

SUISSE-PLUS: Die Mehrwertstrategie sei von höchster Relevanz, betont Agrarminister Guy Parmelin

NACHRICHTEN

«Suisse-Plus ist eine grosse Chance»

Die Mehrwertstrategie der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft ist lanciert. Mit «Suisse-Plus» sollen gesunde und qualitativ hochwertige Lebensmittel produziert werden, die von den Konsumenten gerne gekauft werden.

ADRIAN HALDIMANN

Seit Jahren wird an der Schweizer Qualitätsstrategie gearbeitet. Vergangenen Freitag hat nun der Verein Qualitätsstrategie in Delémont JU das Resultat seiner Arbeit, die Initiative «Suisse-Plus» präsentiert. «Die Vision der Initiative «Suisse-Plus» ist es, dass die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft bei Nachhaltigkeit, Qualität und Tierwohl weltweit führend ist», leitete Kurt Schmid vom Verein Qualitätsstrategie ambitioniert ein. Doch muss die Schweiz führend sein? Schmid machte einen Vergleich mit der Uhrenindustrie: «Hätte diese sich mittelmässiger Qualität verschrieben, gäbe es sie heute nicht mehr.» Deshalb müsse auch die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft auf Mehrwerte und Qualität setzen.

«Besser produzieren»

Selbst Agrarminister Guy Parmelin liess es sich nicht nehmen, per Videobotschaft die Wichtigkeit von «Suisse-Plus» zu betonen: «Die Mehrwertstrategie der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft ist für die Schweiz von höchster Relevanz und hat das Potenzial, die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft nachhaltig zu verändern und Verbesserungen zu bringen, besonders beim Klima, bei unseren Böden, und dem Tierwohl.»

Adrian Aebi, Vize-Direktor des Bundesamts für Landwirtschaft BLW, wünscht sich, dass jede Branche eine Mehrwertstrategie entwickelt, wie dies die Milchbranche mit dem grünen Teppich bereits gemacht habe (siehe Box). In Zukunft solle nicht weniger, sondern besser produziert werden, betonte Aebi.

«In Branchen verbreiten»

Im Gespräch mit dem «Schweizer Bauer» sprach Urs Schneider, Vize-Virektor des Schweizer Bauernverbandes SBV und Präsident von Agro Marketing Suisse (AMS) das Gütesiegel Suisse Garantie an, das seines Erachtens auch Bestandteil einer Mehrwertstrategie darstelle. Denn Suisse Plus hebe sich zum Beispiel mit der Gentechnikfreiheit und dem ökologischen Leistungsnachweis (ÖLN) von den meisten Importprodukten ab und zeige den Konsumenten Mehrwerte und innere Werte der Produkte auf. Die Frage stehe im Raum, ob es bei Suisse Garantie bei den übergeordneten Anforderungen eine Weiterentwicklung brauche, um den Vorsprung im internationalen Vergleich halten zu können. In diesem Zusammenhang seien schon Fragen bezüglich sozialer Standards für Mitarbeitende oder Mindestanteile einheimischer Futtermittel aufgeworfen worden. Die entsprechenden Fragen würden diskutiert, vor allem seien aber die Branchen gefordert, Anforderungen zu definieren, die auch für die Zukunft eine Differenzierung ermöglichen.

«Wer soll bezahlen?»

Alt-Regierungsrat Christian Wanner stellte als Zuhörer fol-



Die verschiedenen Akteure der Wertschöpfungskette sind sich einig: Die Initiative «Suisse-Plus» soll die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft nachhaltig verändern. (Bilder: Adrian Haldimann)

MILCH



«Tue Gutes und sprich darüber», projizierte Stefan Kohler, Geschäftsführer der Branchenorganisation Milch BOM während seines Referats an die Leinwand. Die Milchbranche nehme mit dem Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» eine Vorreiterrolle ein, wenn es darum gehe, eine Mehrwertstrategie zu schaffen («Gutes tun») und diese zu kommunizieren («darüber sprechen»). Nach einem Monat Swissmilk green spricht Kohler von grossem Interesse bei den Akteuren. Rund 70 Prozent der Molkereimilch sei im Boot. Kohler bezeichnete den Standard als grossen Schritt zur Stärkung der Milchbranche. Der Nachhaltigkeitsbonus zahle sich für die Milchproduzenten mit 3 Rappen pro kg auf alle Molkereimilch des A-Segments aus. Kohler betont: «Ohne Mehrwert kein Mehrpreis und ohne Mehrpreis kein Mehrwert.» Den Vorsprung halten, bedeutet Folgendes: «Wir wollen den Standard weiter optimieren.» hal

FLEISCH



«Die Fleischbranche hat den grünen Teppich bereits», sagte Proviandirektor Heinrich Bucher und wies auf eine «ganze Palette» an Mehrwerte hin, welche die Fleischbranche mit dem Schweizer-Basis-Standard (ÖLN), Branchenregelungen (Kälber 21 Tage auf Geburtsbetrieb, Vermeidung Schlachtung trächtiger Kühe), Bundesprogrammen (BTS, Raus, GMF) und den zahlreichen Labels leistet. Bezüglich Massentierhaltung richtete er klare Worte ans Publikum: «In der Schweiz gibt es keine Massentierhaltung. Bei uns wird in Familienbetrieben in überschaubaren Betriebsgrößen produziert.» Bucher sprach sich für die Mehrwertstrategie aus, will aber keine zusätzlichen gesetzlichen Auflagen. Die Branche strebe nach mehr einheimischen Kraftfutteranteilen und besserer Tiergesundheit. Bucher zählte zahlreiche Bemühungen (z. B. Gesundheitsdienste) auf, die auf gesunde Tiere und weniger Antibiotikaeinsatz hinarbeiten. hal

GETREIDE



«Der Prozess für die Schaffung von Mehrwerten in der Getreide- und Ölsaatenbranche ist angebrochen. Es braucht Zeit, die wir uns nehmen», sagte Stephan Scheuner, Direktor von Swiss Granum. Der Fokus bezüglich Mehrwertstrategie liege bei Brotgetreide und Raps. Sobald die Ausgestaltung der AP 22-vorliege, werde die Thematik auch im Futtergetreide angegangen. Vorerst gehe es darum, Mehrwerte zu erkennen und zu erarbeiten. Aktuell würden in einer Studie die Erwartungen der Kunden an Brot geklärt. Mehrwerte sollten in die Digital-Basiskommunikation integriert werden. Um Schweizer Rapsöl in Zukunft besser positionieren zu können, sei eine Untersuchung geplant, bei der die Nachhaltigkeit von Schweizer Rapsöl gegenüber importierten Konkurrenzprodukten verglichen werde. Die Weiterentwicklung der Branche brauche Zeit für Diskussionen und Zeit für die Erarbeitung von konsensfähigen Lösungen. hal

OBST



Jimmy Mariéthoz, Direktor des Schweizer Obstverbandes (SOV), sprach mögliche Mehrwertstrategien im Obstbau an und nannte folgende Stichworte: Produktionstechniken, Schutz der Kulturen, Energie (weniger CO₂-Emissionen), Ausbildung, Handel und Qualität. Die wohl wichtigste Aufgabe sei, die Qualität von Schweizer Früchten im Vergleich zu Importware hervorzuheben und zu kommunizieren. Mariéthoz zeigte anhand des Beispiels Kirschen auf, wie dank «innerer Qualität» der Konsum gesteigert werden soll. Qualität beeinflusse die ganze Produktions- und Handelskette, und somit müssten auch Lösungsansätze bei Qualitätsproblemen gemeinsam angegangen werden. Deshalb arbeite der Obstverband (Produzenten und Verarbeiter) mit Swisccofel (Handel) zusammen und lanciert Weiterbildungskurse, um gezielt die Qualität von Kirschen bezüglich Fruchtgrösse, Form und Zuckergehalt zu verbessern. hal



SBV-Vize-Direktor Urs Schneider: «Es muss gelingen, die Mehrwerte besser bekannt zu machen.»

gende Frage und nahm gleichzeitig das BLW und den Bundesrat in die Pflicht: «Mehrwert schaffen heisst auch Mehrwert erzielen. Die Bauern müssen mehr verdienen können. Wie können die Konsumenten dazu gebracht werden, einen etwas grösseren Anteil ihres Einkommens für einheimische Lebensmittel auszugeben?» Sara Stalder von der Stiftung für Konsumentenschutz dementierte, dass die Konsumenten in der Pflicht seien, den Mehrpreis zu bezahlen. Stattdessen müsse bei den Vorleistungen wie Futtermitteln und landwirtschaftli-

chen Maschinen eingesetzt werden. Die Landwirte müssten viel zu viel dafür bezahlen. Stalder kritisierte zudem die Margen, die zwischen Produzenten und Verkaufregal anfallen. Es sei eines «der bestgehüteten Geheimnisse». Es würden sich schon Fragen stellen, wenn die Schere zwischen Produzenten und Konsumentenpreisen immer weiter auseinanderginge. Schneider ergriff das Wort und betonte, dass es für die Konsumenten zumutbar sei, etwas mehr für Lebensmittel zu bezahlen. Seine Begründung: Wie fast nirgends auf der Welt werden



Jede Branche entwickelt ihre Mehrwertstrategie. Die Summe der Massnahmen ergibt die Initiative «Suisse-Plus». (Bild: pam)

nur sieben Prozent des Haushaltseinkommens für Lebensmittel ausgegeben.

«Kraftvollen Schub»

Aufgrund der Veränderungen im Konsumverhalten sieht der Verein grosse Chancen für die hiesige Branche. Deshalb brauche es nun einen «kraftvollen Schub». «Diese Chance zu verpassen, wäre fatal. Zu gross ist der Importdruck, zu deutlich die Forderungen der Gesellschaft nach einer nachhaltigen Landwirtschaft, zu gross die Sorge der Schweizer Bauern um ihre Zukunft», hält er fest.

VEREIN

Der Verein Qualitätsstrategie wurde im November 2016 gegründet. Die Mitgliederorganisationen setzen sich aus der ganzen Wertschöpfungskette zusammen und heissen unter anderem wie folgt: Bio Suisse; Emmentaler Switzerland; Fromarte; Fenaco; Kleinbauern-Vereinigung; Coop; Migros; Lidl; Pro Natura; Schweizer Bauernverband; Schweizer Milchproduzenten; Suisseporcs; Stiftung für Konsumentenschutz. hal

Mehr dezentrale Schlachthöfe



Nationalrätin Martina Munz (SP, SH) will vom Bundesrat wissen, ob aus Sicht des Tierwohls dezentrale Schlachtplanzen wichtig wären. Und Munz will weiter wissen, ob der Bund Möglichkeiten sieht, solche Anlagen zu unterstützen. Martina Munz lobt die Schweizer Bauern in ihrer Interpellation. Die Schweizer Landwirtschaft sei in Sachen Tierschutz und Tierwohl führend. Und die Bauern würden laufend Verbesserungen erzielen, hält sie fest. Verbesserungspotenzial sieht die SP-Frau bei der Schlachtung der Nutztiere. «Leider läuft die Entwicklung der Schlachtplanzen genau in die gegenteilige Richtung. Die Schlachtplanzen werden zentral konzentriert», hält sie fest. «Besonders Tiere aus besonders tierfreundlicher Haltung sind besonders oft von langen Transportzeiten betroffen, da nicht alle Schlachthöfe für entsprechende Label zertifiziert sind», schreibt Munz. Für die Nationalrätin wäre es deshalb sinnvoll, regionale Schlachtbetriebe zu unterstützen. blu

Agrarkommissar: Pole wird entlastet

Das Europäische Betrugsbekämpfungsamts (OLAF) schliesst seine Untersuchung gegen Janusz Wojciechowski ab. Er wird vom Amt entlastet. Die Wahl zum EU-Agrarkommissar ist für den Polen nun greifbar nahe. Nach Ansicht von OLAF hat der polnische Kandidat für die Agrarressort in der neuen EU-Kommission vor einigen Jahren als Europaabgeordneter Reisekosten falsch abgerechnet. Doch mit seiner bereits freiwilligen Rückzahlung von gut 11 000 Euro sei der Fall jetzt erledigt, erklärte OLAF. Nachdem die Unregelmässigkeiten ausgeräumt sind, kann sich Wojciechowski am Dienstag den inhaltlichen Fragen der Abgeordneten aus dem Agrarschuss des EU-Parlaments in Strassburg widmen. Er bekennt sich zum verstärkten Engagement der neuen EU-Kommission für den Klimaschutz und für eine bessere Verteilung der Direktzahlungen zugunsten von kleineren Betrieben. aiz

Parmesan: Italien fürchtet US-Zölle

Parmesan-Hersteller in Italien fürchten sich vor den von US-Präsident Donald Trump angeordneten Strafzöllen auf Waren aus der EU. «Trump kann Zölle erheben, die den Preis eines Produkts um 100 Prozent steigern würden», warnte der Präsident des nationalen Parmesan-Konsortiums, Nicola Bertinelli, in der Zeitung «La Stampa». Derzeit würden auf ein Kilogramm «Parmigiano Reggiano» 2,5 Dollar Zoll erhoben – dieser könnte auf 20 Dollar steigen. «Das würde bedeuten, dass der Preis im Supermarktregal von heute 40 Dollar pro Kilo auf 60 steigen würde.» Parmesan wäre dann ein exklusives Nischenprodukt. Diese Woche besucht US-Aussenminister Mike Pompeo Italien. Das Zoll-Thema soll dabei auch zur Sprache kommen, da für Italien der Export seiner beliebtesten Lebensmittel wie Parmesan, Salami oder Schinken ein wichtiger Wirtschaftsfaktor ist. aup