

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

**Herausgeber:** Bioforum Schweiz

**Band:** 61 (2006)

**Heft:** 4

**Artikel:** "Bäuerinnen und Bauern sollen auswählen können"

**Autor:** Aebi, Patrik / Hugi, Beat

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-891626>

#### 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>**

# «Bäuerinnen und Bauern sollen auswählen können»

Patrik Aebi befasst sich seit über zehn Jahren im Bundesamt für Landwirtschaft BLW mit Bio. Heute leitet er die Sektion Qualitäts- und Absatzförderung. Er hegt und pflegt unter anderem die Regeln von Bundesbio, der offiziellen Schweizer Bioverordnung. Dabei gehe es dem Bund primär darum, die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Produzentinnen und Produzenten gegenüber den MitbewerberInnen im Ausland zu fördern, sagt er im k+p-Gespräch.

**kultur und politik: Was machen die Menschen in der Sektion für Qualitäts- und Absatzförderung des BLW genau, Patrik Aebi?**

**Patrik Aebi:** Wir befassen uns in dieser Sektion mit Themen, welche die Wertschöpfung auf einem Landwirtschaftsbetrieb betreffen. Unsere Mission ist, dass mehr Wertschöpfung auf dem Betrieb bleibt. Einerseits ist das Qualitätsförderung, darunter fällt Bio, AOC, also die Ursprungsbezeichnungen. Andererseits unterstützen wir in der Absatzförderung Werbung, Kommunikation und PR für Schweizer Agrarprodukte.

**Ein immer wichtiger und delikater werdender Bereich also.**

Auf jeden Fall. Es gibt auch neue Projekte, die in unseren Bereich fallen: der Schutz der «Berg»- oder «Alp»-Produkte beispielsweise.

**Dann haben Sie auch mit der Migros und deren Heidimilch zu tun?**

So ist es.

**Wie gross ist Ihre Sektion?**

Wir sind insgesamt neun Personen, wovon die Mehrzahl Teilzeit arbeiten.

**Sie sind der Mister Bio im BLW?**

Es hat Zeiten gegeben, da habe ich mich intensiv mit der Ausarbeitung der Bioverordnung beschäftigt, aber auch mit den Gleichwertigkeitsverhandlungen

mit der EU. Heute ist meine Rolle vielfältiger. Mehrere Personen beschäftigen sich teilweise mit dem «Bio-Dossier: Stefan Schönenberger befasst sich bei uns mit den Produktionstechniken und den Kontrollen. Dann haben wir zwei Fachfrauen, welche im Job-Sharing die ganzen Verarbeitungsfragen betreuen. Es handelt sich um Karin Hulliger und Christine Müller. Frau Gschwendtner prüft die ganzen Bio-Importgesuche, das heisst die Gleichwertigkeit von Bananen aus Ecuador, Kaffee aus Peru usw. – dass die dann auf Bundesbioebene auch gleichwertig sind. Ich selber beschäftige mich vor allem mit den internationalen Beziehungen und den politischen Geschäften. Zusammengezählt werden etwa 1,5 Stellen für den Bio-Bereich eingesetzt.

**Und die Knospe...**

...spielt bei unseren Kernaufgaben eigentlich eine untergeordnete Rolle, wird aber bei allen wichtigen Fragen angehört.

**Warum gibt es kein Label für Bundesbio?**

Eine vielschichtige Frage. Wir haben 2001 eine Vernehmlassung zu diesem Thema gemacht. Da haben sich wenig Anhänger für ein eigenes Bundesbio-Label gefunden. Und selbst die wenigen, die dafür gewesen wären, haben gesagt: Mit dem Kreieren eines Labels von oben herab sei es ja auch nicht gemacht. Die Marke

müsste geschützt und beworben werden, es müssten sich Distributionskanäle finden lassen. Ein Label als Papiertiger bringt nichts. Das war ja lange Zeit mit dem EU-Label so. Heute gehen sie in der EU mit Werbern dahinter, versuchen das Label damit attraktiv, bekannt und beliebt zu machen. Mindestens zu dem Zeitpunkt, als wir diese Vernehmlassung gemacht haben, war es überhaupt nicht mehrheitsfähig.

**Und heute? Bundesbio ist unter Bäuerinnen und Bauern mehr denn je ein Thema?**

Natürlich rufen mich immer mal wieder Leute an, die es an der Zeit finden, ein solches Logo zu lancieren. Das waren in den letzten Wochen sicher auch mehr als früher. Wobei es nicht reicht, dass sich ein paar Produzenten zusammentun und einfach mal ein Label kreieren.

**Es müsste ein Grosser mitziehen?**

Es bräuchte sicher eine breite, tragfähige Bewegung. Speziell im Handel. Unsere Haltung ist klar und vom Bundesrat vorgegeben: Labels zu schaffen, ist primär Sache der Privatwirtschaft. Erst bei Disharmonien am Markt soll der Bund allenfalls aktiv werden.

**Bundesbio...**

...ist ja kein Label. Im Prinzip ist es eine Art Typenprü-

fung. Wenn sie ein Auto prüfen lassen, muss es bestimmte technische Normen erfüllen. Die Bioverordnung ist die technische Norm. Was sie nicht erfüllt, kann nicht als Bio auf den Markt. Oder um im Bild des Automarktes zu bleiben: Ob jemand dann einen «Döschwo», einen Mercedes oder einen Mini Cooper fährt, ist egal und Privatrecht.

**Wobei jedermann ein neues Label lancieren kann, das sich auf Bundesbio stützt?**

Klar. Die Gesetzgebung ist an sich komplett. Man kann nicht sagen, dass da für Bio etwas fehlen würde. Die Bioverordnung ist eine abschliessende Definition, was Bio ist. Die Definition wird vor allem noch dem EU-Recht angepasst, wo handelspolitisch nötig.

**Würden Sie denn ein Label für Bundesbio begrüssen?**

Wir haben wie schon gesagt keine konkreten Forderungen auf dem Tisch, auch wenn es immer wieder Ideen dazu gibt. Die Rechtsgrundlage dazu hätten wir allerdings.

**Der Bund könnte also, wenn er wollte?**

Grundsätzlich ja. Sehen Sie hier, ich zitiere aus der Bioverordnung: «Das EVED kann ein Zeichen festlegen, welches freiwillig für die Kennzeichnung von Erzeugnissen, die den Be-



*Der Basler Patrik (ohne ck!) Aebi kümmert sich seit mehr als einem Jahrzehnt in Bundesbern unter anderem auch um Bundesbio.*

stimmungen dieser Verordnung entsprechen, verwendet werden kann.»

**Was müsste passieren, dass man diesen Paragraphen ernsthaft diskutieren würde?**

Der Bund müsste einen Handlungsbedarf sehen. Aber ganz wichtig: Der Bund könnte im Rahmen der WTO-Regeln kein diskriminierendes Schweizer Logo lancieren. Jeder, der weltweit diese Regeln von Bundesbio erfüllen würde, kann das Label für sich beanspruchen und gebrauchen. Wir können nur ein so genanntes Konformitätszeichen machen. Allenfalls liesse sich das dann noch zwischen Schweiz und Ausland mit einer speziellen Ausprägung etwas differenzieren.

**Das gleiche Dilemma wie bei der Knospe also?**

Bei einem Bundeslogo gibt es gar nichts anderes von Gesetzes wegen. Das ist anders als bei einer privaten Labelgeberin wie der Bio Suisse der Schweizer

Bäuerinnen und Bauern. Sie haben selbst und freiwillig entschieden, die Knospe für Importe aus dem Ausland frei zu geben. Beim Grossverteiler lebt der Bio-Ab satz nach eigenem Bekunden davon, dass das Sortiment auch frisch übers ganze Jahr in möglichst grosser Breite besetzt ist. Unsere Aufgabe aber ist es, vor allem den Verkauf von Schweizer Produkten zu fördern. Wir unterstützen also im Prinzip nur Kommunikationsaktivitäten für Schweizer Produkte. Bei der Bio Suisse haben wir nicht zuletzt wegen dieser Konstellation bis heute in der Co-Finanzierung nicht den Maximalsatz von 50 Prozent, sondern unter 40 Prozent an die Absatzförderungskampagnen bezahlt. Und ab 2008 muss in den Werbemitteln, die wir so mitfinanzieren, der Absender Schweiz zwingend deklariert werden.

**Was aber dann nicht heisst, dass sie indirekt die 40 Prozent ausländische Knospe-Produkte im Naturaplan-Sortiment bewerben.**

**Wieviel fließen 2006 an Zuschüssen für Bio Suisse-Werbung von Bern nach Basel?**

1,25 Millionen Franken. Das ist der Bundesbeitrag an die Werbung für Schweizer Bio.

**Wann wird der Kuhtrainer auch aus dem Bundesbio-Stall verbannt?**

Der Kuhtrainer würde frühestens dann – ich sage es bewusst pointiert – aus der Bioverordnung gestrichen, wenn man damit nicht die einheimischen Bioproduzenten gegenüber den deutschen oder anderen ausländischen Produzenten diskriminiert. Würde der Kuhtrainer also auch in der EU verboten, würden wir wahrscheinlich nachziehen müssen. Sieht man die Kosten eines solchen Entscheids, die auf den Bauern zukommen, sehen wir uns im heutigen Umfeld nicht veranlasst, ein Verbot von Kuhtrainern auszusprechen.

**Die Unterschiede zwischen Bundesbio und Knosperegeln sind**

**im Landwirtschaftsbereich nicht mehr sehr gross, außer eben beim Kuhtrainer. Anders bei der Verarbeitung.**

Auch die Lebensmittelverarbeitung, die oft nicht nur Bio macht, steht im internationalen Wettbewerb. Hier muss man dafür besorgt sein, dass die Spiesse für die einheimischen Verarbeiter gleich lang bleiben. Voilà. Momentan haben wir eine intensive politische Diskussion über Cassis de Dijon und über den Freihandel mit der EU. Von daher ist die Selbstdiskriminierung der inländischen Unternehmer nicht sehr im Trend. Das ist nicht unsere Linie, kann es auch nicht sein. Unser Ziel ist es, den Zugang zu den Märkten in der EU zu sichern, genauso wie später einmal in den USA. Wir versuchen, die wichtigen Märkte zu öffnen, dass wir Exportchancen haben. Und dass wir gleichzeitig im Inland gleich lange Spiesse schaffen.

**Wie steht es mit der umgekehrten Richtung, dem Import von Bio-**

**ware? Bundesbioware kann anders als mit Knospe-Zertifikat eingeflogen werden. Das ist kein Thema?**

Nein. Die Knospe ist eine private Marke. Die private Organisation Bio Suisse kann Regeln nach basisdemokratischem Gutdünken aufstellen. Von diesen Freiheiten, zusätzliche Regulierungen aufzustellen, wird ja auch mehr oder weniger intensiv Gebrauch gemacht. Bei uns im BLW ist klar: Wir richten uns auf das internationale Recht aus.

**Reguliert die Knospe zu stark?  
Oder ist es eine Qualität?**

Es ist bestimmt eine Gratwanderung. Qualitätsförderung und Differenzierungsstrategien bringen immer auch Kosten mit sich. Man kann sich nicht von allen anderen qualitativ unterscheiden wollen und meinen, das kostet nichts. Das Kuhtrainer-Verbot beispielsweise kostet die Biobauern Geld.

Steht der Aufwand für diese Differenzierung in einem geeigneten Verhältnis zum Nutzen? Ist die Konsumentin oder der Konsument bereit, für diese Investition zu zahlen? Wissen Konsumentinnen und Konsumenten überhaupt, was ein Kuhtrainer ist? Wir haben das nicht evaluiert, es ist auch nicht unsere Aufgabe, Differenzierungsstrategien zu definieren.

**Wo hat denn der Bund bei der Knospe etwas zu sagen, ausser bei der Bioverordnung? Bei der Kontrolle und Zertifizierung?**

Die Bioverordnung gibt die technische Norm vor, die Vorschriften. Und wir haben daneben ein staatliches Akkreditierungsverfahren für Kontrollstellen und Zertifizierung, das ebenfalls international harmonisiert ist. Es gibt eine Anzahl privater Kontrollstellen, die diese Dienstleistungen anbieten können. Mit gleicher Qualifikation. Jedes Unternehmen soll wählen können, von wem es sich kontrollieren lässt.



**Jeder Bauer soll wählen können?**

Auf diesen Standpunkt haben wir uns immer gestellt, ja. Ob BTA, bio.inspecta, IMO oder eine andere Stelle. Der Staat hat dafür zu sorgen, dass diese Stellen alle qualifiziert sind, unabhängig sind und sauber und unparteiisch arbeiten.

**Was heisst unparteiisch?**

Dass man dem einen mit den blauen Augen nicht dieses und jenes zugesteht...

**Aber eine Mehrheitsbeteiligung eines privaten Labelgebers in einer Zertifizierungsstelle wie bio.inspecta ist möglich?**

Klar ist, dass auch die Zusammensetzung eines Verwaltungsrats im Rahmen einer Akkreditierung als Zertifizierungsstelle überprüft wird. Ob so die Unabhängigkeit noch gewährt ist.

**Was sagen Sie zu den aktuellen Ausstiegsszenarien und Queren bei der Bio-Zertifizierung? Und zu einem möglichen Monopol bei der Kontrolle wie einem bestehenden Monopol bei der Zertifizierung?**

Ziel unserer Politik ist es auch in anderen Bereichen, Wettbewerb zwischen verschiedenen Zertifizierungs- und Kontrollstellen zu schaffen. Mit gleich langen Spiessen. Alle gleich qualifiziert, alle gleich unabhängig, alle müssen die gültige ISO-Norm 65 erfüllen. Sie müssen für die Bio-zertifizierung akkreditiert sein.

aufbereiten. Das ist alles nicht zertifizierungspflichtig. Jene aber, die im Laden effektiv Waren verarbeiten, müssen sich neu zertifizieren lassen.

**Wenn aber draussen «Bioladen» angeschrieben ist und drinnen durchaus auch konventionelle Produkte aus der Region usw. verkauft werden...**

... dann fällt das unter den allgemeinen Täuschungsschutz. Dort sind die Kantonschemiker aktiv. Die haben auch eine Interpretationshilfe dazu erarbeitet. Hier kommt aber nicht die Bioverordnung zur Anwendung. Sicher muss die konventionelle Ware in diesem Fall klar und deutlich im Laden gekennzeichnet werden. Das scheint mir auch sehr vernünftig so zu sein.

**Was beschäftigt Sie im BLW derzeit in Sachen Bio speziell?**

Wir pflegen die Bioverordnung als gesetzliche Basisnorm weiter und vollziehen diese. Wir prüfen die Gleichwertigkeit importierter Produkte und ausländischer nationaler Gesetzgebungen. Wir versuchen, die ausländischen Märkte offen zu halten. EU, Japan, neu auch USA. Wir versuchen, diese Märkte für den Export von Schweizer Bioprodukten ohne Handelshemmnisse zu öffnen, unsere Gesetzgebung anzuerkennen zu lassen. Dann aber muss die Privatwirtschaft aktiv werden. Und wir haben in gewissen Fällen auch eine Schiedsrichterrolle. Bei Auslegungsfragen der Bioverordnung.

**Ein letztes Wort zu Bio Suisse und Knospe?**

Eine eigentlich fantastische Situation! Eine starke Branchenorganisation, wo alle eingebunden sind. Eine der stärksten Marken der Schweiz. Was will man mehr. Spitze! Es gilt, diese Stärken zu bewahren und an den Schwächen zu arbeiten, wie in allen Dingen.

*Die Fragen stellte Beat Hugi.*