

Aktuelles aus dem ZBV

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



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

Preisdruck auf die Schweizer Produktion

Bereits letzte Woche haben wir an verschiedenen Beispielen die Entwicklung der Produzenten- bzw. Konsumentenpreise genauer angeschaut. Dies in der Zeitspanne von August 2017 bis August 2018. Mit der Berichterstattung in dieser Woche zeigen wir die für die Zürcher Landwirtschaft unbefriedigende Entwicklung im Rahmen einer längerfristigen Betrachtung auf.

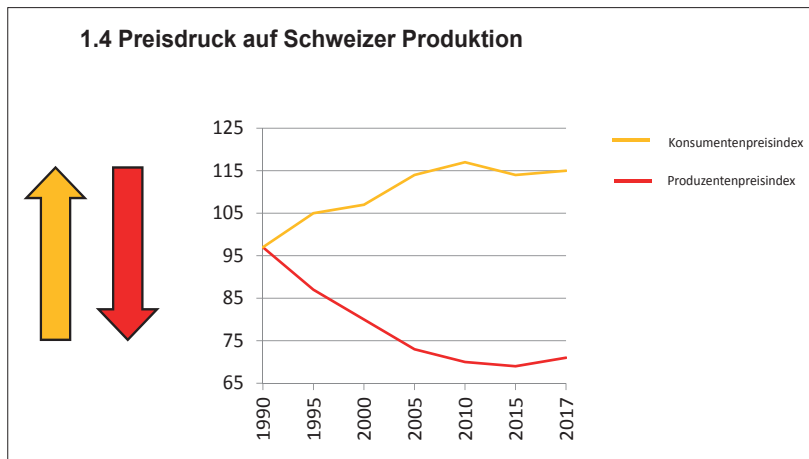
Differenz hat in den vergangenen zwanzig Jahren deutlich zugenommen

Die nebenstehende Darstellung zeigt auf eindrückliche Art und Weise auf, dass die Schere zwischen den Konsumenten- und den Produzentenpreisen bis 2010 von Jahr zu Jahr stetig grösser geworden ist und sich seit 2010 die Differenz bei rund 40 Prozentpunkten stabil verhält. Es ist beachtlich, zu erkennen, dass die Indizes im Jahr 1990 noch auf dem gleichen Stand gestartet sind und die Differenz rd. 30 Jahre später beachtliche 45 Prozentpunkte beträgt. Verfolgt man den Verlauf der in der Grafik roten Linie, stellt man fest, dass der Produzentenpreisindex bis 2015 kontinuierlich gesunken ist.

Auf der anderen Seite ist der Anstieg beim Konsumentenpreisindex 2009 gestoppt worden und bewegt sich seither seitwärts. Was ist der Grund hierfür?

Neue Anbieter betreten den Markt

Ausschlaggebend für den Stopp des Anstieges war der Markteintritt von zwei neuen, grösseren Mitbewerbern im Detailhandel. Die Firmen Aldi und



Die Differenz zwischen Produzenten- und Konsumentenpreisen hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Grafik: Agristat

Lidl haben zu dieser Zeit im Schweizer Markt Fuss gefasst und haben aufgezeigt, dass mit tieferen Margen bei Detaillisten auch günstigere Konsumentenpreise möglich sind.

Der Vollständigkeit halber möchten wir aber noch darauf hinweisen, dass mit der Einführung des Direktzahlungssystems ab 1993 ein Teil des Rückgangs der Produzentenpreise kompensiert werden konnte.

Nicht der Preis im Laden ist das Problem

Es liegt uns fern, generell die Preise, welche die Detaillisten in ihren Ladengeschäften ausschreiben, infrage zu stellen. Wir stellen fest, dass die Bevölkerung durchaus bereit ist, diese Kos-

ten zu tragen und die qualitativ hochstehenden, regional produzierten Produkte entsprechend zu entgelten. Vielmehr prangern wir die nicht gerechte Margenverteilung zulasten der Produzenten an und kritisieren die in unseren Augen zu hohe Margenabschöpfung innerhalb der Wertschöpfungskette. Wenn wir feststellen müssen, dass z.B. der Eierproduzent rd. 2 Rappen pro Ei erhält und der Detaillist mit knapp 30 Rappen das 15-Fache abschöpft, dann kann hier von fairer Verteilung keine Rede sein.

Nicht die Schuld der Schweizer Landwirtschaft

In den Medien werden wir immer wieder angegriffen, dass die Landwirtschaft

Wochen weiterführen, zeigen wir auf, dass dies falsch ist und überzeugen auch Kritiker vom Gegenteil.

Direktvermarktung

Der Zürcher Bauernverband erachtet den Ausbau der Direktvermarktung als eine richtige Massnahme. Wie im «Zürcher Bauer» von letzter Woche berichtet, wurde hierfür eine Projektverantwortliche damit beauftragt, die konkreten Massnahmen zur Verbesserung der Direktvermarktung zu erarbeiten. Wir werden Sie zu gegebener Zeit über die getroffenen Entscheidungen unterrichten.

Einkommensverteilung anhand eines konkreten Beispiels

Nächste Woche erläutern wir anhand eines konkreten Beispiels die Einkommensverteilung und erklären, weshalb unsere Lebensmittel teurer sind als im Ausland.

Auch in den kommenden Wochen finden Sie an dieser Stelle weitere interessante Aspekte zu diesem wichtigen Thema.

■ MCA

und somit die Bäuerinnen und Bauern an den hohen Lebensmittelpreisen Schuld sind. Mit der gesamten Berichtreihe, die wir auch in den kommenden



Die Preise für Konsumenten sind bis 2009 um ca. 20 Prozentpunkte gestiegen und bewegen sich seither seitwärts. Bild: Pixybay

Nachgefragt bei ...

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

Martin Rufer, Leiter Departement Produktion, Märkte und Ökologie SBV

Die Konsumentenpreise steigen, die Produzentenpreise sinken. Wir haben Martin Rufer folgende Fragen gestellt.

Die Differenz zwischen Konsumenten- und Produzentenpreisen wird immer grösser. Was ist Ihre Erklärung dazu?

Die Schere zwischen Produzenten- und Konsumentenpreis ist insbesondere bis 2010 stark aufgegangen und hat sich dann stabilisiert. Der Hauptgrund für die Vergrösserung der Differenz zwischen Produzenten- und Konsumentenpreis liegt darin, dass die Verarbeiter und der Detailhandel die Margen stark erhöht haben. Viele Verarbeiter und der Detailhandel haben aufgrund ihrer Grösse eine starke Stellung im Markt und können daher höhere Margen durchsetzen. Für die Landwirtschaft ist das natürlich ein Problem. Wir müssen alles daran setzen, dass wir auf Augenhöhe verhandeln können.

2018 wird der Konsumentenpreisindex voraussichtlich weiter ansteigen. Ist aus



Martin Rufer, Leiter Departement Produktion, Märkte und Ökologie SBV. Bild: zVg

Ihrer Sicht eine Korrektur in Sicht oder wie schätzen Sie die weitere Zukunft ein?

Grundsätzlich sind steigende Konsumentenpreise ein gutes Signal. Steigende Konsumentenpreise bringen zum Ausdruck, dass die

Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz bereit sind, etwas höhere und angemessene Preise für Lebensmittel zu bezahlen. Zentral ist aber, dass die Landwirtschaft von steigenden Konsumentenpreisen auch über höhere Produzentenpreise profitieren kann. Ich bin sicher, dass der Grossteil der Konsumenten bereit wäre, in Zukunft mehr für Lebensmittel zu bezahlen, wenn die höheren Ausgaben in die Landwirtschaftsbetriebe fliessen würden.

Der ZBV will die Direktvermarktung bewusst fördern. Wir beurteilen Sie diese Anstrengungen?

Direktvermarktung ist grundsätzlich eine gute Sache. Mit der Direktvermarktung kann man einen direkten Draht mit den Konsumentinnen und Konsumenten aufbauen und mehr Wertschöpfung auf dem Betrieb erzielen. Die Anstrengungen des ZBV sind daher völlig richtig. Es gilt jedoch zu berücksichtigen, dass nicht alle Betriebe auf die Direktvermarktung setzen können. ■



Die Preise für die Produktion haben in den vergangenen knapp dreissig Jahren rd. 25 Prozentpunkte eingebüsst. Bild: Pixybay