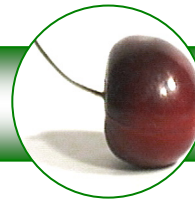


Produktion bis Verkauf



04 – Bio hautnah
Arbeitsanweisung

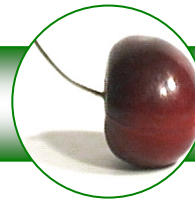


Arbeitsauftrag: 	In diesem Kapitel erforschen die Schülerinnen und Schüler die Bioprodukte von der Produktion auf dem Biohof bis zum Verkauf im Laden. Sie lernen, welche Erträge ein Biohof macht, wissen über die Verwendung der Produkte und deren Vermarktung Bescheid, können Warenströme sowie Geldflüsse nachvollziehen. Sie erfahren, wann ein Produkt garantiert Bio ist und können selbstständig eine Bio-Inspektion durchführen.
Ziel: 	- Die Schritte der Produkte vom Hof auf den Teller kennen lernen und die Aufgaben und Leistungen des Handelsbetriebes kennen (AB 1) - Erkennen, dass die Verfügbarkeit und Herkunft von Frischprodukten saisonal bedingt ist und Bewusstsein für saisongerechten Konsum von Lebensmitteln entwickeln (AB 2) - Marktanteile des Bio-Marktes kennen und verkaufsfördernde Massnahmen für Bioprodukte entwickeln (AB 3)
Material: 	AB 1-3
Sozialform: 	Einzel- und Partnerarbeit
Zeit: 	Je Arbeitsblatt ca. 15–20 Minuten

Weiterführende Ideen

- Analyse von Produkten aus dem Detailhandel: Bio – Non/Bio
 - Merkt man einen Geschmacksunterschied?
 - Wie sehen die Verpackungen aus?
 - Wie zeigen sich die Preisunterschiede?
 - Wie wird Werbung gemacht? Welches Image wird kommuniziert?





1. Der Weg vom Biohof zu den Konsumenten

Die sorgfältige Erzeugung hochwertiger Lebensmittel auf dem Biohof ist eine aufwändige und wichtige Aufgabe. Aber es ist nur die eine Seite des Bio-Marktes. Ebenso wichtig sind Verarbeitung und Verkauf der Produkte.

Wenn auf einem mittelgrossen Biohof im Sommer das Getreide und im Herbst die Kartoffeln und das Gemüse geerntet werden, kommen jedes Jahr riesige Tonnagen zusammen. Die **Erntemengen** sind von Hof zu Hof verschieden.

Sie hängen von den jeweiligen Anbauflächen, der Lage des Hofes, dem Wetter und dem Know-how des Bauern ab. Die Ernte eines Biohofes an guter Lage mit Schweizer Durchschnittsgrösse (= 16 Hektaren) sieht etwa folgendermassen aus:

Kultur	Fläche	Erntemenge pro Are*	Erntemenge total
Weizen	250 Aren	40 kg/Are	10.0 Tonnen Körner
Roggen	125 Aren	40 kg/Are	5.0 Tonnen Körner
Gerste	125 Aren	45 kg/Are	5.6 Tonnen Körner
Kartoffeln	125 Aren	300 kg/Are	37.5 Tonnen Körner
Karotten	70 Aren	350 kg/Are	24.5 Tonnen Körner
Zwiebeln	55 Aren	400 kg/Are	22.0 Tonnen Körner

* 1 Are = 10 x 10 Meter = 100 Quadratmeter, 100 Aren = 1 Hektare = ca. 1 Fussballfeld.

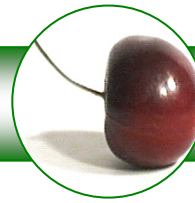
Hinzu kommen die Erträge aus der Tierhaltung. Dieser Modellbetrieb hält zwölf Milchkühe. Jede Kuh bringt pro Jahr ein Kalb zur Welt. Neun Kälber mästet der Betrieb, um sie als Jungrinder zu schlachten. Pro Jahr zieht er drei Kälber auf und schlachtet drei ältere Kühe, um die Kuhherde zu verjüngen. Das ergibt folgende Erträge:

Tierart	Anzahl	Ertrag pro Tier	Ertrag total
Milchkühe	12	5 500 Kilo Milch	66 000 Kilo Milch
Geschlachtete Kühe	3	200 Kilo Fleisch	600 Kilo Fleisch
Jungrinder	9	100 Kilo Fleisch	900 Kilo Fleisch

Die Bauernfamilie könnte von den Erträgen des Biohofes leben. Die riesigen Mengen dienen natürlich nicht nur der eigenen Ernährung. Denn die Familie braucht auch Geld, um ihr Leben zu finanzieren und die Rechnungen zu bezahlen. Deshalb verkauft der Betrieb den grössten Teil der Ernte an Menschen, die einem anderen Beruf nachgehen. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten.

Eine sehr aufwändige, in vielen Fällen jedoch rentable Möglichkeit ist die Verarbeitung der Rohstoffe auf dem Hof und die Vermarktung im Hofladen, im Hauslieferdienst oder auf dem Wochenmarkt in einer nahe gelegenen Stadt, die so genannte **Direktvermarktung**.





Die Getreidekörner werden auf dem Hof zu Mehl, Brot und Backwaren verarbeitet. Die Milch wird teilweise frisch, teilweise zu Joghurt, Butter, Quark oder Käse verarbeitet ab Hof verkauft. Die Tiere werden in einem Schlachtlökal geschlachtet, zerlegt und in Form von Würsten und Frischfleisch in familiengerechten Mischpaketen vermarktet.

Wenn man die Zusammenstellung der Mengen betrachtet, die jährlich auf dem Hof anfallen, kann man sich vorstellen, wie aufwändig die Direktvermarktung ist. Dafür bleibt die gesamte Wertschöpfung aus der Produktion im Betrieb. Deshalb kann die selbstständige Verarbeitung und Vermarktung für stadtnahe Biohöfe sinnvoll sein. Bei manchen Konsumenten ist der Einkauf direkt beim Bauernhof sehr beliebt, weil sie dann genau wissen, woher ihre Lebensmittel stammen. Für den Biohof und den Biolandbau insgesamt ist diese Vermarktung gute Werbung.

Als es erst sehr wenige Biohöfe gab, waren Hofverarbeitung und Direktvermarktung im Biolandbau oft die einzigen Vermarktungsmöglichkeiten. Heute machen sie schon über fünf Prozent des gesamten Bio-Marktes aus (Stand: 2008). Bei einem Volumen von rund 1,44 Milliarden Franken für den gesamten Schweizer Bio-Markt sind das immerhin über 70 Millionen Franken Umsatz.



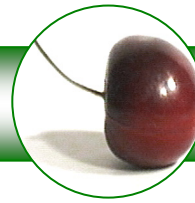
Eine etwas grössere Struktur sind gemeinschaftliche Verarbeitungs- und Vermarktungsinitiativen. Dabei schliessen sich mehrere Biobauern und -bäuerinnen aus einer Region zusammen, um ihre Produkte gemeinsam zu verarbeiten und zu verkaufen. Diese Vermarktungsform hat in der Schweiz eine über 100 Jahre lange Tradition, zum Beispiel bei vielen Dorfkäsereien. Die Bauern und Bäuerinnen eines Dorfes bilden eine Genossenschaft, bauen gemeinsam eine Käserei und stellen einen Käser an, der ihre Milch zu Käse verarbeitet. Die Bauern verkaufen dann nicht die Milch, sondern den Käse. Wenn sie dabei einen guten Preis erzielen, können sie mehr erwirtschaften. Die traditionellen

Dorfkäsereien haben seit einigen Jahrzehnten zunehmend Schwierigkeiten. Am Bio-Markt gibt es für zahlreiche Produkte neue Formen dieser gemeinschaftlichen Vermarktung, die sich gut bewähren (z. B. die Bio-Sennerei in Andeer, GR). Besonders in abgelegenen Regionen haben solche Gemeinschaften nebst wirtschaftlichen Vorteilen eine wichtige soziale Bedeutung: Die Landflucht kann aufgehalten werden, weil die jungen Menschen in ihrer Region eine Perspektive sehen.

Der Schweizer Bio-Markt hat in den vergangenen Jahren einen eigentlichen Boom erlebt. Seit 1995 nimmt die Konsumation von biologischen Lebensmitteln stetig zu. Heute beträgt der Anteil der Bioprodukte am schweizerischen Lebensmittelmarkt rund 5 %.

Die verschiedenen Verarbeitungs- und Vermarktungskanäle schliessen einander nicht aus. Meistens verkaufen die Höfe ihre Produkte über alle Kanäle. Viele Biohöfe führen einen Hofladen, über welchen sie nur einen relativ kleinen Teil der Erträge vermarkten.





2. Warenströme und Geldfluss

Ein wichtiger Grundsatz des Biolandbaus ist der möglichst geschlossene Betriebskreislauf. Der Hof sollte sich im Idealfall aus sich selbst heraus erhalten können, was aber kaum einmal bis in die letzte Konsequenz erreicht wird. So kaufen praktisch alle Betriebe zumindest Treibstoffe für ihre Maschinen zu. Auf allen Betrieben gibt es demnach einen Warenzufluss (Warenzukaufe), einen inneren Warenkreislauf und einen Warenfluss, der den Hof verlässt (Verkauf von Produkten). Die Zukäufe sind bei den Biohöfen im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft sehr streng geregelt.

Futtermittel

Grundsätzlich sollte die Fütterung der Tiere mit betriebseigenem Futter erfolgen. Wenn Teile des Futters zur Ergänzung zugekauft werden, müssen sie mit wenigen Ausnahmen aus biologischer Produktion stammen. In der Bio Suisse Futtermittelliste sind sämtliche Kriterien zum Zukauf von Futtermitteln aufgeführt.



Saat- und Pflanzgut

Die Erzeugung von gesundem, qualitativ hochwertigem Saat- und Pflanzgut ist sehr anspruchsvoll und aufwändig. Einige Biobetriebe ziehen ihr Saatgut selber nach. Die meisten kaufen Saat- und Pflanzgut zu, das grundsätzlich Bio-Qualität haben muss. Weil der Bio-Saatgutmarkt sich noch im Aufbau befindet, deckt er noch nicht sämtliche Pflanzenarten ab. Wenn das Saat- und Pflanzgut am Markt nicht in Bio-Qualität erhältlich ist, darf auf gentechnikfreie konventionelle Ware ohne chemisch-synthetische Beizung ausgewichen werden.

Dünger

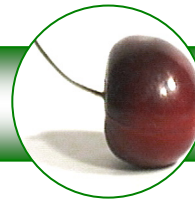
Düngemittel sollten grundsätzlich vom Hof stammen – zum Beispiel aus der hofeigenen Tierhaltung. Biohöfe mit zu wenigen Tieren dürfen Gülle und Mist von anderen Betrieben in der näheren Umgebung zukaufen. Dabei dürfen höchstens 50 Prozent von konventionellen Höfen stammen. Biobetriebe dürfen auch organische Handelsdünger verwenden, sofern diese auf der «Betriebsmittelliste» des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) stehen. Diese sind jedoch sehr teuer, so dass sie nur für Spezialkulturen in Betracht kommen. Der Zukauf von mineralischen Kunstdüngern ist für Biohöfe verboten.

Pflanzen-schutzmittel

Der Biohof sollte Pflanzenkrankheiten und Schädlingsbefall soweit als möglich vorbeugen (zum Beispiel mit einer geschickten Fruchtfolge). Müssen trotzdem Pflanzenschutzmittel zugekauft werden, sind nur Produkte zugelassen, die auf der «Betriebsmittelliste» stehen. Chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel sind verboten.



Produktion bis Verkauf



04 – Bio hautnah
Informationstext

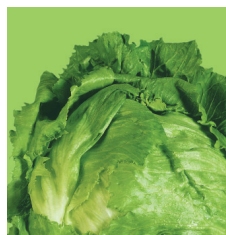


Reinigungs- u. Desinfektionsmittel

Auch gut abbaubare, wenig giftige und deshalb empfohlene Reinigungs- und Desinfektionsmittel sind auf der «Betriebsmittelliste» verzeichnet.

Treib- und Schmierstoffe, Heizstoffe

Dazu gibt es keine besonderen Bestimmungen. Die ausführlichen Richtlinien und Weisungen von Bio Suisse sind im Internet unter www.bio-suisse.ch zu finden. Mengenmässig übertreffen die Warenströme innerhalb eines Betriebes auf den meisten Höfen die Zukäufe und die Verkäufe, vor allem, wenn Tiere mit im Spiel sind. Sie sind jedoch weniger offensichtlich, weil sie nicht mit Geld bewertet werden.



Futter

Betriebe mit Rindviehhaltung setzen innerhalb des Betriebes grosse Mengen Futter um. Ein mittelgrosser Bauernhof mit zwölf Milchkühen und Jungvieh muss seinen Tieren pro Jahr rund 85 Tonnen Heu und Gras (Trockensubstanz) vorsetzen. Dieses Futter stammt zum grössten Teil von den eigenen Feldern.

Milch

Milch: Jede Milchkuh bringt pro Jahr ein Kalb zur Welt. Jedes Kalb trinkt rund 600 Kilo Milch. Pro Jahr fliessen also 7200 Kilogramm Milch hofintern von den Milchkühen zu ihren Kälbern.

Einstreu

Angenommen, der mittelgrosse Modellbetrieb im Mittelland baut 500 Aren Getreide an (eine Are = 10 x 10 Meter = 100 Quadratmeter), dann wird er von seinen Feldern rund 20 Tonnen Stroh einfahren und den Tieren das Jahr hindurch einstreuen.

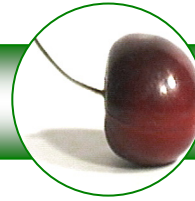
Dünger

Zusammen mit dem Kot der Tiere verlässt das gestreute Stroh den Stall und gelangt als Dünger wieder auf die Felder.

Kultur	Fläche	Erntemenge	Verwendung
Weizen	250 Aren	10.0 t Körner	Verkauf
Roggen	125 Aren	5.0 t Körner	Verkauf
Gerste	125 Aren	5.6 t Körner	Verbrauch intern als Futter
Getreide total	500 Aren	20 t Stroh	Verbrauch intern als Einstreu
Kartoffeln	125 Aren	37.5 t Knollen	25 t Verkauf, Rest intern als Futter
Karotten	70 Aren	24.5 t Rüebli	20 t Verkauf, Rest intern als Futter
Zwiebeln	55 Aren	22 t Zwiebeln	Verkauf
Grasland	850 Aren	85.0 t Futter*	interner Verbrauch



Produktion bis Verkauf



04 – Bio hautnah
Informationstext

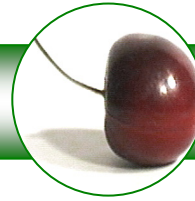


Hinzu kommen die Erträge aus der Tierhaltung. Dieser Modellbetrieb hält zwölf Milchkühe. Jede Kuh bringt pro Jahr ein Kalb zur Welt. Neun Kälber mästet der Betrieb, um sie als Jungrinder zu schlachten. Pro Jahr zieht er drei Kälber auf und schlachtet drei ältere Kühe, um die Kuhherde zu verjüngen. Das ergibt folgende Erträge:

Tierart	Anzahl	Ertrag total	Verwendung
Milchkühe	12	66 000 Kilo Milch	7 200 Kilo Milch als Futter für Kälber 58 800 Kilo Milch Verkauf
Ältere Kühe	3	600 Kilo Fleisch	Verkauf
Jungrinder	9	900 Kilo Fleisch	Verkauf

Die Warenströme zum Hof und vom Hof weg werden in der Buchhaltung des Bauernbetriebes durch Geldflüsse abgebildet. Diese verlaufen jedoch umgekehrt, weil Wareneinkäufe kosten und Warenverkäufe Geld bringen. Mit der Differenz sowie den Direktzahlungen des Bundes für ökologische Leistungen kann der Bauernbetrieb seine Betriebskosten zahlen und seinen Lebensunterhalt bestreiten. Im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft hat der Biolandbau geringere Erträge, dafür erzielt er für seine Produkte einen höheren Preis. Zudem kauft der Biobetrieb deutlich weniger Hilfsstoffe wie Pflanzenschutzmittel und Dünger zu. Das Betriebsergebnis wird dadurch für den Biobetrieb günstiger. Allerdings leistet er auch mehr Arbeit.





AB 1 Aufgaben und Leistungen des Handelsbetriebs

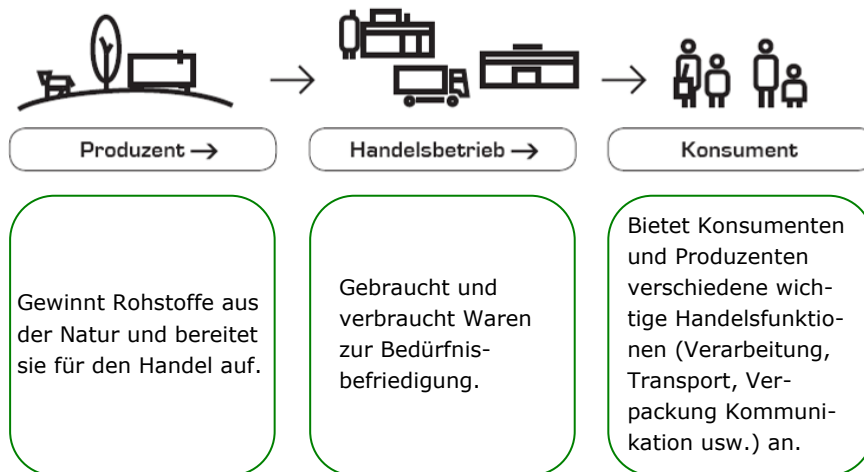
Schritte des Produktes vom Hof bis auf den Teller

Wenn keine Direktvermarktung ab Hof stattfindet, gelangen die Produkte über einen Handelsbetrieb an die Konsumenten. Es entsteht eine Handelskette:

Produzent → Handelsbetrieb → Konsumenten.

Jedes Glied in dieser Handelskette weist bestimmte Funktionen auf.

a) Ordne (mit Pfeilen) die verschiedenen Funktionen dem richtigen Glied in der Handelskette zu!



b) Was passt in welche Lücke?

- die Nachfrage
- das Angebot

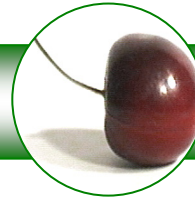
Dabei bestimmt _____ der Konsumenten _____ im Handel. Dies stellt hohe Ansprüche an den Handelsbetrieb und den Produzenten





Biologischer Anbau	Tierfreundliche Haltung	Verarbeitung	Vertrieb
Saatgut	Aufzucht	Milchtransport	Lieferung
Bodenpflege	Fütterung	Pasteur- und Homogenisation	Produktdeklaration
Pflanzenschutz	Melken	Reifung	Verkaufsstelle
Ernte	Kontrollen	Fruchtzufuhr	Konsum





AB 1 Lösung

a.

Produzent: Gewinnt Rohstoffe aus der Natur und bereitet sie für den Handel auf.

Handelsbetrieb: Bietet Konsumenten und Produzenten verschiedene wichtige Handelsfunktionen an.

Konsument: Gebraucht und verbraucht Waren zur Bedürfnisbefriedigung.

b. Dabei bestimmt die Nachfrage der Konsumenten das Angebot im Handel. Dies stellt hohe Ansprüche an den Handelsbetrieb und den Produzenten.

c.

Anbau

Im Biolandbau werden in erster Linie inländisches Saatgut, Pflanzgut und vegetatives Vermehrungsmaterial verwendet, die aus Knospe-Anbau stammen. Bio-taugliche Erdbeersorten zeichnen sich durch ein intensives Aroma und eine geringe Anfälligkeit gegenüber Schadorganismen aus.

Auf die Dauer wird nur ein lebendiger **Boden** schmackhafte Erdbeeren tragen. Die Anbauform sowie die Distanzen zwischen den einzelnen Beerengruppen müssen genügend Belichtung der Früchte während der ganzen Vegetationszeit gewährleisten. Alle Massnahmen verfolgen das Ziel, eine möglichst gute Fruchtqualität zu erzielen. Düngemittel bestehen aus organischer Masse und dürfen nur sehr limitiert eingesetzt werden.

Der Einsatz von klimatisch geeignetem und krankheitsresistentem Saatgut ist die wichtigste vorbeugende Massnahme für die Gesundheit sowie den Schutz der Erdbeerpflanzen. Vorbeugende Massnahmen und eine zurückhaltende Düngung erhöhen die Widerstandskraft gegenüber Schadorganismen. Der Einsatz von chemisch synthetisierten **Pflanzenschutzmitteln** ist im biologischen Landbau untersagt. Auch für die Ernte der Erdbeeren gilt der Grundsatz: Qualität erzeugen und erhalten. Dementsprechend hat Bio Suisse auch für die Qualität und Sortierung von Bio-Früchten Mindestvorschriften erlassen. So dürfen die Bio-Erdbeeren erst dann gepflückt werden, wenn sie das geforderte Reifestadium erreicht haben.

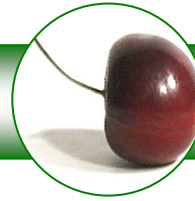
Tierhaltung

Milch gibt es nur, wenn Kälber geboren werden. Somit ist die Milchproduktion eng mit der **Züchtung** verbunden. Die biologische Landwirtschaft strebt die Züchtung einer gesunden Milchkuh an, die mit dem betriebseigenen Rohfutter über eine möglichst lange Zeit eine gute Milchleistung erbringt. Im Vordergrund stehen dabei nicht Maximalleistungen sondern Nutzungsdauer, Vitalität und Eutergesundheit.

Der **Speisezettel** einer Bio-Milchkuh besteht hauptsächlich aus Gras, Heu, Mais- und Klee-Silage. Als Ergänzung dazu gibt es verschiedene Getreide, Futterrüben, Erbsen oder Bohnen und etwas Mineralsalz.

Früher ging der Bauer im Stall von Kuh zu Kuh. In einem modernen Laufstall hingegen kommt die Kuh von selbst in den Melkstand, wenn es Zeit zum **Melken** ist. Das ist tierfreundlicher und bedeutet auch für den Bauern weniger Mühe, weil er nicht mehr Melkmaschinen und schwere Milchkannen schleppen muss. Die Milch wird in Rohrleitungen in den hofeigenen Kühltank transportiert. Im Durchschnitt produziert eine Schweizer Bio-Kuh 5500 Liter Milch im Jahr, das sind etwa 18 Liter pro Tag.





Die Einhaltung der Bio Suisse Richtlinien für Milchkühe bezüglich Platzangebot, Auslauf, Fütterung und Medikamenteneinsatz wird von **unabhängigen Kontrollinstanzen** mindestens einmal pro Jahr **kontrolliert**. Zudem wird auf die Verwendung von möglichst unschädlichen und biologisch gut abbaubaren Reinigungs- und Desinfektionsmitteln für die Melkanlagen Wert gelegt. Dadurch entsteht ein hochwertiges, natürliches Grundnahrungsmittel: Milch von einwandfreier Qualität.

Verarbeitung

Da die frische Milch nur beschränkt haltbar ist, wird sie sofort nach dem Melken gekühlt. Entweder liefert der Bauer die Milch zweimal täglich in die Sammelstelle, wo sie gewogen und danach in grossen Kühltanks gelagert wird, oder er behält sie bei sich auf dem Hof in einem kleineren Kühltank. Jeden Tag holt der **Tankwagen** die Milch beim Bauernhof oder bei der Milchsammelstelle ab und führt sie in die Käsereien und Verarbeitungsstellen.

Wenn die Milch «frisch ab Kuh» stehengelassen wird, rahmt sie auf. Die kleinen Fettkügelchen in der Milch steigen an die Oberfläche und bilden eine Rahmschicht. Um das zu verhindern, wird die Milch homogenisiert. Die Fettkügelchen werden so weit zerkleinert, bis sie nicht mehr aufsteigen und sich damit nicht von den übrigen Inhaltsstoffen trennen können. Gleichzeitig mit dem **Homogenisieren** wird die Milch stets auch pasteurisiert. Beim **Pasteurisieren** wird die Milch während 15 bis 20 Sekunden auf 75 bis 85 Grad Celsius erhitzt. Dieser Vorgang macht die Milch einige Tage haltbar, wenn sie gekühlt aufbewahrt wird.

Nach der Pasteurisierung wird die Milch in den Kulturtanks mit Milchsäurebakterien geimpft, die einen Teil des Milchzuckers (Laktose) in Milchsäure umwandeln. Durch die Bildung der Säure gerinnt die Milch. Die Milch wird im **Reifetank** bei 40–43 °C bis zum gewünschten Säuregrad gereift und dann auf die Abfülltemperatur von 23 °C gekühlt. Bei den stichfesten Joghurts wird die Milch direkt im Becher gereift. Wenn die so entstandene Joghurtbasis die gewünschte Dicke erhalten hat, wird sie wieder abgekühlt.

Nachdem das Joghurt dick geworden ist, werden ihm die Erdbeeren beigegeben. Diese und die übrigen Zutaten (Zucker und Zitronensaftkonzentrat) stammen aus kontrolliertem biologischem Anbau. Die Knospe garantiert, dass für Joghurts ausschliesslich Milch von Schweizer Biohöfen verwendet wird und dass keine Gentechnik und keine Zusatzstoffe eingesetzt werden.

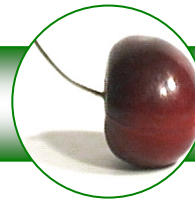
Vertrieb

Das hochwertige Produkt Joghurt bedarf einer anspruchsvollen Kühlkette. Dabei übersteigt die Temperatur nie die 5 °C-Schwelle. Obwohl auf diese Weise die Haltbarkeit der Joghurts während 28 Tagen gewährleistet ist, erfordert das Bekenntnis zur Frische einen kontinuierlichen Warenfluss. Die Lieferung von der Herstellerfirma in die Verkaufsstelle erfolgt deshalb täglich mit Kühllastwagen.

Auf der **Verpackung** werden dem Konsumenten wichtige **Informationen über das Produkt** vermittelt. In den Bio-Joghurts sind keine Farbstoffe enthalten. Deshalb ist das Erdbeer-Joghurt auch nicht knallrot, sondern entspricht dem natürlichen Farbton der Früchte.

Die **Verkaufsstelle** führt das Produkt im Sortiment, stellt es aus und kommuniziert dessen Bestehen. Das heisst, die Verkaufsstelle macht Werbung für das Produkt.





AB 2 Saisonquiz

Beim Konsum von Nahrungsmitteln macht es in der Regel Sinn, sie dann zu kaufen und zu essen, wenn sie frisch auf dem Markt sind. Einige Produkte sind lange lagerfähig andere können nur frisch konsumiert werden. Das Saison-Quiz zeigt dir, ob du saisongerecht einkaufen kannst. Schreibe zum Buchstaben die Jahreszeit des Menüs.

a) _____

Schweinsbraten
Kartoffelstock
Rotkabis

Apfelmus

Nüsslisalat

b) _____

Tomatensalat

Käseplatte mit Trauben

Brot

c) _____

Poulet mit Peperoni
Reis

Aprikosenkuchen

Kopfsalat

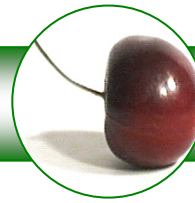
d) _____

Spargel weiss an Sauce hollandaise

Rhabarbercrème

Schinken
Salzkartoffeln





AB 2 Lösung

- a) Januar / Winter
- b) Oktober / Herbst
- c) Juli / Sommer
- d) Mai Frühling

Der Saisonkalender zeigt die Verfügbarkeit und Herkunft von Lebensmitteln pro Jahr:

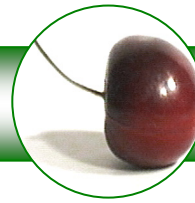
Gemüse	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez
Artischocken												
Auberginen												
Blumenkohl												
Bohnen												
Broccoli												
Catalogna												
Chinakohl												
Cima di Rapa												
Fenchel												
Fleischtomaten												
Gurken												
Kabis rot												
Kabis weiss												
Kartoffeln												
Kefen												
Knoblauch												
Kohlrabi												
Krautstiel												
Kürbis												
Lattich												
Lauch												
Nostrano Gurken												
Patisson												
Peperoni												
Peretti Tomaten												
Radieschen												
Randen												
Rettich												
Rhabarber												
Romanesco												
Rosenkohl												
Rüebli/Karotten												
Schwarzwurzeln												
Sellerie												
Silberzwiebeln												
Spargel grün												
Spargel weiss												
Spinat												
Stangensellerie												
Tomaten												
Wurz												
Zucchetti												
Zuckermais												
Zwiebeln												

 Saisonangebote Inland
 Import Europa

 Import Übersee
 nicht im Angebot



Produktion bis Verkauf



04 – Bio hautnah
Lösung 2



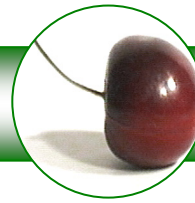
Früchte	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez
Ananas												
Äpfel												
Aprikosen												
Avocado												
Bananen												
Baumnüsse												
Birnen												
Blondorangen												
Blutorangen												
Brombeeren												
Datteln getrocknet												
Erdbeeren												
Erdnüsse												
Feigen frisch												
Feigen getrocknet												
Heidelbeeren												
Himbeeren												
Johannisbeeren												
Kaki												
Kirschen												
Kiwi												
Limes												
Litschi												
Mandarinen												
Mango												
Marroni												
Melonen												
Mirabellen												
Nektarinen												
Papaya												
Passionsfrüchte												
Pfirsiche												
Pflaumen												
Preiselbeeren												
Quitten												
Reineclauden												
Stachelbeeren												
Tafeltrauben												
Zitronen												
Zwetschgen												

 Saisonangebote Inland
 Import Europa

 Import Übersee
 nicht im Angebot



Produktion bis Verkauf



04 – Bio hautnah
Lösung 2

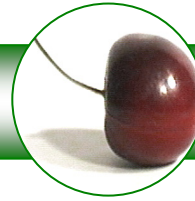


Blattsalate												
	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Baby Salat												
Batavia												
Bio Endivien grün												
Bio Lollo												
Carmine												
Chicorée												
Cicorino Trevisana												
Cicorino grün												
Cicorino rot												
Eichblattsalat												
Eisberg												
Endivie frisée												
Endivie Lavata												
Kopfsalat rot												
Kopfsalat												
Löwenzahn												
Nüsslisalat												
Römersalat												
Rucola												
Salanova												
Schnittsalat												
Zuckerhut												
Pilze												
Austernpilze												
Champignons												
Eierschwämme												
Kräuterseitling												
Shii Take												
Steinpilze												
ProSpecieRara												
Spinat Rote Gartenmelde												
Tomate Baselbieter Röteli												
Tomate Coeur de Boeuf												
Tomate Gezahnte												
Tomate Orange à gros fruits												
Hornpeperoni grün												
Hornpeperoni farbig												
Mangold rot												
Rüebli Küttiger												
Rüebli J. longue du Doubs												
Kartoffel Blaue Schweden												
Kartoffel Parli												
Federkohl												
Randen Chioggia												
Suppengemüse												
Pastinake												
Radiesli Eiszapfen												

 Saisonangebote Inland
 Import Europa

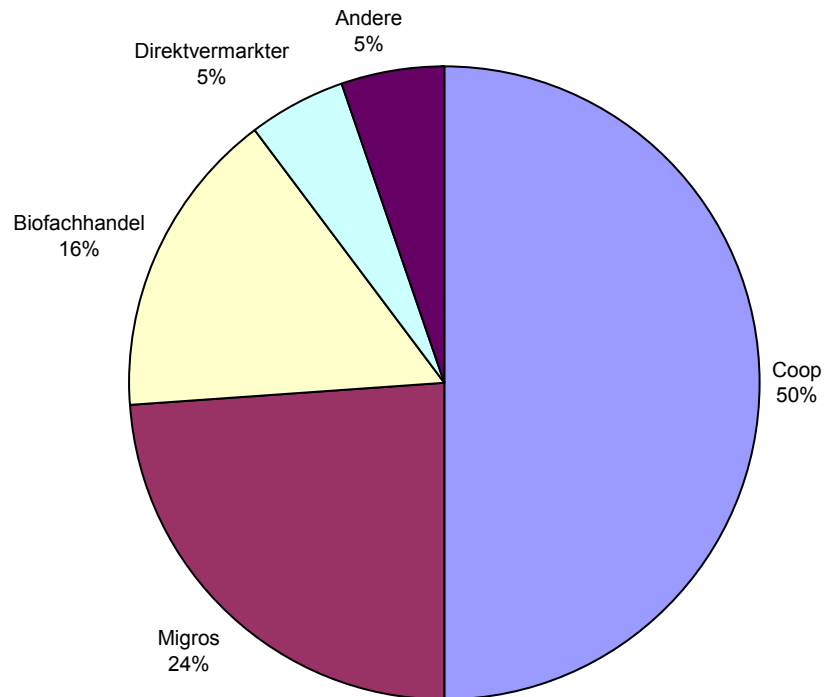
 Import Übersee
 nicht im Angebot





AB 3 Wer verkauft wie viel Bio?

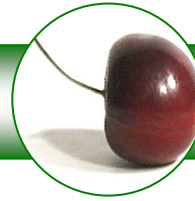
Anteil am Bio-Marktumsatz in Prozent im Jahr 2008



Bioprodukte sind heute auch dort zu kaufen, wo die meisten Leute einkaufen. Das ist praktisch, denn auch die Stadtbevölkerung will einen leichten Zugang zu Bioprodukten. Marktführer von Bioprodukten ist Coop, gefolgt von der Migros, Reform- und Bioläden sowie der Direktvermarktung.

- a) Du hast in deinem Unternehmen den Auftrag, den Umsatz von Bioprodukten zu steigern. Überlege dir mindestens drei verkaufsfördernde Massnahmen, wie du die Leute dazu bringen kannst, in deinem Laden mehr Bioprodukte zu kaufen.





AB 3 Lösung

→ Schüler- und Schülerinnenlösungen.

Mögliche Massnahmen:

- doppelte Treuepunkte (Supercard) beim Kauf von Bioprodukten
- Bioprodukte werden im Laden am besten positioniert
- Bio-Degustationen im Laden durchführen
- einzelne Gemüse- und Fruchtsorten sind im Laden nur in Bio-Qualität erhältlich, etc.

