

Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge
Herausgeber: Bioforum Schweiz
Band: 50 (1995)
Heft: 1

Rubrik: AVG

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 28.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



«Wir müssen voll am Ball bleiben»

Samuel und Isabell Otti bewirtschaften in Oberwil bei Büren einen gemischten Betrieb. Seit bald zwei Jahren ist Samuel Otti Verwaltungsrat der Bio Gemüse AVG. In einem Gespräch über Landwirtschaft, Vermarktung und die Bio Gemüse AVG möchten wir den Vizepräsidenten der AVG vorstellen.

Ihr bewirtschaftet seit 1989 einen Pachtbetrieb, der bis zu Eurer Übernahme konventionell bewirtschaftet wurde. Warum habt Ihr diesen Betrieb sogleich auf biologische Bewirtschaftung umgestellt?

Samuel Otti: Der Biogedanke hat uns schon immer überzeugt. Dazu kommt, dass ich von einem Biobetrieb komme und somit der Biolandbau schon herkunftsbedingt ist. Das Risiko bei der Umstellung war für unseren kleinen Betrieb gering. Ich bin ein agrarpolitisch engagierter Bauer, und mir ist schon seit langem klar, dass die bisherige Landwirtschaftspolitik keine Perspektive hat und gegen eine Wand läuft. Rechtzeitige Reaktionen waren für uns notwendig.

Alle reden von Strukturanpassungen und Deregulierung. Hat ein Betrieb, der mit 11 ha weit unter dem heutigen schweizerischen Durchschnitt liegt, überhaupt eine Chance, auch in Zukunft zu überleben?

Samuel Otti: Ich glaube nicht an die Wirtschaftsprognosen, wonach nur mit stetigem quantitativem Wachstum Strukturanpassungen bewältigt werden können. Bei uns ist Land nach

wie vor rar, und somit ist Flächenwachstum im Moment sowieso nicht möglich. Dazu kommt, dass ich mich nicht als Teilzeitbauer eigne und Zuerwerb ausserhalb des Betriebes für mich kein Thema ist. So ist für uns klar, dass wir den Weg über qualitatives Wachstum, Selbstvermarktung, Verarbeitung und soziale Betreuung suchen müssen.

Konkret heisst das: Wir haben unseren Betrieb mit rund 2 ha Gemüsekulturen intensiviert und vermarkten unsere Produkte fast ausschliesslich selbst (Gemüse, Käse). Um unser Angebot im Hofladen und am Marktstand in Biel attraktiver gestalten zu können, kaufen wir auch eine ganze Palette weiterer Bioprodukte zu. Diese Form der Vermarktung erforderte viel Aufbauarbeit, und die Marktanteile, vor allem beim Käse, mussten wir uns echt erarbeiten. Im sozialen Bereich sind wir an einem Familientherapie-Projekt, das mit ausgestiegenen Drogenabhängigen arbeitet, beteiligt und betreuen in diesem Rahmen eine Person auf unserem Betrieb.

Eine moderne Landwirtschaft soll marktgerecht und ökologisch produzieren. Was heisst das für

Euren Betrieb: Bewirtschaftet Ihr Euren Betrieb in diesem Sinne «modern»?

Samuel Otti: Wir versuchen der Dynamik der Landwirtschaftspolitik voraus zu sein und bewirtschaften unseren Betrieb auch aus diesem Grund biologisch. Zusammen mit einer nachfrageorientierten Vermarktung versuchen wir diese Vorgaben zu erreichen. Marktorientiert produzieren darf aber nicht einfach billiger heissen. Denn wirklich ökologisch produziert kann nicht billiger sein, da die Produktionskosten bekanntlich vor allem im Gemüsebau deutlich höher sind als beispielsweise in der integrierten Produktion. Die Konsumentinnen und Konsumenten sowie Grossverteiler, wie COOP, müssen jetzt beweisen, dass sie bereit sind, für Bioprodukte auch einen höheren Preis zu bezahlen.

Dennoch war es schon immer auch bei uns zu Hause ein Grundsatz, dass Bioprodukte sowohl für die Frau Pfarrer als auch für den Lastwagenchauffeur erschwinglich sein müssen, was sich entsprechend auf unsere Preisbildung auswirkt.

Die Hauptprodukte Eures Betriebes vermarktet Ihr direkt – war-

um engagiert Du Dich dennoch in einer bäuerlichen Vermarktungsgenossenschaft wie der Bio Gemüse AVG?

Samuel Otti: Die bäuerlichen Selbsthilfeorganisationen sind sehr wichtig, damit wir von den Grossverteilern nicht völlig abhängig werden. Wir dürfen als Biobauern, anders als bei den anderen landwirtschaftlichen Organisationen (z.B. fenaco) die Vermarktung und die Verkaufskanäle nicht aus der Hand geben. Die Vertretung bäuerlicher Interessen gegenüber den Abnehmern ist eine ganz zentrale Aufgabe unserer bäuerlichen Organisationen, wie die der AVG. Dazu braucht es aber starke und gut organisierte Strukturen.

Die Direktvermarktung, wie wir sie recht stark ausgebaut haben, hat ihre klaren Grenzen und ist nur für eine sehr beschränkte Anzahl von Betrieben möglich und wirtschaftlich auch wirklich lohnend. Auch wir werden ab dem nächsten Jahr noch vermehrt mit der AVG zusammenarbeiten, indem wir gewisse Produkte im Vertrag für sie anbauen.

In einer Selbsthilfeorganisation, wie der AVG, kann der Produzent auch noch in der Vermarktung seiner Erzeugnisse mitreden. Nebst diesen allgemeinen Inter-

essen sind für unseren Betrieb auch die zentralen Funktionen der AVG wichtig, wie die Vermittlung von Produkten, die wir nicht selber anbauen können, und den vertraglichen Absatz von Gemüse, das wir nicht selbst vermarkten wollen (Zwiebeln usw.).

Was werden Deiner Meinung nach die Hauptaufgaben der Bio Gemüse AVG sein?

Samuel Otti: Die AVG muss gute und aufnahmefähige Vermarktungskanäle für den Absatz der Produkte ihrer Vertragsproduzenten erarbeiten. Gut heisst in diesem Fall vor allem auch zuverlässig und Absatz zu möglichst guten Bedingungen, die auch gerechte Produzentenpreise ermöglichen. Dazu muss sich die AVG eine möglichst starke Marktposition erkämpfen!

Eine bäuerliche Genossenschaft, wie die AVG, soll aber auch Dienstleistungen, wie das Vermitteln von Hilfsstoffen und Saatgut, das Zurverfügungstellen von Gebinden, die Transportmöglichkeiten, aber auch das Beratungsangebot bereitstellen.

Der Biomarkt wächst zur Zeit sehr rasch. Was sind unter diesen Bedingungen die dringendsten Aufgaben der AVG?

Samuel Otti: Die AVG muss weitere Marktanteile ergattern, möglichst gross am Markt mitmachen, um so in den Bereichen Gemüse, Obst und Kartoffeln weiterhin Biomarktleaderin zu bleiben. Je stärker die Genossenschaft ist, um so grösser ist ihre Bedeutung und das Gewicht für eine gute Position am Markt, und dementsprechend muss sie von den Abnehmern und Mitkonkurrenten ernst genommen werden.

In dieser Position ist die AVG auch attraktiv für neue Biobetriebe. Nur so kann das Angebot vergrössert und der steigenden Nachfrage angepasst werden. Um weiteren Betrieben eine Umstellung zu ermöglichen, ist aber auch eine gute Fachberatung nötig. In diesem Bereich braucht es weitere Anstrengungen.

Unsere Genossenschaft muss auch noch vermehrte Anstrengungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit unternehmen. AVG bezogene PR-Massnahmen für Gemüse und Früchte, die zu einer AVG-Produkteidentität führen, sind dringend nötig. Wir müssen jetzt am Ball bleiben, denn wenn private Grosshändler diesen Markt unter den Nagel reissen, haben wir Produzenten überhaupt nichts mehr mitzubestimmen.

Was können die Bioproduzentinnen und -produzenten zur erfolgreichen Umsetzung dieser Aufgaben beitragen?

Samuel Otti: Die AVG sollte ihren Vertragsproduzenten den Absatz garantieren können, dafür muss die Ware dann auch geliefert werden, insbeson-

dere auch dann, wenn die Ware rar ist. Dazu sind fein ausgearbeitete Verträge nötig. Die AVG darf von den Produzenten nicht als Überrückventil zu Gunsten anderer Vermarktungskanäle benutzt werden. Dazu braucht es eine Solidarität unter den Bioproduzenten, die auch einmal einen Verzicht auf kleine persönliche Vorteile zugunsten der Gesamtinteressen zulässt. Die Produzenten müssen auch bereit sein, ihren Anbau nach den Sortimentswünschen auszurichten und damit marktgerecht produzieren!

Wie wünschst Du Dir die Entwicklung des Schweizer Biomarktes?

Samuel Otti: Der Biomarkt sollte sich nicht zu rasch entwickeln, damit einerseits die gute Glaubwürdigkeit der Bioprodukte erhalten werden kann und andererseits die Marktstrukturen den Produzenten nicht aus dem Ruder laufen und Drohungen von Importen plötzlich wahr werden. Das «Bibewusstsein» braucht eine gewisse Zeit, bis es in die Köpfe der Produzenten und Konsumentinnen und Konsumenten eingedrungen ist. Allgemein soll in Zukunft ein möglichst grosser Anteil der Nahrungsmittel aus Bioanbau

Betriebsspiegel Isabel und Samuel Otti Oberwil bei Büren/BE

Landwirtschaftliche Nutzfläche

11,5 ha Pachtbetrieb

Arbeitskräfte

4 Samuel und Isabel Otti
Lehrling; betreuter Jugendlicher

Anbau

Grünland	8,5 ha
Saatkartoffeln	1,0 ha
(2. Kultur Gemüse)	
Gemüsebau	1,0 ha
Futterrüben/-getreide	1,0 ha

Tierbestand

Kühe 18 Tiere und Aufzuchtvieh

Vermarktung

Milch:	als Biokäse
Gemüse:	Direktvermarktung
	ab Hof/Markt;
	ab 95 auch AVG
Saatkartoffeln:	BSG/AVG
	Galmiz

stam-

men.

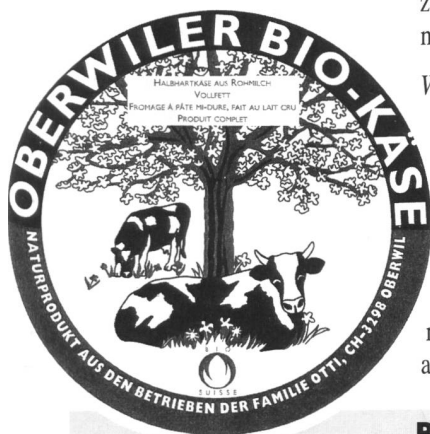
Wenn der Markt es will, so können das auch 100 % der Nahrungsmittel sein! Wir müssen versuchen, den Markt in diese Richtung zu beeinflus-

sen.

Wenn wir möglichst viele Konsumentinnen und Konsumenten überzeugen können, dass Erzeugnisse aus dem Biolandbau die einzig richtigen sind, so wird auch die Nachfrage weiterhin gut sein!

Besten Dank für das interessante Gespräch.

Interview:
Martin Lichtenhahn,
AVG Galmiz



Biomilch-Vermarktung à la Otti Oberwil

Die beiden Otti-Biobetriebe (Daniel und Samuel Otti) verkaufen ihre Milch zum gleichen Preis wie ihre Kollegen an die Dorfkäserei. Der Käser verpflichtet sich, die Otti-Milch zu Biokäse zu verarbeiten. Die Produktions- und Lagereinrichtungen gehören den Bioproduzenten.

Die Gebrüder Otti verpflichten sich ihrerseits, den gesamten Biokäse zu festgelegten Bedingungen zurückzukaufen und zu vermarkten.

Hauptabnehmer sind Marktfahrer, Käse- und Bioläden sowie Käsehändler und die eigene Direktvermarktung.

Erfreulicherweise läuft der Käseabsatz so gut, dass die gesamte Milchmenge zu Biokäse verarbeitet werden kann. Der Biozuschlag auf dem Milchpreis muss mit einer möglichst guten Vermarktung erarbeitet werden. Im Gegensatz zur Milch ihrer Kollegen im Dorf läuft diese Art der Milchvermarktung ohne einen Rappen Bundesgelder.