



«Schweizer Bauer»
3001 Bern
031/ 330 95 33
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 30'480
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 11
Fläche: 84'487 mm²

INTERVIEW: «Kürzere Wertschöpfungsketten sind transparenter», sagt Manfred Bötsch «Der Tierhalter soll mitdenken»



Die Migros sucht vermehrt die Zusammenarbeit direkt mit den Bauern. Nachhaltigkeitsversprechen seien so glaubwürdiger, sagt Manfred Bötsch, Leiter des Geschäftsbereichs Nachhaltigkeit bei der Migros.

«Schweizer Bauer»: Nachhaltigkeit betrifft die drei Pfeiler Ökologie, Soziales und Ökonomie. Müsste es nicht Teil der Nachhaltigkeits-Strategie der Migros und ihrer Tochterfirmen sein, für Milch einen fairen Preis zu bezahlen?

Manfred Bötsch: Fakt ist, dass die Migros-Molke-
rei Elsa heute für kon-

ventionelle Milch einen der höchsten Milchpreise bezahlt. Wir können uns dem Markt aber nicht entziehen. Für Milch mit Nachhaltigkeitsmehrwerten wie IP-Suisse-Wiesenmilch oder Bio-Suisse-Milch bezahlen wir einen Zuschlag. Insgesamt bekommen IP-Suisse-Bauern jährlich Zuschläge von gegen 25



«Schweizer Bauer»
3001 Bern
031/ 330 95 33
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 30'480
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 11
Fläche: 84'487 mm²

Mio. Franken für ihre Produkte. Ganz im Sinne einer fairen Partnerschaft.

Immer wieder ist aber von Angebotsüberhängen im Bereich IP-Suisse-Schlachttiere die Rede. Sind seitens der Micarna Bestrebungen im Gange, die Angebotsplanung zu verbessern?

Ausgangspunkt für die Planung ist immer der Konsum. Gemeinsam mit IP-Suisse definieren wir jährlich Richtmengen, die in den vergangenen Jahren auch eingehalten wurden. Kurzfristig gibt es aber immer unvorhersehbare Marktschwankungen. Darum versuchen wir, die Planung laufend zu optimieren. Angebotsüberhänge deuten nicht zuletzt auf die Attraktivität der Produktion gemäss IP-Suisse-Programm hin.

Die Migros ist die grösste Abnehmerin von IP-Suisse-Produkten. Wo möchte sie die Mengen ausdehnen, und gibt es Projekte für weitere Terra-Suisse-Produkte bei Migros? Entscheide wurden noch keine

Wir sind sehr offen gegenüber neuen Terra-Suisse-Produkten

gefällt, aber wir prüfen derzeit Sortimentserweiterungen in allen Bereichen. Wir sind sehr offen gegenüber neuen Terra-Suisse-Produkten, und das Ziel ist klar eine Erweiterung der Produktpalette.

Zur Strategie im Biobereich: Ist mein Eindruck richtig, dass die Migros vermehrt auf die importierten Alnatura-Produkte und weniger auf Migros-Bio setzt?

Wenn Sie von der Werbung sprechen, verstehe ich Ihren

Eindruck. Von den realen Marktverhältnissen her täuscht aber der Eindruck. Migros-Bio ist umsatzmässig viel wichtiger als Alnatura. Mit Alnatura ergänzen wir das Biosortiment vor allem mit stärker verarbeiteten Produkten, welche junge Konsumenten ansprechen. Denn für eine Eigenproduktion ist der Schweizer Markt in diesem Bereich zu klein. Alnatura-Produkte stammen vorwiegend aus Deutschland. Da es sich um länger haltbare Produkte handelt, können wir die Transporte minimieren und verlagern sie wo immer möglich auf die Schiene.

Warum lobt die Migros die Schweizer Herkunft bei ihren Migros-Bio-Produkten nicht deutlicher aus oder setzt auf die Schweizer Knospe?

Schweizer Migros-Bio-Produkte stammen immer von «Knospe»-Höfen. Wir haben daher eine enge und gute Partnerschaft mit Bio Suisse und sind bei gewissen Produkten des Früchte- und Gemüsebereichs gar grösster Abnehmer von deren Produkten. Wir wollen eine einfache Kommunikation gegenüber den Konsumenten. Deshalb treten wir für sämtliche Bioprodukte mit einem Label auf. Schweizer Bioprodukte werden künftig zusätzlich mit dem Schweizer Kreuz oder mit dem «Aus der Region. Für die Region.»-Label gekennzeichnet.

Leidet die Migros mit ihren vielen Verarbeitungsbetrieben in der Schweiz besonders unter dem starken Franken und dem Einkaufstourismus?

Darunter leiden alle, von der Landwirtschaft über die Verarbeitung bis zum Detailhandel. Wegen der starken Eigenindus-

trie der Migros im Inland sind wir aber besonders sensibilisiert.

Steht eine Auslagerung gewisser Produktionsstätten ins Ausland zur Diskussion?

Die Kernbotschaft unserer Kampagne «Von uns, von hier» lautet: «Was uns am Herzen liegt, das machen wir selber.» Die Migros verkörpert ein Stück Schweizer Identität und erzeugt Wertschöpfung mit über 87 000 Arbeitsplätzen in der Schweiz. Eine Verlagerung ins Ausland ist kein Ziel, eine verstärkte Internationalisierung mit Produktionsstätten in ausländischen Märkten hingegen schon. Die Eigenindustrie wird sich wie in der Vergangenheit stets verändern und anpassen müssen.

Seit 1. Februar betreut der ehemalige Suisseporcs-Geschäftsführer und Agronom Roland Künzler bei Micarna Projekte im Bereich der Tierbeschaffung. Was sind das für Projekte?

Das sind Projekte im Bereich Rinder, Kälber, Schweine und Lämmer. Konkret sollen zusammen mit IP-Suisse- oder Bioproduzenten die drei aktuellen Herausforderungen der Tierhaltung angegangen werden: Ressourceneffizienz, Klimaschutz und Tiergesundheit mit der Vermeidung oder zumindest der starken Reduktion von Antibiotika. Ziel ist es, entsprechende Wertschöpfungsketten aufzubauen, mit denen wir uns profilieren können.

Ist die Micarna deshalb an der Schweineproduzentengemeinschaft Rupromi beteiligt?

Ja, mit diesen Produzenten können wir direkt und rasch Versuche fahren, neue Lösungen testen und haben erst noch verlässliche und vertrauenswürdige Partnerschaften. Diese wollen



«Schweizer Bauer»
3001 Bern
031/ 330 95 33
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 30'480
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 11
Fläche: 84'487 mm²

wir ausbauen, da Fleisch immer mehr zur Vertrauensfrage wird. Wir bauen auf möglichst kurze, transparente Wertschöpfungsketten, bei denen der Tierhalter mitdenkt, mitdiskutiert und mitarbeitet und dafür klare vertraglich gesicherte Richtmengen und Zuschläge hat. Das Preisgefüge am Markt können wir aber nicht aushebeln, deshalb wird der Grundpreis immer mit dem Auf und Ab der Marktpreise mitlaufen.

Ist die Bildung von weiteren solchen Gemeinschaften geplant?

Die gibt es bereits, einfach in einer etwas anderen Form. So etwa die Wertschöpfungskette in der Geflügelproduktion (Optigal), die Weide-Beef-Linie oder die Alp-Lämmer mit IP-Suisse. Allen ist gemeinsam, dass wir punkto Nachhaltigkeit Verbesserungen erreichen und die Produkte entsprechend ausloben möchten. Wir sehen darin auch Chancen, dem Wettbewerbsdruck im Falle einer Marktöffnung standzuhalten oder sogar für Exportmöglichkeiten.

Seit rund einem Jahr importiert die Micarna die Donau-Soja für ihr Optigal-Geflügel-abhängt, werden wir sicher weitere Optimierungen suchen und verfolgen.

Können Sie dazu ein Beispiel nennen?

Gemäss Studien reduziert die Zufütterung von Lein in der

Milchviehration den Ausstoss von Klimagasen. Eine Käsegenossenschaft in der Westschweiz praktiziert dies bereits. Die Elsa beobachtet diesen Ansatz, der insbesondere auch interessant ist, weil der Lein einen positiven Effekt auf die Fettsäure-

Wir bauen auf möglichst kurze, transparente Wertschöpfungsketten

rezusammensetzung der Milch und damit auf die Gesundheit der Konsumenten hat.

Die Migros sucht also vermehrt den Kontakt direkt zu den Produzenten?

Ja. In unserer Strategie ist Nachhaltigkeit wichtig und wird immer wichtiger. Dabei muss sich der Konsument darauf verlassen können, dass die Migros ihre Versprechen hält, und er muss den Sinn dahinter sehen. Gleiches gilt für die Akteure einer Wertschöpfungskette. Jeder muss den Sinn der Nachhaltigkeit einsehen und sie leben wollen und nicht müssen. Deshalb setzen wir mit unserer Eigenindustrie vermehrt auf die Partnerschaft zwischen Landwirten, Verarbeitern und Abnehmern. Möglichst kurze Wertschöpfungsketten sind dabei wirtschaftlicher und transparenter.

INTERVIEW:
DORIS GROSSENBACHER

ZUR PERSON

Manfred Bötsch ist Leiter der Direktion Nachhaltigkeit und Qualitätsmanagement beim Migros-Genossenschaftsbund und bei Micarna. Der gelernte Landwirt, ETH-Agronom und Jurist arbeitete zuvor 17 Jahre beim Bundesamt für Landwirtschaft, davon 11 Jahre als Direktor. Bötsch wohnt mit seiner Familie in Meikirch BE. *gro*