

Presstext

Liestal / Sissach, 21. April 2015

Starker Franken: Schweizer Landwirte reagieren mit Qualität

Von Lukas Kilcher, Leiter Landwirtschaftliches Zentrum Ebenrain

Die Aufwertung des Schweizer Frankens erhöht den Druck auf die Land- und Ernährungswirtschaft. Preise kommen unter Druck und Umsätze sind in Gefahr. In dieser Situation möchten die beiden Basel in die Wettbewerbsfähigkeit und Qualität ihrer Landwirtschaft investieren. Die beiden Basel präsentieren ihre Spezialitäten als Ehrengäste am Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte vom 26./27. September 2015 in Delémont.

Schweizer kaufen Fleisch im Ausland...

Die offensichtlichste Auswirkung der Frankenstärke ist der wachsende Einkaufstourismus. Der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft geht so Umsatz verloren. Gleichzeitig kommen die Verkaufspreise im Inland unter Druck. Kaum wurde der Mindestkurs aufgehoben, fielen insbesondere die Gemüsepreise im Laden. Natürlich stammt im Januar ein Grossteil des Gemüses aus dem Ausland. Jetzt, beim Saisonstart des einheimischen Gemüses, kann der Preis nicht mehr so einfach angehoben werden. Auch der Milchpreis ist unter Druck, und die Zuckerpreise sind auf Talfahrt. Die Schweizer Nahrungsmittelindustrie verlangt konkurrenzfähige Rohstoffpreise. Der Schweizer Bauernverband sorgt in Gesprächen mit dem Detailhandel dafür, dass die Aufwertung des Frankens nicht zu ungerechtfertigtem Preisdruck auf dem Buckel der Bauern führt.

... und schneiden sich ins eigene Fleisch

Ein Schweizer Haushalt gibt im Schnitt nur noch 6,8 Prozent vom Budget für Nahrungsmittel aus, Tendenz sinkend. In Anbetracht dieser geringen Ausgaben ist unser Einkaufstourismus fragwürdig, zumal langes quälen durch verstopfte Strassen und Einkaufszentren einen grossen Teil des Spareffekts zunichtemachen.

Zudem lohnt sich ein Hinschauen, welche Landwirtschaft wir beim Einkaufen unterstützen. Wer sich zu Hause gesunde Lebensmittel und eine vielfältige Landschaft wünscht, erreicht das nicht mit Billigkoteletts aus EU-Massentierhaltung. Schlussendlich schneiden sich Einkaufstouristen ins eigene Fleisch. Würde man die externen Kosten wie z.B. Ressourcenverschleiss und missachtetes Tierwohl mitrechnen, dann kämen Billigprodukte sehr viel teurer. Billige Lebensmittel fördern auch Verschwendung. Produkte, die man bewusst auswählt, sind vielleicht teurer, aber wenn man dafür auf unnötigen Ramsch verzichtet, kommt es billiger.

Qualität und Vielfalt aus der Region

Mit einem hohen Konkurrenz- und Preisdruck muss die Landwirtschaft umgehen lernen. Und mit einer kaufkraftstarken Bevölkerung darf die Landwirtschaft auch in Zukunft rechnen. Welche Strategie soll die Schweizer Landwirtschaft denn nun verfolgen? Diese beiden Sektoren haben sich in den letzten Jahren in der Schweiz trotz hohem Konkurrenz- und Preisdruck erfolgreich entwickelt:

- **Bioprodukte:** Der Markt für Bioprodukte wächst ungebremst und erreichte im vergangenen Jahr 2.2 Milliarden Franken. Das entspricht einem Wachstum von 154 Millionen Franken (+ 7,5%) gegenüber 2013. Damit erreicht der Biomarkt einen Marktanteil von 7,1%. Die Zahl der Biobetriebe nimmt seit 2010 Jahr für Jahr um rund 2 Prozent zu. Mit mehr als 200 Franken pro Kopf und Jahr sind die Schweizer Weltmeister im Biokonsum.
- **Regionalprodukte:** Der Wunsch der Konsumenten nach authentischen, lokal produzierten Nahrungsmitteln hat in den vergangenen Jahren noch stärker als bio zugenommen. Wir reisen für immer weniger Geld um die halbe Welt und kommunizieren global. Beim Konsum von Nahrungsmitteln hingegen möch-

ten immer mehr Menschen den Ursprung und die Herstellungsweise kennen. Für die einheimische Landwirtschaft bedeutet dieser Trend eine grosse Chance. Es gibt zahlreiche erfolgreiche Beispiele wie "Aus der Region, für die Region" von Migros, "Miini Region" von Coop und Labels wie "Das Beste aus der Region". Auch kleinere Kooperationen sind gefragt. So war in der Sonntagspresse unlängst von einem Spitzenkoch eines bekannten Zürcher Lokals mit 16 Gault Millau-Punkten zu lesen, der seine Poulets für Geflügel-Menüs persönlich beim Bauern ausliest und mit ihm sogar die Fütterung vereinbart. Eine weiteres Beispiel aus der Gastronomie: Im Baselbiet entwickelten innovative Bäuerinnen den „Bäuerinnen Apéro“, bei dem sie hofeigene und regionale Produkte zu Delikatessen verarbeiten.

Für den heutigen Anlass bereitet Pablo Löhle, Spitzenkoch vom Basler «Les Trois Rois» Spezialitäten aus dem Baselbiet zu:

- Grünspargeln von Familie Haas, Hölstein
- Frisch- und Hartkäse von Familie Buchwalder, Liesberg
- Fleischprodukte von Familie Dettwiler, Ormalingen
- Dessertkirschen im Kirsch von Familie Weiss, Wintersingen.

20 Prozent teurer, 20 Prozent besser

Mit diesen Beispielen möchten wir zeigen, wie sich Bauern erfolgreich mit regionalen Spezialitäten auf dem Markt entwickeln. Schweizer Landwirte und Gastronomie reagieren mit Qualität auf den starken Franken. Das ist das Erfolgsrezept, auf das wir setzen. Unsere Produkte sind im Verhältnis zur ausländischen Konkurrenz über Nacht 20 Prozent teurer geworden. Billige Massenproduktion, um preislich mit dem Ausland mitzuhalten, kann nicht unsere Zukunft sein, weder betriebswirtschaftlich noch ökologisch. Daher heisst die Erfolgs-Gleichung: Wenn wir 20 Prozent teurer sind, müssen wir auch 20 Prozent besser sein.

Ich möchte die Produzenten und die Konsumenten einladen, dem Credo „Qualität“ noch stärker nachzuleben. So können die Bauern einheimische Produkte gegenüber Billigware aus dem Ausland qualitativ klar differenzieren. Die "Qualitätsstrategie der Schweizerischen Land- und Ernährungswirtschaft", die 2012 mit der Unterzeichnung der Charta ins Leben gerufen wurde, weist hier den Weg. Mittlerweile unterstützen mehr als hundert Marktpartner und Organisationen diese Strategie. Aber die Strategie ist nur so gut, wie sie gelebt wird. Als Leiter des Landwirtschaftlichen Zentrums Ebenrain bin überzeugt, dass hier noch grosses Potenzial besteht. Auch in der Kommunikation der Mehrleistungen.

Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte: BL und BS Ehrengäste

Eine Chance, die Qualitätsstrategie der Baselbieter Landwirtschaft weiter zu entwickeln und noch besser zu kommunizieren, bietet sich am Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte. Baselland und Basel-Stadt sind dieses Jahr Ehrengäste. Für unsere Bauern ist das eine ausgezeichnete Gelegenheit, unsere Qualität und unsere Vielfalt an einem nationalen Wettbewerb zu präsentieren und daran zu wachsen.

Liestal, 21. April 2015

Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion Basel-Landschaft

Kommunikation

Für Rückfragen:

Lukas Kilcher, Leiter Landwirtschaftliches Zentrum Ebenrain ,
Tel. 061 552 21 27, 079 567 67 34, E-Mail lukas.kilcher@bl.ch



Bâle-Ville et Bâle-Campagne présentent leurs spécialités comme hôtes d'Honneur au 6^e Concours Suisse des produits du terroir les 26 et 27 septembre 2015 à Delémont.

Basel-Stadt und Basel-Landschaft präsentieren ihre Spezialitäten als Ehrengäste am 6. Schweizer Wettbewerb der Regionalprodukte am 26. und 27. September 2015 in Delémont.