



Schweizer Lebensmitteltag

Bio-Konsumenten – gut im Bild?

Wie steht es mit der Risikowahrnehmung beim Kauf von Lebensmitteln? Das war eines der Themen am diesjährigen Schweizer Lebensmitteltag. Ueli Steiner, CEO von bio-inspecta, hat uns in der Networking-Zone drei Fragen zum Kaufverhalten bei Bio-Produkten beantwortet. Hier seine Einschätzungen:

Interview von Max W. Twerenbold

Herr Steiner, wie gut wird der Konsument heute Ihrer Beobachtung nach über Bio informiert?

Das ist je nach Absender der Information unterschiedlich. Grundsätzlich sind drei Quellen zu unterscheiden: Information durch die Industrie, die Verbände und die Medien.

– Aus meiner Sicht informieren die Industrie sowie die Retailer und Handelsunternehmen in der Werbung und am Verkaufspunkt sehr sachlich und umfassend. Das ist sicher der Hauptgrund, weshalb sich Bio konsequent durchgesetzt hat.

– Bei den Verbänden fallen die Aktivitäten von Bio Suisse auf, insbesondere die Fernseh-Spots und auch die Jahres-Medienkonferenz, an der neutral und transparent informiert wird. Grosse Schritte in die richtige Richtung hat in den letzten Jahren auch der Schweizerische Bauernverband gemacht. Er lanciert regelmässig Reportagen über Biobauern, und man erfährt Neues aus der Bio-Szene. Der Präsident des SBV ist selbst Biobauer.

– Für die Medien ist Bio definitiv aus der Nische herausgewachsen. Das belegen die vielfältigen Berichterstattungen. Aus meiner Sicht werden die Konsumenten in den Print- wie in den elektronischen Medien sehr differenziert und korrekt informiert.

Sie stellen den Info-Lieferanten also ein

gutes Zeugnis aus. Wie beurteilen Sie denn den Informationsstand des durchschnittlichen Konsumenten?

Ja, gewiss, entscheidend ist natürlich, ob die Informationen ankommen. Ich sehe hier drei Punkte:

– Nachhaltig und umweltbewusst denkende Menschen sind meines Erachtens heute sehr gut im Bild. Aufmerksame



Ueli Steiner, CEO bio-inspecta

Konsumenten nutzen die zahlreichen Möglichkeiten, sich transparent zu informieren. Man kauft so immer mehr Bioprodukte.

– Bei den eher skeptisch eingestellten Konsumenten ist festzustellen, dass die



gelieferten Informationen noch nicht vollständig greifen. Bio wird da häufig mit Produkten aus der Region verglichen. Man argumentiert, diese seien besser, als von weit entfernt «hergekarrte» Bioprodukte. Dieser Punkt verdient Beachtung, denn der Verbrauch an grauer Energie ist in jedem Fall und immer zu berücksichtigen.

- Generell erkennen viele Konsumenten noch etwas zu wenig, dass Bioprodukte nicht nur gesund für den Verbraucher sind, sondern vor allem auch positiv für die Umwelt. Das Bienensterben in China zeigt ja, wohin übermässiger Pestizid-Einsatz führen kann.

Dürfen wir Sie bitten, die folgenden drei Handlungsweisen mit einem Beispiel zu vervollständigen?

- Der Konsument ist gut beraten und handelt vorsichtig,
wenn er beim Kauf von Kosmetik und von Reinigungsmitteln prüft, ob diese natürlich hergestellt oder sogar in Bioqualität verfügbar sind. Diverse nachhaltige Labels, wie zum Beispiel Natrue (www.natrue.org) stellen sicher, dass

die Produkte umweltverträglich hergestellt sind und verträgliche Inhaltsstoffe haben.

- Der Konsument handelt eher naiv, wenn er meint, Bioprodukte würden nur in der Schweiz produziert. Dem ist nicht so. Durch die wachsende Nachfrage werden viele Produkte international hergestellt und in die Schweiz importiert.
- Der Konsument handelt gleichgültig, wenn er ignoriert, dass der Schutz der Umwelt in der Produktion von Nahrungsmitteln immer wichtiger wird. Die Produktion von biologischen Produkten berücksichtigt den sehr hohen Anspruch an Umweltschutz und Nachhaltigkeit. In der Tat: Bio kann nicht einfach jedermann!

Vielen Dank für Ihre Einschätzungen, Herr Steiner.

Für die Agenda:

Der nächste Lebensmitteltag findet statt am 19. April 2018. ■





Vom ERFA-Treffen zum Schweizerischen Lebensmitteltag LMT

Gemäss Felix Müller, GL-Mitglied der Schweizerischen Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS), geht der Ursprung des Schweizerischen Lebensmitteltages (LMT) in die späten 90er Jahre zurück. Im Rahmen der immer komplexeren Lebensmittel-Zertifizierungsnormen lud die SQS damals Kunden aus dem Lebensmittel-sektor zu ERFA-Sitzungen ein, um über Neuerungen in der Normenwelt und deren Interpretation zu informieren und den Dialog mit der Praxis zu pflegen. Bis zu 50 Personen nahmen jeweils teil.

Nach der verstärkten Zusammenarbeit der SQS mit bio.inspecta im Jahre 2007 erhöhte sich die Nachfrage weiter. Aus den ERFA-Treffen entstand nach und nach die jetzige Form des LMT mit einem eigenständigen Auftritt und hoch aktuellen Themen. Felix Müller dazu: «Der LMT ist heute als Treffpunkt der Schweizer Lebensmittelindustrie etabliert, Mit rund 200 Teilnehmenden war der Kongress-Saal im Hotel Schweizerhof Luzern in den letzten Jahren stets ausgebucht. Und 2017 war das nicht anders.»

www.bio-inspecta.ch sowie www.sqs.ch

