

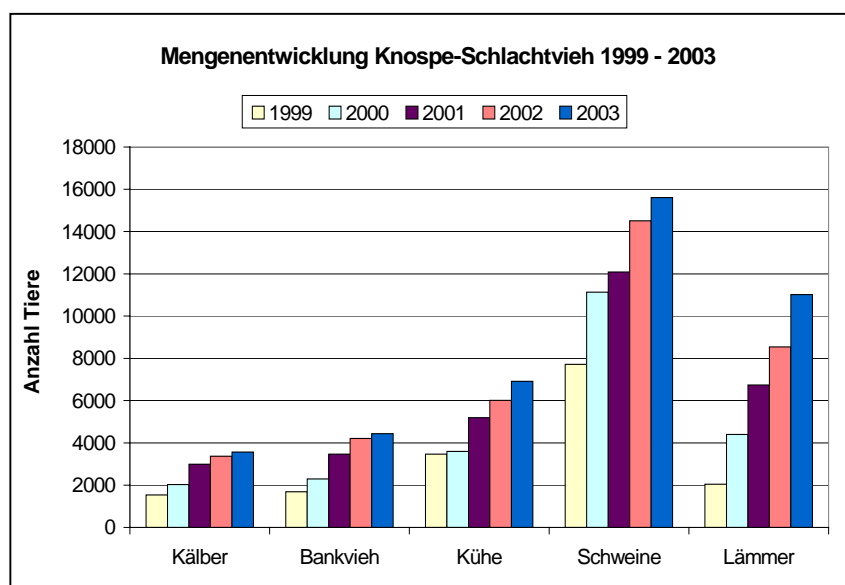
## Jahresbericht BIO POOL AG 2003

Der Bio-Schlachtviehmarkt hat sich im Jahr 2003 gut entwickelt und verzeichnet ein Absatzwachstum je nach Tierkategorie zwischen 5 und 30 Prozent. Erwähnenswert ist aber auch, dass die verschiedenen Teilmärkte bezüglich Absatz- und Preisschwankungen deutlich stabiler geworden sind als noch in den Vorjahren. Coop als Hauptabnehmer hat den Biofleischabsatz um 50 Prozent gesteigert. Besondere Anstrengungen hat die BIO POOL AG zusammen mit der BIO SUISS im Zuchtschweinebereich unternommen.

### Zum Bio-Schlachtviehmarkt

Bei sämtlichen Schlachtviehkategorien konnte der Absatz gegenüber dem Vorjahr erneut gesteigert werden: Beim Kalb um 6%, beim Bankvieh (ohne Bio-Natura Beef) um 5%, beim Schwein um 8%. Bei den Bio-Kühen hat der Absatz um 15%, bei den Biolämmern gar um 29% zugenommen. Erfreulich ist auch die Preisentwicklung im Bio-Schlachtviehmarkt 2003: Die durchschnittlichen Produzentenpreise beim Kalb und beim Schwein lagen knapp über denjenigen des Vorjahres. Bei den Rindern mit rund 50 Rappen und beim Verarbeitungsvieh mit über einem Franken sind die Durchschnittspreise des Vorjahres deutlich übertroffen worden. Nur im Lämmersmarkt hat im 2. Halbjahr 2003 eine eigentliche Preiserosion stattgefunden, dem sich auch der Biolandbau nicht entziehen konnte. Die durchschnittlichen Produzentenpreise für Bio-Lämmers lagen 2003 mehr als einen Franken unter denjenigen des Vorjahres.

Die Absatzstruktur hat sich im vergangenen Jahr nicht wesentlich gewandelt. Es sind keine zusätzlichen Abnehmer für Bio-Schlachtvieh am Markt erschienen, aber die bisherigen Abnehmer konnten das Biofleisch-Sortiment erheblich ausweiten. Allen voran Coop, der nach eigenen Angaben den Biofleischabsatz dank Bio-Natura Beef und einem grösseren, attraktiven Sortiment an Bio-



Charcuterie und Fleischwaren um 49% gesteigert hat. Das breite Biofleisch-Sortiment hat zu einer besseren linearen Verwertung der Bio-Schlachtviehtiere geführt und so indirekt auch zu stabileren Preis- und Absatzsituationen im Bio-Schlachtviehmarkt.

**Kälber:** Die Nachfrage nach Bio-Kälbern war übers ganze Jahr gesehen recht stabil. Zwischen 50 und 80 Bio-Kälber wurden pro Woche benötigt. Die Angebotsituation präsentierte sich wie gewohnt: Angebotsüberhang im Frühjahr, ausgeglichenes bis knappes Angebot im Herbst. Der durchschnittliche Produzentenpreis im Jahr 2003 betrug Fr. 13.00 pro kg SG. (Vorjahr: Fr. 12.90)

**Bankvieh:** Die beiden Label Bio Natura Beef (ca. 4500 Tiere) und Bio Weide Beef (2500) sind auch im Jahr 2003 überdurchschnittlich gewachsen und machen mittlerweile drei Viertel des Bio-Bankviehabsatzes aus.

**Verarbeitungstiere:** Im Jahr 2003 wurden rund 7000 Bio-Kühe geschlachtet. Das sind 15% mehr als im Vorjahr. Wohl auch als Folge der Trockenheit und des Futtermangels sind im 2. Halbjahr 2003 rund 1000 Kühe mehr zur Schlachtbank geführt worden als in der gleichen Zeitspanne des Vorjahres, was der Markt aber problemlos verkraftet hat. Der Produzentenpreis für Bio-Kühe betrug im 2003 durchschnittlich Fr. 6.65 pro kg SG, also Fr. 1.20 mehr als im Vorjahr.

**Schweine:** Das Angebot an Bio-Schlachtschweinen war bis Mitte Sommer ständig knapp, danach hat sich die Angebotssituation gebessert. Das Absatzwachstum gegenüber dem Vorjahr betrug 8% und die Rahmenbedingungen für den weiteren kontinuierlichen Ausbau des Bio-Schlachtschweinemarktes sind sehr gut.

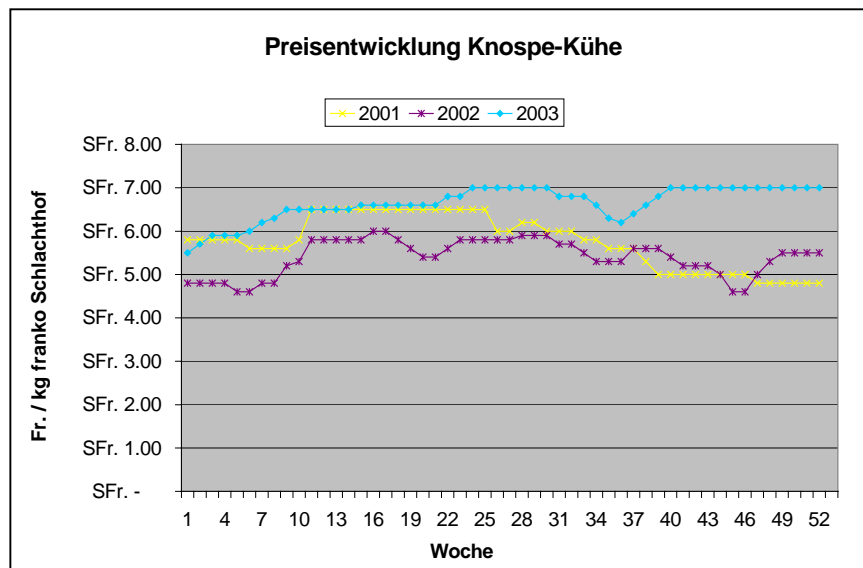
**Lämmer:** Der Absatz von Bio-Lämmern hat um 29% zugenommen. Dank der Vertragsproduktion zwischen Coop und der BIO POOL AG konnte ein regelmässiges Angebot an Bio-Lämmern auch in den angebotsschwachen Monaten sichergestellt werden. Bereits im 2. Halbjahr 2003 hat sich aber die neue künftige Import-Regelung mit der Versteigerung der Kontingente und ohne Berücksichtigung der Inlandleistung äusserst negativ auf die Lämmerpreise ausgewirkt. Seither liegen die Lämmerpreise generell Fr. 3.00 bis Fr. 4.00 pro kg SG unter den Produzentenpreisen, die in den Vorjahren realisiert werden konnten.

### Prognosen zum Bio-Schlachtviehmarkt 2004

Auch im Jahr 2004 ist ein Wachstum des Biofleischmarktes von 15 Prozent möglich und realistisch. Der Absatz von Bio Natura Beef kann noch ausgedehnt werden. Auch das Bio Weide Beef wird trotz des vorläufigen Produzentenstopps, der für anfangs 2004 angekündigt wurde, noch weiter zulegen.

Beim übrigen Bio-Bankvieh (ohne Bio Natura Beef und Bio Weide Beef) gibt es keine Anzeichen für einen Ausbau des Absatzes.

Beim Schwein ist ein Absatzwachstum von 10 Prozent realistisch. Im Rahmen der Vertragsproduktion mit Coop ist eine Produktionsausdehnung um 15 Prozent geplant. Das Angebot an Bio-Ferkeln ist dafür ausreichend.



### Schweinezucht

Die BIO SUISSE hat in den letzten Jahren die Schweinezucht im Biolandbau stark gefördert und Investitionsbeiträge aus dem Ferkelfonds für neuerstellte Zuchtschweineplätze in Aussicht gestellt. Die BIO POOL AG hat zusammen mit dem FiBL im 1. Halbjahr 2003 jene 30 Bio-Schweinehalter, die in den letzten zwei Jahren insgesamt 800 neue Zuchtschweineplätze erstellt haben, besucht, beraten und beurteilt. Die ersten Investitionsbeiträge wurden Mitte September 2003 entrichtet. Die letzten Investitionsbeiträge, total Fr. 220'000.-, werden im 1. Quartal 2004 ausbezahlt. Das ehrgeizige Ziel, dass Ende 2003, wenn keine konventionellen Ferkel auf Biobetrieben mehr eingestallt werden dürfen, genügend Bio-Ferkel für die Schweinemast zur Verfügung stehen, wurde dank grossem Engagement aller Beteiligten erreicht.

### Transport von Biotieren

Zusammen mit dem FiBL und kagfreiland hat die BIO POOL AG einen Bericht zur Situation bei Transport und Schlachtung von Bio-Tieren erarbeitet. Der Bericht zeigt auf, dass wegen der zentralistischen Strukturen der Grossverteiler viele Tiere auf

dem Weg zur Schlachtung zum Teil sehr grosse Transportdistanzen zurücklegen müssen. Der 20 Seiten starke Bericht soll als Grundlage dienen, um Massnahmen zur Verbesserung der Transportsituation zu erarbeiten.

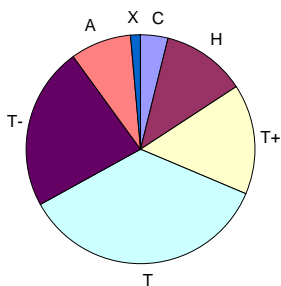
### Vertragsproduktion

Die Vertragsproduktion für Mast- und Zuchtschweine dient der BIO POOL AG als wichtiges Mittel zur Marktkoordination. Ende 2003 haben 114 Produzenten den Absatz von 12'600 Bio-Ferkeln und 11'500 Bio-Schlachtschweinen vertraglich abgesichert, das sind 20% mehr als im Vorjahr.

Die Vertragsproduktion für Bio-Lämmer dient in erster Linie dazu, mit attraktiven Preiszuschlägen ein genügendes Angebot an Lämmern in den angebotsschwachen Monaten sicherzustellen. 42 Schafhalter mit 4000 Schlachtlämmern beteiligen sich daran und sorgen für ein kontinuierliches Angebot.

Die Vertragsproduktion Kälber krankt daran, dass den Produzenten wohl eine Absatz-, aber keine Preisgarantie abgegeben werden konnte und so auf wenig Interesse der Produzenten stiess. Die Vertragsproduktion für Bio-Kälber wurde per Ende 2003 aufgegeben.

### Zur Qualität der Bio-Kälber



Im Jahr 2003 wurden wiederum hitzige Diskussionen um die Fleischfarbe von Kalbfleisch geführt. Die BIO POOL AG hat die Qualität der Bio-Kälber etwas genauer unter die Lupe genommen: Aus einer Stichprobe von knapp 200 Bio-Kälbern in den Monaten August und September wurden 11,4% der Tiere in den Schlachthöfen bezüglich Fleischfarbe als hell, 14,2% als rosa und 74,4% als rot beurteilt. Die Fleischigkeit bei einer Auswahl von rund 3000 Tieren (siehe Grafik) wurde gemäss CH-TAX bei 67% der Biokälber als gut bis sehr gut (T, T+, H und C), bei 23% als genügend (-T) und bei 10% als ungenügend bis schlecht (A und X) taxiert.

### Preisbildung

Ein wichtiges Anliegen der BIO POOL AG ist die faire und transparente Preisbildung im Bio-Schlachtviehmarkt. Dazu wurden unter Leitung der BIO POOL AG im Jahr 2003 insgesamt 50 Telefonkonferenzen mit je 2 Vertretern der Produzenten, Händlern und Abnehmern durchgeführt.

### Tierbegleitscheine

Es gilt nach wie vor der Grundsatz, dass kein Biotier ohne BIO SUISSE-Tierbegleitschein (TBS) als Knospe-Tier zur Schlachtung verkauft werden darf. Im 2003 wurden wiederum mehr als 10'000 Begleitscheine in der TBS-Datenbank erfasst und überprüft. Dabei wurden 22 Fälle von Verstössen gegen die Richtlinien an die BIO SUISSE weitergeleitet.

Im Herbst wurden die Arbeiten für ein neues Qualitätssicherungssystem auf TVD-Basis aufgenommen. Es soll das bisherige System mit den Tierbegleitscheinen ersetzen und Ende 2004 in Betrieb sein.

### Fachkommission Fleisch

Die Fachkommission Fleisch steht dem BIO SUISSE Vorstand als beratendes Gremium in allen Belangen des Bio-Schlachtvieh- und Fleischmarktes zur Seite. Die BIO POOL AG führt das Sekretariat der FK Fleisch und hat im 2003 zu insgesamt 4 ganztägigen Sitzungen ein-

geladen. Die Hauptthemen waren: die neue Weisung zur Schweinehaltung, Transparenz auf dem Schlachtviehmarkt, Bio-Kälbermast, Kastration, Transport und Schlachtung von Bio-Tieren.

### Verwaltungsrat

Der Geschäftsleiter der BIO SUISSE, Christof Dietler, hat nach 8-jähriger Tätigkeit seine Stelle gekündigt und ist somit auch aus dem Verwaltungsrat der BIO POOL AG ausgeschieden. Er wurde durch Peter Bucher, Leiter Produktmanagement, ersetzt. Der Verwaltungsrat traf sich im Jahr 2003 zu insgesamt fünf halbtägigen Sitzungen.

Der Verwaltungsrat setzt sich wie folgt zusammen:

Toni Niederberger (BIO SUISSE, Präsident), Thomas Buchli (BIO SUISSE), Peter Bucher (BIO SUISSE), Max Fehr (Anicom AG), Josef Rölli (Schneider Vieh & Fleisch AG) und Erhard Unternährer (Viegut AG, Unternährer Viehhandel)

### Geschäftsstelle

Sibylle Brandenberger, 30%-Pensum als Sachbearbeiterin Tierbegleitscheine, hat per Ende Juni 03 die BIO POOL AG verlassen. Ihre Aufgabe hat Gabriela Straub übernommen. Ebenfalls im Juni hat Frank Oberholzer sein einjähriges Praktikum beendet.

### Finanzen

Die revidierte Jahresrechnung 2003 weist einen Verlust von Fr. 14'477.- aus. Damit ist der Gewinnvortrag des Jahres 2002 wieder aufgebraucht. Der Beitrag der BIO SUISSE im Jahr 2003 wurde um Fr. 20'000.- auf Fr. 80'000.- reduziert.

### Schwerpunkte 2004

Im Sinne eines weiteren Ausbaus des Biofleischmarktes wird die BIO POOL AG bei ihrer Arbeit im kommenden Jahr folgende Schwerpunkte setzen:

- Weiterer Ausbau des Absatzes und der Vertragsproduktion für Lämmer und Schweine
- Erarbeiten und Umsetzen einer Absatzstrategie für Bio-Kälber
- Verbesserte Markttransparenz und Absatzmöglichkeiten bei Bio-Bankvieh
- Massnahmen zur Verbesserung der Transportsituation bei Bio-Tieren
- Gute Informationsarbeit zum Schlachtviehmarkt

### Eigene Website

Im Sommer wurden die Arbeiten für einen eigenen Internetauftritt der BIO POOL AG an die Hand genommen. Zusammen mit einer Absolventin der Schule für Gestaltung in Basel wurde in kurzer Zeit eine attraktive, lebendige Website entwickelt. [www.bio-pool.ch](http://www.bio-pool.ch) publiziert seit Anfang 2004 wöchentlich die aktuelle Preissituation auf dem Bio-Schlachtviehmarkt, liefert Informationen, Statistiken zur Mengen- und Preisentwicklung und enthält einige Links zu Organisationen, die für den Bio-Schlachtviehmarkt wichtig sind. Die französische Version wurde Ende Februar 2004 aufgeschaltet.



Basel, April 2004