

"Dank Gemüsespezialitäten und Direktvermarktung existenzfähig"

Sommerserie (3). Von Anfang an setzte Biobauer Urs Baumann auf Spezialitäten. Bekannt ist sein grosses Sortiment an farbigen Karotten.

Von **Franziska Imhof**

Auf dem Bundesplatz in Bern kann man sich über seltsame Abwandlungen der bekannten orangen Karotte wundern: Die weisse erinnert an einen mutierten Albino, die violette, fast schwarze wirkt dreckverschmiert und die kleinen weissen mit der konischen Form gehörten, so meint man, eigentlich ins Körbchen der Rettiche.

Die Kleinbauern Urs und Liliane Baumann führen in vierter Generation den Gemüse- und Fruchtbetrieb Bio-Baumann, der wegen seinem vielfältigen Sortiment an besonderem Gemüse über die Region hinaus bekannt ist. Von Beginn an richteten Baumanns ihren Anbau auf Spezialitäten aus. So setzte sich Junior Urs Baumann, getrieben von der Freude am Experimentieren mit unbekanntem Pflanzen, das ehrgeizige Ziel, jedes Jahr eine neue Art anzupflanzen. Ein Ziel, das er bisher dank genauer Verfolgung der Entwicklungen von Neuzüchtungen immer erreicht hat. So wuchs sein Repertoire an Raritäten der Gemüswelt.

Perspektiven mit Qualität

Mit farbigen Karotten, Käseemilch von Sonnenhängen und massierten Rindern setzt die Schweizer Landwirtschaft auf Qualität. Die LID-Sommerserie 2014 illustriert das Thema und stellt Innovationen vor, die qualitativ einzigartig sind und damit Bauernfamilien Perspektiven bieten, um in der Gunst der Konsumenten von heute und morgen zu punkten.

Erfolgreich vermarktet der Pionier in Sachen Gemüsespezialitäten seine Ware. Und das direkt. Würde er an Grossverteiler liefern, so hätte er als Kleinbauer keine Existenzgrundlage, erklärt Baumann. So führt er die Tradition seines Urgrossvaters weiter, der schon 1911 seine Ernte direkt auf dem Bundesplatz in Bern vertrieb und damit sein Einkommen sicherte. Die Direktvermarktung auf dem Markt in Bern zwei Mal die Woche wird durch den Direktverkauf ab Hof während zwei Tagen pro Woche ergänzt. Ausserdem versorgt Baumann die Wiederverkäufer in Bern (Hallerladen, Q-Laden) sowie ein Heim und mehrere Restaurants, darunter auch Gourmet-Betriebe, mit seiner Ware. Dabei hält er am Prinzip der Direktvermarktung fest: Wer seine Ware will, ist willkommen, diese auf dem Markt oder seinem Hof abzuholen.

Die Idee auf qualitativ spezielle Produkte zu setzen funktioniert: Mit seinen besonderen Nischenprodukten zieht er neue Kunden an, die sich auch mit "normalem" Gemüse bei ihm eindecken. Besonderes Kundenmagnet sind dabei die Karotten, die Familie Baumann mittlerweile in elf Variationen anbaut. "Nach einem eher schleppenden Einstieg, haben sich die Besonderheiten der Karotten herumgesprochen und sie sind heute sehr beliebt", sagt Baumann.

Geschmack variiert von Art zu Art

Vor allem im Geschmack überzeugen die Karotten. So wählt der Gemüseproduzent beim Saatgut das geschmackvollste aus. Aussehen habe im Direktverkauf, anders als beim Grossverteiler, zweite Priorität, so Baumann. Der süsse Geschmack der farbigen Karotten variiert von Art zu Art und wird durch verschiedene Faktoren beeinflusst. Ist ein Rüebli beispielsweise kalt und nass gewachsen, wirkt sich das positiv auf den Zuckergehalt aus. Ein im Sommer gereiftes hingegen ist weniger süss.

Verkaufsschlager bei den Karotten ist die traditionelle japanische Sorte Nutri-Red, die sich, einmal gekocht, in Geschmack, Farbe und Struktur verändert. Beliebt ist

die knackige, rote Rübe aber auch ihres sehr hohen Lycopin-Gehalt wegen. Denn dem Stoff, der auch Tomaten und Hagenbutten rot färbt, wird eine krebshemmende Wirkung nachgesagt. Ein Schwachpunkt der Nutri-Red ist für Baumann deren geringe Lagerfähigkeit. Deshalb lässt er die Karotten im Herbst möglichst lange im Feld, damit er die Lagerung im Kühlraum so weit als möglich ausschieben kann.

Abgesehen von den Nutri-Red findet man jedoch teilweise bis im Juni viele der farbigen Karotten vom Vorjahr im Angebot, da sie sich über lange Zeit gut lagern lassen. Jetzt im Juli sind schon die ersten diesjährigen Karotten auf den Markt. Wer aber die ganze Vielfalt der bunten Rübli kosten will, muss sich bis Oktober gedulden, dann ist Haupterntezeit.

Bescheidener Pionier

Obwohl der Absatz der bunten Karotten boomt, möchte Urs Baumann nicht ausbauen. Die derzeit interessanten Sorten habe er bereits im Sortiment, meint der Gemüsegärtner. Ausserdem ist der Anbau arbeitsintensiver als bei konventionellen Karotten. Einerseits, weil biologisch produziert wird, was mehr Unkraut und damit Zeitaufwand und Personalkosten mit sich bringt. Andererseits bringen die speziellen Karotten kleinere Ernteerträge ein und erfordern teilweise Handerte, was den höheren Preis gegenüber konventionellen, orangen Rübli ausserdem erklärt.

Trotz des aufwändigen Anbaus und der höheren Kosten, die bunten Karotten zahlen sich für Baumanns aus – nicht nur finanziell. Denn jede Sorte bringt neue An- und Herausforderungen mit sich, verlangt dem Bauern Einfallsreichtum ebenso wie Ausdauer ab und macht den Alltag des Gemüsegärtners dadurch zum abwechslungsreichen und kreativen Beruf.

Qualitative Differenzierung

Die Forschungsanstalt Agroscope hat eine Sammlung von 32 Produkten erarbeitet, die sich qualitativ abheben. Zum Thema findet zudem am 3. September in Tänikon die Abendveranstaltung "Wirtschaftliche Chance von zusätzlichen Qualitätsmerkmalen" statt.

www.ernaehrungswirtschaft.ch

Farbige Karotten



Farbige Karotten (2)

Direktverkauf ist das Unternehmenskonzept von Bio-Baumann. Auf dem Markt in Bern wird zwei Mal wöchentlich die Ernte verkauft. (fi)

Farbige Karotten (3)

(Bild: fi)

Urs Baumann

Urs Baumann auf seinem Karottenfeld. Die ersten diesjährigen Karotten konnten schon geerntet werden. (fi)

Verwandte Artikel

04.07.2014 ["Qualitätsprodukte sind eine Chance für die Schweizer Landwirtschaft"](#)

11.07.2014 [Die Sonne im Käse](#)

[Zum Inhaltsverzeichnis des Mediendienst Nr. 3180](#)

Diesen Artikel finden Sie online unter <http://www.lid.ch/de/medien/mediendienst/artikel/infoarticle/24773/?type=0&cHash=76f4a5e485>

© 2014 LID.CH Landwirtschaftlicher Informationsdienst