

# Aktuelles aus dem ZBV

Zürcher Bauernverband ■ Lagerstrasse 14, 8600 Dübendorf ■ 044 2177733 ■ www.zbv.ch



Berichtreihe Martini-Presskonferenz «Den Produzenten das Vertrauen, den Detaillisten die Marge»

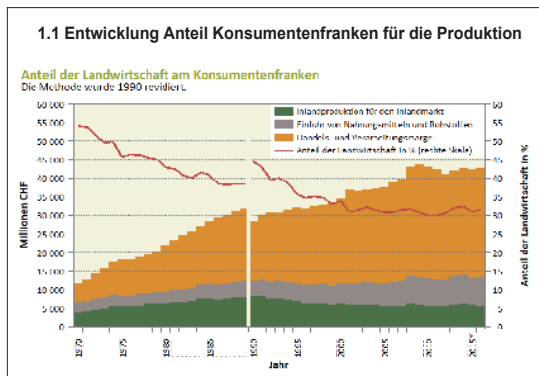
## Detaillierte Ausführungen zur diesjährigen Martini-PK des ZBV

Mit dieser Ausgabe starten wir eine weitere mehrwöchige Berichtreihe an dieser Stelle. Gerne informieren wir Sie hier detailliert über die Erkenntnisse, die wir an der heutigen, traditionellen Martini-Presskonferenz des ZBV den Medienschaffenden vorgestellt haben.

### Der ZBV widmet sich einem hochaktuellen Thema

Die Bauernfamilien können ihre Erzeugnisse grösstenteils nicht mehr kostendeckend produzieren und geraten immer mehr in Abhängigkeit von den grossen Detaillisten. Selbst in guten Jahren ist es der Landwirtschaft nicht mehr möglich, Reserven zu bilden für schwierigere Jahre, wie z.B. im aktuellen Jahr. Die Konsumentinnen und Konsumenten schenken den heimischen Nahrungsmitteln ihr Vertrauen und sind bereit, höhere Preise zu bezahlen, in der Hoffnung, dass diese den Produzenten zugute kommen.

Aber die Gewinne streichen die grossen Detailhändler ein. Deshalb hat sich der ZBV entschlossen, die Martini-PK



Der Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken nimmt kontinuierlich ab. Grafik: Agristar

unter den Titel «Den Produzenten das Vertrauen, den Detaillisten die Marge» zu stellen.

### Grosses Interesse an der diesjährigen Pressekonferenz und detaillierte Berichterstattung

Wie bereits auf der Frontseite erläutert, stellen der Martinstag und die

dementsprechende, traditionelle Martini-PK des ZBV eine wichtige Bedeutung für die Zürcher Landwirtschaft dar. Mit dem diesjährigen Thema haben wir bereits in der Vorbereitung festgestellt, dass wir ein brisantes Thema gewählt haben und dies bei zahlreichen Medien auf grosses Interesse stiess. Das Bild, welches auf der Frontseite abge-

bildet ist, bringt die aktuelle Situation sehr gut zum Ausdruck und zeigt das Spannungsverhältnis zwischen Produzent und Detaillist. Verschiedene Medien aus dem Fernseh- wie auch Printmedienbereich durften wir an der Lagerstrasse in Dübendorf zur Martini-PK begrüßen.

Die Referenten, Hans Frei (Präsident ZBV), Andrea Buri (Vize-Präsident ZBV) sowie unser Geschäftsführer, Ferdi Hodel, konnten den Medienschaffenden auf eindrückliche Art und Weise aufzeigen, dass nicht der Preis im Laden das Problem ist, sondern die Abschöpfung der verschiedenen involvierten Parteien im Prozess vom Produkt bis zur Ladentheke.

Diesem für die Zürcher Landwirtschaft wichtigem Thema wollen wir in den folgenden Wochen die notwendige Beachtung schenken und berichten detailliert über die heute gemachten Aussagen.

### Ein Schritt in die falsche Richtung

Wenn wir uns der nebenstehenden Grafik widmen, können wir unschwer erkennen, dass der Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken, d.h.

wieviel beim Produzenten verbleibt, seit Jahren und Jahrzehnten immer weiter abnimmt. So hatte der Produzent Anfang der 70er-Jahre noch mehr als die Hälfte am Konsumentenfranken, 1990 noch rd. 45 Prozent und aktuell nur noch knapp 30 Prozent. Im Gegenzug stieg der Anteil der Handels- und Verarbeitungsmarge deutlich an und macht heute den klar grössten Anteil am Konsumentenfranken aus. Wir wollen hier aber nicht die Preise in den Ladengeschäften infrage stellen, sondern stellen beunruhigt fest, dass die Verteilung am Konsumentenfranken sich in die falsche Richtung entwickelt hat.

### Weitere aufschlussreiche Betrachtungen und Aussagen folgen in den nächsten Wochen im Zürcher Bauer

Diese Entwicklung mit drastischen Konsequenzen für die Landwirtschaft, welche um kostendeckende Produzentenpreise kämpft, werden wir in den nächsten Ausgaben des Zürcher Bauer weiter ausführen. Nächste Woche werden wir ausführlicher über die Produzenten- bzw. Konsumentenpreise berichten. ■ MCA

## Nachgefragt bei ...

Zürcher Bauernverband ■ www.zbv.ch

## Martin Schläpfer, Stv. Leiter Wirtschaftspolitik MGB

Der Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken nimmt stetig ab, die Handelsmarge steigt. Wir haben Martin Schläpfer folgenden Fragen gestellt:

### Die Handels- und Verarbeitungsmargen, insbesondere auch bei Ihnen als Grossverteiler nehmen stetig zu.

#### Wir erklären Sie dies?

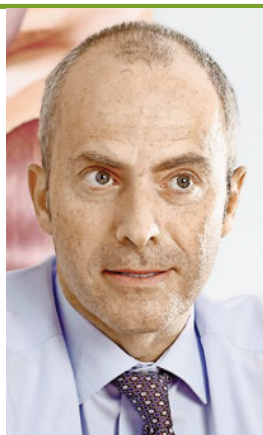
Fakt ist, dass unsere Nettogewinnmarge über alle Migros-Aktivitäten sehr dünn ist. Sie zeigt, wieviel die Migros unter dem Strich wirklich verdient. Unser Gewinn nahm in den letzten Jahren deutlich ab.

### Auf der anderen Seite nimmt der Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken von Jahr zu Jahr ab. Ihre Einschätzung dazu?

Die Konsumentinnen und Konsumenten schätzen immer häufiger Convenience- oder Halb-convenience-Produkte wie vorgeschnittenes Gemüse oder ganze Fertiggerichte. Weil dabei neue Arbeitsschritte dazukommen, die Kosten verursachen, bleibt relativ gesehen ein grosserer Teil des Verkaufspreises im Detailhandel/in der Verarbeitung. In den letzten fünfzehn Jahren ist aber der Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken ziemlich stabil geblieben.

### Die Bäuerinnen und Bauern erhalten kaum noch kostendeckende Produktionspreise. Bezahlen Sie Ihren Produzenten zu wenig?

Nein. Wir pflegen mit unseren Produzenten faire, langfristige Beziehungen, zum Beispiel mit den IP-Bauern. Dies wird von den Produ-



Martin Schläpfer, Stv. Leiter Wirtschaftspolitik MGB, Bild: zVg

zenten geschätzt. So gehen beispielsweise bei der ELSA laufend Anfragen von Milchproduzenten ein, die ihre Milch der ELSA verkaufen möchten. Dies ist ein Vertrauensbeweis.

Die Landwirte, die uns beliefern, sollen aus dem Verkauf ihrer Produkte sowie der Abgeltung der gemeinwirtschaftlichen Leistungen ein angemessenes Einkommen erzielen können.

Die Migros will ihren Kundinnen und Kunden das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bieten. Sie steht dabei auch im Wettbewerb – nicht nur im Inland, sondern wegen dem Einkaufstourismus auch mit ausländischen Anbietern. ■