



«Schweizer Bauer»  
3001 Bern  
031/ 330 95 33  
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 30'859  
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 7  
Fläche: 45'525 mm<sup>2</sup>

**BIO SUISSE:** Der Dachverband der Biobauern setzt vor allem auf Detailhändler Coop

# Bio Suisse gibt Aldi die Knospe nicht

*Bio Suisse erlaubt Aldi noch immer nicht, die Bio-Knospe auszuloben. Dies, obschon Aldi gemäss eigenen Angaben die Anforderungen von Bio Suisse eigentlich erfüllen würde. Lidl hat sogar schon ganz kapituliert.*

Discounter werden normalerweise nicht mit Bio in Verbindung gebracht. Doch die Discounter Aldi und Lidl führen bereits heute Produkte im Sortiment, die nach Standards von Bio Suisse produziert wurden. Ausloben dürfen sie das nicht, weil Bio Suisse es nicht zulässt. Dies im Gegensatz etwa zu Coop, wo notabene Knospe-Produkte im Übrigen ebenfalls neben der Discount-Linie Prix Garantie im Regal stehen.

## Bedingungen erfüllt

«Obschon Aldi Suisse seit 2008 konstruktive Gespräche mit Bio Suisse führt und alle Bedingungen zur Erlangung der Knospe erfüllt, wurde seitens Bio Suisse entschieden, keine Zusammenarbeit mit uns als Discounter einzugehen.» Das sagt Aldi-Sprecher Alain Bollschweiler auf Anfrage. Aldi sei vor allem auch deshalb überrascht, weil man sich bemüht habe, Bio Suisse auf allen Ebenen entgegenzukommen. Grundvoraussetzung für die Verwendung der Knospe sei die

Akzeptanz der Grundsätze, Ziele und Werte von Bio Suisse. «Es ist uns gelungen darzulegen, dass wir alle Anforderungen von Bio Suisse erfüllen. Wir waren also bereit, den Zusammenarbeitsvertrag mit Bio Suisse zu erfüllen», betont Bollschweiler. Deshalb bedauere Aldi den Entscheid von Bio Suisse sehr.

## Will Bio Suisse nicht?

Ist Bio Suisse grundsätzlich überhaupt bereit, Discountern wie Aldi und Lidl die Verwendung der Bio-Knospe zu gestalten? Dort scheint man eine andere Wahrnehmung der Dinge zu haben. «Ja, da laufen ja auch Gespräche. Wir erachten sie im Übrigen als konstruktiv. Aldi scheint uns durchaus bereit, das nötige Comittment aufzubringen», sagt Bio-Suisse-Sprecher Andreas Käsermann. Bio Suisse arbeite mit allen Partnern zusammen, wenn die Bedingungen der von den Delegierten festgelegten Distributionspolitik erfüllt seien. Er zählt auf, welche wichtigen Punkte dazugehören: «Einsatz zur Förderung der biologischen Landwirtschaft in der Schweiz, ein repräsentatives, ganzjähriges, umfassendes Sortiment mit Schweizer Bioprodukten und der Einsatz für faire Handelsbeziehungen entlang der ganzen Wertschöpfungskette.» Nach Einschätzung von Bio Suisse sei dies bei Aldi und Lidl bis jetzt

noch nicht gegeben. Darum dürften sie zwar Markenartikel mit Knospe handeln, aber nicht damit werben. Aldi wäre offenbar bereit, die von Bio Suisse geforderte Lizenzgebühr von 0,2% auf dem Bioumsatz abzuliefern. Reicht dies nicht, damit die Forderung «Einsatz zur Förderung der biologischen Landwirtschaft in der Schweiz» erfüllt ist? «Darüber hinaus braucht es einen konkreten, umfassenden und nachweisbaren Einsatz für die Biolandwirtschaft», sagt Käsermann.

## Aldi hätte mehr bezahlt

Doch Aldi-Sprecher Bollschweiler hält dagegen. Aldi habe Bio Suisse angeboten, Projekte im Bereich Bio zu unterstützen. Aldi bedaure den negativen Entscheid von Bio Suisse und sei trotz allem nach wie vor interessiert, Knospe-zertifizierte Produkte zu verkaufen.

Momentan bleibe Aldi nichts anderes übrig, als ihr Sortiment von aktuell über 50 Bioprodukten unter dem eigenen Bio-Label «Natur aktiv» zu verkaufen.

Ein Grossteil der Schweizer Bioprodukte wie Fleisch, Milch, Käse, Butter, Joghurt, Eier oder Gemüse stamme bereits heute aus Knospe-zertifizierten Betrieben.

SAMUEL KRÄHENBÜHL



«Schweizer Bauer»  
3001 Bern  
031/ 330 95 33  
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 30'859  
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 7  
Fläche: 45'525 mm<sup>2</sup>

## KEINE GESPRÄCHE

Im Gegensatz zu Aldi hat Lidl seit drei Jahren keine Gespräche mehr über die Verwendung der Bio-Knospe mehr geführt. Gemäss Dominik Lehmann, Leiter PR, wäre Lidl jedoch bereit, mit Bio Suisse erneute Gespräche zu führen, um die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit zu prüfen und zu diskutieren. Bereits heute mache der Bioartikelanteil

bei Lidl Schweiz ungefähr 3 bis 5% des Sortimentes aus, wovon 60 bis 70% in der Schweiz nach Bio-Suisse-Richtlinien produziert werde. Das Knospe-Logo wird allerdings nur auf Markenprodukten wie etwa dem Züger Bio-Mozzarella ausgelobt. Alle übrigen Bioprodukte verkauft Lidl unter der Eigenmarke «Biotrend». *sam*



**Diese zertifizierten Knospe-Eier dürfen nur unter der Aldi-Biomarke verkauft werden. (Bild: sam)**



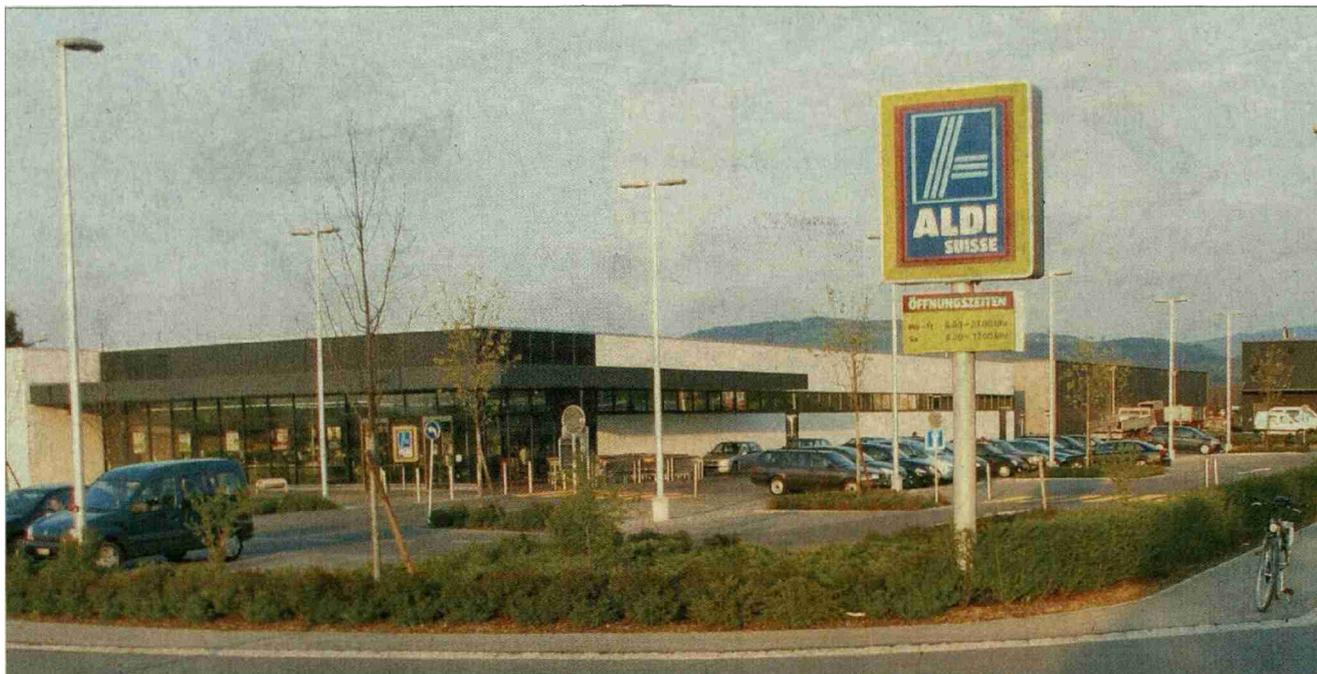
«Schweizer Bauer»  
3001 Bern  
031/ 330 95 33  
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 30'859  
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 3  
Fläche: 33'135 mm<sup>2</sup>

## LESERBRIEFE

# «Bio-Suisse-Haltung ist arrogant oder dumm»



Christoph Peter findet es schade, dass Bio Suisse und Aldi nicht zusammen ins Geschäft kommen. (Bild: Mike Bauert,

Zum Artikel «Bio Suisse gibt Aldi die Knospe nicht» im «Schweizer Bauer» vom 21. Juni.

Der international tätige Detailhändler Aldi will den Schweizer Bauern Bioprodukte abkaufen und vermarkten. Darüber hinaus will Aldi noch eine «Lizenzgebühr» zahlen. Doch Bio Suisse will dieses Angebot nicht annehmen.

Marktteilnehmer anderer Branchen reiben sich verwundet die Augen. Denn so werden doch in Dienstleistungsunternehmen und der Industrie ganze Heerscharen von Aussen-

dienstmitarbeitern beschäftigt und Millionen von Franken investiert, um Produkte in neuen Märkten abzusetzen zu können. Mit aller Kraft wird also versucht, die eigenen Produkte an den Mann und die Frau zu bringen. Nur Bio Suisse scheint nicht mehr verkaufen zu wollen.

Offenbar erachten die Verantwortlichen es als nicht notwendig, mit Aldi ins Geschäft zu kommen. Schliesslich ist Aldi in weit über zehn europäischen Ländern tätig. Am Ende könnte dem Detailhändler noch in den

Sinn kommen, die Bio-Suisse-Produkte ins Ausland zu verkaufen. Die Haltung von Bio Suisse ist entweder arrogant oder dumm.

Was passiert mit dem Preis, wenn sich mehrere Käufer um ein Produkt streiten? Er steigt. Ausser, man lässt gar nicht erst zu, dass mehrere mitbieten können. Das ist schade für die Biobauern. Zu hoffen ist, dass sie ihre Vereinsleitung zurückpfeifen und den Entscheid korrigieren werden.

**Christoph Peter**  
Bärau BE