



Basel, Dezember 2020

Marge von Bio-Fleisch

Unsere Meinung zur Agroscope-Studie zu den Label-Produkten

Wir kennen die Vorwürfe der hohen Margen bei Bio-Produkten, wie sie unlängst auch durch den Schweizer Tierschutz STS auf der Basis einer Auftragsstudie von Agroscope erhoben wurden. Bio Suisse engagiert sich für faire Preise entlang der gesamten Wertschöpfungskette für alle Marktteilnehmer: Von Knospe-Höfen und Verarbeitungsbetrieben, bis zu den Händlerinnen und Konsumenten. Die Entscheidung über die konkrete Margenpolitik unserer Partner liegt jedoch nicht in der Kompetenz des Verbandes.

Nachhaltige Ernährung und Landwirtschaft sind ein wichtiges Anliegen der Konsumentinnen und Konsumenten, das zeigt sich auf verschiedenen Ebenen. Unter anderem auch im wachsenden Absatz biologischer Lebensmittel in den Läden. Bio ist also ein attraktiver Wachstumsmarkt für unsere Partner, die ihr Engagement sukzessive ausbauen. Besonders deutlich zeigt sich dies im Fleischmarkt, wo der Konsum insgesamt sinkt, bei Bio aber wächst. Viele der Aussagen der Studie stossen bei uns auf offene Ohren. An anderen Stellen wünschen wir uns allerdings eine differenziertere Betrachtung des Themas.

Preis ist nur ein Faktor von vielen

Im Laden ist der Preisunterschied zwischen Bio und konventionell einer von mehreren Faktoren, die den Kaufentscheid beeinflussen. Ob allerdings die einfache Regel "tiefere Preise, höhere Absätze" hier greift, ist unklar. Die Erfahrung aus früheren Konsumentinnen-Befragungen zeigt: Die hier geäusserte gute Absicht widerspricht oft der tatsächlichen Handlung im Alltag. Und schon heute zeigen die Zahlen: Bei einem Teil der Konsumentinnen und Konsumenten überwiegen Überlegungen für mehr Tierwohl und nachhaltige Landwirtschaft die Preisbedenken. Von 2015 bis 2019 ist der Absatz von Bio-Frischfleisch um rund 18 Prozent gewachsen, während der konventionelle Markt im selben Zeitraum zurückging.

Das Engagement von Bio Suisse für faire Preise geschieht auf verschiedenen Ebenen. Wir fordern Kostenwahrheit für alle Produkte, sodass auch die indirekten Folgekosten eingepreist werden und engagieren uns hier kommunikativ und politisch. Wir weisen auf Missstände hin, wenn Fleisch zu künstlich vergünstigten Preisen angeboten wird. Wir fördern die Ganztierverwertung im Bio-Kanal in der Zusammenarbeit mit den Verarbeitern und bauen die Absatzförderungsmassnahmen laufend aus.

Faire Handelsbeziehungen sind fester Bestandteil unserer Richtlinien. Deshalb bringen wir alle Marktakteure an einen Tisch, sprechen Probleme an und engagieren uns für die Ausarbeitung von Branchenlösungen. Wir führen regelmässig Gespräche mit Abnehmern auf allen Stufen und schaffen so Transparenz im Markt. Zudem setzen wir uns für stabile, kostendeckende Produzentenpreise ein.

Ganze Tiere verarbeiten

Die Knospe steht für ein ganzheitliches System. Deshalb erwarten wir von unseren Partnern, dass sie im Grundsatz alles anbieten, was im Inland biologisch produziert werden kann und nicht nur Rosinen picken. Das bedeutet auch, die Abnehmer kaufen ganze Bio-Tiere, auch wenn sie nicht alle Stücke gleich gut gebrauchen können.

Gewisse Teile des Tiers werden von Beginn weg deklassiert. Diese werden gar nicht im Bio-Sortiment angeboten, denn jedes Bio-Produkt buhlt um einen Regalplatz mit anderen Produkten, die höhere Umsätze oder Gewinne versprechen. Andere Fleisch-Stücke sind nicht in genügender Menge vorhanden, sodass sie keinen fixen Regalplatz erhalten. Solche Produkte werden dann üblicherweise in Bio-Aktionswochen an einem zweiten Verkaufspunkt in einer zusätzlichen Kühltruhe angeboten. Andere Produkte werden mit bis zu fünfzig Prozent liquidiert, wenn sie nicht rechtzeitig gekauft wurden. Bei einem Frischprodukt mit geringer Haltbarkeit wie Fleisch sollen solche «Abschreibungen» dem Food Waste entgegenwirken. Sie führen aber zu deutlich geringeren Einnahmen. Diese Faktoren wurden in den Untersuchungen ungenügend berücksichtigt.

Druck auf Produzentenpreise vermeiden

Konventionelle und importierte Produkte werden oftmals zu günstig angeboten. Viele Studien bestätigen, dass konventionelle Produkte zu billig sind, weil sie Folgekosten auf die Allgemeinheit überwälzen, zum Beispiel für die Reinigung des Trinkwassers von Pestiziden. Die deutliche Lücke zwischen Bio- und anderen Preisen macht Bio aus preislicher Perspektive unattraktiver. Doch daraus zu schliessen, Bio sei zu teuer, ist falsch. Bio Suisse möchte Druck auf die Produzentenpreise vermeiden. Um die Produzenten bei der Stange zu halten, müssen deren Kosten gedeckt sein, ansonsten besteht die Gefahr, dass das Angebot zurück geht, weil diese auf andere, ertragreichere Betriebszweige setzen. Aufgrund der höheren Produktionskosten verdienen schon heute Bio-Produzenten in einzelnen Bereichen zeitweise weniger als konventionelle Kollegen.

Produktion nach Knospe-Richtlinien ist teurer

Aufgrund der strengen Richtlinien der Knospe für Produktion und Verarbeitung fallen höhere Kosten an. Knospe-Richtlinien verlangen Bio auf dem ganzen Betrieb. Deshalb ist einer der wichtigsten Gründe für die höheren Preise der tierischen Bio-Lebensmittel das Bio-Futter, das je nachdem fast doppelt so teuer ist wie konventionelles Futter. Dieses muss ebenfalls Knospe-Qualität haben und in erster Priorität aus der Schweiz stammen. Auch fallen auf den Knospe-Höfen höhere Kapitalkosten an, weil die Tiere mehr Platz und Auslauf haben. Auch die extensive Grasfütterung der Wiederkäuer hat einen Einfluss auf die Preise. Die Tiere brauchen länger, bis sie ihr Schlachtgewicht erreichen, und diese längere Lebensdauer kostet Pflege, Platz und Futter. Weitere Kostengründe sind Kontroll- und Mitgliedschaftskosten.

Letzteres gilt auch für Verarbeitungs- und Handelsbetriebe. Weil die Waren getrennt verwaltet und gelagert werden müssen, führt dies zu höheren Kosten. Auch allfällige Zusatzstoffe müssen in Bio-Qualität sein mit den entsprechenden Kostenfolgen. Weitere Treiber sind zum Beispiel die, gemessen am immer noch kleinen Bio-Sortiment, hohen Kosten für Verpackung und Werbung oder die bereits oben aufgeführten Deklassierungen und Abschreibungen.

Weitere Auskünfte

David Herrmann, Verantwortlicher Medienstelle, 078 822 71 03