

Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'602
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 36
Fläche: 55'625 mm²

«Biobauern sind keine Alpöhis»

Bioexperte Urs Niggli kritisiert das Bild, das von Biolandwirtschaft vermittelt wird. Hätten Konsumenten eine realistische Vorstellung, würden die Reaktionen auf den Eierskandal nicht derart emotional ausfallen.



«Überall werden einzelne Tiere präsentiert», sagt Urs Niggli. Foto: Keystone

Mit Urs Niggli sprach Chantal Hebeisen

Wie nehmen Konsumenten Bio-Produkte wahr?

Bio hat generell einen Heiligenschein. Dass es bei den Anforderungen Unterschiede gibt, ist den wenigsten Leuten bewusst. Das, was die Konsumenten am meisten interessiert - keine Gentechnologie, keine Pestizide und keine synthetischen Dünger -, müssen alle Labels einhalten.

Sie sagen, Bio habe einen Heiligenschein - wie meinen Sie das?

Viele Leute stellen sich beim Thema Bio einen Bauern vor, der vielleicht 20 Hühner hält und die er alle beim Namen kennt. Eine solche Produktion ist heute aber nicht mehr möglich - ein Ei würde so teuer, dass fast niemand mehr bereit wäre, diesen Preis zu bezahlen. Heute liegen die Preisunterschiede zwischen Bio und nicht Bio über alles hinweg ge-

sehen bei rund 40 Prozent. Würden die Biobetriebe den idyllischen Kleinbetrieben in der Vorstellung der Konsumenten entsprechen, wären die Bioprodukte 100 bis 200 Prozent teurer als konventionelle Produkte.

Woher glauben Sie kommt diese verzerrte Wahrnehmung bei den Kunden?

Das Problem ist, dass beim Bauernverband, beim Bundesamt für Landwirtschaft und auch bei Bio Suisse eine kleinbäuerliche Idylle gezeigt wird. Überall werden einzelne Tiere präsentiert, zum Beispiel drei oder vier Hühner, die durchs Gras stolzieren. Ein Bild mit 2000 Hühnern findet man nirgends.

Auch die Vertretern der konventionellen Landwirtschaft betreiben diese Romantisierung.

Daher steht Bio unter dem Zwang, diese Idylle ebenfalls zu zeigen. Dieses Bild zu fördern, ist meiner Ansicht nach das

Webcam im Saustall Empörte Konsumenten

Seit dem 9. Januar steht im Schweinestall von Bauer Werner Schwarz eine Kamera, die in Echtzeit zeigt, was in der Abferkelanlage des Hofes in Schleswig-Holstein passiert. Die Sauen liegen auf einem perforierten Metallboden, eingerahmt von einem sogenannten Ferkelschutzkorb. Er soll verhindern, dass die Sau ihre Ferkel erdrückt. Schwarz ist Präsident des Deutschen Bauernverbandes. Er hat die Webcam eingerichtet, um zu zeigen, wie moderne Tierhaltung funktioniert - und stösst damit auf Ablehnung. Auf Facebook zeigten sich die Leute schockiert. Die Rede war von «perversen Käfigen», die die Sauen davon abhalten, ihre «Babys zu bemuttern». Das sei «moralisch» nicht vertretbar. Das Problem: Die meisten Leute hätten keine realistische Vorstellung vom Innenleben eines Stalls, sagt Bauer Schwarz. (aba)

Grundübel der ganzen Nahrungsmittelskandale. Man müsste die Konsumenten vielmehr aufklären, dass mit unserer Preispolitik eine individuelle Betreuung jedes einzelnen Tieres nicht mehr möglich ist. Mir als Agrarwissenschaftler wäre es wohler, wenn man eine professionelle Landwirtschaft zeigen könnte, die heute anders läuft als noch vor 50 bis 60 Jahren, die aber nicht tierverachtend und umweltbelastend ist. Bio wird regelmässig Opfer der celebrierten Bilder.

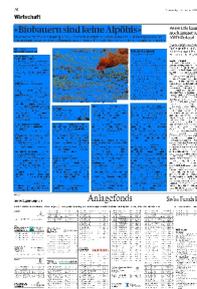
Urs Niggli

Der Agrarwissenschaftler leitet seit über 20 Jahren das Forschungsinstitut für biologischen Landbau in Frick.



Könnten solche Skandale für die Bioproduzenten auch eine Chance sein, um sich von diesem idyllischen Image zu befreien?

Ich hoffe es. Ich selbst kommuniziere diese Romantik nicht. Ich bin überzeugt,



Tages-Anzeiger
8021 Zürich
044/ 248 44 11
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 188'602
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 36
Fläche: 55'625 mm²

dass in zehn Jahren ein Grossteil der Biobauern modernste computergesteuerte Technik verwenden wird. Sie werden aus dem Traktor heraus E-Mails verschicken und Saatgut bestellen. Das ist für mich das Zukunftsbild - nicht der Bauer mit der Mistgabel in der Hand.

Müsste das Marketing nicht auch in diese Richtung gehen?

Heute werden vor allem archetypische Bilder angesprochen, ähnlich wie bei den Hilfswerken, die dauernd weinende Kinder zeigen. Der Mensch reagiert auf diese Bilder, und daher sind sie für die Werbung hilfreich. Damit die Konsumenten die Produkte kaufen, muss man eine Geschichte erzählen - in diesem Fall jene des Paradieses. Davon lassen wir uns gerne unterhalten.

Wie sieht es bei der Marge aus? Sind Bioprodukte für die Grossverteiler lukrativer?

Migros und Coop verdienen mit Bioprodukten nicht mehr als mit konventionellen Produkten. Sie haben in den letzten Jahren viel in die Entwicklung und in den Aufbau investiert, damit es überhaupt genügend Produzenten gibt. Heute ist man so weit, dass die Marge auf Bioprodukten etwa gleich hoch ist wie bei den konventionellen Produkten. Und auch die Bauern haben ein vergleichbares Einkommen. Sie haben mehr Arbeit und teilweise höhere Einbussen, weil sie beispielsweise auf Pestizide verzichten müssen.

Bräuchte es ein Umdenken bei den Konsumenten, was die Bioprodukte angeht?

Was die Biobauern auszeichnet, sind ihre respektvolle Tierhaltung und der schonende Umgang mit der Umwelt. Biobauern sind aber keine Alpöhis oder Romantiker. So wie jedes Unternehmen müssen auch die Biobauern mit der Zeit gehen. Eine moderne Produktion ist gut kombinierbar mit einer umwelt- und tierfreundlichen Bewirtschaftung.

Wenn man diese Botschaft in der Werbung stärker kommunizieren würde, blieben auch derart emotionale Reaktionen aus. Selbstverständlich ist auch die Biolandwirtschaft nicht gefeit gegen Betrüger. In der Schweiz gibt es aber ein gutes Kontrollsystem, das das Betrugsrisiko so stark minimiert, dass der Konsument eine relativ hohe Sicherheit hat. Eine hundertprozentige Garantie gibt es aber nicht.

Unterscheidet sich die Tierhaltung in der Schweiz von Deutschland?

In der Schweiz darf die Herdengrösse maximal 2000 Tiere betragen. In Deutschland sind dies 3000 Tiere. Hinzu kommt, dass in Deutschland, anders als in der Schweiz, mehrere Herden pro Betrieb gehalten werden dürfen. So ist eine nahezu industrielle Haltung auch in der Bioproduktion möglich. Hinzu kommt, dass in Deutschland bei der Freilandhaltung nur eine gewisse Stallfläche und ein regelmässiger Freigang nach draussen geregelt sind. Die Vorschriften besagen aber nichts über die Tiermedizin oder über die Fütterung der Tiere.

Wie unterscheiden sich Schweizer Biolabels von jenen in der EU?

Sowohl in der Schweiz als auch in der EU dient die Bioverordnung als Grundlage bei der Produktion. Diese schreibt den Mindeststandard vor. In der Schweiz gibt es aber Labels, deren Vorschriften darüber hinausgehen, um sich marketingtechnisch abzuheben. Ein Beispiel ist das Knospe-Label von Bio Suisse. In Knospe-Joghurts darf kein Farbstoff verwendet werden, auch nicht in Form von Randensaft. Man will die Produkte möglichst naturnah belassen. Auch beim Anbau gibt es Unterschiede. Während für das Knospe-Label eine gesamtbetriebliche Umstellung auf Bio nötig ist, kann ein deutscher Biobauer nur das Getreide nach Biorichtlinien anbauen, die Tiere aber konventionell halten.

(Tagesanzeiger.ch/Newsnet)