Datum: 23.01.2015

Thurgauer Bauer

Thurgauer Bauer
8570 Weinfelden
071/ 626 28 88
www.vtgl.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 4'300
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 8
Fläche: 36'798 mm²

Bio hat noch Luft nach oben

Immer mehr Konsumenten kaufen Bio. Trotzdem zeigen Studien, dass ihnen die regionale Herkunft und der faire Handel noch wichtiger sind.

Auch wenn der zweite Abend des Agrarzyklus der Volkshochschule Mittelthurgau mit gut 40 Interessierten etwas weniger gut besucht war als der erste, vermochten die beiden Referate und die angeregte Diskussion mit Hubert Lombard, Präsident IG Bio-Weide-Beef, und Toralf Richter, Forschungsanstalt für biologischen Landbau (FIBL) und Bio-Ombudsmann, zu begeistern. Toralf Richter schilderte spannend und mit viel Hintergrundwissen die aktuelle Situation im Biobereich. In der Schweiz beherrschen die Grossverteiler Coop mit gut der Hälfte und Migros mit einem Viertel den Biomarkt und werden deshalb auch als Wachstumsmotoren bezeichnet. Bio- und Reformläden und die übrigen Detailhändler hätten Mühe zu wachsen, so Richter. Zwei Drittel aller Schweizer Konsumenten kaufen mehrmals pro Woche Bioprodukte ein, weil sie überzeugt sind, dass das biologisch produzierte Produkt gesünder ist und sie etwas für den Erhalt der Umwelt tun wollen. Konsumenten befürworten mit dem Kauf von Bioprodukten auch den besseren Umgang mit Tieren. Mit 21,2 Prozent sei das Ei das liebste Bioprodukt der Konsumenten, gefolgt von frischem Brot (20,3 Prozent), Gemüse und Salaten mit 13,5 Prozent und Milchprodukte mit 10,8 Prozent.

Was macht ein Bio-Ombudsmann?
Toralf Richter wurde im April 2014 als erster Bio-Ombudsmann von Bio-Suisse gewählt. Der promovierte Agronom soll für faire Handelsbeziehungen und eine faire Partnerschaft zwischen den Produzenten und Detailhändlern zur Verfügung stehen. Der Ombudsmann muss unparteiisch, loyal und ehrlich die Beziehungen untereinander unterstützen und ist verantwortlich, dass der Verhaltenskodex, den Bio Suisse mit den Vermarktern erarbeitet hat, umgesetzt wird. Er arbeitet bei Problemen als Mediator und sucht bei Klagen Lösungen, vermittelt und stellt sicher, dass im Biobereich kein Wildwuchs entstehen kann und sich alle an die abgemachten Regeln halten. Die Stelle ist mit 10 Stellenprozenten dotiert.

Label verunsichern Konsumenten

Weshalb ein Bioprodukt gekauft werde, hänge stark von der Einkaufssituation ab. So seien Auswahl, Preis, Qualität, Frische und die Rückverfolgbarkeit massgebende Gründe, Bioprodukte einzukaufen. «Wir stellen auch fest, dass Werte wie kompetente Beratung und Vertrauen für den Konsumenten immer wichtiger werden und seinen Einkauf beeinflus-

Datum: 23.01.2015

Thurgauer Bauer

Thurgauer Bauer
8570 Weinfelden
071/ 626 28 88
www.vtgl.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 4'300
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 8
Fläche: 36'798 mm²

Von links: Hubert Lombard, Toralf Richter, Michael Dubach, Organisator Volkshochschule. (rb)

sen.» Richter sieht deshalb bei Coop und seiner Naturaplan-Biolinie den Erfolg im Vermitteln von Glaubwürdigkeit und Vertrauen, Werte, welche Coop seit nunmehr 20 Jahren stark prägen. Umfragen zeigen hingegen deutlich, dass die Regionalität und der faire Handel für Schweizer Konsumenten noch wichtiger sind als die biologische Produktion. Ärgerlich findet Richter den Labelsalat, der die Konsumenten verunsichert und missverständlich sei. So konnte beispielsweise von den Anwesenden niemand den genauen Unterschied zwischen Bio-Weide-Beef und Natura-Beef erläutern. Richter hielt fest, dass die Nachfrage nach Bioprodukten stärker wachse als das Angebot, insbesondere von inländisch produzierten Produkten. Er wünschte sich, dass sich noch mehr Landwirte zur Umstellung auf Bio bewegen liessen und möchte Bio im ländlichen Raum noch stärker gesellschaftsfähig machen.

Bio und regional

«Bio-Weide-Beef ist ein nachhaltiges Produktionssystem, bei dem Rinder auf der Weide und im Stall mit Gras, Heu und Grassilage ohne Hast gemästet, im Alter von 27 Monaten geschlachtet und anschliessend exklusiv von der Migros vermarktet werden», erklärte Hubert Lombard, Präsident IG Bio-Weide-Beef und produzierender Landwirt seine Produktionsart. Für ihn sei diese Art die nachhaltigste überhaupt. Man erhalte einen hohen Genuss zu einem vernünftigen Preis. Mit Bio-Weide-Beef erfülle man die von den Konsumenten gewünschte Kombination von Regionalität und biologischer Produktion, so Lombard weiter. So könne das Produkt auch nur bei Migros Ostschweiz angeboten werden, weil sich nur hier genügend Produzenten finden liessen. Pro Jahr komme das Fleisch von 5000 Tieren, die von ungefähr 500 Züchtern gehalten wurden, in den Verkauf. Die Nachfrage sei grösser als das Angebot, weshalb Lombard die anwesenden Landwirte aufrief, sich einen Wechsel zu überlegen. Produziert werde nach Biorichtlinien der Migros, die Kraftfutter von höchstens 10 Prozent erlauben und ein Sojafütterungsverbot beinhalten. Zudem werde die Alpung bevorzugt.

Ruth Bosser