

Kartellrecht und Ernährungspolitik

Die Stellung von Bauern und Konsumenten zwischen Kartellrecht und Wachstumswirtschaft

11. Oktober 2007, Zürich

Diskussion

(im Anschluss an die 5 Statements):

Bieri: Besten Dank, Frau Bachmann, für Ihre Ausführungen. Wenn ich die Anschlussfrage stellen darf, Sie sagen, dass die KonsumentInnen diese Wertschätzung gegenüber den Lebensmitteln haben, und damit gegenüber den Produkten der eigenen qualitativ hochstehenden Landwirtschaft, und dass Sie auch die besondere Stellung der Verarbeiter/Verteiler im Blick haben. Würden Sie dann den Pool als Massnahme unterstützen, welcher nicht nur ein entsprechendes Entgelt der Bauern für ihre Produktion besser erreichen soll, um ihre Produktionskosten zu decken, sondern um eben auch dadurch den KonsumentInnennutzen zu sichern. Würden Sie das unterstützen?

Bachmann: Selbstverständlich unterstütze ich das. Ich verstehe eigentlich nicht, warum die Bauern das nicht schon längst machen. Warum sie sich solange so schlecht organisiert haben. Ich finde es gut, dass die Bauern dafür kämpfen, dass sie besser abgegolten werden. Und ich sehe es da auch ein bisschen wie Herr Horber und vertraue darauf, dass auf der anderen Seite sich die Preise am Markt bilden. Aber eben, in den letzten Jahren sind die Konsumentenpreise nicht heruntergegangen, obwohl die Produzentenpreise gesunken sind. Entsprechend hoffe ich nun auch, dass die Konsumentenpreise sich auch nicht deswegen nach oben bewegen, weil die Produzentenpreise teurer werden.

Bieri: Wenn wir das so hören und etwa die Diskussion um die Bio-Eier nehmen, könnten wir also sagen, dass die Kartellkommission durch die KonsumentInnen aufgeklärt werden könnte, dass das Pooling und Absprachen Massnahmen sind, um die eigene Qualität zu erhalten. Ich frage Herrn Prof. Richli, wäre das eine Möglichkeit, diese von Ihnen erwähnte Unklarheit in der Auslegung von Kartell- und Landwirtschaftsgesetz und die Art, wie die Kartellkommission sich äussert, durch eine klare Formulierung von Seiten der KonsumentInnen in der Schweiz zu beseitigen, indem gesagt wird, es brauche zur Erhaltung der Qualität der Ernährung solche Strukturen der Bündelung auf der Seite der Produzenten. Es ist ja der politische Druck, welcher den Kurs der Kartellkommission bestimmt. Könnten so die Unklarheiten, auf die Sie hingewiesen haben, beseitigt werden?

Prof. Richli: Es ist ja so, weil nicht alles klar ist, Handlungsmöglichkeiten noch offen sind. Die WEKO wendet das Gesetz an. Und das Gesetz geht davon aus, dass Preisabsprachen, also ein kartellistisch ausgehandelter Preis, ob aus ethisch hochstehenden oder aus rein ökonomischen Motiven, ist unerheblich, nicht erlaubt sind. Die Frage ist, wo bleibt die ökonomische Effizienz. Die Sicherung der Qualität kann ein Thema sein, auch für die WEKO. Was bedeutet denn Qualitätssicherung in der Landwirtschaft? Kann man davon ausgehen, dass nur durch solche Massnahmen die Qualität für eine gesunde Ernährung gesichert werden kann? Ist alles, was aus dem Ausland kommt, unter diesem Standard? Es wird Überzeugungsarbeit brauchen, um die WEKO vom Qualitätsargument, das heisst, vom Kundennutzen zu überzeugen. Das ist ja nicht ein Aspekt der ökonomischen Effizienz, da geht es ja um Fragen der Möglichkeiten, Kosten zu senken.

Es ist etwas leid in der Konzeption des Wettbewerbsgesetzes, dass man sagt, die countervailing power, die Herr Binswanger dargelegt hat, die kann ich eigentlich nicht kartellrechtlich organisieren. Da haben wir nicht die Möglichkeit von Gesamtarbeitsverträgen, wie das im Arbeitsmarkt der Fall ist, der ja nicht dem Kartellgesetz untersteht. Wenn ich also auf der Nachfrageseite ein Monopol habe, dann ist die Konsequenz im Kartellrecht nicht, dass ich unten beim polypolistisch geprägten Angebot ein Kartell bilden darf, sondern da habe ich als Monopolist den Preisüberwacher und die WEKO auf dem Buckel. Und da wird beim Monopolisten der Preis angeschaut, und man sagt eben nicht, dass da die Anbieter nun ein Kartell bilden dürfen, um eine Gegenmacht zu bilden. Da müssen die Leute auch etwas in Diskussionen verwickelt werden. Und wenn man die Leute in Diskussionen verwickelt, ist da sicher etwas herauszuholen.

Darum ist die heute vorhandene Unsicherheit bezüglich der Marktmacht gar nicht so schlecht. Man muss da schon noch etwas pickeln.

Bachmann: Man muss ja nicht immer bei allem wieder von vorne anfangen. Es gibt ja genug Studien, wie jene von St.Gallen vom letzten Jahr, wo gezeigt wurde, dass den Schweizer KonsumentInnen die Schweizer Lebensmittel nahe liegen, weil sie sicher und von hoher Qualität sind. Also artgerecht und natürlich, sowie aus der Nähe. Da muss die WEKO nicht noch neue Studien machen. Da kann sie das nachlesen, dass der Bedarf nach dieser Qualität von Seiten der KonsumentInnen unbestritten und vorhanden ist.

Bieri: Frage an den Ökonomen Herrn Prof. Binswanger. Sie haben gezeigt, es geht um sehr viel Geld. Und wenn nun da an der Decke aus verschiedenen Richtungen gezerrt wird, was da zu verteilen ist. Wenn nun durch Gegenmacht die Stellung der Produzenten gestärkt wird, damit die wegen Marktmacht vorhandene ungleiche Verteilung korrigiert wird, dann gibt das ja eine deutliche Verschiebung, also nicht weitere Rationalisierungen im Verteilgewerbe. Es geht also um die Marktmacht und um die Preisbildung, könnten Sie das noch etwas ausführen.

Binswanger: Es geht ja traditionellerweise immer um den Gegensatz Markt gegen Staat. Eine Marktlösung ist immer besser als eine staatliche Lösung. Das ist aber eine falsch Sicht der Dinge. Alle Argumente, die ökonomisch abgeleitet wurden, warum der Markt zu besseren Ergebnissen führt, sind abgeleitet worden unter Bedingungen, wo sehr viele Anbieter sehr vielen Nachfragern gegenüberstehen. Das heisst, dort wo es weder Marktmacht auf der Angebots- noch auf der Nachfrageseite gibt, da gibt es eine optimale Allokation der gesamten Güter und Dienstleistungen, das heisst, das ergibt ein paretooptimales Ergebnis. Das ist aber von der Realität weit entfernt. In der Realität haben wir meistens irgendwo Macht und dann führt der Markt dazu, dass diese Macht optimal alloziert wird. Das heisst, der Markt sorgt dafür, dass man diese Macht optimal durchsetzen kann, möglichst effizient. Aber diese Macht verschwindet dadurch nicht vom Markt. Also die Macht bleibt bestehen und insofern kann man eben nicht einfach Markt gleich Markt setzen. Man muss in jedem Markt ganz genau schauen, wo die Macht liegt. Wie dieser Markt aussieht, welche Art von Produkten da angeboten wird und je nachdem bei bestimmten Marktformen — wie bei dieser — schneidet die eine Seite schlechter ab als die andere. Je besser dieser Markt funktioniert, umso schlechter schneiden die Bauern ab, weil die Nachfrager ihre Marktmacht immer optimaler durchsetzen können. Insofern zahlt man dann dafür durch die Direktzahlungen. Der Pool ist ein Versuch, dieser countervailing power Ausdruck zu verleihen. Inwieweit das dann funktioniert, das muss man darauf ankommen lassen. Es wird dann in der praktischen Durchführung nicht ganz einfach sein eine ähnliche Marktmacht aufzubauen.

Bieri: Aber Sie würden auch sagen, man muss da Druck machen und entsprechend den politischen Willen formulieren; ohne dass von Seiten der Produzenten mit Hilfe der KonsumentInnen dieser Wille formuliert wird, wird es kaum gehen?

Binswanger: Ja, das denke ich, und was ich jetzt vorher interessant fand, ist, dass von der Milch- und Gemüsesseite eine andere Sichtweise zum Ausdruck kam als von der Fleischseite. Ich weiss nicht, liegt es am Produkt oder an den entsprechenden Märkten für Fleisch und Milch?

Horber: Sie möchten mit dem Aufbau der Angebotsmacht der Produzenten die Verhältnisse zu Ihren Gunsten verlagern. Das verstehe ich sehr gut. Nun, die marktmächtigen Verarbeiter und der Handel werden aber jene Preise realisieren, die ihnen der Markt ermöglicht. Und sie werden versuchen, diese Neuverteilung zu verhindern und ihren Anteil beizubehalten. Darum frage ich mich, ist Ihre Methode nur unter Freihandelsbedingungen überhaupt möglich und sinnvoll? Und zwar deshalb, weil am Schluss jene Preise realisiert werden, die der Markt und der Grenzschutz überhaupt ermöglichen. Deshalb habe ich den Eindruck, dass man um diese Freihandelsdiskussion nicht herumkommt. Und dann kommt natürlich Herr Fellay, den ich sehr gut verstehe aus der Sicht der Gemüseproduzenten, Nicht wahr, die Preise, die verlangt werden, — Sie sagen, der Handel und die Verarbeitung haben zu hohe Margen, das können Sie schon sagen, aber Sie haben jene Margen und Preise, die der Grenzschutz zulässt, also müssen Sie, um korrigierend einzugreifen, nicht einen Pool bilden, sondern auf den Freihandel umschwenken.

Fellay: Der Pool, das ist schön und gut. Die Gemüseproduzenten sind heute eigenständig und müssen schauen, dass sie am Markt einen Platz kriegen. Aber nur unter Druck entsteht die Möglichkeit zusammenzuarbeiten und der Druck kommt von Coop, Migros, Aldi usw.. Das führt dann noch lange nicht zu höheren Preisen. Da muss ich schon Frau Bachmann recht geben, es gibt heute eine Philosophie in der Schweiz, dass die Lebensmittel tief sein müssen. Wozu das? Wenn wir alle unsere teuren Mieten, Versicherungen etc. bezahlt haben, was bleibt noch übrig? Es ist so, dass man nur bei den Lebensmitteln sparen kann. Wir werden wahrscheinlich von dieser Situation nicht wegkommen.

Bieri: Ich möchte jetzt ins Plenum öffnen. Es steht zur Diskussion, der Markt entscheidet am Schluss. Der Markt besteht ja auch aus teilnehmenden KonsumentInnen und die Konsumenten haben doch ein Qualitätsinteresse..., gut, die einen denken nichts, wie gesagt wurde, aber die anderen werden eben doch informiert und lernen die Zusammenhänge sehen, dass ihr Kaufentscheid nicht belanglos ist, sondern dass sie damit Welten verändern. Und jetzt können wir uns überlegen, lassen wir diesen Markt einfach so bestehen — ich gebe Ihnen Recht, Herr Fellay, die Situation in der Gemüseproduktion ist nicht ganz gleich wie bei der Milch, aber dennoch bestätigen Sie doch, unter welchem Druck Sie stehen. Und Sie stellen ja auch fest, dass dieser Markt zu Ihren Ungunsten entscheidet. Und es wäre ja denkbar, wenn die KonsumentInnen intensiver informiert werden, welche Qualitätsverbesserung und welche Möglichkeiten bestehen, wenn sie die eigene Gemüseproduktion fördern würden, dass sie ein Potential von Wertschöpfung holen könnten, das u.a. auf den europäischen Autobahnen verfahren wird.

Hagenbuch: Es wurde doch jetzt einiges über Macht und Marktmacht gesagt. Ich danke sehr für das Statement von Frau Bachmann. Wir stehen als Produzenten auch vor den nachgelagerten Stufen. Beim Milchmarkt ist es einfach so, da gehen am Schluss 85% der Produkte über die zwei orangen Kanäle in der Schweiz. Marktmacht ist da ein sehr komplexes Thema. Es geht da schon um Preise, aber es geht auch um anderes. Wenn Herr Horber den Käse erwähnt hat, dass der ausländische Käse die Regale in der Schweiz auch bereichere, dann ist das nicht in der Zukunft so, sondern das ist Gegenwart. Dort ist es natürlich schon so, dass die Marktmacht eine grosse Rolle spielt. Ich habe das Beispiel des Mozarellas zitiert. Warum ist derselbe Mozzarella, der nicht in der Schweiz produziert wurde, warum ist dieser Mozzarella in der Schweiz billiger als im selben Migros in Lörrach oder in Genf? Warum? Da kommt natürlich schon der Verdacht auf, dass da ein Preisdruck ausgeübt wird, der, wenn ich Frau Bachmann höre, von den Konsumenten gar nicht so gewünscht wird. Weil wir sich öffnende Märkte haben beim Käse und auch bei der Milch, versuchen wir Milchproduzenten die Importprodukte von den Produkten aus der Schweiz abzugrenzen. Die normale Gesetzgebung sagt, das Schweizer Kreuz kann verwendet werden, wenn da 50% der Wertschöpfung aus der Schweiz drin ist. Und Wertschöpfung wird gemessen in Geld und es heisst nicht Milch. Für uns (und die Konsumenten) ist wichtig, dass Milch, Fleisch oder Gemüse „drin“ ist. Darum brauchen wir das Suisse garantie, weil nur dieses Schweizer Kreuz sicher stellt, dass der Rohstoff eben aus der Schweiz kommt, das ist das Zentrale. Es gibt Grossverteiler, die befürworten das, es gibt Grossverteiler, die sagen, wenn ihr uns ein Palette Butter mit dem Schweizerkreuz drauf an die Rampe liefert, dann könnt ihr es gerade wieder mitnehmen. Wir wollen das nicht, wir wollen uns da die Freiheit offen halten. Es geht eben nur darum, dass wir dem Konsumenten die Transparenz bieten können. Das ist eben auch „Marktmacht“, wenn man verhindert, dass die Produkte dem Konsumenten klar kenntlich gemacht werden.

Jetzt haben wir beim Milchpreis eine Bewegung von 6 Rappen realisieren können. Das macht für den Milchproduzenten im Durchschnitt ca. 600.- Franken pro Monat und für den Konsumenten ist es der Preis eines halben Kaffee crème pro Monat. Das ist eben schon ein Unterschied und das muss man aus Sicht der Produzenten kommunizieren.

Fellay: Es gibt Marktmacht, aber es gibt auch die Realität des Kaufentscheides. Es ist, wie es Herr Hagenbuch gesagt hat. Man versucht mit Suisse garantie unsere Produkte zu verkaufen; auf der anderen Seite wissen wir ganz klar, dass die Konsumenten erst am Verkaufsort sich entscheiden, was sie wollen, und wenn wir nicht die Möglichkeit haben, am Verkaufsort direkt dem Konsumenten zu zeigen, das ist Schweizer Gemüse, dann können wir uns so gut organisieren, wie wir wollen, dann haben wir überhaupt keine Chance, das Angebot zu differenzieren und den Konsumenten zu überzeugen.

Bieri: Das ist ja ein Anliegen, das für alle anderen Produzenten auch gelten könnte. Was Herr Hagenbuch auch gesagt hat, die Information ist ein Teil des Produktes und die Information muss zum Konsumenten vordringen können und darf nicht abgeblockt werden können. Wir hatten vor mehr als zehn Jahren noch

die agrosuisse, welche jeden Morgen am Schweizer Radio die Konsumenten über die Produkte informierte, was es saisonal frisch auf den regionalen Märkten an Schweizer Produkten zu kaufen gab, vor allem auch das frische Gemüse; und weil Migros und Coop die Beiträge an diese Einrichtung nicht mehr bezahlt haben, ist diese Informationsquelle versiegt. Und prompt war die Reaktion darauf, dass mehr Import in unsere Läden gekommen ist. Das war die Geschichte der agrosuisse.

Bachmann: Hier muss ich aber auch noch sagen, wir haben immer noch eine Herkunftsdeklarationspflicht. Die droht zur Zeit zu kippen, weil der Bundesrat meint, die Konsumenten brauchten nicht zu wissen, woher die Peperoni oder die Gurken kommen. Aber bis jetzt ist es noch so. Apropos Suisse garantie muss ich noch sagen, gestern gab's bei der Migros Brüsseler offen im Verkauf und gleichzeitig stand oben gleichzeitig: aus der Schweiz, aus Belgien und aus Frankreich. Da muss ich dann raten, woher der Salat wohl kommt? So nützt das ja nichts. Das ist das Problem in den Läden drin. Da müssen die Produzenten mehr Druck machen, dass diese Herkunftsbezeichnung besser angewandt wird, weil das ja genau den Geschäftserfolg und den Absatz der Produzenten einschränkt und zu finanziellem Verlust führt.

Fellay: ... und wir Produzenten sind auf die Konsumenten angewiesen, uns zu helfen, bei Coop und Migros diese Kontrollarbeit zu leisten.

Bieri: Ja, genau darum geht es, um diese Gegenseitigkeit Produzenten — Konsumenten. Da hätten sich also die Konsumenten und Produzenten schon geeinigt.

Peter Moser: Das letzte Beispiel illustriert eigentlich das Dilemma, worin sich die Diskussion jetzt auszeichnet, am Schluss müssen wir auf jedes Hörnli das Schweizerkreuz oder was auch immer malen. Das kann ja nicht die Lösung sein. Das bringt uns zurück zur historischen Entwicklung und das heisst, wir müssen diese Eigentumsfrage wieder stellen. Wir müssen fragen, wer kommuniziert wie mit wem? Und das, was wir produzieren, das hat schon Adam Smith am Ende des 18. Jahrhunderts geschrieben, der Sinn der Produktion ist der Konsum. Also geht es um die Frage, was haben die Dienstleister für eine Funktion, sie haben die Aufgabe, einen Dienst zu leisten. Also kommen wir zurück zu dem und sagen, wir müssen die Ernährung von den Produzenten und den Konsumenten zusammen lösen, das ist das, was die Genossenschaftsbewegung versucht hat, teilweise ist es gelungen, aber teilweise auch nicht. Aber wir kommen um diese Fragestellung nicht herum. Und da stellen sich dann die Fragen eben auch anders. Es ist ja absurd, wenn ich dieser Diskussion zuhöre, alle sagen, der Preis spielt keine Rolle, und im konkreten Geschäftsleben dreht sich am Schluss alles einzig allein nur um den Preis. Also irgendetwas stimmt nicht. Wir müssen von der Organisationsbildung her zu einer neuen Lösung kommen. Das ist die Idee hinter dem Pool, es geht nicht nur um Marktmacht, das ist logischerweise ganz wichtig. Aber eben diese Marktmacht manifestiert sich nicht über den Druck über die Medien oder was auch immer, oder soll man die Auseinandersetzung auf den einzelnen Konsumenten verlegen — natürlich stört mich das auch mit dem Brüsseler, da wird man ja wahnsinnig — sondern es geht um die Organisation, wie organisieren wir diese Branche? Da haben wir die Möglichkeit eines Neuanfanges — oder wir können so weiterwursteln.

Öffnung der Diskussion ins Plenum:

Peter Kistler, Gemüsebau, Reichenburg: Frau Bachmann, sie haben die Länderdeklaration angesprochen, da gebe ich den Ball Ihnen zurück. Sie hätten gegen diese Entwicklung auf den Verpackungen, dass da nun mehrere Länder aufgedruckt sind, schon lange von Konsumentenschutz her einschreiten müssen. Diese Entwicklung ist ein Herausschleichen der Verteiler aus der Deklarationspflicht. Wenn Sie sagen, die Konsumenten bevorzugen die Schweizer Produkte, dann müssen Sie einschreiten, weil nur Sie glaubwürdig sind. Wir Produzenten sind da am schwächeren Hebel, da man uns vorhält, wir verlangten die Deklarationspflicht aus Eigeninteresse.

Bachmann: Wenn ich der Diskussion zuhöre, schlage ich Ihnen eben vor, was ja früher schon erfolgreich war, dass wir, Produzenten und Konsumenten, uns in Zukunft als eine Allianz verbinden. Wir haben ja am Schluss die gleichen Interessen und ich empfinde es als verpasste Gelegenheit, dass wir als Produzenten- und Konsumentenorganisationen uns nicht in Zukunft etwas kecker verbinden und gegenüber der anderen Seite auftreten. Ich würde vorschlagen, dass wir das bei dieser ganzen Pooldiskussion auch berücksichtigen. Ich bin dabei.

Applaus

Peter Kistler, Reichenburg, SZ: Ich hoffe schwer, dass betreffend den Bemühungen des Bundes, die Herkunftsbezeichnung zu beseitigen, der Konsumentenschutz nun ganz energisch darauf pocht, dass diese Pflicht zur Herkunftsbezeichnung bestehen bleibt. Ich hoffe auf Ihre Mithilfe.

Nun noch zur Preistransparenz, ich bin Gemüseproduzent. Der Preis für den Nüsslisalat schwankt zwischen 6 und 25 Franken. Die Natur bringt das eine Mal viel, ein anderes Mal wenig. Die sich daraus ergebenden Preisunterschiede werden im Laden nicht kenntlich gemacht und weitergegeben. Wenn wir viel Ware haben, gehen die Preise im Laden nicht herunter und dann bleibt die Ware liegen.

Moritz Bachmann, Littau, LU: Ich bin Milchproduzent und halte Schweine, ich habe früher für Coop gemästet und heute mäste ich QM-Schweine. Frau Bachmann hat die steigenden Krankenkassen angesprochen. Das hat seinerzeit die Konsumentenseite verlangt, weil sich das verlangte Obligatorium letztlich so auswirkt. Frau Sommaruga hat auch schon an einem Podium bei uns Bauern teilgenommen und dort gesagt, wir wollen sichere Lebensmittel, wir wollen gute Lebensmittel, aber wir wollen nicht mehr bezahlen. Und heute nun höre ich ganz etwas anderes. Aber wie lösen wir das Problem, wenn nur Zweidrittel der Konsumenten so handeln, wie Sie nun erläutern haben? Dann können die anderen 40% immer noch sich anders entscheiden.

Frage an Herrn Horber: Warum kann man in der Fleischbranche das Kilo für 70 Franken verkaufen und dann noch Aktionen machen? Diese Preisdifferenzen gehen bei mir nicht auf. Wenn bei uns Produzenten die Preise steigen, machen die Verteiler noch Aktionen.

Bieri: Will jemand vom Podium antworten? Ich würde jetzt einmal auch auf Seiten der Produzenten das heutige Angebot entgegennehmen und jetzt den Neubeginn ins Auge fassen. Wer meldet sich noch?

Josef Kunz, Grosswangen LU, Milchproduzent: Die Frage ist ja — und es hat sich gezeigt an den ganzen Voten, die abgegeben wurden, — wie bringen wir wieder mehr von der gesamten Wertschöpfung zum Produzenten? Das ist die Frage! Ich muss den Konsumenten zugute halten, dass sie im Laden einen guten Preis bezahlen. Mein Sohn produziert Freiland Eier, das ist die zweithöchste Wertstufe nach „Bio“. Man bekam vor 8 Jahren 33 Rappen und heute noch 25 Rappen. Das Ei wird verkauft je nach Abpackung für zwischen 57 und 73 Rappen. Hier liegt die Problematik stellvertretend für alle anderen Produkte. Wie holen wir einen Teil dieser grossen Preisspanne zurück zum Produzenten. Der Produzent kann keine Reserven schaffen. Die Ställe veralten. Es fehlen den Produzenten hier die Mittel, damit sie in unserem Land weiterproduzieren können. Weltweit wird die Verknappung der Nahrungsmittel weitergehen. Vor drei, vier Jahren wurde ich an den Universitäten St. Gallen und Zürich ausgelacht, wenn ich gesagt habe, es ist nicht normal, dass einer bald 1000 ha bewirtschaften muss, damit er existieren kann. Und siehe da, die Fleischlager in der EU sind leer, die Butterlager sind leer, die Weizenvorräte gehen zurück und jetzt ist der Tag X da, wo wir zur landwirtschaftlichen Produktion Sorge tragen müssen und deshalb mehr Wertschöpfung zu den Produzenten muss. Jetzt ist unsere Branche gefordert. Es muss Transparenz geschaffen werden. Die Grossverteiler verhandeln gar nicht mehr mit uns Produzenten, sondern mit unseren Organisationen, und diese müssen wir aus dem Schlaf wecken. Bei den Eiern wären 3 Rappen mehr bereits existenzsichernd. Und jetzt muss — auch diese Feststellung stellvertretend für alle anderen Bereiche — jetzt kann doch keiner sagen, wegen diesen 3 Rappen würde der Verteiler zusammenbrechen.

Diese Antwort möchte ich vom Podium erhalten: Wie holen wir mehr Wertschöpfung zum Produzenten?

Applaus

Robert Hess, Hinwil, Milchproduzent: Der Vortrag von Herrn Prof. Binswanger hat mich sehr beeindruckt. Aber das Erstaunen, warum der Gemüsebauer oder der Mäster oder der SMP-Mann etwas anderes sagen als der Vertreter der Fleischbranche, kann ich Ihnen schon beantworten. Die einen sind Produzenten und Herr Horber ist von der Verwerterseite. Früher war Herr Horber der Direktor des schweizerischen Metzgermeisterverbandes, heute ist er Direktor der Branchenorganisation Fleisch. Sie sagten vorher in Ihrem Referat, es sollten mehr kleine Anbieter und kleinere Abnehmer sein. Wenn wir von den Grossverteilern reden, ist das schlicht unmöglich. Diese verkaufen nicht nur 85% der Ware der Produzenten, sie machen auch 100% der Vorschriften für die Produzenten. Wir Produzenten müssten im Prinzip eine Palastrevolution machen, damit wir unter den Produzenten endlich zusammenhalten. Nicht 100 Label, sondern ein Label für die Schweiz. Auch die Fenaco möchte ich nicht verschonen, diese redet inzwischen auch lieber mit

Migros und Coop als mit den Produzenten. Und der Bauernverband wehrt sich in dieser Beziehung auch zu wenig. Wenn wir das Angebot bündeln wollen, dann müssen wir ganz andere Schritte einleiten. Da wird es nötig sein, wie Josef Kunz auch gesagt hat, dass wir unsere Verbände endlich aus dem Busch klopfen. Wenn die Verbände sich aber nicht bewegen, dann werden die Beiträge nicht mehr bezahlt. Die Verbände müssen einen klaren Leistungsauftrag haben. Wenn sie diesen wahrnehmen, dann wird bezahlt, sonst nicht. Was wird aber stattdessen gemacht? Es werden die Beiträge beim Bundesrat für allgemein verbindlich erklärt, das ist eine reine Katastrophe. Alle anderen haben einen Leistungsauftrag, nur unsere Verbände nicht. So können wir nie eine Marktmacht bilden.

Fellay: Kurze Bemerkung, die Erwartung der Bauern an die Verbände sind sehr, sehr unterschiedlich. Die Gemüsebauern erwarten von unserer Organisation überhaupt nicht, dass wir uns auf dem Markt einmischen. Wir haben bisher hier ein Tabu gehabt. Es geht noch so weiter und es ändert sich erst etwas, damit wir uns einmischen können, wenn der Druck hoch genug ist. Die Bauern wollen eigenständig bleiben, solange es geht. Das ist zur Zeit die Realität.

Treichler, Büessikon, ZG: Ich möchte ein Beispiel der Bio-Eier bringen. Der Handel, der Einkäufer, will am günstigsten einkaufen. Seit es das Knospen-Ei gibt, haben wir dafür geschaut, dass schweizweit ab jedem Stall der gleiche Preis bezahlt wird. Gleichzeitig haben wir auch mit unseren Händlern von einer Allianz gesprochen, dass sie auch mithelfen, bei Migros und Coop unsere Preise zu verteidigen. Als beispielsweise vor zwei Jahren der Biopreis ein wenig sank, haben wir bei Migros und Coop von der Biosuisse her ganz klar gesagt, dass die Preissenkung nicht für sie gedacht ist, dass sie nichts zu holen haben, sondern, dass diese Senkung für die Händler gedacht ist, weil sie in der Zwischenzeit auch höhere Marktleistungen erbringen. Fazit ist, dass wir uns mit den entsprechenden Händlern alliiieren müssen, auch mit dem Konsumentenschutz und dem Konsumentenforum, und dass wir die Produkte bis zum Konsumenten begleiten wollen. Das sagen wir auch immer wieder. Es ist aber schwierig, wenn man eine produktbegleitende Information mitgeben will, bei Migros und Coop Gehör zu finden. Das wäre uns ein sehr grosses Anliegen.

Bieri: Das bestätigt, dass die Information über die Qualität der Lebensmittel der springende Punkt ist. Diese muss von den Produzenten an den Konsumenten gemittelt werden können. Und da ist das Interesse des Verarbeiters/Verteilers eben oft anders.

Prof. Richli: Die Frage ist immer, wo bleibt der Schwarze Peter hängen? Es geht nicht ohne eine integrale Zusammenarbeit. Es hat mich schon merkwürdig berührt zu sehen, wie viele Organisationen gebildet worden sind im Zusammenhang mit dem vorzeitigen Ausstieg aus der Milchkontingentierung. Da hat man natürlich auch einiges verpasst. Wenn so viele Organisationen gebildet werden, dann ist das schwieriger, eine countervailing power aufzubauen. Und da muss sich die Landwirtschaft noch etwas mehr zusammenschließen, um Art. 8 des Landwirtschaftsgesetzes auch wirklich auszunützen. Und daneben ist es ein wirklich tolles Ereignis heute, dass wir sehen, dass Frau Bachmann auch bereit ist, zur WEKO auch mitzugehen und dort die Qualitätsargumente auch in einen Diskurs zur Frage nach der Kartellverträglichkeit einzubringen. Sicher ist, dass man dieses Argument vor allem über Art. 8 Landwirtschaftsgesetz bringen muss, denn das Kartellgesetz 1985 wurde eben aufgehoben. Dort hat man ausdrücklich noch drin gehabt, dass Qualitätssicherung auch die Möglichkeit einer Kartellbildung gab.

Heute ist das eben nicht mehr so. Man hat sich einseitig — und das hat das Parlament entschieden — auf die wirtschaftliche Effizienz eingeschossen. Es steht nichts mehr direkt von Qualitätssicherung. Ich finde das wirklich toll, diese Offerte der Konsumenten bzw. des Konsumentenschutzes mit den Branchen zusammenzuarbeiten. So wird auch in Bezug auf die WEKO etwas erreicht werden können.

Lüscher: Drei Punkte, Schlüsse aus der heutigen Tagung:

Die Bruttomarge: die Bruttomarge beträgt bei den Grossverteilern in der Schweiz 36 bis 38%, in der EU sind es 16 bis 18%. In der Wertschöpfungskette kann deshalb sicher ein Teil dieser Differenz an die Basis, also an die Produzenten oder auch an die Konsumenten weitergegeben werden. Diese Möglichkeit dazu ist durchaus vorhanden, weil die Produktion in der Schweiz abgenommen hat.

Die Deklaration: also die Frage, unter welchen Rahmenbedingungen wird produziert. Da müssen wir uns nicht scheuen Deklaration zu fordern, denn wir Schweizer Produzenten und Produzentinnen können zu unserer Ware stehen.

Drittens, das entsprechende Marketing: was nützt es, wenn niemand weiss, was wir produzieren? Solange wir das Marketing den Grossverteilern über das Direktzahlungskonto überlassen, machen wir den grössten

Fehler in der schweizerischen Landwirtschaft. Das Marketing muss zurück zur Basis, zu den Basisorganisationen, so wie das früher zum Teil gemacht wurde. Dieses Marketing muss an die heutigen technischen Möglichkeiten angepasst werden.

Bieri: Ich danke für dieses klare Votum am Schluss der Diskussion von Markus Lüscher, auch Prof. Richli hat bereits vorher quasi das Schlusswort gesprochen. Ich schliesse deshalb in Anbetracht der fortgeschrittenen Zeit die Diskussion. Allen Referenten und den Podiumsteilnehmern danken wir für ihre Beiträge und dass sie alle geholfen haben, dieses Ergebnis von heute zu gebären, dass Produzenten und Konsumenten nun wirklich Ernst machen müssen und das Schicksal in die Hände nehmen, um das Lebensproblem der Ernährung wieder klar nach unseren Bedürfnissen auszurichten. Denn unser Körper ist Natur und der Landwirt arbeitet an der Natur, an dieser Voraussetzung der Natur, das sind begrenzte Lebensverhältnisse, daran können wir nichts ändern. Wir müssen das einsehen und dafür sorgen, dass wir diese Lebensqualität erhalten können. Wir müssen das Marketing, was auch Herr Lüscher am Schluss gesagt hat, von der Produktion her, vom Boden her bis zu den Konsumenten betreiben. Um diese Marktmacht zu erreichen, müssen sich die Produzenten zusammenraufen. Dieser Prozess der Bündelung der Produzenten, soll dann die Prüfung durch eine Kartellkommission mit der Hilfe der Konsumenten mühelos bestehen können.

Ich danke allen Referenten, den Teilnehmern am Podium fürs Mitmachen.

HB