderten, innovativen, aktiven und unternehmerisch denkenden Bauern (meist mit grossen Investitionen belastet)! Anstatt die Rahmenbedingungen für solche Bauern zu verbessern, wollen Sie von diesen mehr Geld auspressen! Da die Preise vom Grossverteiler-Kartell immer weiter gedrückt werden, ist es eine Illusion, diese höheren Kosten später auf das Produkt abwälzen zu können.

Nun stellen Sie sich doch einmal den Einheitssatz bei der Mehrwertsteuer bildlich vor: Wenn Ihr Freund Marcel O. seiner Gattin einen Ferrari schenken will, wird er das rund zwei Prozent billiger tun können als heute. Dafür wird jeder gewöhnliche Familienvater beim Einkauf von Lebensmitteln für seine Familie rund vier Prozent mehr bezahlen müssen. Diesen armen Teufeln ziehen Sie dann den Speck durchs Maul mit der Aussicht auf billigere Lebensmittel bei einem Agrarfreihandel; Sie und ich (und noch einige andere) wissen aber, dass auch das nicht die Wahrheit ist. Das Kartell der Grossverteiler wird ohne grosses Aufsehen eine höhere Marge einstecken. Es passt zum heutigen Bundesrat, sehr aktiv für die ganz Reichen zu lobbyieren – Sie sind damit nicht allein – doch gefährden Sie damit auf Dauer den sozialen Frieden in diesem Land. Anstatt mit dem Feuer zu spielen, sollten Sie im Bundesrat eine gute Politik für das ganze Volk machen: z.B. kostendeckende Einspeisevergütung für alle Kleinkraftwerke (ist in der EU normal), ein griffiges Kartellrecht durch-

setzen (ist in der EU normal), das Kopieren von Produkten (z.B. Emmentaler) und den Verkauf unter dem Originalnamen international streng verbieten (ist in der EU normal; siehe Champagne) usw. Alle diese Nachteile für die schweizerischen Bauern werden immer wieder mit den Direktzahlungen gerechtfertigt; das ist nicht seriös. Auf unserem Betrieb machen die Direktzahlungen etwa fünf Prozent des Umsatzes aus, wiegen die erwähnten Nachteile also in keiner Weise auf. Direktzahlungen sind zwar nötig – gute Rahmenbedingungen für die aktiven Bauern wären aber besser. Ich wünsche Ihnen die Einsicht, die Kraft und die Gesundheit, diese grossen Probleme anzugehen.

Mit freundlichen Grüssen

Samuel Otti, Oberwil BE

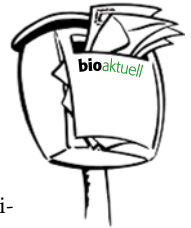
## Nach dem Impfwang der Solidaritätszwang?

» Die Landwirtschaftskammer des Bauernverbandes will sich bei den Verhandlungen über den Impfwang gegen die Blauzungenkrankheit dafür einsetzen, dass Landwirte selber wählen können, ob sie impfen wollen oder nicht. Dieser Beschluss trägt dem Umstand Rechnung, dass bei den Betrieben, welche sich illegal weigerten zu impfen, keine Krankheitsfälle vorgekommen sind. Dieses Einlenken ehrt die Landwirtschaftskammer als einsichtige Institution, die fähig ist, sich neuen Tatsachen anzupassen. Weniger verständlich ist, dass die freie Wahl der Bauern nur gültig werden soll, wenn ein allgemeinverbindlicher Solidaritätsfonds erstellt werden kann, in den alle Bauern einzahlen müssen, ob sie impfen oder nicht. Gleichzeitig sollen aber keine Entschädigungen aus diesem Fonds an Bauern, die nicht geimpft haben, bezahlt werden. Unter dem Aspekt von privater Risikobereitschaft zur Erforschung nachhaltiger Zukunftsstrategien erstaunt dieser Nachsatz. Die zahlreichen Impferweigerer hatten ja schon bisher nicht die geringste Aussicht auf Entschädigung, falls sich der Verzicht auf die Impfung als fataler, ja, wie offiziell immer betont wurde, leichtsinniger Irrtum auswirken würde. Sie gingen und gehen weiterhin das Risiko ein, allenfalls eintretende Schadenfälle selber tragen zu müssen. Nun sollen sie aber zusätzlich zum eigenen Risiko noch solidarisch das Risiko jener mittragen, die gerade wegen der Impfung Schadenfälle erleiden.

Unternehmerisch betrachtet würden damit genau jene bestraft, die privat unter grosser Risikobereitschaft an den Ursachen dieser neuen Krankheit forschen, was sie ja nur können, wenn nicht geimpft wird. Ein solches Vorgehen würde in der übrigen Wirtschaft niemals akzeptiert. Warum kommt die Landwirtschaftskammer auf solche Ideen? Müsste sie nicht sogar dankbar sein, dass Bauern privat und auf eigenes Risiko jene Ursachenforschung betreiben, welche von der offiziellen Forschung deshalb vernachlässigt werden muss, weil die offizielle Forschung neben der Finanzierung durch den Bund immer mehr auf private Finanzen angewiesen ist, die aber nur dort fließen, wo das Geld über Patente auf Hilfsstoffen wieder zurückfließt? Auch in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise erwirtschaftet die Pharmaindustrie traumhafte Steigerungen von Umsatz und Gewinn – gleichzeitig beschleunigen die sinkenden Einkommen der Bauern das Bauernsterben. Wenn Herr Vasella 40 Millionen Franken im Jahr verdient und ein Bauer noch knapp 30 000, so verdienen durchschnittlich beide sehr gut, also kann Bundesrätin Leuthard frohlocken.

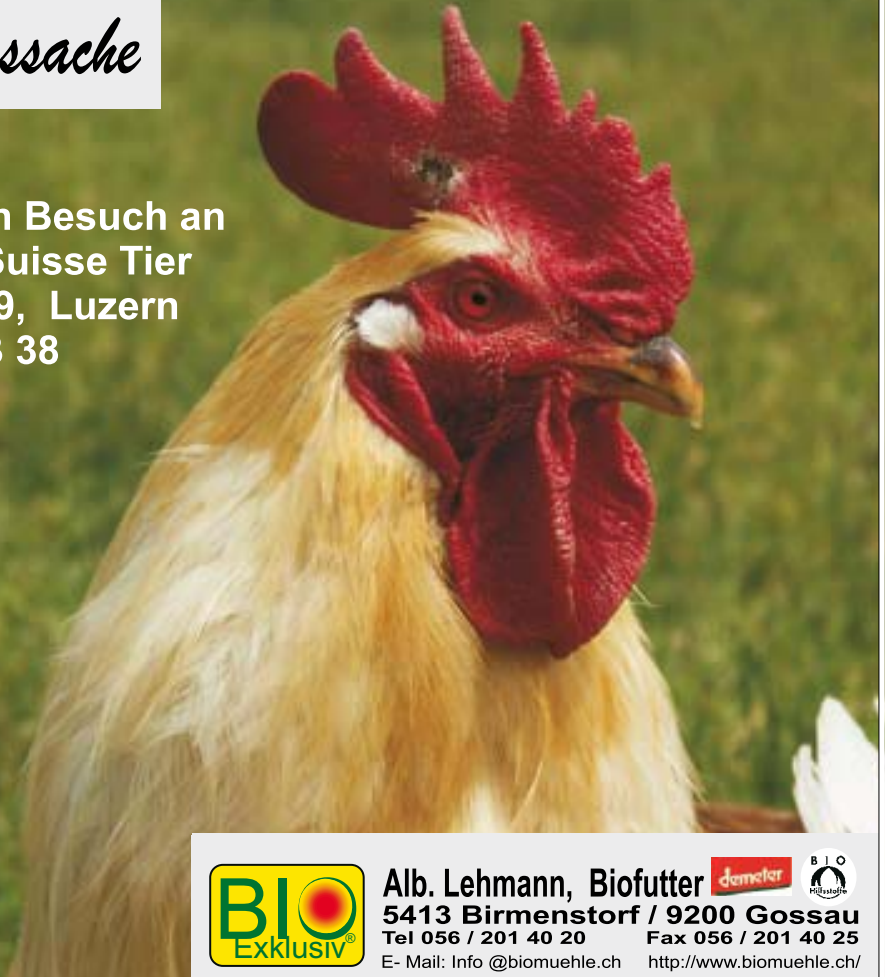
Eine Studie der Universität Bern, veröffentlicht im Oktoberheft 09 der «Agrarforschung», kommt zu folgendem Schluss: Der Wissensaustausch zwischen praktizierenden Bauern und Wissenschaftlern habe am Anfang des Biolandbaus eine zentrale Rolle gehabt. Seither wurde leider das Potenzial der Zusammenarbeit von Praxis und Wissenschaft immer weniger genutzt. Um eine nachhaltige Entwicklung der Landwirtschaft zu ermöglichen, sei der anfänglich intensive Wissensaustausch mit Hilfe der Anwendung transdisziplinärer Konzepte und Forschungsprojekte wieder zu beleben. Wenn Bauern, quer über alle Label hinweg, ihre Betriebe freiwillig für eine solche Forschung bezüglich Blauzungenkrankheit zur Verfügung stellen, bieten sie gratis die Grundlagen für die Ausführung der Empfehlungen der Universität Bern. Sie verhalten sich mit viel Eigeninitiative topmodern und sehr unternehmerisch. Genau so, wie es der Landwirtschaft von Wirtschaftskreisen immer empfohlen wird. Eigentlich wären sie dafür zu belohnen. Ganz sicher dürfen sie aber nicht durch die erzwungene Beteiligung am Impfrisiko-Fonds bestraft werden.

Ernst Frischknecht, Tann ZH



# Biofutter ist Vertrauenssache

Wir freuen uns, über Ihren Besuch an  
unserem Stand an der Suisse Tier  
20. - 22. November 2009, Luzern  
Halle 2 / Stand B 38



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/

AZB  
CH-5070 Frick

PP Journal  
CH-5070 Frick

Adressberichtigung melden

Zertifizierter BIO-Handelsbetrieb  
spezialisiert auf Direktimport

agrobio **schönholzer**  
www.agrobio-schönholzer.ch

Bühlhof  
CH-9217 Neukirch an der Thur  
Tel: +41 (0)71 642 45 90  
Fax: +41 (0)71 642 45 91  
Mobile: +41 (0)79 317 88 84  
Email: christian@agrobio-schönholzer.ch

Achtung: 2010 KEINE BIO Schnitzel erhältlich!  
Unser Ersatz: BIO Getreideheu-Pellets  
Jetzt ausprobieren!

- **BIO Getreide-Heu Pellets in Big Bags**  
Vollwertiger Ersatz für BIO Schnitzel-  
und BIO Maisprodukte, auch für Weide
- **BIO Luzerne Pellets in Big Bags**  
Gehalt: 15% oder >20% Rohprotein
- **BIO Luzerne-Heu in Ballen**
- **BIO Heu belüftet und unbelüftet**
- **BIO Mais**  
Silageballen, Pellets, Kolbenschrot
- **BIO Stroh (alle Arten und Varianten)**
- **BIO TRIO Eiweiss (Kraftfutter 32% RP)**  
BIO Soja-, Raps- und Sonnenblumenkuchen



Kosten sparen mit einheitlichem Abladeort!