



## MARKT & POLITIK · MARCHÉ & POLITIQUE

# Co-Branding mit Naturaplan ist begehrt

Früher gab ein Lebensmittelhersteller nicht viel drauf, dass er seine

Marke mit dem Naturaplan-Logo co-branden konnte. Heute ist ein

Co-Branding mit der bekanntesten Biomarke, die 25-jährig wird, begehrt.

**HANS PETER SCHNEIDER.** Dass die Marke Naturaplan Gewicht hat, bewies schon der Aufmarsch der Akteure aus der schweizerischen Lebensmittelindustrie an die 25-Jahr Feier. Von B wie Biedermann oder Bio Familia wie bis Z wie Zweifel oder Züger Frischkäse war alles da, was Rang und Namen hat. Diese Zugkraft hat Naturaplan erst in den letzten Jahren erhalten. «Die Skepsis bei den Markenartikelproduzenten war am Anfang gross», sagte Coop-Chef Joos Sutter an der Geburtstagsfeier, die am 6. Mai auf dem Schwand bei Münsingen stattfand. Heute würden auch die ganz Grossen wie Emmi, Zweifel oder Ramseier sagen, dass die eigene Marke durch das Natura Plan Co-Branding, stärker würde. Heute würden 1800 Produkte im Naturaplan-Sortiment verkauft. Diese Zahl soll noch steigen, wenn es nach Sutter geht. Denn die Umsatzmilliarde mit Bio, die vor zwei Jahren erreicht wurde, soll bis im Jahr 2025 verdoppelt werden. Kein Zweifel, dass mit diesen Aussichten die Hersteller ihre Bioprodukte liebend gerne mit der Naturaplan-Marke auszeichnen.

### Zu wenig Produzenten

In den Anfangsjahren nach 1993 waren es nicht nur die Lebensmittelhersteller, die sich zierten, mit Bio Naturaplan zu arbeiten. Coop hatte auch Mühe, die Rohstoffe zu beschaffen, weil es viel zu wenige Bioproduzenten gab. Während Jahren suchte Coop Produzenten, mit Inseraten und Plakaten. Für den Durchbruch musste jedoch zuerst die Agrarpolitik ändern. Und in der Westschweiz sei Bio gar nicht angekommen, sagte Coop-Verwaltungsratspräsident Hansueli Loosli. «Chez nous c'est autre chose», habe es jeweils geheissen. Die Westschweizer seien rund zehn Jahre später auf den Bio-Zug aufgesprun-

gen. Heute produzieren in der Schweiz 6638 Bauern biologisch. In Graubünden seien es 60 Prozent aller Betriebe, sagte Joos Sutter: «Als Bündner macht mich das besonders stolz».

### Vier Naturaplan-Produkte

Dass Coop 1993 mit Naturaplan startete sei gar nicht so selbstverständlich gewesen, sagt



Das erste Bio-Naturaplan-Produkt war ein Naturejoghurt.

Le premier produit Naturaplan bio était un yogourt nature.

Hansueli Loosli. Denn der Entscheid dazu fiel sehr knapp aus. Gestartet wurde aber dennoch. Zwar erst mit nur vier Produkten: Biovollmilch, -joghurt, -käse und -brot.

Bei dieser Geburt war auch Bio Suisse zugegen. «Wir waren Pate», sagte Bio Suisse-



Präsident Urs Brändli. Ein Pate, der Coop auch mal tadeln müsse. Und Gastgeber Urs Siegenthaler, auf dessen Hof die Jubiläumsfeier stattfand, forderte von Coop, dass dann eine Milliarde von den angestrebten zwei Milliarden Umsatz, bei den Bauern landen würde. Loosli betonte, dass das Umsatzziel 2025 nur erreicht werden könne, wenn die gute Partnerschaft mit den Bauern bestehen bleibe.

### Viel Forschung nötig

Der andere Pate von Naturaplan ist das Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL. Coop habe seit 2003 20 Millionen Franken in FiBL-Forschungsprojekte investiert, sagte Suter. Denn mit dem Entscheid im Biosegment tätig zu werden und Bioprodukte anzubieten, die der Kunde wünsche, sei auch der Entscheid gefallen, die ganze Produktion mitzunehmen, also auch die Forschung zu fördern. Geforscht wird auch heute noch. Urs Niggli, Direktor vom FiBL sagte am anschliessenden Podium, dass Biobauern Pioniere seien, was High-Tech anbelange. Diese hätten schon immer das Unkraut mechanisch bekämpft, heute schon oft per Kamera und man träume davon, dass Mikroroboter die Unkrautbekämpfung übernehmen würden. Und die Schädlingsbekämpfung mit biologischen Präparaten werde auch immer raffinierter. Die Grünen-Nationalrätin Maya Graf doppelte nach: Bio bedeute heute nicht mehr, einfach die Sandalen anzuziehen. Damit die Bioproduktion mit der steigenden Nachfrage Schritt halten könne, brauche es viel Bio-

forschung und viele neue Pflanzenzüchtungen.

Babette Sigg, die Präsidentin des Konsumentenforums, wünschte sich ein noch grösseres Sortiment an Bioprodukten. Der Konsument sei auch bereit, für Bioprodukte mehr zu bezahlen – «jeder, der Bio kauft, weiss was dahinter steckt», sagte Sigg. Mehr Bio wolle auch die Gastronomie, sagte Hansueli Loosli. Der Transgourmet-Chef betonte, dass sein Unternehmen europaweit Ausschreibungen gewinne, weil das Unternehmen die Nachhaltigkeit auch durchziehen könne. «Die Gastronomie wird sich komplett ändern», so Loosli. So scheint es sicher, dass der Trend zu Bio noch lange nicht vorbei ist.

[hanspeter.schneider@rubmedia.ch](mailto:hanspeter.schneider@rubmedia.ch)

### Zwei Preisträger für den Naturaplan-Preis

Coop hat den Natura-Preis für ausserordentliches Engagement im Bio-Landbau vergeben. Einer ging an Andermatt Biocontrol AG aus Grossdietwil. Vor 30 Jahren startete das junge Studentenpaar Andermatt in der Küche ihrer Studentenwohnung eine Revolution in der biologischen Schädlingsbekämpfung. Aus dem unkonventionellen Start-up ist die Firma Andermatt Gruppe geworden, die führend bei der Entwicklung biologischer Pflanzenschutzmittel ist.

Der zweite Preisträger ist die Domaine des Coccinelles, ein Weinbaubetrieb, dessen Besitzer Maurice Lambert schon seit Jahrzehnten biologisch bewirtschaftet. Heute wird das Weingut von seinem Sohn Pierre Lambert geführt. *hps*