

BIO SUISSE NEWSLETTER

Nr. 107, Mai 2008



BIO SUISSE

Monatliches Publikationsorgan für Labeldienstleistungen und Markenpolitik, Gratisabonnement durch:
Bio Suisse, Margarethenstrasse 87, 4053 Basel, Tel. 061 385 91 10 oder bio@bio-suisse.ch
Newsletter herunterladen unter <http://www.bio-suisse.ch/de/dokumentation/verband/newsletter.php>

Vorstand

NEUE GESICHTER IM BIO SUISSE VORSTAND

Die Delegierten haben am 23. April den Vorstand für die nächsten vier Jahre neu gewählt. Für die vier abtretenden Mitglieder Toni Niederberger, Ueli Heinrich, Cornel Rimle und Martin Ott stossen neu Christian Butscher, Alfons Cotti und Josef Reichmuth zum obersten Führungsgremium des Verbandes. Wir heissen die drei neuen Vorstandsmitglieder herzlich willkommen und wünschen Freude und Erfolg in dieser anspruchsvollen Tätigkeit. Die übrigen Mitglieder wurden klar wieder gewählt: Regina Fuhrer (Präsidentin), François-Philippe Devenoge (Vizepräsident), Martin Riggenschach und Danielle Rouiller.



© Thomas Alfvöldi

Das ist der neue Bio Suisse Vorstand - von links nach rechts:
François-Philippe Devenoge (Vizepräsident, Dizy/VD),
Danielle Rouiller (Cernier/NE), Josef Reichmuth (Oberarth/SZ),
Regina Fuhrer (Präsidentin, Burgstein/BE), Martin Riggenschach (Solethurn),
Alfons Cotti (Sur/GR), Christian Butscher (Madiswil/BE)

Delegiertenversammlung

NEUE KNOSPE, FUTTER, LEITBILD

Die Bio Suisse Delegierten sprachen sich für ein neues Erscheinungsbild aus. Inländische Knospe-Produkte werden künftig mit einer Knospe mit Schweizer Kreuz gekennzeichnet. Diese Knospe wird auch zum neuen Verbandslogo. Die neue Knospe gilt ab sofort für den Druck von neuen Packungen. Die alten Packungen können aber selbstverständlich bis zum nächsten Nachdruck noch aufgebraucht werden. Das gilt auch für das Verkaufsförderungsmaterial. Für Knospe-Lizenznehmer gilt: Ab 1. Januar 2012 muss auf allen Packungen zwingend das neue Logo abgebildet sein.

Noch einmal stand auch die Fütterung der Wiederkäuer zur Diskussion an der DV. Rückwirkend auf den 1. Januar 2008 gilt nun Folgendes: Das Bio Suisse Regelwerk verlangt mindestens 90 Prozent Knospe-Futter. Die restlichen 10 Prozent können mit folgenden Qualitäten und Komponenten abgedeckt werden (wobei die nicht biologischen Komponenten max. 5 Prozent der Gesamtration ausmachen dürfen):



© Bio Suisse

Bioverordnung

- ✓ Leinsaat; Dextrose; Weizenprotein für Kälbernährmehl; Stroh zur Verfütterung; Ackerfütterkulturen inkl. Getreideganzpflanzen (auch Mais), frisch, siliert, getrocknet; Futterrüben unverarbeitet

Bioverordnung, Herkunft Schweiz und direkte Nachbarländer

- ✓ Futter von Dauer- und Kunstwiesen, frisch oder konserviert

Nicht biologisch (max. 5 Prozent, bis 31.3.09)

- ✓ Zuckerrübenschnitzel, Melasse aus der Zuckerproduktion; Fruchtesirup; Abgang aus Obst- und Gemüseverarbeitung; Biertreber, Malztreber; Kartoffelprotein; Maiskleber; Bierhefe, unverarbeitete Kartoffeln aus der Lebensmittelherstellung



An einer Sitzung mit Bio Suisse erklärte sich das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) bereit, mit der EU über eine Verlängerung der Übergangsfrist für die noch zugelassenen nicht biologischen Futterkomponenten bis 2011 zu verhandeln.

Die Delegierten diskutierten auch über ein neues Leitbild, welches die langfristigen strategischen Stossrichtungen des Verbandes festlegt. Die Knospe soll sich demnach zu einer starken Marke weiter entwickeln und sich damit noch stärker von anderen Biolabels aus dem In- und Ausland differenzieren. Bundesbiobetriebe können – falls sie dies wünschen – den Mitgliedorganisationen beitreten.

Ein ausführlicher Bericht über die DV erscheint in der Mai-Ausgabe der Zeitschrift bio aktuell.

Kommunikation

BESTE SCHWEIZER BIO-FACHGESCHÄFTE GEWÄHLT



Im Rahmen der «partnertage» – der Hausmesse der Bio Partner Schweiz AG – wurden Ende April zum ersten Mal die besten Biofachgeschäfte der Schweiz prämiert. Vor 500 Gästen gewann in der Kategorie «kleiner als 150 m² Verkaufsfläche» der «Natura-Laden» aus Zofingen und in der Kategorie «grösser als 150 m² Verkaufsfläche» das Biofachgeschäft «Buono» aus Brugg. Weitere Preisträger, die eine Auszeichnung erhalten haben, sind die Läden «Viva Natura» in Schaffhausen, der



| Blick in den Natura-Laden, Zofingen

«Hallerladen» in Bern, «Yardo» in St. Gallen sowie der «Ökoladen» in Thun. Bewertet wurden u. a. die Übersichtlichkeit des Sortimentes, die hochwertige Präsentation der Bioprodukte, das gesamte Einkaufsambiente sowie die Freundlichkeit und Kompetenz der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir gratulieren allen Ausgezeichneten ganz herzlich!

Lizenznehmer

LIZENZNEHMERTAGUNG AM 12. SEPTEMBER

Am Freitag, 12. September, führt Bio Suisse die Lizenznehmertagung durch, und zwar im Hotel-Restaurant L'Aubier im neuburgischen Montézillon. Das Programm erhalten die Lizenznehmer demnächst persönlich zugeschickt. Bitte reservieren Sie sich das Datum schon heute.

Geschäftsstelle

WILLKOMMEN BEI BIO SUISSE!

Bio Suisse konnte drei neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf der Geschäftsstelle in Basel willkommen heissen: Hans-Georg Kessler ist unser neuer Produktmanager Fleisch, Stefan Corradini ist als Key Account Manager tätig und Andrea Seiberth übernahm die Bereichsleitung Import.



Hans-Georg Kessler wechselt nach über 15 Jahren bei KAGfreiland zur Knospe – und so zieht es den 47-jährigen Familienvater von der Ostschweiz wieder zurück in seine Basler Heimat. Der gelernte Landwirt arbeitete nach der Ausbildung am Landwirtschaftlichen Technikum vier Jahre als Pächter auf

© Bio Suisse



einem Milchwirtschaftsbetrieb. Bei KAGfreiland warteten auf den umtriebigen Baselbieter vielfältige Aufgaben wie Kontrollen, Beratungen, Suche nach neuen Betrieben, diverse Projektleitungen und auch politisches Lobbying und Öffentlichkeitsarbeit. «Ich muss in einem Job etwas bewirken können», betont Hans-Georg Kessler. Deshalb reizt es ihn auch besonders, dass er als Produktmanager Fleisch und Geschäftsführer der Bio Pool AG das «Sorgenkind» Biofleisch betreut. Grosse Priorität hat für ihn die Vermarktung von Knospe-Rindern und -Lämmern. «Davon werden noch zu viele in den konventionellen Kanal verkauft». Kessler sieht sich auch als Vermittler zwischen den Bauern, den Verarbeitern und dem Markt. «Gegenseitiges Verständnis ist sehr wichtig».



Auch Stefan Corradini versteht sich als Vermittler. Er ist der erste «Key Account Manager» (KAM) von Bio Suisse, nennt sich aber lieber Kundenbetreuer. «Das verstehen die Leute und es drückt mein Berufsverständnis gut aus.» Stefan Corradini wird die Aufgabe haben, bei verschiedensten Kunden und potenziellen Kunden die

richtigen Menschen zu kennen und sie mit den richtigen Menschen von Bio Suisse zusammenzubringen. Gute Kenntnisse von Handel und Verkauf sind dabei das A und O. Stefan Corradini bringt das nötige Rüstzeug mit, er kennt sich im Lebensmittelhandel bestens aus: Bei Coop hat er eine Lehre als Detailhandelsangestellter absolviert und danach verschiedene Filialen in der Ostschweiz geleitet. Nach einer Weiterbildung im Marketingbereich arbeitete er neun Jahre bei Hilcona, zuerst im Aussendienst, danach als KAM. Lebensmittel sind für Stefan Corradini beruflich seit jeher sein täglich Brot. Und warum zog es ihn zur Knospe? «Die umwelt- und tiergerechte Lebensmittelherstellung ist mir sehr wichtig, deshalb freue ich mich, mein Wissen für biologische Lebensmittel einzusetzen – und gleichzeitig viel über Biolandbau zu lernen.» Der 39-jährige hat sich zwei wichtige Schwerpunkte vorgenommen: den Export zu fördern und die Knospe in der Gastronomie voranzutreiben.

Andrea Seiberth gehört bei- nahe zu den Knospe- Pionierinnen. Sie ist dem Bio- landbau seit Jahrzehnten ver- bunden und der Knospe im- merhin seit Mitte der 1990-er Jahre. Nun hat sie ihre neue



© Bio Suisse

Stelle als Bereichsleiterin Im- port angetreten – und ist auch in dieser Abteilung keine Unbekannte. Hat sie doch seit fünf Jahren als Mitglied der Markenkommission Import (MKI) und als Sachbearbeiterin für die Importabteilung gewirkt. Das Internationale hat Andrea Seiberth fast im Blut: Nach ihrem Studium der internationalen Landwirtschaft verbrachte sie immer wieder viel Zeit in Zentral- und Südamerika, wo sie in land- wirtschaftlichen Siedlungen Hausgartenprojekte betreute. Ihre weiteren beruflichen Stationen führten sie Mitte der 90-er Jahre zur Bio Suisse, danach zur Bio Test Agro (BTA) und schliesslich wieder zu Bio Suisse. Entsprechend stark ist ihre Bindung an die Knospe: «Ich fühle mich in erster Linie den Schweizer Biobäuerinnen und Biobauern verpflichtet», sagt die 50-jährige Mutter von zwei Teenagern. «Mit den Knospe-Importen schützen wir auch die einheimische Produktion». Sie weiss, dass es da immer wieder viel Aufklärungsarbeit brauchen wird.

Wir wünschen Andrea Seiberth, Stefan Corradini und Hans-Georg Kessler viel Freude und Erfolg bei Bio Suisse und heissen sie herzlich willkommen.

Kommunikation

HOFMATERIAL

NEU ONLINE ZU KAUFEN

Bio Suisse bietet Mitgliedorganisationen sowie Knospe-Produzentinnen und -Produzenten neu die Möglichkeit, Hofmaterial direkt und bequem online zu bestellen. Unter www.bio-suisse.ch/de/verkaufsfoerderungsmaterial.php finden Sie ein attraktives Angebot an Plakaten, Blachen, Broschüren oder neu einer reich gefüllten Veranstaltungsbox, die Sie leihweise zur Unterstützung bei Hof-Veranstaltungen einsetzen können. Interessant und wich-



Wichtig zu wissen: Werden einige Hofmaterialien (z. B. Blachen oder Hoftafeln) über die Mitgliedorganisation bestellt, ist eine Co-Finanzierung durch das BLW möglich. Die genauen Bedingungen finden Sie auf unserer Homepage. Auch Flavia Müller von der

Bio Suisse Geschäftsstelle gibt gerne Auskunft (Telefon 061 385 96 51).

Fachkommissionen

RÜCKTRITT DES PRÄSIDENTEN DER FK GEFLÜGEL

Zehn Jahre lang leitete Köbi Treichler die Geschicke der Fachkommission Eier und Geflügel, jetzt tritt er zurück. 1998 hat «seine» Fachkommission bei Null angefangen, heute gehören die Knospe-Eier zu den ganz erfolgreichen Bioprodukten mit einem Marktanteil von stolzen 16 Prozent. In seiner typischen Bescheidenheit windet Köbi Treichler zuerst den Mitarbeitenden der Geschäftsstelle und allen Produktmanagerinnen und -managern, mit denen er in den zehn Jahren zusammengearbeitet hat, ein Kränzchen: «Die Zusammenarbeit hat immer hervorragend geklappt – auch deshalb läuft es im Eiermarkt gut.»



Auch für seine Kollegen in der Fachkommission hat Köbi Treichler nur lobende Worte. Doch was macht schliesslich

den Erfolg aus? Er habe immer nach dem Grundsatz «Sorge in der Zeit, dann hast Du in der Not» gearbeitet. Will heissen: Die regelmässigen Gespräche mit Vermarktern und Händlern standen für Köbi Treichler im Zentrum. «Wir hatten darum auch in schlechten Zeiten ein gutes Einvernehmen mit ihnen», erinnert er sich. Da sind zum Beispiel die Jahre 1999 und 2003, als der Knospe-Eiermarkt mit grossen Überschüssen zu kämpfen hatte. Jetzt ist Köbi Treichler etwas amts müde geworden. «Ich brauche mehr Zeit für meine Familie, meinen Betrieb und für mich.» Denn er macht keine halben Sachen, ist immer mit ganzer Aufmerksamkeit und vollem Engagement dabei. So arbeiten auf seiner Betriebsgemeinschaft Menschen, die viel Betreuung brauchen. Auch die Betriebsstruktur mit 2'000 Legehennen, 50 Kühen, Ackerbau, Lohnarbeit sowie Gemüse- und Obstbau fordert Kraft. «Das Bauern ist strenger geworden.»

Bio Suisse dankt Köbi Treichler herzlich für seinen Einsatz und wünscht ihm alles Gute für die Zukunft.

Produktmanagement

KNOSPE-OSTEREIER WAREN SEHR GEFRAGT

Ostern war dieses Jahr so früh wie schon lange nicht mehr. Dank geschicktem Timing konnte die Nachfragespitze bei Bioeiern gut bedient werden. Die Rückmeldungen vom Handel sind positiv. Bio-Ostereier liefen besser als im Vorjahr..

Das stärkste Nachfragewachstum nach Bioeiern besteht auch übers ganze Jahr gesehen bei gefärbten und gekochten Eiern.



© ehow.com