

# Neue Vermarktungswege in die Hand der Produzenten

Das Internet und soziale Medien haben in den letzten Jahren neue Wege und Möglichkeiten für die Direktvermarktung eröffnet. Sie erlauben, effizient und direkt mit den Kunden und Kundinnen zu kommunizieren und den Verkauf zu organisieren. Die geografische Distanz zwischen Produzent und Konsument verliert an Bedeutung. Die in diesem Heft ab Seite 26 vorgestellten Beispiele aus dem Bereich Fleisch bieten Lösungen für spezielle Herausforderungen in der Landwirtschaft. Die Betreiber von [www.kuhteil.ch](http://www.kuhteil.ch) etwa schaffen es, ganze Rinder innerhalb von einer Woche vollständig an Direktkunden zu vermarkten, bevor das Tier überhaupt geschlachtet ist.

In beiden vorgestellten Fällen sind allerdings nicht die Produzenten selbst die Direktvermarkter, sondern Dritte. Es besteht durchaus die Gefahr, dass mit solchen Projekten mitunter auch einfach neue Zwischenhandelsstrukturen geschaffen werden, mit entsprechenden Verwaltungskosten und Margen. In gewissen Fällen, zum Beispiel bei Online-Shops, ist auch eine Übernahme durch grössere Handelsstrukturen wie etwa Detailhandelskonzerne am Ende nicht ausgeschlossen. Direktvermarktung muss aber heissen, dass die Margengewinne und die Abschöpfung der geschaffenen Mehrwerte – seien es Ökologie, Regionalität oder soziale Nachhaltigkeit – den Produzenten zugutekommen.

Die Initiativen «Mein Schwein» oder «Kuhteil» machen vor, wie die Direktvermarktung der neuen Generation aussehen könnte. Die Produzenten sollten aber auch selber aktiv zu werden und Ideen zur Nutzung neuer Medien für die Direktvermarktung entwickeln.



*Markus Spuhler*

Markus Spuhler, Chefredaktor

## Impressum

### 24. Jahrgang 2015

Bioaktuell erscheint 10-mal jährlich  
Doppelnummer Dezember/Januar  
und Juli/August

Magazin in Französisch: Bioactualités  
Magazin in Italienisch: Bioattualità

### Auflage

Deutsch: 6846 Exemplare  
Französisch: 765 Exemplare  
Italienisch: 316 Exemplare  
(WEMF-beglaubigt 2014)

Geht an Produktions- und Lizenz-  
betriebe von Bio Suisse.

Jahresabonnement Fr. 53.-  
Auslandsabonnement Fr. 67.-

### Herausgeber

Bio Suisse, Peter Merian-Strasse 34,  
CH-4052 Basel  
[www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch)

und  
FiBL, Forschungsinstitut für  
biologischen Landbau,  
Ackerstrasse 113, Postfach 219,  
CH-5070 Frick  
[www.fibl.org](http://www.fibl.org)

### Druck

AVD Goldach AG, [www.avd.ch](http://www.avd.ch)

### Papier

Refutura, FSC-zertifiziert  
Ökolabel: Blauer Engel, Nordic Swan

### Redaktion

Markus Spuhler/*spu* (Chefredaktor)  
Petra Schwinghammer/*psh*, Carmen  
Büeler/*cbu* (Bio Suisse), Adrian  
Krebs/*akr*, Theresa Rebholz/*tre*,  
Deborah Rentsch/*dr*t (FiBL)  
[redaktion@bioaktuell.ch](mailto:redaktion@bioaktuell.ch)

### Layout

Simone Bissig (FiBL)

### Korrektorat

Susanne Humm

### Gestaltungskonzept

Büro Haerberli  
[www.buerohaerberli.ch](http://www.buerohaerberli.ch)

### Inserate

Erika Bayer, FiBL,  
Postfach 219, CH-5070 Frick  
Tel. +41 (0)62 865 72 00  
Fax +41 (0)62 865 72 73  
[werbung@bioaktuell.ch](mailto:werbung@bioaktuell.ch)

### Abonnemente & Verlag

Petra Schwinghammer, Bio Suisse  
Peter Merian-Strasse 34,  
CH-4052 Basel  
Tel. +41 (0)61 204 66 66  
[verlag@bioaktuell.ch](mailto:verlag@bioaktuell.ch)

### [www.bioaktuell.ch](http://www.bioaktuell.ch)

Benutzer und Passwort E-Paper  
siehe Druckausgabe