

Medienmitteilung des Schweizer Bauernverbands vom 3. Januar 2018

Fairer Handel: Wo ein Wille ist, geht es

Der Schweizer Bauernverband stellte an der Neujahrsmedienkonferenz auf einem Milchbetrieb in Derendingen seinen Situationsbericht zum Thema „Fairer Handel – in der Schweiz und weltweit“ vor. Fazit: Eine nachhaltige Landwirtschaft ist zu Weltmarktpreisen nicht zu haben. Verschiedene Beispiele im Kleinen beweisen, dass faire Produzentenpreise und Handelsbeziehungen dem Erfolg am Markt nicht im Weg stehen. Es besteht Handlungsbedarf!

Wer Fair Trade hört, denkt zunächst an Bananen und Max Havelaar. Zu Recht, denn jede zweite in der Schweiz verkaufte Banane ist mit dem Fair Trade-Label ausgezeichnet. Doch das Erfolgsbeispiel Banane ist die grosse Ausnahme. Die Masse der landwirtschaftlichen Rohstoffe leidet global unter extrem tiefen Produzentenpreisen und keineswegs fairen Bedingungen. In seinem diesjährigen Situationsbericht befasst sich der Schweizer Bauernverband mit dem Thema „Fairer Handel – in der Schweiz und weltweit“.

Produzenten am Erfolg teilhaben lassen

„Fairer Handel ist auch in der Schweiz je länger je mehr ein wichtiges Thema. Tiefe Produzentenpreise und zu tiefe Einkommen führen dazu, dass viele Landwirte und Bäuerinnen sich lieber anderswo eine Arbeit suchen“, erläuterte SBV-Direktor Jacques Bourgeois an der Medienkonferenz auf dem Milchwirtschaftsbetrieb von Urs Guggisberg und Nicole Hälg in Derendingen (SO) die aktuelle Situation. Denn in der Milchwirtschaft ist der Strukturwandel besonders gross. Die Gastgeber haben das Glück, dass sie ihre Milch der in der Umgebung tätigen Molkerei Lanz liefern können. Sie erzielen dafür einen 7 bis 8 Rappen höheren Milchpreis als der Schnitt der Molkereimilchproduzenten der Schweiz. Für Urs Guggisberg und seine Frau Nicole Hälg eine privilegierte Lage: „Die langfristig gute Zusammenarbeit mit der Molkerei Lanz hat es uns erlaubt, in die Milchwirtschaft zu investieren und vor sieben Jahren einen neuen Stall zu bauen.“ Viele ihrer Berufskollegen leben von der Substanz und können sich keine Investitionen leisten. Sie hingegen konnten unterdessen auch in eine Belüftung und Tierdusche investieren, damit sich ihre Kühe an heissen Sommertagen wohler fühlen. Die Molkerei Lanz ist mit 64 Mitarbeitenden in Obergerlafingen ansässig und ist vor allem auf Joghurts spezialisiert. „Uns ist es wichtig, dass auch die Milchproduzenten ihren Anteil haben, wenn die Konsumenten unsere Produkte auch zu höheren Preisen kaufen“, erklärte Geschäftsführer und Inhaber Andreas Lanz.

Unfaire Einkommensverteilung ist die Norm

Der Schweizer Markt als Ganzes ist davon weit entfernt: Die Einkommen entlang der Wertschöpfungskette sind extrem unterschiedlich. Martin Rufer, Leiter Produktion, Märkte und Ökologie beim Bauernverband unterstreicht: „Die Bauern investieren die meisten Stunden für den geringsten Verdienst. Das widerspiegelt sich auch am Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken: So machen die Kosten für das Getreide zwischen 6 und 11 Prozent des Preises eines Brots aus.“ Es brauche in den Wertschöpfungsketten ein Umdenken. „Heute stehen in den Verhandlungen oft Qualitätsaspekte und Lieferbedingungen im Zentrum. Künftig muss auch das Element Fairness, das heisst eine faire Verteilung der Wertschöpfung in den Verhandlungen und den Abnehmerbeziehungen eine Rolle spielen“. Im Situationsbericht zeigt der Bauernverband weitere Beispiele für faire Zusammenarbeit in der Schweiz auf und auch mögliche Wege für die Bauernfamilien auf: Diese können mit mehr Direktverkauf sowie kürzeren Wegen zum Konsumenten oder dem Aufbau von entsprechenden Genossenschaften und Labeln versuchen, ihren Anteil am Konsumentenfranken zu erhöhen.

Von der Nische zur Masse

Die grosse Menge wenig differenzierbarer Produkte, die an die grossen Abnehmer gehen, bleiben aber Sorgenkinder. In diesen Märkten sind Transparenz, eine glaubwürdige Deklaration und eine konsequente Umsetzung der Swissness-Bestimmungen zentral, damit die Landwirtschaft an der Wertschöpfung partizipieren kann. „Ge-

Seite 2 | 2

rade in diesen Märkten wäre die Umsetzung des Fairness-Gedanken wichtig“, unterstrich Präsident Markus Ritter. „Gefragt sind grundsätzlich angemessene Preise, welche die Kosten decken und Investitionen in die Zukunft erlauben. Dafür braucht es ein Umdenken in der gesamten Branche.“

Fairer Handel statt Freihandel

Die Banane beweist, dass es möglich ist, mit fairem Handel und gerechten Produzentenpreisen auch den Massenmarkt zu erobern. Viel Überzeugungsarbeit, zahlreiche sensible Konsumenten und viele Jahre waren nötig, um die Banane dorthin zu bringen, wo sie heute ist. „Fairer Handel, sprich faire Produzentenpreise, sind die Voraussetzung für eine nachhaltige, umweltschonende und tierfreundliche Landwirtschaft“, ist Adèle Thorens, Nationalrätin der Grünen, überzeugt. Mit der Fair-Trade-Initiative will ihre Partei dafür sorgen, dass sich die Schweiz für bessere Bedingungen für die Bauern auf der ganzen Welt einsetzt. „Das ist auch der Auftrag des neuen Verfassungsartikels 104a. Beim Punkt zum grenzüberschreitenden Handel steht explizit geschrieben, dass dieser zu einer nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft beitragen muss.“ Der gemeinsame Appell lautet: Fairer Handel statt Freihandel. Eine in allen drei Belangen nachhaltige Landwirtschaft ist zu Weltmarktpreisen nicht zu haben. Die Schweiz, ihre Regierung und auch ihre Unternehmen der Lebensmittelbranche stehen in der Verantwortung.

Rückfragen:

NR Markus Ritter, Präsident Schweizer Bauernverband, Mobile 079 300 56 93

NR Jacques Bourgeois, Direktor Schweizer Bauernverband, Mobile 079 219 32 33

NR Adèle Thorens, Mitinitiantin der Fair Food-Initiative der Grünen, Mobile 079 478 90 05

Andreas Lanz, Geschäftsführer & Mitinhaber der Molkerei Lanz, Obergerlafingen, Tel. 032 674 42 42

Urs Guggisberg & Nicole Hälg, Milchproduzenten und Gastgeber, Derendingen, Tel. 032 681 03 10

www.sbv-usp.ch