

Biofarm

Objekttyp: **Group**

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

Band (Jahr): **59 (2004)**

Heft 3

PDF erstellt am: **08.08.2024**

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.

Konsolidierung und Weiterentwicklung

Sr. Hitzesommer, Verdrängungskampf und fairer Handel waren an der 32. Generalversammlung der Biofarm-Genossenschaft vom 28. April die Schwerpunktthemen. Und natürlich der gute Rechnungsabschluss 2003, der trotz Tiefschlägen realisiert werden konnte.

Der heisse Sommer 2003 hat sich nicht nur bei den Erträgen auf dem Feld, sondern auch bei den Umsätzen der Biofarm negativ ausgewirkt. Zwar wurde beste Qualität geerntet. Lagen die Fallzahlen bei Weizen im Jahr 2002 um 200, bei vielen Posten sogar unter 180, steigen sie 2003 durchwegs über 300. Aber die übernommene Menge sank gegenüber dem Vorjahr um 600 Tonnen.

Preisdruck

Zu schaffen macht der zunehmende Importdruck. «Bei der Preisgestaltung wächst die Preisdifferenz zwischen Inland-Biogetreide und importiertem Biogetreide. Wir sind der Meinung, dass wir die Schweizer Preise auf dem heutigen Niveau halten müssen, um dem Anspruch eines produktions- und kostendeckenden Preises für unsere Produzenten gerecht zu werden. Dieser Preis ist neben den Direktzahlungen nötig, damit der Biobauer für seine in die Produktion investierte Arbeit einen Stundenlohn von 25 Franken erzielen kann. Das zunehmende Angebot von Biobrot- und Biofuttergetreide aus so genannten Billiglohnländern (Osteuropa, Südamerika und Asien) gefährdet eine faire Preisbildung für die Getreideproduzenten im Inland. Die Biofarm kann diese Probleme nicht allein lösen. Es braucht ein starkes politisches Engagement der Bio Suisse und viel Verständnis der Konsumentinnen und Konsumenten». So fasst Niklaus Steiner die Marktlage bei der mengenmässig wichtigsten Produktgruppe zusammen.

Einheimische Beeren gesucht

Gegenwärtig unternimmt die Biofarm grosse Anstrengungen, um den Inlandanteil von Beerenobst für den Frischverzehr und die industrielle Verarbeitung (Joghurt) anzuheben. Wenn sie den Handel und die Verarbeiter nicht davon überzeugen kann, dass eine gute einheimische Produktion auch in einem grösseren Zusammenhang betrachtet Sinn macht, steht sie angesichts des Preisgefälles

z.B. zu den neuen EU-Ländern auf verlorenem Posten. Den Anstrengungen zur Ausdehnung der einheimischen Anbaufläche von Bioerdbeeren ist ein voller Erfolg zu wünschen.

Ernteschwankungen

Am Beispiel Zwetschgen hat Hansruedi Schmutz in der letzten Nummer von den Problemen berichtet, die einer Erzeugergemeinschaft wie der Biofarm durch Ernteschwankungen entstehen können. Sie soll bei einer Grosseernte alles abnehmen und bei einer Missernte die Kunden trotzdem beliefern. Für einen Händler, der weder für den Produzentenpreis noch für die Herkunft der Ware gerade stehen will und muss, bietet sich im Prinzip die ganze Welt als Anbieter an. Die Beschränkung auf die Knospe und den Auftrag der angeschlossenen Betriebe verkürzt den Spiess gegenüber dem herkömmlichen Handel beträchtlich.

Bindeglied, nicht nur Händler

Die Biofarm Genossenschaft versteht sich nicht nur als Händler von Lebensmitteln, sondern seit ihrer Gründung auch als Bindeglied zwischen Produzenten und Konsumenten. Ihre direkten Kunden sind aber nicht

(mehr) die Endverbraucher/innen, sondern fast ausschliesslich Läden, Restaurants und für einzelne Produkte auch Industriebetriebe (z.B. Mühlen) und Grossverteiler. Wie soll da die Botschaft der angeschlossenen Bauernfamilien bis an die Basis gelangen? Der Ausweg wurde mit der Hauszeitung ‚bio.logisch‘ gefunden, die in einer beachtlichen Auflage den Läden zum Weitergeben an ihre Kundschaft verteilt wird. So können Herr und Frau Schweizer aus erster Hand die ‚Geschichten‘ hinter den Erdbeeren, Apfelingli oder Dinkelteigwaren kennen lernen.

Schlussendlich hat das 27-köpfige Biofarm-Team (17 Vollzeitstellen) einen Umsatz von fast 11 Mio. Franken und einen erfreulichen Cashflow von rund 3% erwirtschaftet.

Wechsel im Vorstand

Nach über 20-jähriger Vorstandstätigkeit hat Beat Waber, Colombier VD sein Amt niedergelegt. Als Ersatz und zugleich Verstärkung des Vorstandes sind Hans Daepf, Murimooos und Urs Brändli, Goldingen in den Vorstand berufen worden. Die Genossenschaft zählte per Ende des Berichtsjahres 478 Mitglieder.



Biofair

Fair trade, fairer Handel und faire Preise sind für die Biofarm nicht nur ein Lippenbekenntnis und nicht nur für die Lieferanten aus den Ländern des Südens ein Anliegen, sondern auch für die rund 500 Schweizer Biobauern, die mit ihr zusammenarbeiten. Mit einem neuen Logo wird diese Absicht unterstrichen.