

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

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 51 (1996)

Heft: 3

Artikel: Von vielen begrüßt, von wenigen geglaubt

Autor: [s.n.]

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-891905>

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>

Von vielen begrüßt, von wenigen geglaubt

«Viele haben die Lancierung des Projekts Coop-NATURAplan begrüßt, aber wenige haben daran geglaubt und ihm eine Chance für die Zukunft gegeben. Doch wir haben den Durchbruch geschafft.» Mit dieser Feststellung hat Direktor Anton Felder von Coop Schweiz am 8. Mai die Informationstagung 1996 auf dem SGG-Gemüsebaubetrieb in Kerzers eröffnet. Vor rund 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus landwirtschaftlichen Verbänden, des Landhandels und der Presse zeichnete er die noch kurze aber erfolgreiche Geschichte des prestigeträchtigen Projekts nach und warf einen optimistischen Blick auf die Zukunft.

sr. Die Trends bei Konsumentenbefragungen zeigten seit Jahren in Richtung naturnah, führte Direktor Felder weiter aus. Unverständlich sei deshalb das Marktverständnis der vielen Zauderer. Nach einer Studie der ETH in Zürich hätten sich die gesellschaftlichen Hürden zum Einstieg in den biologischen Landbau erheblich verringert.

Mit dem Projekt NATURAplan verfolgt Coop seit der Lancierung am 29. April 1993 unverändert folgende Ziele:

- Im Mittelpunkt stehen die Bedürfnisse der Konsumenten nach ökologisch und tiergerecht produzierten Lebensmitteln, die umfassend und prioritätär mit Produkten aus der Schweiz befriedigt werden sollen
- Bedeutenden Teilen der schweizerischen Landwirtschaft sollen mit der Abnahme von biologischen Lebensmitteln und von Produkten aus kontrollierter Freilandhaltung Alternativen im Umfeld der agrarpolitischen Herausforderungen geboten werden
- Es soll ein wichtiger Beitrag zur Ökologisierung der einheimischen Landwirtschaft geleistet werden

1995 hat Coop bereits einen Umsatz von rund 100 Mio Franken mit Bioprodukten erwirtschaftet. Das bedeutet gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme von 80 %.

Der neue Weg von Coop im Fleischmarkt

Coop will im Fleischmarkt, der aus hinreichend bekannten Gründen immer mehr in einen Argumentationsnotstand gerät, neue Akzente setzen und mithelfen, das Vertrauen der Konsumentenschaft zurückzugewinnen. Felder hat die folgenden Strategien angekündigt:

(Fortsetzung Seite 16)



Unterzeichnung der partnerschaftlichen Vereinbarung zwischen VSBL und Coop
v.l.n.r. Direktor Fred Widmer, Ernst Frischknecht, Christof Dietler, Direktor Anton Felder

Am Rand aufgeschnappt - Ich habe viele schöne Worte gehört. Doch die Realität im Tagesgeschäft, mit den Einkäufern, ist eine ganz andere. - Mag sein. Aber schon im Johannesevangelium steht: „Am Anfang war das Wort“. Mit der Umsetzung sind wir bis heute beschäftigt.

Partnerschaftliche Vereinbarung zwischen Coop und VSBL

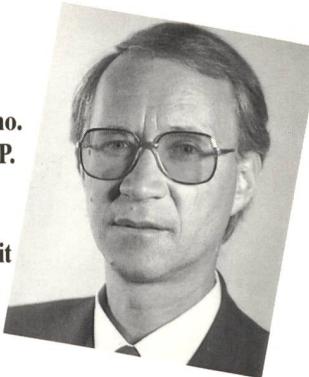
Die VSBL und Coop vereinbaren, den wachsenden Markt für Bio-Lebensmittel zu Gunsten der Schweizer Bauern und Konsumenten partnerschaftlich weiterzuentwickeln.

Die beiden Partner erkennen bezüglich der Beschaffung sowie der Marktbearbeitung die folgenden Rahmenbedingungen:

1. Die beiden Partner gehen eine langfristige Zusammenarbeit ein, die sich nicht an einer kurzfristigen Umsatzmaximierung orientiert.
2. Die Marktpotentiale für Bio-Produkte werden gemeinsam definiert und erschlossen.
3. Die beiden Partner stimmen Angebot und Nachfrage möglichst optimal aufeinander ab.
4. Die Vermarktung der Coop NATURAplan-Produkte erfolgt grundsätzlich national, bei Frischprodukten wo möglich und sinnvoll auch regional.
5. Coop anerkennt für Bio-Produkte einzig Knospen-zertifizierte Ware und zeichnet diese unter Coop NATURAplan mit dem Knospen-Label aus.
6. Für Coop haben Bio-Suisse-Produkte klare Priorität. Importe werden, sofern sich die Gesamtleistung beim entsprechenden Produkt als kompetitiv erweist, durch einheimische Produkte ersetzt.
7. Zur Gewährung der hohen Glaubwürdigkeit entwickeln die beiden Partner ein umfassendes, prozessorientiertes Qualitätssicherungs-System. Dessen Umsetzung wird unter Wahrung der strikten Gewaltentrennung (Verantwortung für unabhängige Kontrolle und Zertifizierung vollumfänglich bei der VSBL) vollzogen.
8. Die beiden Partner bekennen sich zu einer Preispolitik für Bio-Produkte, die sich langfristig an den Marktgegebenheiten, an den Produktionskosten sowie an den Konsumentenanliegen orientiert.
9. Produzenten und Konsumenten werden von beiden Partnern regelmäßig über die Vorteile und die Perspektiven der Bio-Produkte informiert.

Migros-Bio

Die Migros verkauft seit 25 Jahren Produkte unter der Marke M-Sano. Dieses Programm entspricht praktisch der Integrierten Produktion IP. Für die Bio-Bauern ist dies wohl ein Schritt in die richtige Richtung. Nach ihrem Verständnis bleiben M-Sano und IP jedoch auf halbem Weg stecken. Gut zwei Jahre nachdem sich Coop entschlossen hat, mit Coop NaturaPlan eine Bio-Linie zu lancieren, zieht die Migros nach. Wir fragten Hans Peter Baertschi, Leiter des Service Migros-Sano, nach den Gründen.



- Verdreifachung des Natura-Beef Angebotes innert drei Jahren, d.h. eine Steigerung von 8'000 auf 24'000 Tiere pro Jahr
- Breitangelegte Lancierung von Schweinefleisch von Tieren aus artgerechter Stallhaltung mit Auslauf als Ergänzung zum Freilandhaltungs-Projekt mit der Zielsetzung, bis 1999 200'000 Schweine abzusetzen. Der Start des Projekts Coop NATURAPlan-porc soll 1997 erfolgen und den Schweinehaltern im Grünlandgebiet, die nicht über die nötigen Fruchtfolgeflächen für die Freilandhaltung verfügen, neue Möglichkeiten eröffnen.
- Entwicklung von Sortimentsbestandteilen aus Bio-Fleisch in Zusammenarbeit mit der VSBLO
- Entwicklung eines Coop-NATURAplan-Fleischwarenportfolios
- Ausbau der Position Pouletfleisch aus Freilandhaltung auf 50 % des Inlandangebotes

Zur Verwirklichung dieser Ziele will Coop eng, konstruktiv und fair mit der VSBLO zusammenarbeiten. Das Fazit seiner Ausführungen fasste Direktor Felder so zusammen: «Zukunft nur im Einklang mit der Natur» und schloss mit einem Wort von B. Shaw: «Du siehst Dinge und fragst: „Warum?“. Ich träume von Dingen und frage: „Warum nicht?“»

Zusammenarbeit verstärken

Im Anschluss an die Informationsveranstaltung schlossen VSBLO und Coop eine Vereinbarung ab, die die Ausrichtung von Coop NATURAplan auf Bio-Suisse auch nach aussen sichtbar zum Ausdruck bringen soll (siehe Kasten Seite 15).

Kultur und Politik: Welche Überlegungen führten bei der Migros dazu, nicht mehr allein auf M-Sano zu setzen? Ist die Migros wegen Coop NaturaPlan unter Zugzwang gekommen?

Hans Peter Baertschi: Zweifellos hat Coop mit seinem NaturaPlan-Programm ganz allgemein die Nachfrage nach Bioprodukten belebt. Das ist auch bei der Migros spürbar geworden. Dazu kommt, dass der Artikel 31 b des Landwirtschaftsgesetzes seit zwei Jahren richtig greift und eine solide Plattform darstellt, auf der wir aufbauen können und die uns den Einstieg mit einem unabhängigen Programm erleichtert hat. Auf diese Unabhängigkeit legen wir grossen Wert.

Für die ausländischen Produkte ist es die EU-Verordnung 2092/91, auf die wir uns abstützen. Etwas Gleichwertiges privatrechtlich zu organisieren, wäre uns gar nicht möglich.

Dank diesen beiden Voraussetzungen ist der Schritt für uns relativ einfach. Die technischen Voraussetzungen sind bei uns seit Jahren vorhanden. Der Service Migros-Sano setzt sich nicht erst heute mit dem biologi-

schen Landbau auseinander. Der Schritt zu Migros-Bio ist deshalb folgerichtig.

Kultur und Politik: Aus der Lektüre eines Interviews, das Marketingleiter Hermann Hasen im letzten Herbst der SonntagsZeitung gewährte, entstand der Eindruck, die Migros stehe nur mit halbem Herzen hinter dem neuen Programm, und aus einem Teil des Gesprächs hätte man sogar ableiten können, allfällige Unterschiede zum etablierten biologischen Landbau liessen sich durch PR beseitigen.

Hans Peter Baertschi: Wenn wir die Konsumentenwünsche als Pyramide darstellen und die ökologisch sensibilisierten an der Pyramiden spitze anordnen, werden wir feststellen, dass dieses Segment quantitativ relativ klein ist (siehe Abb.). Das ist das Segment, auf das Coop mit NaturaPlan setzt. Unsere Priorität liegt, auch in Zukunft, im mittleren Segment, welches mit M-Sano belegt ist.

Dafür spricht auch die Tatsache, dass die Erhältlichkeit von Bio-Produkten noch klein ist und dass sie teurer sind als andere. Zwar ist die Nachfrage nach Bio grösser als das Angebot. Aber wie gross ist sie wirklich? Wir gehen davon aus, dass die Produktion im

