

den für Katzen

nlose, verwilderte an Orten angegenügend Futter geeignete Vereiten haben. Über mate suchen diese enen Gebäuden, rkhalten und Stäld Katzen und ihre über längere Zeit lieren sie die Binmenschen gänzlich n. Sie sind scheu ch kaum zähmen. a und der Versuch, ieder an ein Leben ung oder in einem u gewöhnen, sind cheitern verurteilt, re leiden in ihrer aft. Werden sie von ern gefüttert, samum die Futterplätze e, Dörfern und Städtichen dort unkontichtliche Populatianton Graubünden lose Katze findet, zur Gemeinde. Im dnungspolizeilicher i sorgen die Geür, dass entlaufene Halterin oder ihrem ührt werden. Kann hende Person aber elt werden, so müsre auf Anordnung e an einem geeiguntergebracht oder falls getötet werfür Lebensmittelsi Tiergesundheit hat mit dem Tierschutzünden einen Leitfader den Gemeinden mit herrenlosen Kat

Weltmeister im Biokonsum

Agrarzyklus 2015 / Die Nachfrage der Schweizer nach Bioprodukten wächst schneller als das Angebot.

WEINFELDEN ■ Im Vergleich zum Ausland konsumieren die Schweizer pro Kopf am meisten Bioprodukte. Am zweiten Abend des Agrarzyklus von der Volkshochschule Mittelthurgau zum Thema «Bio auf dem Teller», der in Weinfelden TG stattfand, sind erstaunliche Fakten über den Biomarkt in der Schweiz beleuchtet worden. Dabei zeichnet sich das Biomarketing als sehr erfolgreich ab, aber nicht auf ganzer Linie.

Ein Drittel aller Schweizer kauft jede Woche Bioprodukte. Sie gehören laut Toralf Richter, Marktforschungsexperte beim FiBL, zu den «Hardcore-Bio-überzeugten».

Zwei Drittel aller Schweizer konsumieren mehrmals im Monat Bio, und fast jeder Schweizer hat schon einmal Bio eingekauft. Oder genauer gesagt: 99 Prozent aller Schweizer Konsumenten kaufen einmal im Jahr Bioprodukte.

Wo kaufen die Schweizer Bio?

Die Hälfte aller Schweizer Bioprodukte wird von Coop verkauft. Coop war es auch, die Bioprodukte in ihr Sortiment aufnahm, als alle anderen Detailhändler Bio noch für ein «esoterisches Hirngespinnst» hielten, so Toralf Richter. Dafür erntet Coop das Vertrauen der Konsumenten.

Ein weiteres Viertel des Biosegments ist von Migros belegt. Im Biofachhandel findet man überwiegend Importware, weil



Mit Hubert Lombard von der IG Bio-Weide-Beef und Toralf Richter vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) hatte der Veranstalter Michael Dubach kompetente Fachpersonen eingeladen. (Bild nb)

landangebot schon regelrecht «aufsaugen».

Warum kaufen wir Bio, oder eben auch nicht?

Fast 40 Prozent der Konsumenten nennen als Kaufmotive, dass Bio gesünder ist. 23 Prozent der Schweizer schätzen, dass Bio besser für die Umwelt ist. Das sind übrigens deutlich mehr als bei Europas Konsumenten, von denen nur 16 Prozent an die Umwelt denken.

Gut 15 Prozent der Schweizer haben ein besseres Gewissen gegenüber den Tieren, wenn sie Bioprodukte kaufen.

Für 39 Prozent aller Konsumenten ist Bio jedoch zu teuer und 28 Prozent vertrauen dem Label nicht. Sie glauben also nicht daran, dass Bio so viel

Mehrwert enthält, der den höheren Preis rechtfertigen würde.

Welche sonstigen Faktoren sind wichtig beim Einkaufen?

Erste Priorität bei der Kaufentscheidung genießt die regionale Herkunft eines Produkts. Das gilt für 53 Prozent der Konsumenten. An zweiter Stelle folgt der Fair-Trade-Faktor und erst an dritter Stelle kommt die biologische Produktion und der ökologische Hintergrund.

Toralf Richter betont, dass sogar überzeugte Biokonsumenten lieber auf Schweizer Qualität zurückgreifen, als Bioprodukte aus Ungarn zu kaufen.

Doch die Konsumenten zeigen auch eine unter Marketingfachleuten sogenannte «Schizophrenie» in ihrem Kaufverhalten.

Denn obwohl der Biomarkt das einzige Segment ist, das seit mehreren Jahrzehnten konstant wächst und 2 Milliarden jährlich in Bioprodukte investiert werden, gibt der Schweizer fünfmal mehr im Ausland aus. 40 Prozent überqueren monatlich die Grenze, um günstiger einzukaufen.

Bio und regional – eine Kombination, die überzeugt

Als konkretes Bioprodukt, das den Ansprüchen der Mehrheit aller Konsumenten entspricht, stellte Hubert Lombard am Agrarzyklus das Bio-Weide-Beef vom Migros vor. Der Präsident der IG Bio-Weide-Beef erläuterte, dass gerade Bio-Weide-Beef in der Ostschweiz sehr regional daherkommt. Denn Weidebeef-

Rinder werden in Gossau SG geschlachtet und verarbeitet. In anderen Regionen ist dies nicht so lokal möglich, da die Verbreitung kleiner ist. Lombard plädierte für die Nachhaltigkeit von Fleischkonsum. Er liess nicht aus, dass eine Kalorie in Fleischform eines höheren Energieaufwands bedarf als eine Kalorie aus Pflanzennahrung. Doch laut Lombard hat «kein Fleisch auch keinen Sinn, denn geschlossene Kreisläufe erreicht man nur mittels Dung der Tiere».

Dabei sei es aus ökologischer Sicht wichtig, dass das Futter der Tiere nicht aus der Südhalbkugel stamme. Und nicht zuletzt sei der Erhalt der Dauergrünflächen nur mit Tierhaltung möglich. Auf diesem Dauergrünland wird Humus erzeugt und Pro Tonne Humus werden 1,8 Tonnen CO₂ umgewandelt.

Bio-Weide-Beef-Rinder müssen zwei Mal in ihrem Leben einen Alpsommer erlebt haben. Sie werden 27 Monate gemästet. Ausserdem sind 40 Prozent der Bio-Weide-Beef-Rinder aus Mutterkuhhaltung. Diesen Produzenten steht so die Möglichkeit offen, das Tier mit gutem Schlachtgewicht nach 10 Monaten als Coop-Natura-Beef zu verkaufen, und es ansonsten weiter zu mästen bis 27 Monate, um es als Migros-Bio-Weide-Beef abzusetzen.

Der Agrarzyklus entwickelte sich als Info-Abend, der die Teilnehmer mit Argumenten versorgte in der immer noch und immer wieder aktuellen Biodebatte. Nadine Baumgartner