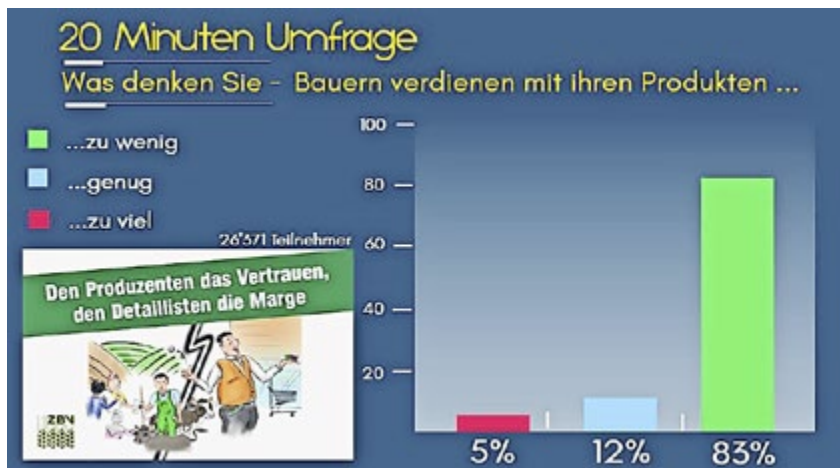


# Überwältigendes Leser-Echo in den Medien

Am Freitag, 9. November, lud der ZBV zur traditionellen Martini-Presskonferenz. Unter dem Titel «Den Produzenten das Vertrauen, den Detaillisten die Marge» präsentierten Hans Frei, Res Buri und Ferdi Hodel den anwesenden Journalisten Fakten zum Thema Margen und Gewinnoptimierung der Grossverteiler.

Zur Eröffnung der Pressekonferenz wies der Präsident des ZBV, Hans Frei, auf die ursprüngliche Bedeutung des Martini-Tages hin. Es gelang ihm dabei, den Bogen zu spannen in die heutige Zeit. Die Grossverteiler üben einen massiven Druck aus gegen die Produzentenpreise und verhindern damit eine faire Partnerschaft. Weiter konnte Ferdi Hodel mit einer sehr breit abgestützten IST-Analyse Klarheit schaffen. Die Schweizer Grossverteiler arbeiten mit durchschnittlich 3–4mal höheren Margen als vergleichbare Anbieter in Europa. Nicht der landwirtschaftliche Produktserlös ist verantwortlich für die höheren Nahrungsmittelpreise in der Schweiz. Der Grund liegt vielmehr in der Renditemaximierung der Grossverteiler. Beachtenswert sind die Aussagen bezüglich des Einkaufstourismus. Entgegen der Aussage der Grossverteiler gibt es im «Food»-Bereich sogar eine positive Entwicklung zugunsten des Inlandanteils. Ganz anders im «Nonfood»-Bereich. Hier erleiden die Grossverteiler schmerzhafteste Verluste von mehr als 1 Milliarde pro Jahr. Der Frequenzträger der Schweizer Grossverteiler ist und bleibt der «Food»-Bereich. Fast 80 Prozent der befragten Detaillisten wollen deshalb ihre Ladenflächen in diesem Bereich in den nächsten Jahren ausbauen. Ein eindrückliches Indiz, dass die ständigen Behauptungen der Grossverteiler an den Haaren herbei gezo-gen sind. Diese Unwahrheiten werden



Überwältigend! 83 Prozent der Konsumenten finden dass die Bauern zu wenig verdienen. Bild: ZBV

bewusst eingesetzt, um die Produzentenpreise noch mehr unter Druck zu setzen und die Rendite weiter zu maximieren. Selbst in der Werbung stellen die Grossverteiler unsere heimischen Nahrungsmittel in den Vordergrund und bewerben sie mit einer idyllischen «Ballenberg»-Landwirtschaft, die weit weg von der Realität ist.

## Einvernehmliche Lösung wird gesucht, parallel wird Direktvermarktung zum Fokus-Thema

Eine Möglichkeit, um der Marktmacht der Grossverteiler zu trotzen, ist der Ausbau der Direktvermarktung, um mehr Wertschöpfung auf dem eigenen Betrieb zu halten. Andreas Buri, Vizepräsident ZBV, zeigte anhand seines Betriebs die Möglichkeiten der Direktvermarktung auf. Er betreibt bereits heute erfolgreich einen Hofladen, einen Milchautomaten und ist mit Ständen an Märkten präsent. Im Weiteren verwies Andreas Buri auf die Beispiele «Di fair Milch», Chäsi Girenbad und «Jerseyfleischspezialitäten Huber». Die Leserumfrage des ZBV Anfang 2018 hat klar zum Ausdruck gebracht, dass die vermehrte Direktvermarktung den richtigen Weg in die Zukunft darstellt. Der ZBV wird die Betriebe in ihren Bemühun-

gen um den Ausbau des Direktverkaufs aktiv unterstützen. Erste konkrete Massnahmen sind bereits 2019 zu erwarten.

## Die Kommentare in den Online-Medien geben den Bauern Recht

Im Nachgang zur Pressekonferenz publizierten diverse Medien wie das SRF, Top Online und die grösste Schweizer Tageszeitung, 20 Minuten, ihre Artikel und Videoinhalte auf ihren Portalen. Speziell in der Kommentarspalte zum Artikel auf 20min.ch war das Echo der Leser überwältigend und überwiegend zugunsten der Bauern. Bei 1230 Leser-

Kommentaren schloss 20 Minuten die Kommentarfunktion. Der Grundtenor der Leser bezog sich darauf, dass sie bereit wären, mehr für die Lebensmittel zu zahlen, wenn der Preisaufschlag den Produzenten zugutekommen würde. Auch der Lösungsansatz des ZBV, die Bauern in der Direktvermarktung zu unterstützen, stiess bei den Lesern auf eine positive Resonanz. Die Sympathien für die bäuerliche Bevölkerung waren aus den Kommentaren eindeutig ersichtlich und zeigen auf, dass die grosse Mehrheit die Geschäftspraktiken der Grossverteiler nicht goutiert. Es waren aber auch Meinungen zu lesen, dass die Bauern aufhören sollen, zu «jammern», und sich der freien Marktwirtschaft stellen sollen. Weiter wurde auch angeprangert, dass in den Statistiken «vergessen» wurde, die Subventionen und Direktzahlungen mit in die Kalkulation einzubeziehen.

## Positiver Blick in die Zukunft

Der ZBV sieht sich bestätigt in seiner Vorgehensweise, die Bauernfamilien zukünftig beim Einstieg in die Direktvermarktung tatkräftig zu unterstützen und somit der Marktmacht der Grossverteiler etwas entgegenzuwirken.

■ ZBV