

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

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 58 (2003)

Heft: 4

Rubrik: Partner der Biobauern

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: 26.01.2026

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

PARTNER DER Biobauern

Biobauern sollen Leader sein

«Sie sind die Enttäuschung der Branche», war das Fazit eines prominenten Vertreters der Reformbranche, als ich vor vielen Jahren an einer Handelskonferenz der VSBLO/Bio Suisse forderte, dass für eine markante Ausdehnung des Biolandbaus in der Schweiz der Einstieg der Grossverteiler in die Vermarktung von Bioprodukten nötig sei. Die Grossverteiler sind eingestiegen und der Anteil der Biobauern ist seither stark angestiegen. Langfristig kann eine gute Partnerschaft nur funktionieren, wenn sich beide Partner gleichwertig in die Beziehung einbringen können. Damit dies gelingt, ist es nützlich, der Beziehung immer wieder mal den Puls zu fühlen, den Dialog zu pflegen und kritische Stimmen auf beiden Seiten nicht zu überhören. In diesem Sinn führte ich das folgende Gespräch mit Ernst Seiler, Leiter Coop Category Management Frischprodukte und Mitglied der Direktion.

Kultur und Politik: 10 Jahre Coop Naturaplan, und das ist erst der Anfang!, sagt Coop. Unterschwellig ist trotz der guten Partnerschaft bei einzelnen Biobauern bisweilen ein etwas mulmiges Gefühl „zwischen den Zeilen“ hörbar: «Wir sind ja doch nur die Steigbügelhalter für die Grossen». Was sagen Sie zu diesem Vorwurf?



Ernst Seiler: Klar ist, dass der Einstieg der Grossverteiler – allen voran vor 10 Jahren Coop – entscheidend dazu beigetragen hat, den Bio-Produzenten neue Märkte zu eröffnen. Zudem sind die Bio-Produzenten in den Augen der Öffentlichkeit, aber auch am Markt, zum Inbegriff innovativer, zukunftsorientierter und fortschrittlicher Landwirte geworden. Aber ich nehme den ge-

äusserten Vorwurf ernst. Er zeigt, dass wir noch nicht alle Produzenten von unserer langfristigen und nachhaltigen Ausrichtung auf Bio-Produkte überzeugen konnten. Die neuen Lieferverträge mit Bio-Produzenten können hierzu einen bedeutenden Beitrag leisten und den Produzenten ihren wichtigen Anteil im Programm aufzeigen.

Kultur und Politik: Die Bon Appétit-Gruppe, zu der die Primo und vis-a-vis Läden gehören, ist von REWE übernommen worden. REWE sehe im Hochpreisland Schweiz ein Absatzpotenzial, war in Kommentaren zu lesen. Die Schweizer Konsumentenschaft werde davon profitieren. Welche Konsequenzen erwarten Sie für Coop?

Ernst Seiler: Wir sind an Wettbewerb gewöhnt, vor allem auch im Grenzgebiet, wo schon heute die ausländischen Anbieter mit uns um die Gunst der Kundinnen und Kunden werben. Der Eintritt von REWE in den Schweizermarkt bedeutet zusätzlichen Wettbewerb auch im Innern der Schweiz durch einen neuen und potenziellen Mitbewerber. Besonders grosse Konsequenzen erwarte ich vorderhand weniger,

insbesondere da Bon Appétit im Discountsektor und mit sehr kleinen Läden tätig ist, die nicht zu unseren Kerngeschäften zählen. Zuerst muss aber REWE zeigen, was sie mit dem erworbenen Unternehmen vor hat.

Kultur und Politik: Wenn die Firma REWE in der Schweiz billiger sein will als Coop und Mi-

Kultur und Politik: Wenn ein grösserer Preisdruck entsteht, wird es dann auch schwieriger, die jetzige Preisdifferenz zwischen Bio und Nichtbio aufrecht zu erhalten?

Ernst Seiler: Die Preisdifferenz zwischen Bio und Nicht-Bio wird durch den Eintritt von REWE in den Schweizermarkt nicht verän-

Der nachvollziehbare Mehrwert von Bio-Produkten wird auch in Zukunft von den Konsumentinnen und Konsumenten anerkannt und bezahlt werden.

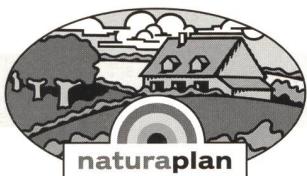
gros, muss sie entweder mehr importieren oder die Margen drücken. Das Fazit der Agrarplattform war, dass jetzt schon niemand viel verdient an den unverarbeiteten Lebensmitteln. Heisst das, dass der Druck auf die Schweizer Bauern noch grösser wird, zumal ja ihr Kostenumfeld von REWE nicht beeinflusst wird?

Ernst Seiler: Zum Ersten hat sich die REWE noch nicht dazu geäußert, auf welchem Preisniveau sie in der Schweiz handeln will und zum Zweiten wird REWE in der Schweiz Schweizerprodukte zu ähnlichen Konditionen beschaffen und verteilen müssen wie Coop und die anderen Mitbewerber. Einen Beschaffungsvorteil aufgrund des grösseren Einkaufsvolumens sehe ich am ehesten bei grossen internationalen Marken.

dert. Eine Veränderung wird allenfalls ein Überangebot auf der einen oder anderen Seite verursachen. Der nachvollziehbare Mehrwert von Bio-Produkten wird auch in Zukunft von den Konsumentinnen und Konsumenten anerkannt und bezahlt werden. Bio liegt zudem im Trend. Es ist ein wachsender Markt. Dies ist und bleibt ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für die Produzenten.

Kultur und Politik: «Was werden wir in Zukunft essen?», fragte Hansueli Loosli, Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop anlässlich seines Vortrages zu 10 Jahre Coop Naturaplan, «Nahrungsmittel aus dem Labor und der Genbank oder vom Bauer nebenan?». Und er gab die Antwort: «Coop steht auch in Zukunft für Sozialethik, langfristi-

Die Bio-Produzenten sind in den Augen der Öffentlichkeit zum Inbegriff innovativer, zukunftsorientierter und fortschrittlicher Landwirte geworden.



ges Denken und Handeln, (...), Sicherheit, Gesundheit, Natürlichkeit usw.». Aber was unternimmt oder kann Coop konkret dazu beitragen, dass Gentechnik nicht in die Schweizer Landwirtschaft Einzug hält, nachdem der Ständerat das Moratorium ablehnt und Ihre quasi Nachbarn in Basel viel Geld in diese Technologie investieren? Die Biobauern wären dem Einfluss benachbarter Felder mit GVO-Pflanzen hilflos ausgeliefert (Pollenflug). Da hilft das Bekenntnis «Bio statt Gentech» von Herrn Loosli auch nicht weiter.

Ernst Seiler: Coop will alle Eigenmarken – und dazu gehören auch die Kompetenzmarken – frei von GVO anbieten. Dieses ist ein wichtiger Beitrag und auch ein klares Signal an die Produktion. Auch die grossen Markenartikelhersteller sind vorsichtig. Ich glaube nicht, dass in einer mittleren Zukunft in der Schweiz GVO in der Nahrungsmittelproduktion eingesetzt und in den Läden angeboten wird, so lang die Kundinnen und Kunden dieses klar und unmissverständlich ablehnen, wie es heute der Fall ist.

Kultur und Politik: Als Biobauer der ersten Stunde liegen mir die inneren, gesundheitlichen Werte eines Lebensmittels sehr am Herzen.

Coop will alle Eigenmarken frei von GVO anbieten. Dieses ist ein wichtiger Beitrag und auch ein klares Signal an die Produktion.

zen. Durch den immer stärkeren Trend zu Convenience werden die diesbezüglichen Anstrengungen der Biobauern teilweise wieder zunichte gemacht. Und je höher der Verarbeitungsgrad, desto höher die ‚Wert-Schöpfung‘ der Landwirtschaft nachgelagerten Branchen. Sind Sie da mit der Grundphilosophie des Projektes Naturaplan nicht bisweilen in einem Dilemma?

Ernst Seiler: Convenience-Produkte entsprechen eindeutig einem Bedürfnis der Kundinnen und Kunden. Die stark ansteigenden Absatzzahlen belegen dieses deutlich. Ich würde es sehr schade und einen Nachteil für alle finden, wenn Bio-Produkte aus diesem Mega-Trend ausgeschlossen würden. Wichtig ist es, – und darauf achten wir – dass in der Verarbeitung die Bio-Richtlinien strikte eingehalten werden. Und diese werden von der Bio Suisse festgelegt.

Kultur und Politik: Coop fördert den Biolandbau über die Vermarktung und über die Finanzierung diverser Projekte am FiBL. Darüber freuen wir uns sehr. Gibt es aus Ihrer Sicht auch Anliegen an die einzelne Biobäuerin, den einzelnen Biobauer? Und an die schweizerische Landwirtschaft als Ganze?

Ernst Seiler: Coop will auch in Zukunft wichtige zukunftsorientierte Projekte in der Bio-Landwirtschaft fördern, zum Teil Projekte von einzelnen Produzenten oder Produzentengruppen. In diesem Zusammenhang habe ich den Wunsch an die Bio-Bauern, dass sie mehr denn je eine Leader-Funktion übernehmen, Kollegen überzeugen, auch solche, die noch nicht biologisch produ-



Anlässlich des Symposiums ‚Essen und Trinken 2013‘ zum 10-jährigen Jubiläum von Coop Naturaplan hat Hansueli Loosli, Vorsitzender der Coop Geschäftsleitung die Schaffung des Coop Naturaplan-Fonds bekannt gegeben. Während zehn Jahren will Coop 10 Mio. Franken jährlich in Projekte zur Förderung der Nachhaltigkeit in den Bereichen Natur/Umwelt und Tierschutz sowie in Dritt Welt-Projekte in den Bereichen Ökologie und Fair Trade, für die Entwicklung ausserordentlicher Marktleistungen und ausserordentliche Massnahmen zur Förderung des Konsums nachhaltiger Marktleistungen investieren.

Mit jährlich einer Million unterstützt Coop am FiBL Projekte in den Bereichen Saatgut, Tiergesundheit und innere Qualität.

Mit einer weiteren Million wird das neue Nationalparkzentrum im Engadin mitfinanziert. Mit modernen Ausstellungen soll eine Aufwertung und höhere Beachtung für Schulklassen, Gäste und Einheimische erreicht werden.

Auf unserem Bild übergibt Hansueli Loosli (Mitte) ein symbolisches Stück Nationalpark an Bundesrat Moritz Leuenberger (links), der es sogleich an den Präsidenten der Nationalparkkommission, Nationalrat Andrea Häggerle, weitergibt, «um diese unerwartete Million unbemerkt an Finanzminister Villiger vorbeizuschleusen...»

zieren, damit bisweilen ein Ort oder eine Region als Gesamtes für die Bio-Produktion gewonnen werden kann und somit ein wichtiger Vorteil für alle erzielt werden kann.

Kultur und Politik: Diesen Rat wollen wir uns zu Herzen nehmen. Das Sprichwort sagt: Vereint Kraft gar wohl gelingt, was einer selbst nicht fertig bringt! Besten Dank für das Gespräch!

W. Scheidegger