



Die Konsumenten sind der Schlüssel zum Erfolg

Referat Urs Brändli, Präsident Bio Suisse

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten entscheiden sich für Bio. Und diese Haltung kommt auf den Bauernhöfen an. Dass überdurchschnittlich viele Betriebe auf Bio umstellen, zeigt: Die Landwirte richten sich vermehrt nach den Bedürfnissen des Marktes aus.

Diese Entwicklung freut uns sehr. Bio Suisse wirbt seit Jahren um mehr Biobetriebe, um die steigende Nachfrage – wo immer möglich – aus inländischer Produktion zu befriedigen. Wir sind uns bewusst, dass damit auch die Verantwortung unseres Verbandes zunimmt. Hier darf ich sagen: Wir sind gut aufgestellt, pflegen über die ganze Wertschöpfungskette Partnerschaften und bieten den Biobetrieben Transparenz in allen wichtigen Produktbereichen.

Knospe-Bauern sind Teil einer funktionierenden Biobranche

Der Biomarkt tickt anders. Das beweisen wir bei der Biomilch seit Jahren. Zwar sind die Preise für Biorohmilch zu Beginn des Jahrtausends stark gesunken. Nach einer kritischen Phase und einem Zusammenrücken innerhalb der Biomilchbranche haben sich die Erlöse für die Biobetriebe heute auf einem akzeptablen Niveau eingependelt.

Dieses Beispiel zeigt, dass unser Erfolg in der Marktorientierung liegt. Wenn wir als Branche und nicht als Einzelkämpfer denken und handeln, können weitere langjährige Partnerschaften entstehen. Diese ermöglichen Markttransparenz und geben uns eine Übersicht, welche Bioprodukte in welchen Mengen gefragt sind. Jeder Biobauer muss sich als Teil einer funktionierenden Biobranche sehen. Dann sind Umsteller jederzeit willkommen.

Von Bio 3.0 zu mehr Bio in Landwirtschaft und Ernährung

Ein Thema, meine Damen und Herren, auf das ich an dieser Stelle immer wieder zu sprechen komme, ist Bio 3.0 – bzw. die Zukunft des Biolandbaus. In den letzten zwei Jahren haben wir mit den Bioverbänden aus Deutschland und Österreich mehrere Handlungsfelder definiert. Bereiche, die wir selbst beeinflussen können, wie die Ausbildung von Junglandwirten oder die Förderung von Innovation. Aber auch Bereiche, die wir nur indirekt beeinflussen können. Dazu gehören die Verteilung von öffentlichen Geldern oder die Kostenwahrheit bei Lebensmitteln.

Eine Biokonsumentin zahlt heute deutlich mehr als jemand, der konventionelle Produkte kauft. Bioprodukte sind teurer, die Mehrwertsteuer ist höher und mit den Steuergeldern zahlt sie zudem Schäden an Natur und Umwelt, die Produktionssysteme auslösen, deren Güter sie gar nie kauft.



Der Weg zu fairen Bedingungen ist noch weit. Zum Glück lassen sich immer weniger Leute nur vom Preis beeinflussen. Sie wünschen qualitativ hochstehende Produkte und bezahlen dafür gerne einen ehrlichen Preis.

Welche Ziele möchte Bio Suisse mittelfristig sonst noch erreichen? Mit «Avanti 2025» bestimmen wir in diesem Jahr die Leitplanken unseres Verbandes und der Knospe für die nächsten Jahre. Dass die Knospe auch in acht Jahren die nachhaltigste Marke sein wird, steht für mich ausser Frage. Wer uns diesen Spitzenplatz streitig machen will, darf gerne antreten. Ein Wettbewerb um mehr Nachhaltigkeit wäre ein sehr sinnvolles Rennen.

Bio Suisse bringt Politik ins Gleichgewicht

Ich möchte an dieser Stelle einen weiteren Punkt ansprechen, der mir als Präsident wichtig ist – das ist die Politik. Es sollen aber nicht die Inhalte sein, sondern, wie wir über diese Inhalte debattieren. Unsere neutrale Haltung zu den Initiativen des SBV, der Grünen und von Uniterre wird nicht überall verstanden. Dabei übernehmen wir sehr wohl politische Verantwortung. Als «produzierende Landwirtschaft, die zugleich die Umwelt schützt» verstehen wir unsere Rolle als konstruktiver Vermittler – gegenüber dem Schweizer Bauernverband wie gegenüber Pro Natura. Wir stellen Partnerschaft vor Konkurrenz, wollen Synergien nutzen und ziehen in der Politik, wie auf unseren Höfen, die langfristige Ausrichtung dem kurzfristigen Erfolg vor.

Meine Damen und Herren, die Politik muss Rahmenbedingungen schaffen, die der Landwirtschaft Perspektiven eröffnet. Sie soll Nachteile in Topographie und Kostenumfeld ausgleichen und Leistungen, die im Auftrag der Gesellschaft erbracht werden, abgelten. Marktkonforme Produktion und unternehmerisches Planen und Handeln hingegen sind Aufgaben, die wir Bauern selbst erledigen müssen.

Bio gestaltet den Weg transparent und bewertbar

Zum Abschluss möchte ich noch einmal auf «Avanti 2025» zu sprechen kommen. Eines wage ich heute schon zu prophezeien. Bio Suisse wird den Fokus, um mehr Bio zu erreichen, noch stärker auf den Markt richten. Wir wollen in Zukunft die Konsumentinnen und Konsumenten auf Bio umstellen! Denn zieht der Markt, stellen die Bauern von selbst um.

Die Politik, bzw. die öffentliche Hand könnte viel dazu beitragen, indem beispielsweise der Konsum von Bioprodukten gefördert würde. Was in vielen Ländern Europas bereits geschieht, ist in der Schweiz völlig inexistent! Dabei würden wir zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Die Bevölkerung würde sich gesund und ausgewogen ernähren und die Landwirtschaft würde nachhaltiger.

Alle Dimensionen der Nachhaltigkeit transparent und bewertbar machen, das ist der Weg von Bio, und das muss der Weg einer Schweizer Landwirtschaft sein. Wer auf eine Qualitätsstrategie aus dem Bundeshaus wartet, der wird ewig warten. Eine Qualitätsstrategie entsteht in Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Und die Erfolgskontrolle erfolgt durch die Konsumenten. Sie sind der Schlüssel zum Erfolg.