



Regina Fuhrer

25 Jahre Coop Naturaplan – ein Vierteljahrhundert Nehmen und Geben

Im Jahr 1981 haben sich die Biobäuerinnen und Biobauern zum Verband Bio Suisse zusammengeschlossen und die Knospe als ihre gemeinsame Marke festgelegt. Aus dem Selbstverständnis heraus, Verantwortung gegenüber Boden, den Tieren und Biodiversität zu übernehmen, entstanden strenge Richtlinien für die landwirtschaftliche Produktion. Die Verantwortung endet jedoch nicht, sobald die Lebensmittel den Bauernhof verlassen: Auch die Verarbeitung von Bioprodukten folgt strengen Richtlinien. Zudem legt Bio Suisse auch Import-Anforderungen fest. All diese Knospe-Richtlinien werden im Verband in einem demokratischen Prozess festgelegt.

In den Anfangsjahren haben die Knospe-Bauern und -Bäuerinnen die Vermarktung ausschliesslich selber in die Hand genommen. Bis 1993 war der Biomarkt noch eine Nische, die Knospe war

wenig bekannt und die Bioproduzenten wurden in der Branche auch noch nicht richtig ernst genommen. In diesem Umfeld entschied sich Coop, in den Biomarkt einzusteigen und eine Partnerschaft mit Bio Suisse einzugehen. Diese beinhaltet das Recht, die Knospe zu benützen. Im Gegenzug müssen die Knospe-Produkte von Coop den strengen Richtlinien von Bio Suisse entsprechen. Der Einstieg von Coop in den Biomarkt war damals ein mutiger und visionärer Schritt. Der Start war ein bescheidenes Sortiment aus einem Knospe-Joghurt und -Eiern. Die Entwicklung des Biomarktes und auch des Biolandbaus wurde seither durch Coop mitgeprägt, die bereits 1993 mit einer Inseratekampagne aktiv neue Biobetriebe suchte.

Am meisten beeindruckte mich während meiner Zeit als Bio-Suisse-Präsidentin (2001 bis 2011) der Stil dieser

Zusammenarbeit. Wir mussten uns immer wieder gemeinsam an einen Tisch setzen und mit teilweise diametral unterschiedlichen Ansprüchen auseinandersetzen. Der Biomarkt wuchs rasant, das Sortiment wurde grösser und breiter. Die Herausforderung für uns war nicht nur die Produktion, die mitwachsen musste, sondern vor allem die Verarbeitung im Convenience-Bereich. Für uns Biobäuerinnen und Biobauern ist eine möglichst schonende Verarbeitung bis heute die oberste Maxime. Änderungen der Richtlinien werden bei Bio Suisse in einem demokratischen Entscheidungsprozess erarbeitet und festgelegt. Ich kann mich noch gut an die Einführung von UHT-Knospe-Milch erinnern. Es waren wichtige Grundsatzdiskussionen, die an der Basis geführt wurden. Wollen wir Knospe-UHT-Milch überhaupt? Was bedeutet dies für das Frischprodukt Milch? Kann die

Konsumentin unterscheiden zwischen frischer Milch im Kühlregal und UHT-Milch? Coop musste lernen, dass Bio Suisse bezüglich Knospe und Richtlinien die Vorgaben macht und dazu auch die nötige Zeit beansprucht.

Der Schweizer Lebensmittelmarkt war und ist geprägt vom Duopol der beiden grossen Detailhändler. Dies ist auch für die Biobranche nicht anders. Mit dem Zusammenarbeitsvertrag von Bio Suisse und Coop hat Coop ein klares Zeichen für eine Partnerschaft gesetzt. Die Auseinandersetzungen geschehen auf gleicher Augenhöhe. Und die Konsumenten haben die Gewissheit, dass die Coop-Naturaplan-Produkte mit der Knospe drauf im Anbau, in der Verarbeitung und beim Import den hohen Anforderungen der Biobauern und Bäuerinnen entsprechen.

Regina Fuhrer, Burgistein BE, ist Biobäuerin und ehemalige Präsidentin von Bio Suisse

ZITATE DER WOCHE

«Nach fünf Stunden Suche fand ich meinen Hund Jakob beim Kartoffelbauer.»

Leonard, Schlagerstar, am Konzert auf Michaelskreuz LU

«Vihschauen und Ausstellungen sind zwei Paar verschiedene Schuhe.»

Christian Aegerter, Beständeschaukommission

PRESSESTIMMEN



Einfuhr von Ingwer und Quinoa steigt

Viele Schweizer setzen im Winter auf Ingwer: Das Wurzelgewächs soll das Immunsystem stärken. Ein Blick auf die Importstatistik der Eidgenössischen Zollverwaltung zeigt gemäss einem Bericht von «20 Minuten», dass im letzten Jahr bereits über 2000 Tonnen importiert wurden. Im Jahr 2000 waren es noch rund 264 Tonnen. Drei Viertel der Importe stammen aus China, weitere 300 Tonnen aus Peru. Auch bei anderen hypen Lebensmitteln zeigt die Einfuhrstatistik steil nach oben. Innert fünf Jahren haben sich die Quinoa-Importe fast vervierfacht. Der Boom könne die Preise der Nahrungsmittel in den Herkunftsländern stark ansteigen lassen. AH



Neben dem Haus regnet es Pestizide

Bauern dürfen 84 verschiedene Pestizide per Helikopter über ihren Rebbergen oder Obstanlagen versprühen, berichtet das Konsumentenmagazin «Saldo». Der Mindestabstand, den die Sprühhelikopter zu Häusern einhalten müssen, beträgt bei 69 Pestiziden 30 Meter, bei den restlichen sind es 60 Meter. Die Mehrheit der Sprühflüge findet im Kanton Wallis statt. Dort haben die Behörden per Ausnahmeregelung generell einen Mindestabstand von 20 Metern festgelegt. Gemäss Vision Landwirtschaft wird «selbst der reduzierte Mindestabstand systematisch missachtet. Das Landwirtschaftsamt startete dieses Jahr mit Stichproben vor Ort. AH

LESERBRIEFE

Neoliberal ins TV- und Radio-Chaos

Zum Artikel «Hochumstrittene SRG», BauernZeitung vom 26. Januar 2018

Die Formulierung des Titels ist die pure Konsequenz der No-Billag-Initiative. Und wer noch gewisse TV- oder Radioprogramme nutzen will, muss entsprechende Abos einkaufen. Noch fragwürdiger sind die Folgen für Land- und Ernährungswirtschaft, wenn statt sachlicher, breit abgestützter Informationspraxis neu dann nur noch kapitalkräftige Marktplayer und globaler Lebensmittelhandel die Radio- und TV-Informationen beherrschen. Dagegen wären auch noch so gut gemeinte bäuerliche PR-Aktionen auf weitgehend verlorenem Posten.

Was Protagonisten in der TV-Arena (Olivier Kessler, Andreas Kleeb) und in anderen Statements (Roger Köppel mit seiner rüpel-

haften Art, Hans-Ulrich Bigler) wollen, gleicht unbändigem Raubtier-Kapitalismus: Abwendung von sozialer Marktwirtschaft und Abtretung der Zügel und der (Medien-)Macht alleinig in die Hand von Markt und Grosskapital. Was und welche Konsequenzen herauskommen, wissen selbst die No-Billag-Befürworter nicht. Ihr ohnehin diffuses Geschwafel darüber ist je nach Stimmungslage kaum fassbar, zudem verwirrend und widersprüchlich.

Gerade für die vielen TV- und Radiokonsumenten im Seniorenalter und auch für jene, welche im Alltag, auf Bauernhöfen oder in abgelegenen Regionen nicht mehr mobil – an ihre Wohnung oder anderswo «gebunden» – sind, ist eine chaotische mediale Zukunft jedenfalls keine wirkliche Perspektive. Just diese Mitmenschen schätzen zu jeder Tages- und Nachtzeit

ein vielfältiges Unterhaltungs-, Kultur- und Informationsangebot. Übrigens, die jetzige und künftige Regelung der Empfangsgebühren hat bereits eine solidarische Sozial-Komponente: Haushalte, in denen mindestens eine Person mit Ergänzungsleistungen des Bundes lebt, haben Anspruch auf die Befreiung von der Gebührenpflicht. Analoge soziale Rücksichtnahme gibt es bei No Billag kaum mehr. Geschätzte Bäuerinnen und Bauern: Wenn Sie weiterhin Wert auf eine verantwortungsvolle Meinungsbildung und auf eine fundierte zeitaktuelle Informationspraxis, welche auch die Interessen der einheimischen Land- und Ernährungswirtschaft angemessen einschliesst, Wert legen, dann stimmen Sie in weiser Voraussicht überzeugt Nein zu No Billag. Alois Hodel, ehem. Bauernsekretär, Egolzwil LU

LESERBRIEF

Eine gehörige Portion Verdrängung bei Konsumenten

Wenn jetzt die einheimischen Hühnermäster und Migros, die deren Pouletfleisch mit der Marke «Aus besonders tierfreundlicher Stallhaltung (BTS)» verkauft, medial gescholten werden (so wie das vergangene Woche etwa bei «10 vor 10» und in diversen Zeitungen der Fall war, Red.), zielt das am Problem vorbei.

Eine gehörige Portion Verdrängung ist all den Konsumenten eigen, die 50, 60 und mehr Kilogramm Fleisch im Jahr in sich hineinstopfen und dabei glauben, dass derartige Mengen naturnah und tierfreundlich er-

zeugt werden könnten. Es waren nicht die Grossverteiler, sondern es war unser Bundesrat, der den Begriff BTS geschaffen hat und der vor gut fünfzehn Jahren, ohne dass die Geflügelbauern das wollten, Stallbauten für 20000 Poulets erlaubte.

Die dahinterliegende Berner Strategie: Die Billigproduktion mit Massentierhaltung soll die einheimische Landwirtschaft fit machen für den schrankenlosen Freihandel. Das Arbeitseinkommen eines Schweizer Geflügelmähsters beträgt pro Tier rund 30 bis 40 Rappen, für den Liter

Milch kriegt ein Milchbauer knapp 60 Rappen. Geht diese Preisdrückerei weiter, dürften wir bald Verhältnisse wie in Deutschland haben, wo eine Bauernfamilie 200 Milchkühe oder 60000 Masthühner im Stall haben muss, um über die Runden zu kommen. Wenn wir tatsächlich Sorge zu den Tieren tragen wollen, braucht es fairere Preise für unsere Bauern und ein bewussteres Einkaufsverhalten vieler Konsumenten.

Hansuli Huber, Geschäftsführer Schweizer Tierschutz, Basel

SATIERE



Die Volkskultur wird zur Verliererin

Volksfeste wie das Eidgenössische Schwingfest, das Unspunnenfest, Blasmusik- und Jodlerfeste, Chor-treffen oder die Fasnacht finden bei der SRG eine Plattform. Denn diese ist durch einen Leistungsauftrag dazu verpflichtet, über Schweizer Kultur zu berichten. Unsere Brauchtümer werden so an die nächste Generation weitergegeben. Deshalb muss unsere Kultur spürbar und unsere Werte müssen sichtbar sein. Dafür brauchen wir eine gewisse Breitenwir-

kung, welche nur die SRG bietet. Sie ist bei solchen Events eine verlässliche, faire Partnerin.

Mir als aktivem Jodler bereitet die Stossrichtung der Initiative grosse Sorgen. Dass private Sender bei einer Annahme in die Bresche springen würden, kann niemand garantieren. Denn die Übertragung der genannten Anlässe ist durch Werbung allein nicht finanzierbar. Und wenn doch: Wollen Sie noch mehr Werbepausen? Wir riskieren mit die-

ser Initiative, dass die Volkskultur zur grossen Verliererin wird.

No Billag ist zu radikal. Was die Schweiz wirklich braucht, ist ein neues Mediengesetz. Der Inhalt des Service public soll neu definiert und der SRG-Leistungsauftrag muss überdacht werden. Ich sage deshalb Ja zu unseren Schweizer Werten und Nein zu No-Billag-Initiative.

Albert Vitali, Präsident IG Volkskultur Schweiz und FDP-Nationalrat, Oberkirch LU