

Inhalt

Schwerpunkt

Direktvermarktung

- 6 Urban und digital
- 8 Die Hofläden 3.0 bieten grosse Vielfalt

Landwirtschaft

Tiergesundheit

- 10 Euterentzündungen vorbeugen

Zierpflanzen

- 12 Bio, nicht nur zur Zierde

Weinbau

- 14 Interview: «Schaden durch Abdrift kann beträchtlich sein»

- 15 FiBL-Beratung

Verarbeitung und Handel

Weinwettbewerbe

- 16 Grand Prix du Vin Suisse: Bioweine auf Medaillenjagd
- 19 Bio Vino: Die Krönung von Vater und Sohn Perrochet

FiBL und Bio Suisse

FiBL

- 20 50 Jahre FiBL: Interview mit Bernard Lehmann
- 23 Nachrichten

Bio Suisse

- 24 Nachrichten
- 25 Bio Gourmet Knospa steht vor der Tür
- 26 Herbst-DV: Biodiversität verdient mehr Schutz

Rubriken

- 2 Impressum
- 4 Kurzfutter
- 29 Handel und Preise
- 30 Agenda/Marktplatz

Hofläden 3.0

Als ich auf dem Biohof Fondli in Dietikon ZH als Praktikant arbeitete, gehörte auch der Hofladen zu meinem Einsatzgebiet. Der bediente Laden war jeweils freitags und samstags geöffnet, die Kundschaft strömte schon frühmorgens auf den Hof. Die einen wollten sich rechtzeitig ein Körbchen der begehrten Kirschen oder Zwetschgen sichern, die am Nachmittag meist ausverkauft waren. Andere kamen vor allem auch, um einen Schwatz zu halten. Sie schätzten den direkten Kontakt zu den Fachfrauen und -männern, die für sie Gemüse, Getreide, Obst und Fleisch in Bioqualität herstellten. Diese Produkte vom Hof wurden ergänzt mit Fertigwaren aus dem Biogrosshandel – das reichte vom Agar-Agar-Geliermittel bis zum Waschpulver. Mit dem Volls Sortiment sollte sich der Gang zum Supermarkt erübrigen, so die Absicht. Die Kehrseite war, dass der Laden doch nicht recht rentierte und viel Arbeitskraft absorbierte, die dann im Stall und auf dem Feld fehlte. Als aus dem Betrieb eine Hof-Solawi (Solidarische Landwirtschaft) wurde, passte der Laden nicht mehr ins Konzept. Man stellte ihn ein, ob schon die Stammkundschaft dabei eine Träne vergoss. Heute steht dort das Getreidedepot für die Solawi-Teilhabenden. Ein Kaffeetischchen für den Schwatz gibt es aber weiterhin.

Wie sich die Ausgangslage der Bäuerinnen und Bauern und die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten laufend ändern, so passen sich auch die Hofläden an. Bediente Läden sind seltener geworden, dafür boomen 24-Stunden-Shops oder Automaten mit intelligenter Software, wie unser Schwerpunkt zeigt (ab Seite 6). Ganz ohne sozialen Kitt geht es aber auch beim Hofladen 3.0 nicht. Viele Betreibende laden Porträts über sich und ihre Lieferanten hoch, damit die Kundschaft weiterhin nachempfinden kann, wer hinter dem Apfel oder dem Steak in ihrem Einkaufskorb steht.



Beat Grossrieder, Redaktor

