

Umstellen ja, aber mit Bedacht

An der Biobasis gibt es auch warnende Stimmen zur Biooffensive. Denn Überschüsse seien Gift für die Produzenten. «Grundsätzlich steht die Knospe allen offen», sagt Bio Suisse Präsidentin Regina Fuhrer. Sie setzt auf transparente Marktinformation und unternehmerische Selbstverantwortung der Bäuerinnen und Bauern.

Mit der Biooffensive sucht Bio Suisse neue Bioproduzenten. Was aber, wenn sich im Zug dieses Projekts in einzelnen Bereichen das Angebot über die Nachfrage hinaus vergrössert?

«Grundsätzlich können alle, die die Richtlinien erfüllen, in diesen Markt einsteigen. Jede biologisch bewirtschaftete Hektare ist für unsere Gesellschaft ein Gewinn», erklärt Regina Fuhrer, Präsidentin von Bio Suisse. «Wir geben keine Preis- und Absatzgarantien, aber bieten eine starke Marke in bäuerlicher Hand – die Knospe.» Schliesslich müsse jede Bauernfamilie selbst ihre Chancen abklären und den unternehmerischen Entscheid fällen, ob sie ihren Betrieb auf Bio umstellen möchte, meint Regina Fuhrer, selbst aktive Biobäuerin in Burgistein BE.

Skeptische Stimmen von Bioproduzenten

Dass ein knappes Angebot entscheidend für gute Produzentenpreise ist, zeigt sich zum Beispiel bei den Knospe-Eiern. Der Markt wächst laufend, die Nachfrage übersteigt zurzeit das Angebot, die Preise sind gut. Kein Wunder, gibt es in der Basis Skeptiker gegenüber dem Projekt Biooffensive.

Eine halbe Million Franken kostet ein Stall für 2000 Biohühner – eine solche Investition lohnt sich nur, wenn sie durchgängig genutzt wird: «Es ist undenkbar, die Produktion zu unterbrechen, wenn der Markt mal einen Eierüberschuss hat», erklärt Peter Lüscher aus Holziken AG, Biobauer und Präsident der Bio

Suisse Fachkommission Eier. Lüscher findet, Umsteller brauche es nur, wenn die Nachfrage weiter steige; bereits jetzt habe sein Abnehmer eine Warteliste von bauwilligen Biobauern. Entsprechend skeptisch eingestellt ist Lüscher gegenüber der Biooffensive: «Ich glaube nicht, dass alle Produzenten einverstanden sind damit.»

Regina Fuhrer, versteht zwar die Skepsis, entgegnet aber: «Es ist klar auch Anliegen von Bio Suisse, dass Nachfrage und Angebot im Gleichgewicht sind.»

Möglichst keinen Überhang

Zur Vorsicht mahnt auch Dominik Estermann, Milchproduzent in Rickenbach LU: «Neue Bioproduzenten braucht es zwar teilweise auch bei der Milch.» Aber man könne nicht pauschal und für alle Sparten Umsteller werben. Bereits in den Neunzigerjahren habe man bei einer Marketingoffensive mit der grossen Kelle angerichtet und plötzlich Mühe bekommen, die zusätzliche Ware zu platzieren. Die Balance von Angebot und Nachfrage sei zwar schwierig zu erreichen, räumt Estermann ein. Doch dramatischer als eine Knappheit seien Überhänge, die konventionell verwertet werden müssten.

Regina Fuhrer meint dazu: Bei der Umstellung sei es wichtig, dass jeder Betrieb mit Unterstützung der Bioberatung, der Marktpartner und der Bio Suisse Geschäftsstelle abkläre, was möglich und sinnvoll sei. «Bio Suisse nimmt ihre Verantwortung diesbezüglich mit transparenter Information über die Marktsitua-



Bild: Bio Suisse

«Bio Suisse bietet eine starke Marke in bäuerlicher Hand – die Knospe», sagt Regina Fuhrer. Den unternehmerischen Entscheid umzustellen müsse jeder Landwirt selber fällen.

tion wahr, zum Beispiel auf der Internetplattform www.bioaktuell.ch»

«Bio soll an Tiefe gewinnen»

Ein anderer Vorbehalt kommt von Markus Lanfranchi, Biobauer in Verdabio GR, der als sich Präsident des Bioforum Schweiz für eine möglichst ökologische, regionale und soziale Landwirtschaft engagiert: «Bioland Schweiz ist das Ziel. Aber klein bleibt fein, industrielle Monokultur hat im Biolandbau nichts zu suchen. Sonst steigt die Gefahr, dass Bio verwässert wird.» Statt in die Breite zu wachsen und möglichst alle ins Boot holen zu wollen, solle sich Bio Suisse besser darauf konzentrieren, an Tiefe zu gewinnen. Gerade Neuumsteller verstünden das Label häufig nur noch als Marketinginstrument. Die energieaufwendige Verwertung der Biomilch zu Pulver und die anschliessende Verfütterung in der Tiermast ist für Lanfranchi ein Auswuchs dieser Entwicklung.

«Sämtliche Produzenten haben sich denselben Richtlinien und Kontrollen zu unterziehen», erklärt Regina Fuhrer dazu. «Zudem entwickeln wir zurzeit die Qualität der Knospe in diesen Bereichen weiter, indem wir zusätzliche Anstrengungen in den Bereichen Biodiversität, Klima und faire Handelsbeziehungen unternehmen.»

Pieter Poldervaart, Stephan Jaun



Bild: Samuel Sommer

Auch im Bioeiermarkt liegen zu viel und zu wenig nahe beisammen.