

Der Bio-Gedanke findet weltweite Resonanz

Von Peter Latenser

Der Begriff Organic Agriculture beziehungsweise biologische Landwirtschaft findet weltweit zunehmende Resonanz und konkretisiert sich als Alternativstrategie zu Gentechnik und den Auswüchsen der industrialisierten Landwirtschaft. Bio hat heute bereits das Potential globale, politische Prozesse in Gang zu setzen.

Die biologische Landwirtschaft hat sich weltweit etabliert, wie man an der Fachmesse Biofach 2004 in Nürnberg hautnah erleben konnte. Produzenten und Händler aus der ganzen Welt präsentierten ihre Produkte und zeigten ihr Potential. Dem Beobachter dieser Szene fiel auf, wie kompetent, engagiert und selbstbewusst sich diese Branche heute präsentiert. Das Home-spun-Pullover-Image ist weg, und es ist offensichtlich, dass sich unzählige, gut qualifizierte Landwirte und Obst- und Gartenbau-spezialisten intensiv mit dem Bio-landbau beschäftigen.

Was in Europa begonnen hat, hat sich über die ganze Welt ausgebreitet. Bio-produzenten findet man heute auf allen Kontinenten, in China und Australien, in Nord- und Südamerika und sogar in Afrika. Und es zeigt sich, dass die bebauten Flächen in Australien und Südamerika bereits grösser sind als in Europa. Und noch etwas wird klar: Bio wird nicht auf den besten Böden angebaut, sondern dort, wo man auf Grund der Bodenqualität und/oder spezieller klimatischer oder

demografischer Bedingungen Standortvorteile nutzen kann. Dadurch bietet Bio auch ärmeren Regionen, die von der Landflucht bedroht sind, eine Chance, mit ihren Produkten in den Markt zu kommen. Ein Beispiel dafür sind die trockensten Regionen in Spanien und in der Türkei, in denen heute Bioweizen angebaut

und damit die Landflucht reduziert wird. Es gibt aber auch andere Produzenten, wie der «alte» Farmer in Kanada, der seinen Hafer auf Grund skan-

dinavischer Importe nicht mehr kostendeckend verkaufen konnte. Er stellt um auf Biohafer und erzielt dank den Kosteneinsparungen wieder einen, wenn auch schmalen, Ertrag. Es gibt die unterschiedlichsten Produktionsansätze. Der holländische Obstbauer etwa, der, weil er die Standardsorten des Weltmarktes nicht wirtschaftlich produzieren kann, in ganz Europa alte Apfelsorten gesucht und gefunden hat, die schorfresistent sind. Dass sie mehltauanfällig sind, spielt für seinen Standort mit relativ feuchtem ozeanischem

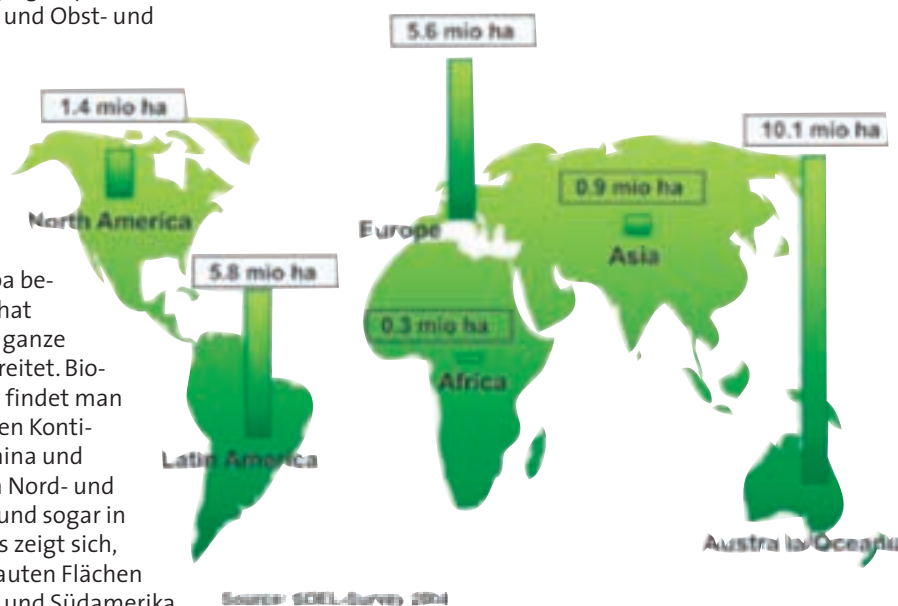
eine Sorte zu produzieren, die er nach Genusswert-Kriterien ausgewählt hat. Und in seinem Versuchsobstgarten hat er eine Reihe weiterer Sorten in der Erprobungsphase. Er schafft sich eine Produktionsbasis und trägt erst noch zur Biodiversität bei.

Logistik

Parallel zu den steigenden Anbau- und Produktionsflächen hat sich eine leistungsfähige alternative Logistik entwickelt, die fähig und willig ist, ein breiteres Sortiment anzubieten. Dies macht es möglich, in Deutschland grosse Bio-Supermärkte zu etablieren und zu beliefern. Auch wenn es in der Schweiz erst einen Biosupermarkt gibt, – Vatter in Bern –, das Beispiel belegt einen funktionierenden Markt. Es ist klar, dass die Logistik für Bio-Produkte aufwendiger ist, als diejenige für die konventionelle Produktion. Die bestellten Mengen sind kleiner, die Produktvielfalt grösser. Es bestehen grössere saisonale Unterschiede, und die Ansprüche der Kunden sind auch nicht kleiner. Auch sind die Logistikdienstleister in der Bio-Branche generell kleiner als die konventionellen.

Die Konstellation von Grossverteilern und Logistik in den einzelnen Ländern ist auch dafür verantwortlich, dass nicht alle Bioprodukte gleich schnell in den Markt kommen. Wenn sich Grossverteilern für Bioprodukte stark machen wie in Skandinavien, England, der Schweiz und Österreich, steigt der Marktanteil der Bioprodukte.

Weltkarte der biologischen Landwirtschaft



Source: SOEL-Survey 2004

und damit die Landflucht reduziert wird. Es gibt aber auch andere Produzenten, wie der «alte» Farmer in Kanada, der seinen Hafer auf Grund skan-

Klima und kleinen Tag/Nacht-Temperaturschwankung keine Rolle. Mehltau ist unter diesen klimatischen Bedingungen kein Problem. So beginnt er,

Der europäische Biomarkt 2002



Marktanteile und Kosten

Die Marktanteile der Bioprodukte sind noch immer verhältnismässig klein. Aber sie sind noch immer im Wachsen begriffen. Nicht zuletzt deshalb, weil Firmen wie Coop/Bell bei bestimmten Produktkategorien ausschliesslich auf Bio setzen. Und damit Bio zum ultimativen Qualitätsfaktor machen, der es erlaubt, die Produktdifferenzierung im bestimmten Rahmen vom Preis abzukupeln.

Diese Strategie hat einiges für sich. Denn damit kann sich ein kleines Hochpreisland wie die Schweiz aus dem Sog des Tiefpreisstrudels befreien, vorausgesetzt, die Spitzen-Qualität ist glaubwürdig und wird entsprechend kommuniziert.

In Deutschland werden nur rund 40% der Bioprodukte über die Grossverteiler verkauft. In der Schweiz und in Österreich sind es gut 70%. Trotzdem beträgt der Marktanteil der Bioprodukte in Deutschland 2.3%, ein relativ hoher Wert gegenüber den 2.9% in Österreich und 4% in der Schweiz. In Deutschland scheint also noch ein grösseres Potential von Käufern zu bestehen, das die Mühe nicht scheut, sich Bio-Produkte zu beschaffen.

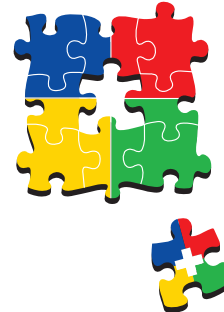
Die Frage des Preises, die Verfügbarkeit und nationale Produktpräferenzen beeinflussen den Marktanteil der Bioprodukte. In der Schweiz und in Deutschland liegen z.B. Früchte/Gemüse und Brot vor den Milchprodukten, währenddem in England Molkereiprodukte vor Früchte/Gemüse und Brot liegen.

Der prozentuale Marktanteil von Fleisch liegt jedoch trotz aller Skandale in allen drei Ländern hinter den andern Produktgruppen.

Der Biomarkt zeigt auch, dass es möglich ist, mit nur geringfügig höheren Preisen eine bessere Leistung in Bezug auf Sortiment und Qualität zu erbringen. Der ganze ökologische Nutzen aus der nachhaltigen Produktionsweise ist systemimmanent und verursacht keine weiteren Kosten. Ganz im Gegensatz zur industriellen Massenproduktion, die riesige systemimmanente Schäden verursacht, die heute noch immer der Allgemeinheit aufgebürdet werden.

Es stellt sich in diesem Zusammenhang auch die Frage, wie weit die statistischen Zahlen der weltweiten Biolandwirtschaft die Durchschlagskraft haben, die heutige Frei-

**PRIX
d'INNOVATION
AGRICOLE
SUISSE
2004**



Auszeichnung für innovative neue Schweizer Produkte

**Bewerben Sie sich um den
Prix d'innovation agricole suisse!**

Diesen Herbst wird der von Bundesrat Couchepin lancierte Prix d'innovation agricole suisse zum sechsten Mal verliehen. Ausgezeichnet werden Produzenten und Verarbeiter, die innovative neue Lebensmittel schweizerischer Herkunft entwickelt und auf dem Markt eingeführt haben. Die gesamte Preissumme beträgt Fr. 100 000.-. Der Wettbewerb will das Entwicklungspotenzial der inländischen Ernährungswirtschaft aufzeigen, die sich in einem zunehmend liberalen Umfeld und bei offeneren Grenzen behaupten muss.

Neben den drei Hauptpreisen – dem PIAS d'Or, PIAS d'Argent und PIAS de Bronze – werden Preise in den acht Kategorien Milch und Milchprodukte, Käse, Fleisch und Fleischprodukte, Ackerbau, Gemüse, Obst und Obstprodukte, Wein sowie übrige Lebensmittel anlässlich des Comptoir Suisse in Lausanne verliehen. Am Comptoir Suisse werden auch alle prämierten Produkte ausgestellt.

Die Anmeldefrist dauert bis zum 28. Juni 2004. Das Wettbewerbsreglement und der Anmeldetalon können bezogen werden bei:



AMS Agro-Marketing Suisse, Brunnmattstrasse 21, 3007 Bern, Tel. 031 359 59 59, Fax 031 381 11 88. www.agromarketingsuisse.ch

handelsdoktrin der WTO als Ausbeutungsstrategie zu entlarven. Und wie lange es noch dauert, bis sich namhafte Volkswirtschaftler in der westlichen Welt dazu durchringen werden, diese Aussage zu akzeptieren.

Der globale Markt

Es liegt auf der Hand: Die Entwicklung eines neuen Marktes in Europa für Produkte mit spezifischen Bio-Anforderungen, wird immer mehr Lieferanten aus der ganzen Welt anziehen, die eine neue Exportchance sehen. Bereits 2002 belief sich der Wert des zertifizierten Bio-Marktes weltweit auf 24 Mia. US-\$, rund 30 Mia. Franken.

Mit der Expansion stellen sich natürlich neue Problemkreise und offene Fragen. Die Frage Produktion und Absatz. Die Produktion wächst schneller als der Absatz. Die Frage der Zertifizierung: Wer zertifiziert in Ländern mit hoher Korruption oder staatlichen Exportsubventionen? Die Frage, inwiefern Transporte für welche Bioprodukte sinnvoll und zu-



lässig sind oder die Frage, ob sich auf der Welt, ausser Europa, für Bioprodukte noch andere Abnehmer finden. Es ist ja wenig sinnvoll, in China Bioprodukte ausschliesslich für den Export zu produzieren.

Die Fläche, 24 Mio. ha., die heute weltweit bereits zertifiziert biologisch bewirtschaftet wird, ist eindrucklich. Die

in Europa bewirtschafteten Flächen machen bereits heute nur noch 23% vom Ganzen aus. Australien/Ozeanien stellt bereits 42%.

Der Anteil biologisch bewirtschafteter Flächen an der gesamten produktiven Fläche ist noch immer am höchsten in Europa. In Liechtenstein (26.4%), Österreich (11.6%),

Schweiz (10%) liegt der Anteil über 10%. Dicht dahinter folgen Italien (8%), Finnland (7%), Dänemark (6.7%) und Schweden (6%). In absoluten Zahlen liegt Italien in Europa an der Spitze: mit 1.168 Mio. ha. Jedoch weit hinter Australien mit 10 Mio. ha und Argentinien mit knapp 3 Mio. ha.

Biologische Landwirtschaft prägt in zunehmendem Masse die Vorstellungen der Konsumenten. Inwiefern der Konsument jedoch die Anstrengungen der Bioproduzenten direkt und bewusst über den Einkauf honoriert, steht auf einem anderen Blatt. Wahrscheinlicher ist es, dass der Detailhandel in Zukunft über seine Filterfunktion vermehrt Bio-Produkte als Premiumprodukte zur Imageförderung positioniert (wie Coop in der Schweiz), oder dass Bioprodukte über staatliche Massnahmen unter allgemeinen Titeln wie Umweltschutz oder regionale Entwicklung gefördert werden. Ω

Quelle Daten: FiBL (www.fibl.org)

pflegt Ihre Etikette

Als erster, nach ISO 9001 und 14001 zertifizierter Etikettenhersteller lösen wir Ihre Etikettenaufgaben nicht nur mit Bravour, sondern nach Möglichkeit auch mit umweltfreundlichen Materialien und Verfahren. Verlangen Sie Referenzen und Muster von Etiketten auf Lebensmittelpackungen, Reinigungsmitteln, Haushaltartikeln, Kosmetika, Pharmaprodukten, Kleidern, Schuhen, Tabakprodukten, Weine oder Spirituosen.

Unser Oekoqualisoz steht auf den drei Beinen Oekologie, Qualität, soziales Verhalten und als echter Paradiesvogel ist er natürlich immer zu kreativen Höhenflügen bereit.



Fackeln Sie nicht LANGE:

Rufen Sie uns an für Muster, eine Offerte oder den Besuch unseres Aussendienstes.

- Oekostar, die umweltfreundliche Etikette
- Selbstklebeetiketten
- Sicherheitsprodukte und Hologramme
- Tickets und Garantiekarten
- Prospektetiketten LIVRETI
- Anhängeetiketten, Kleinbroschüren, auch zum Anhängen
- verschiedene Ausrüstungs-Dienstleistungen und Lagerartikel



Lange AG
Etikettenfabrik - Fabrique d'étiquettes
Steinackerstrasse 31 - Postfach
CH-8902 Urdorf ZH
Tel. 01 777 00 30 - Fax 01 777 00 31
info@lange-ag.ch - www.lange-ag.ch