

Billigbio?

Wie positiv sie doch klingen, die Verlautbarungen unseres grossen orangen Mitbewerbers: Man will nachhaltig sein. Und, zumindest zwischen den Zeilen, auch billig. In der Kooperation von Alnatura und Migros haben zwei zueinandergefunden, die nicht zuletzt auch das «Billig» auf der Fahne stehen haben.

Was jetzt bei Bio angewendet wird, sind dieselben Managementstrategien, die wir aus der übrigen Wirtschaft kennen. Billig und Bio, passt denn das zusammen?

Coop, Migros, Manor, Aldi, Lidl: Sie alle haben eine Biolinie integriert. Und sie alle hoffen, einerseits am Wachstumsmarkt teilzuhaben, andererseits dank der Biolinie das zu über-tünchen, was weniger ökologisch und sozial ist am Konzern. «Hast du gesehen, die haben auch Bio – die sind also auch für die Umwelt.» Und getrost kann

man den XXL-Einkaufswagen im Discounter weiter füllen – überwiegend mit konventionellen Billigstlebensmitteln. Ein guter Teil der Konsumentinnen und Konsumenten rennen zurzeit wie die Lemminge dem Megatrend billig und noch billiger nach.

Doch auch bei Bio hat billig seinen Preis. Teilweise bleiben bei der Massenproduktion, auch wenn sie (gerade noch) richtlinienkonform ist, Geschmack und Qualität auf der Strecke. Und an den Beispielen Kartoffeln, Schweinemast und Eier zeigte die kürzlich ausgestrahlte Sendung der ARD «Wie billig kann Bio sein?» (siehe www.ardmediathek.de) auf, was in der EU überdies auf der Strecke bleiben kann, wenn man Billigbio produziert: soziale Standards und das Tierwohl nämlich.

Der Biofachhandel lebt noch immer eine wertvolle Alternative vor. Nicht durchkommerzialisiert, dafür ganzheitlicher bieten die über hundert Bioläden in der Schweiz Qualität, Saisonalität und Regionalität. Hier gibt es auch Platz für lokale Landwirtschaftserzeugnisse und handwerklich gefertigte Produkte von kleinen Verarbeitungsbetrieben. Es sind meist Läden mit einem Biovollsortiment, wo das Personal über viel Engagement und eine hohe Beratungskompetenz verfügt.

Nutzen wir diesen Reichtum, solange es ihn noch gibt.



Andreas Höhener,
Bioladen «Höheners», Basel

bioaktuell



4



14



18



19

HIER UND JETZT

4 Swissness und Regionalität im Biofachhandel

Lebensmittel aus der Schweiz, möglichst aus der Regio, erfreuen sich grosser Beliebtheit, auch und gerade bei der Biokundschaft. Wie positioniert sich hier der Biofachhandel, wie die Grossverteiler?

POLITIK

8 SBV-Präsidium: Kandidaten im Test

Vier Männer wollen Präsident des Schweizerischen Bauernverbandes werden. Zwei von ihnen, Fritz Glauser und Markus Ritter, führen einen Knospe-Betrieb. bioaktuell hat allen vier ein paar Fragen gestellt.

PRODUKTION

11 Kartoffelanbau – die Sortensorge

Der Schlüssel zum erfolgreichen Kartoffelanbau liegt in den vorbeugenden Massnahmen und in der Sortenwahl. – Doch scheint es die richtige Biosorte noch nicht zu geben ... Eine kurze Standortbestimmung.

12 Chance Milchqualität

Weidehaltung und frisches Grünfutter führen zu einer besseren Milchqualität. Das eröffnet eine Chance für Schweizer Biomilch.

14 Anbauinitiative für 1000 Mostbirnbäume

Die Mosterei E. Brunner AG, Steinmaur ZH, und die Biofarm Genossenschaft wollen den Anbau von Biomostbirnen auf Hochstämmen anschieben.

MARKT UND KONSUM

18 Seit fünf Jahren gibt's das Label Pro Montagna

BIO SUISSE

20 Mövenpick bringt Knospe-Tatar auf den Tisch

RUBRIKEN

- 16 Ratgeber
- 17 Märktstand
- 20 Impressum
- 24 Notizen
- 25 Agenda
- 27 Das letzte Wort. Leserbriefe

Titelbild: Berner Quartierladen LOLA mit Schwerpunkt Biolebensmittel.

Bild: Marion Nitsch