Zeitschrift: Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge

Herausgeber: Bioforum Schweiz

Band: 59 (2004)

Heft: 1

Artikel: Nachhaltigkeit ist mehr als biologisch produzieren!

Autor: Bucher, Peter

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-903759

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Nachhaltigkeit ist mehr als biologisch produzieren!

Jahrzehntelang haben sich die Bio-Bauern für eine nachhaltige Landwirtschaft eingesetzt. Nun erlangt ihre Wirtschaftsweise immer mehr Anerkennung. Mit der Zunahme der biologischen Produktion gehen auch neue Absatzwege einher. Als gesellschaftskritische Bewegung dürfen die Bio-Bauern diese Absatzwege nicht den traditionellen Marktkräften überlassen. Am Beispiel der Milch, einem zur Zeit heiss diskutierten Thema, soll gezeigt werden, mit welchen Vermarktungsstrukturen die Einflussmöglichkeiten der Bio-Bauern steigen.

Ausgangslage

Die Bio-Milch wird grösstenteils zu Frischprodukten verarbeitet. Da diese kaum lagerbar sind, führen die grossen saisonalen Schwankungen der Produktion zu zeitweiligen Überschüssen. Zwar sind die Produktionsschwankungen im Berggebiet am grössten, doch weil Bio-Milch in der ganzen Schweiz gehandelt wird (von Verarbeitern genauso wie vom Biomilchpool oder von MIBA), drückt sie, wenn sie irgendwo zuviel ist, überall auf den Preis. Zu dieser Problematik kommt nun noch dazu, dass die Milchkontingentierung ab 2006 gelockert und ab 2009 sogar ganz aufgehoben wird.

Aber nicht nur der Rohmilchmarkt ist national, auch der Verkauf an den Konsumenten: das Ostschweizer Bio-Joghurt der Molkerei Biedermann konkurriert in Genf mit dem vor Ort verarbeiteten, und der Genfer Weich-käse Val d'Arve verdrängt in der Coop-Filiale Küssnacht das Konkurrenz-Erzeugnis von Baer gleich vor dessen Haustür. Womöglich stammt die Milch in zwei konkurrierenden Produkten aus demselben Gebiet. Wer seine Milch und Milchprodukte nicht direkt an den Konsumenten verkauft, hat keinen Überblick über die Vermarktungswege.

Direktverkauf oder Koordination?

Verlassen die Vermarktungswege die Dimensionen des Direktverkaufs – und das ist seit dem Einstieg der industriellen Verarbeiter und der Grossverteiler in den Bio-Markt geschehen – so muss sich auch das Denken und das Verantwortungsbewusstsein diesen Veränderungen anpassen. «Lokal handeln, aber global denken» heisst ja ein Grundsatz der Nachhaltigkeit. Wer seine Produkte nicht im Direktverkauf, sondern über Verarbeitung und Handel absetzt, ist es nicht nur sich selber, sondern auch seinen Berufskollegen schuldig, an einer nationalen Koordination mitzuwirken.

Bio-Organisationen können ihre Mitglieder zu einer Koordination zwingen oder aber Überzeugungsarbeit leisten. Durch Zwang kann kurzfristig ein hoher Organisationsgrad erreicht werden. Es besteht aber die Gefahr, dass mangels Überzeugungsarbeit ein handlungsunfähiges Gebilde entsteht oder dass sich Fraktionen abspalten und eine Koordination erschweren. Um die Produktion bedarfsgerecht und nachhaltig zu gestalten, ist langfristig die Überzeugung der Bauern für die Notwendigkeit einer Koordination nötig.

Bekannte Ideen

Für die Koordination der Belieferung der grossen Bio-Milchverarbeiter, die ihre Erzeugnisse in der ganzen Schweiz verteilen, genügen eine bis drei bäuerliche Non-Profit-Organisationen. Diese Organisationen schliessen mit ihren Produzenten Abnahmeverträge ab und bezahlen das Milchgeld, organisieren den Transport und verkaufen die gebündelte Milch den Verarbeitern franko Fabrik. So können die Bauern am besten beeinflussen, was mit Überschussmengen aus Produktions- und Nachfrageschwankungen geschehen soll. In den Abnahmeverträgen werden nicht nur Jahres-, sondern auch Monatsmengen festgelegt, um die saisonalen Schwankungen besser in den Griff zu bekommen. Dabei können die Produzenten selber über die Spielregeln entscheiden, z. B. ob alle den gleichen Milchpreis erhal-

Wenn wir der Entwicklung den sogenannt freien Lauf lassen, werden Betriebe wie diese Alpkäserei bald vom Markt abgehängt. Die beteiligten Bauern, und mit ihnen die Region, verlieren Einkommen und natürliche Ressourcen werden zugunsten von Importen brach liegen gelassen.

ten, wer wieviel produziert und wer welche Transportkosten trägt oder welchen Anteil der Kosten der starken Produktionsschwankungen das Berggebiet selber übernimmt, wem bei Überschüssen die Lieferrechte gekürzt werden und wer bei Unterversorgung mehr produzieren darf. Neue Mitglieder werden im Normalfall aufgenommen, denn die Aufgabe der Vermarktungsorganisationen ist die Koordination, nicht der Ausschluss vom Markt.

Diese Ideen sind nicht neu. Einmal heissen sie Erzeugergemeinschaft, ein andermal Vermarktungsorganisation oder (Service) Pool. Sie sind auch erfolgreich umgesetzt worden, im Milchbereich z. B. bei Thurmilch (konventionell), MIBA (kombiniert) oder Biomilchpool (bio). Zentral dabei ist, dass die Bio-Bauern mehr Eigenverantwortung in der Vermarktung übernehmen: als Entscheidungsträger durch den Zusammenschluss von Vermarktungsorganisationen, als Produzenten durch den Beitritt dazu. Die Vermarktung, das heisst Menge und Preis entscheiden nicht nur über ökologische Produktion, sondern auch über Produktionsstandort, Kulturlandschaft, Lebensraum, Lebensqualität.

Wer, wenn nicht die Bio-Bauern selber, nimmt sich dieser Themen an? Nach dem Einsatz für eine nachhaltige Produktion muss nun jener für eine nachhaltige Lebensraum-Gestaltung folgen. Dank der wachsenden Bedeutung der Bio-Landwirtschaft steigen auch deren Einfluss-Möglichkeiten. Nutzen wir sie, gesellschaftskritisch und nachhaltig, jetzt und heute.

Peter Bucher, Bio Suisse

Offener Brief an Herrn Walter Huber, Emmi AG, 6002 Luzern

Milchpreisreduktion – sda-Mitteilung vom 7. Dezember 2003

Sehr geehrter Herr Huber

Wie wir der Tagespresse entnommen haben, beabsichtigen Sie, in den nächsten Jahren den Milchpreis sukzessive um rund 25 % oder mehr zu senken. Sie begründen diese Massnahme mit der Konkurrenzfähigkeit Ihres Unternehmens im freien Markt und mit der EU-Osterweiterung.

Dazu drängen sich uns einige Gedanken auf:

Seit Jahren wird den Schweizer Bauern vorgerechnet, dass ein EU-Beitritt grosse Chancen beinhalte. Die Wirtschaftszentren München, Stuttgart, Lyon und Mailand seien potentielle Kunden für hochpreisige Schweizer Qualitätsprodukte. Wenn das so ist, warum haben denn die Schweizer Käsehändler nicht schon längst den Beweis für diese Behauptung erbracht?

Vor Jahren stand ich mit Hans-Ulrich Pfister, damals noch Direktor der Miba, auf dem Dach des Miba-Hochhauses. Wir unterhielten uns über den Einkaufstourismus über die Grenze. Pfister wörtlich: «Wenn ich die Milch gratis bekäme, wäre sie immer noch teurer als dort drüben in Lörrach.» Das heisst doch, dass bei uns die Verarbeitungskosten und die Handelsmargen zusammen höher sind als ‚drüben' dasselbe inklusive Milchpreis der Bauern. Zu Ende gedacht heisst das: Wenn Ihre Strukturen konkurrenzfähig bleiben sollen, müssen die Schweizer Bauern am Schluss noch dafür bezahlen, dass Sie ihnen die Milch überhaupt abnehmen.

Landauf landab sind in den letzten Jahren Hunderte Käsereien und kleinere Molkereien stillgelegt worden. Von einem Tag auf den andern werden dabei pro Betrieb uU. einige hunderttausend Franken an Investitionen zu wertlosem Schrott. Gleichzeitig werden zig Millionen in neue Strukturen investiert, die letztlich über einen tieferen Milchpreis von den gleichen Bauern aufgebracht werden müssen, deren Investitionen in den örtlichen Strukturen zuvor wertlos gemacht wurden.

Selbstverständlich ist auch uns zu Ohren gekommen, dass die Schweiz ein Hochpreisland ist und dass wir uns deshalb mehr als andere anstrengen müssen, um ausländische Märkte zu gewinnen. Nur ist uns nicht klar, warum dies ausgerechnet auf dem Buckel derjenigen Berufsgruppe passieren muss, die ohnehin schon am Schluss der Einkommensskala steht.

Die üblichen Empfehlungen an die bedrängten Bauernfamilien, sie müssten rationalisieren oder Milchkontingente unter 300'000 kg seien ohnehin nicht mehr rentabel zu melken, helfen den Betroffenen nicht weiter. Ausgerechnet gleichzeitig mit Ihrer Ankündigung von Milchpreissenkungen konnten wir in der Zeitung lesen, dass die Arbeitslosenquote weiter am Steigen ist. Jeder wegrationalisierte Bauer ist ein Arbeitsloser anderswo. Ob bei uns oder in Portugal macht letztlich keinen Unterschied. Deshalb dürfen wir sicher von Ihnen in den nächsten Tagen Vorschläge erwarten, wie die Landwirtschaft als Ganze den durch den angekündigten Abbau des Milchpreises verursachten Einkommensverlust angesichts leerer Staatskassen wettmachen kann.

Und dürfen die Bauernfamilien wenigstens davon ausgehen, dass Sie sich persönlich mit ihnen solidarisch zeigen und selber auch eine Lohnreduktion von 10 – 20 % in Kauf nehmen? Sie werden sicher im Sinne der in der sda-Mitteilung angesprochenen Offenheit und guten Kommunikation auch da für volle Transparenz einstehen und mit dem guten Beispiel vorangehen.

Mit freundlichen Grüssen
BIO-FORUM MÖSCHBERG
Martin Köchli, Werner Scheidegger

(Bis zur Drucklegung dieser Nummer (12. Januar 2004) hat Walter Huber nicht auf diesen Brief vom 9. Dezember 2003 reagiert. Er hat es offensichtlich nicht nötig und ist ja persönlich von keiner Einkommenseinbusse betroffen. sr.)

Bio Suisse doppelt nach

Mit ihrer Pressemitteilung vom 19.12. weist die Bio Suisse darauf hin, dass der Biomilchmarkt übers Jahr gesehen ausgeglichen ist, dass die Biobauern erhebliche Mehrleistungen erbringen und aufgrund der Vorschriften in den Richtlinien strengere Auflagen befolgen und damit höhere Produktionskosten in Kauf nehmen. Von Konsumentenseite werden diese Mehrleistungen voll anerkannt. Für eine Milchpreissenkung besteht in einem praktisch ausschliesslich nationalen Markt überhaupt kein Anlass und sie wäre deshalb ein völlig falsches Signal.