



Starke Nachfrage: Biologisch angebauter Fenchel im Seebezirk bei Kerzers FR
Foto: Keystone

Biowelle sorgt bei Nahrungsmittelmultis für Panik

Grosskonzerne wollen mit Übernahmen bei Bio aufholen – Coop und Migros profitieren

Frédéric Vormus

Vevey VD Das Ziel von Danone klingt simpel, ist aber entscheidend für die Zukunft des Nahrungsmittelkonzerns: Er will zu den Weltmarktführern bei Bioprodukten gehören. Am 5. April hat

Danone von den Behörden grünes Licht für den Kauf von White Wave erhalten. Der französische Multi zahlt für die auf Milchprodukte und Bionahrung spezialisierte US-Gesellschaft umgerechnet 13,6 Milliarden Franken.

Andere Konzerne springen auf den Zug auf. Der neue Nestlé-Chef Mark Schneider bezeichnet Bioprodukte als «entscheidende Chance», und Nestlé beabsichtigt, sie zu nutzen. Beim weltgrössten Nahrungsmittelkonzern



fristen Biolebensmittel bislang ein Nischendasein. Coca-Cola will diesen Sommer in Europa den Bio-Eistee Honest lancieren. Der US-Konzern hatte dessen Hersteller vor einigen Jahren übernommen. Honest ist das Lieblingsgetränk von Barack Obama. Sein Erfinder entwickelte es einst in einer Garage.

Die Bemühungen der Multis zeigen, dass sich Bionahrungsmittel vom Nischenprodukt zur Massenware entwickeln. In der Schweiz ist deren Umsatz im vergangenen Jahr um 7,8 Prozent auf 2,5 Milliarden Franken gewachsen. Doch die grossen Nahrungsmittelhersteller hinken dem Trend hinterher, sagt Xavier Terlet, Gründer des auf Konsumgüter spezialisierten Beratungsunternehmens XTC. «Die Biowelle hat bei Konzernen Panik ausgelöst. Darauf reagieren sie mit Zukäufen, denn ihnen fehlt das Wissen über Bio.»

Immer mehr Konsumenten verlangen nach gesunden Nahrungsmitteln. Dazu haben laut Terlet auch verschiedene Lebensmittelskandale beigetragen. Um der Nachfrage gerecht zu werden, brauchen die Hersteller mehr Biorohstoff. In der Schweiz haben sich im vergangenen Jahr 386 Bauernbetriebe neu beim Label Bio Suisse angemeldet. Insgesamt arbeiteten 6144 Produzenten nach dessen Richtlinien. Die Umstellung von konventioneller Produktion auf Bio dauert zwei Jahre.

Der Grossverteiler Coop will noch mehr Produzenten von Bio überzeugen und setzt Anreize. «Wir kaufen die Produkte während der Übergangszeit zu denselben Konditionen wie Bioware», sagt Sprecher Ramon Gander. Nachschub ist dringend notwendig. Weil nicht genügend inländische Bioprodukte verfügbar sind, muss rund ein Drittel aus dem Ausland importiert werden, sagt Daniel Bärtschi, Geschäftsführer von Bio Suisse.

Grossverteiler gewinnen Marktanteile auf Kosten der Kleinen

In der Schweiz profitieren die grossen Detailhändler von der Biowelle. Migros und Coop legen zu, kleine Bioläden verlieren Marktanteile. Rund drei Viertel des Bioabsatzes läuft in der Schweiz über die beiden Grossverteiler. Coop konnte den Bioumsatz letztes Jahr um knapp 7 Prozent auf 1,3 Milliarden Franken steigern. Bei der Migros war es ein Plus von fast 19 Prozent auf 808 Millionen Franken.

Auch bei den Discountern ist Bio mittlerweile ein Muss. Aldi kämpft schon seit einigen Jahren darum, die Knospe von Bio Suisse auf seine Produkte zu bekommen. Der Dachverband der Schweizer Bio-Produzenten sperrt sich jedoch dagegen.

Daniel Bärtschi von Bio Suisse will nicht die grossen gegen die kleinen Detailhändler ausspielen. «Der biologi-

sche Anbau wäre in der Schweiz ohne starke Partner nie aus der Nische gekommen.» Konsumgüterexperte Xavier Terlet ist überzeugt, dass mit dem Einstieg weiterer grosser Marktteilnehmer die Preise für Konsumenten sinken werden. «Die Discounter werden stärker ins Geschäft einsteigen, die Produktionsvolumen werden steigen. Damit können sich alle Bevölkerungsschichten Bio leisten, auch wenn die Produkte noch etwas teurer als herkömmliche sind.»

Der Preisdruck wird auch Biobauern treffen

Wenn einmal das Angebot die Nachfrage befriedigt, werden sich die Biobauern dem gleichen Preisdruck ausgesetzt sehen wie die Produzenten aus der herkömmlichen Landwirtschaft. Auch wenn der Boom der Bioprodukte bisher kleinen Bauernbetrieben geholfen hat, ihr Überleben zu sichern, könnte es zu einer Konzentration in der Landwirtschaft kommen. Bio-Suisse-Chef Daniel Bärtschi räumt ein, dass diese Gefahr real ist.

Durch neue, innovative Ansätze könnten kleine Betriebe jedoch überleben. «Der Konsument mag, was er versteht», sagt Xavier Terlet. «Ein kleiner Viehzüchter kann zeigen, wie und auf welchem Bauernhof er sein Tier gehalten hat. Die Grossbetriebe können keine solchen Geschichten erzählen.»



Bio in Zahlen

81 Milliarden
Franken

Marktwert global

2 400 000

Produzenten weltweit

7,2 %

Jährlicher Zuwachs von
Bioproduzenten

24,8 %

Das Wachstum auf dem spanischen
Markt bedeutet Weltrekord

8,4 %

In Dänemark ist der Marktanteil
von Bio am grössten

283 Franken

Die Schweizer geben pro Einwohner
am meisten für Bio aus

Quelle: Forschungsinstitut für biologischen Landbau