Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 54 (1999)

Heft: 2

Rubrik: Markt

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Bio-Obst: Wie die Natur den Naturaplan überfordert ...

Plötzlich haben wir zuviel Bio-Obst in der Schweiz. Absatzflaute, Katerstimmung, gedrückte Preise: ein bekanntes Lied von anderswo. Ist's nur ein böser Traum oder wer spielt denn da verrückt?

Aus der Chronik

Januar 1995, Bio-Obstbautagung in Olten: «Coop will bis 1998 5–10'000 Tonnen Tafeläpfel aus biologischer Produktion umsetzen. Um dieses Ziel zu erreichen müssen 100–150 Obstbaubetriebe auf Bio umstellen. Der biologische Obstanbau wird im Jahr 2'000 auch in wirtschaftlicher Hinsicht sehr interessant sein.»
Januar 1999, Preissitzung Bio-Suisse/Bio-Obsthandel in Bern: Die Lagerkosten (CA-Lager) können angesichts der Marktsituation maximal zur Hälfte aufgerechnet werden, was gegenüber dem Vorjahr eine weitere, rückwirkende Senkung des Produzentenpreises von mindestens 15 Rp. bedeutet, also insgesamt mind. 45 Rp. tiefere Preise als im Vorjahr. Trotz tieferen Preisen: Bei gleichbleibenden Verkaufsmengen wie in den drei Vormonaten reichen die eingelagerten Bio-Äpfel bis November 99!

Was ist geschehen?

1997 erlebten wir ein überaus und einmalig schlechtes Bio-Obstjahr in der Schweiz: Eingelagerte Gesamtmenge Tafel-Kernobst 578 t. Zum Vergleich hatten wir z.B. in der AVG bereits vor 15 Jahren Spitzenernten von 250 t, als noch kein Grossverteiler von Bioprodukten sprach und auch der Staat die Worte Biolandbau/Bioprodukt noch nicht einmal kannte!

1998 folgt mit 2'069 t eine absolute Rekordernte: überall im Land Vollertrag, kein Blütenfrost, nur wenig Hagelschäden, dazu 10 grössere Umstellbetriebe in den Jahren 97 und 98. Der Mengen-Zuwachs beträgt demnach 360% von einem Jahr aufs andere! Wohl nirgends sonst muss der Handel mit solch enormen Schwankungen fertig werden. Diese Probleme waren schon vor 15 Jahren nicht kleiner. Nur war der Markt damals noch übersichtlicher und die Verantwortung/der Handlungsbedarf konnte weniger gut auf andere abgeschoben werden.

Damals wie heute ist es für den Handel und die Erwerbsproduzenten ein Problem, wenn vom Stadtgärtchen bis hin zur Hofstatt in den Voralpen jeder Busch und jeder Baum voll Früchte ist. Im Biohandel mit naturnäherer Kundschaft, mehr Direktverkauf ab Hochstammbäumen und mehr Behangsschwankungen auch in den Erwerbsanlagen, wirkt sich diese Situation noch viel stärker aus als im Konventionellen.

Von dieser extremen Schwankung ist nun auch der streitbare Grossverteiler Coop überrascht und überfordert worden. Dies obwohl die Ernteschätzungen schon im Sommer ein deutliches Bild ergaben. Auch war von Anfang an klar, dass eine solche Äpfelmenge nicht anders als über die Grossverteiler absetzbar sein würde. Dies wurde via Bio Suisse rechtzeitig kommuniziert. Es zeigt sich aber jetzt überall in den Grossverteiler-Läden, dass es nicht reicht, die Bio-Äpfel ohne Werbung und ohne besondere Aufmachung irgendwo halbversteckt neben billigen konventionellen Früchten zu plazieren.

Zwischendurch empfinde ich es zwar fast tröstlich, dass auch bei einem dynamischen Grossunternehmen wie Coop offenbar alles seine Zeit zum Wachsen und Gedeihen braucht. – Wenn da nur nicht die schlaflosen Nächte wegen den vollen Äpfellagern wären...

Die Stimmung wird aggressiv

Die vollen Lager und der finanzielle Nachholbedarf der Produzenten nach der schlechten Ernte 97 lässt die Stimmung aber sofort von verständnisvoll zu aggressiv umschlagen: Coop Naturaplan wollte 100 neue Obstbaubetriebe, 10'000 Tonnen Äpfel, 10 % des Obstes aus Bio-Suisse-Produktion. Jetzt sind es etwa 20 relevante neue Betriebe, total 2'000 t Äpfel und sage und schreibe 2,8 % Bio-Anteil an der Gesamtproduktion der Schweizer Äpfel. Wenn wir die Birnen und die übrigen Früchte einbeziehen, ist der Prozentsatz noch tiefer. Beim Gemüse sind wir mittlerweile bei 5–14 % angelangt, die Karotten an der Spitze.

Ist es also tatsächlich nicht möglich, diese lumpigen 2,8 % Bio-Äpfel anständig zu vermarkten? Müssen wir sie wirklich zu Aktionspreisen verschleudern? Oder sollen wir sie tatsächlich exportieren, mit allem Zusatzaufwand? Oder bleibt am Schluss die Verwertung zu Schnaps? – Noch ist es nicht soweit, alle Beteiligten sind gefordert, ganz besonders aber Coop. Der weitere Verlauf des Absatzes wird entscheiden, wie sich in nächster Zeit der Bio-Obstbau in der Schweiz weiterentwickelt. Schon werden Stimmen

laut, die vor weiteren Umstellungen auf biologischen Obstbau warnen. Dies entspricht auch der neuen (Bio-)Berater-Mentalität: Genau so viel Bio(betriebe) wie der Markt verlangt. Jeder Betrieb rechne vor der Umstellung genau...

Biofarm geht ihren Weg

Von diesem Umfeld ist auch das Biofarm Obstcenter mit 15 % Marktanteil hundertprozentig betroffen. Seit letztem Frühjahr hat das Obstcenter aber viele Register gezogen. Zum Beispiel hat sich dank der Zusammenarbeit mit der Produzentengenossenschaft Terra Viva der Zugang zum Grossverteiler deutlich verbessert. Bei den Gebinden ist der Wechsel von den Harassen zu den Obstpaloxen weitgehend vollzogen worden. Die Einlagerung musste zu einem grossen Teil von den Normalkühllagern auf die besseren und teureren (30 Rp./kg, zahlbar bei der Einlagerung!) CA-Lager gewechselt werden. Vorbeugend wird für einen Teil des Tafelobstes nach Verarbeitung und Absatz im Konservenbereich (v.a. Trocknung) gesucht. Auch der Export wird laufend geprüft.

Biofarm will für ihre Produzenten das Optimum herausholen, will auch neue, verlässliche Produzenten in ihre Vermarktungsgemeinschaft aufnehmen können, und wird ganz sicher keinem fähigen Produzenten von der Umstellung abraten! Biolandbau ist nicht eine Notwendigkeit des Marktes, sondern der Markt muss weiter aufgebaut werden, damit Biolandbau wachsen kann.

Hans-Ruedi Schmutz
Leiter Biofarm Obstcenter

Biofarm, *der* Partner der Biobauern, auch im zukünftigen liberalisierten Getreidemarkt

Die genossenschaftliche Vermarktung wird im liberalisierten Getreidemarkt von noch grösserer Bedeutung sein

Nach jahrelangen Kämpfen haben wir heute auf dem Bio-Getreidemarkt eine gute Situation. Liberalisierung und Grenzöffnung werden härtere Zeiten bringen. Dann wird die BIOFARM für ihre Produzenten nur etwas ausrichten können, wenn sie heute ihre Position am Markt hält und ausbaut.
Ab 2001 wird der Bund die Brot-Getreideernte nicht mehr aufkaufen. **Die BIOFARM wird ab diesem Zeitpunkt die gesamte Bio-Brotgetreideernte von ihren Vertragsproduzenten übernehmen und vorfinanzieren.**

Regionale Sammelstellen bieten ihre Dienste als Biogetreidehändler an. Braucht es die BIOFARM noch?

Wir sind überzeugt, dass die Vermarktung von Biogetreide in den Händen der biobäuerlichen Vermarktungsorganisationen bleiben muss. Die Zersplitterung des Biogetreidehandels in viele kleine Zentren bedeutet für die Durchsetzung der speziellen Anliegen des Biolandbaus im Markt eine Schwächung. Anbauplanung, Verkaufsförderung und – Verhandlungen mit Abnehmern sind Aufgaben, die uns seit Jahren bestens vertraut sind. Erfolgreich erfüllen lassen sie sich nur im direkten Kontakt und in der direkten Verantwortung (Vertrag) zwischen Produzenten und ihrer Organisation. Wir raten daher von einem Verkauf des Getreides an die Sammelstellen ab. Wo nötig, lassen sich rationellere Arbeitsformen auch in der heutigen Zusammenarbeit zwischen unserer Genossenschaft und den Sammelstellen finden.

Mit der Marke BIOFARM sind wir im Reformfachhandel am Verkaufspunkt präsent.

Rund 500 Tonnen Schweizer Speisegetreide vermarkten wir unter der Marke BIOFARM in unseren angestammten Verkaufskanälen des Reformfachhandels. Im Markt bleibt unabhängig, wer bei den Konsumenten mit einer Eigenmarke präsent ist. Bei der Direktvermarktung erfüllt jeder Hof diese Funktion selber, bei der gemeinschaftlichen Vermarktung braucht es dazu ein starkes und bekanntes Label.
Vorstand und Geschäftsleitung der BIOFARM sind überzeugt, dass diese Strategie richtig ist, um auch in Zukunft mit Kompetenz und Gewicht die Anliegen der Biobauern im Markt vertreten zu können.

Niklaus Steiner, BIOFARM

Im Zeitpunkt der Ernte wird der Rückzug des Bundes aus der Getreidevermarktung besonders stark spürbar sein, weil die Ernte privat vorfinanziert werden muss.