

Objekttyp: **FrontMatter**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **57 (2002)**

Heft 4

PDF erstellt am: **29.06.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

# KULTUR & POLITIK

ZEITSCHRIFT FÜR ÖKOLOGISCHE ZUSAMMENHÄNGE • 4/2002



2. Schweiz. Bio-Gipfel

**Der Bio-Preis –  
eine Wert-  
Schätzung?**

Seite 5

AP 2007

**Eine Weiter-  
entwicklung der  
Agrarpolitik?**

Seite 10

Landbau

**Monsanto  
und seine  
Opfer**

Seite 22

**Die Genossenschaft der Schweizer Biobauern  
feiert ihr 30-Jahr-Jubiläum: 1972-2002**

**BIOFARM**

GENOSSENSCHAFT  
KLEINDIETWIL



**Ihr Partner für:**

- **Brotgetreide, Futtergetreide, Körnerleguminosen, Ölsaaten**
- **Tafelobst und Verarbeitungsobst**
- **Beeren und Früchte für die Verarbeitung**

**Anforderung**

Knospe Betrieb Bio Suisse. Umstellbetriebe informieren wir gerne über die spezifischen Absatzmöglichkeiten.

**Profitieren Sie vom grossen BIOFARM-Sortiment**

- über 150 Bioprodukte, v.a. Knospe BIO SUISE, für Ihren Hofladen und Selbstversorgung.
- Bio-Gewürze für Ihre knospenkonforme Hofverarbeitung von Fleisch- und Wurstwaren.

**Kontakt für Beratung, Anbauverträge, Verkauf**

BIOFARM Genossenschaft, 4936 Kleindietwil; [www.biofarm.ch](http://www.biofarm.ch); [mailbox@biofarm.ch](mailto:mailbox@biofarm.ch)  
 Direktwahl: N. Steiner 062 957 80 52 (Getreide, Beeren)  
 HR. Schmutz 032 392 42 44 (Tafel-, Verarbeitungsobst)  
 H. Beugger 062 957 80 53 (Gewürze, Qualitätssicherung)  
 Verkaufsteam 062 957 80 50 (Fertigprodukte)



**DER SAFT, DER  
KRAFT SCHAFFT.**

**Strath®**  
Aufbaupräparat



...nicht von ungefähr erfolgreich in über 40 Ländern der Welt!  
 Bio-Strath AG, 8032 Zürich • [www.bio-strath.ch](http://www.bio-strath.ch)

**penergetic**  
[www.penergetic.com](http://www.penergetic.com)

Das wohl erfolgreichste Wirkungsprinzip für

**Gülle und Mistveredelung.**

**Neu:** Noch grössere und vielseitigere Wirkung dank der zusätzlichen **EM-Formulierung!** Biotauglich!

**penergetic** -Produkte gibt es auch für Tiere, Pflanzen und Wasser/Gewässer

**AQUAKAT™**

bei Kalkproblemen!  
 Quellwasser aus dem Wasserhahn!

Hersteller: Penergetic int. AG, 8593 Kesswil TG  
 Vertrieb: Walser & Co. AG, 9044 Wald AR

**Beratung und Verkauf:**  
**H.U. Bigler, CH-3082 Schlosswil**  
 031 711 51 82/84 Fax

# Inhalt

<b>Kultur</b>	4
<b>2. Schweizer Bio-Gipfel</b>	
Der Biopreis – eine Wertschätzung(?)	5
Be sexy – eat bio!	7
Der Handel als Mittler zwischen Produktion und Konsum	9
<b>Politik</b>	
AP 2007 – die Weiterentwicklung der Agrarpolitik?	10
Zur Aufhebung der Milchkontin- gentierung – ein Hauptziel der AP 2007	12
Welches von zwei Übeln wählen?	15
Der Kollaps der Landwirtschaft in Sicht	17
Warum verdienen die Bauern immer weniger?	18
Preisbildung in einer arbeitsteiligen Wirtschaft	20
<b>Landbau</b>	
Monsanto und seine Opfer	22
<b>Tribüne</b>	
Leserbriefe	23
Schreiben mit Erde unter den Fingernägeln (XIX)	26
<b>Bio-Gemüse AV-AG</b>	28
<b>Biofarm</b>	29
<b>Bio-Forum</b>	30
<b>Diverses</b>	31
<b>Möschberg-Aussichten</b>	32
<b>Expo.02</b>	32

## KULTUR & POLITIK

Zeitschrift für ökologische und wirtschaftliche Zusammenhänge

57. Jahrgang, Nr. 4 / Juli 2002

Erscheint 6mal jährlich  
Mitte der ungeraden Monate

**Redaktionsschluss:** 15. des Vormonats

**Herausgeber und Verlag:**  
Bio-Forum Möschberg / Schweiz  
Bio-Gemüse AV-AG  
Biofarm-Genossenschaft

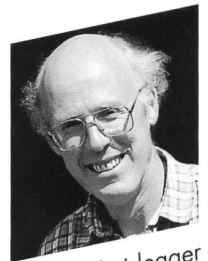
**Redaktionsadresse:**  
KULTUR UND POLITIK  
Redaktion  
Mostereiweg 1  
CH-4934 Madiswil  
Telefon 062 965 07 83  
Telefax 062 965 07 82  
E-Mail bio-forum@bluewin.ch  
PC 30-3638-2

**Redaktion:** W. Scheidegger, Madiswil

**Ständige Mitarbeiter:**  
Hans Bieri, Zürich  
Gerhard Elias, Hinwil  
Simon Kuert, Madiswil  
Dr. Peter Moser, Bern  
Albert Remund, Murzelen  
Hansruedi Schmutz, Aarberg  
Niklaus Steiner, Dagmersellen

**Abonnement:**  
Jährlich Fr. 40.– / € 30.–

**Layout und Druck:**  
Markus Jakob, Druckerei Jakob AG  
CH-3506 Grosshöchstetten



Werner Scheidegger  
Madiswil

## Persönlich

Liebe Leserin, lieber Leser

Am 21. Juni ist der 2. Schweizerische Bio-Gipfel im Rahmen des Bio-Marché in Zofingen über die Bühne gegangen. Anders als sonst bei Gipfeltreffen in der Politik üblich haben die Vertreter/innen von Biolandbau, Konsumentenschaft und Handel nicht hinter verschlossenen Türen getagt. Die Gespräche waren öffentlich, wenn auch diese Öffentlichkeit etwas zahlreicher hätte sein dürfen. Aber wer will sich schon bei 35° am Schatten in einen Saal setzen, um sich Reden anzuhören?

Als ich vor etwa 15 Jahren an einer Bio Suisse Handelskonferenz die Forderung aufstellte, für eine spürbare Ausweitung des Biolandbaus im Interesse der Umwelt brauche es den Einstieg der Grossverteiler, wurde ich von einem prominenten Vertreter des Reformfachhandels als ‚Enttäuschung der Branche‘ bezeichnet. Bei aller Anerkennung der Vorleistung der Reformhäuser und Bioläden und auch wenn der Bauer als Kleinunternehmer dem kleinen Laden um die Ecke emotional näher steht: für das Lädelersterben kann man nicht die Bauern verantwortlich machen und die gegebenen Handelsstrukturen sind nun mal eine Realität, mit der wir zurechtkommen müssen. (Der private Lebensmittel-Detailhandel hat vor einigen Jahren das Angebot Bio-Domäne kaum goutiert und sich damit eine Chance aus der Hand gegeben.)

Nun, die Grossverteiler sind eingestiegen, der eine gewollt, der andere eher widerwillig. Aber der Biomarkt würde heute ohne sie grösstenteils zum Erliegen kommen. Paradox ist es, dass die Migros, die während Jahrzehnten mit ihrem M-sano-Programm in Sachen umweltbewusster Landwirtschaft die Führerschaft beanspruchte, jetzt eher zögerlich hinterher hinkt. Obschon ihr Vertreter Peter Märki am Bio-Gipfel den Pionier Gottlieb Dutweiler zitierte, scheint mir der damalige Pioniergeist verloren gegangen zu sein. Gottlieb Dutweiler war es, der Hans Müller seinerzeit ermunterte hatte, den mit seiner Bewegung erarbeiteten Bildungsvorsprung in einen Marktvorsprung umzuwandeln. Nicht nur wegen Bio, sondern vor allem auch zur wirtschaftlichen Existenzsicherung ihrer Mitglieder, wurde 1946 die heutige Bio-Gemüse AV AG Galmiz gegründet. Und M-sano war ein schönes Stück weit auch ein geistiges Kind der Pioniere Müller und Dutweiler.

Gerade deshalb eher enttäuschend für mich zu hören, dass die Grossverteiler «keinen Einfluss auf die Agrarpolitik nehmen wollen, sondern sich mit den von den Politikern ausgehandelten Gegebenheiten arrangieren». Da würde sich der alte Dutweiler im Grab umdrehen, wenn er solches aus dem Mund seiner Nachfolger hören würde.

Die Grossverteiler haben nicht nur die Macht Einfluss zu nehmen, sie tragen auch eine grosse Verantwortung dafür mit, wie unsere Welt in Zukunft aussehen wird. Sie verstehen sich zwar explizit nicht (mehr) als Sprachrohr der Konsumentinnen und Konsumenten. Doch mit ihrer Sortimentspolitik und mit ihren Hauszeitungen beeinflussen sie die Konsumgewohnheiten praktisch aller schweizerischen Haushalte weit mehr, als es die finanziell total unterdotierten Konsumentenschutz-Organisationen können.

Konsumgewohnheiten ist übrigens eines der zentralen Themen der Route Agricole an der Expo.02 in Murten. Sie will dem aufmerksamen Betrachter bewusst machen, dass die Art und Weise, wie Lebensmittel aufbereitet und gehandelt werden immer spürbarer unsere Kulturlandschaft verändert. Das ist ein Thema mit Stoff für einige weitere Gipfelgespräche!

Werner Scheidegger