

# Bio – ein lukratives Geschäft: aber für wen eigentlich

## Position Faire Märkte Schweiz (FMS)

Bio-Tag 2023

Dr. Stefan Flückiger, Präsident FMS



# Inhalt

1. Einführung zu Kosten-/Preis- und Wertschöpfungsentwicklungen
2. Marktmacht – einfach erklärt
3. Studie FHNW – Ergebnisse und Indizien für Marktmacht
4. Handlungsbedarf – Demoscope Umfrage 2023
5. Faire Märkte Schweiz (FMS): Mission und Fairness-Selfcheck
6. Wie beurteilen Sie die Situation?
7. Schlussfolgerungen

# 1. Entwicklung Preise und Kosten: Was lässt sich daraus ableiten?

(Coopzeitung 5.9.23: 2008 – 2022)

**66** Nr. 30 vom 5. September 2023 **Coopzeitung**

## So hat Coop das Budget entlastet

Alles wird teurer? Nein, nicht alles! Denn während die Kosten für Krankenkasse, Strom und Mieten gegenüber 2008 im zweistelligen Bereich gestiegen sind, gingen die Preise für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke in der Schweiz nach unten. Wöllig anders dagegen in der Europäischen Union (EU): Dort haben sich diese Waren im selben Zeitraum massiv verteuert. Im gesamtschweizerischen Minus von 2 Prozent spiegelt sich auch das konsequente Engagement von Coop für günstige Preise. Und dies geht im laufenden Jahr weiter: Rechts sind beispielhaft einige der über 800 Produkte zu sehen, bei denen Coop seit Januar 2023 die Preise gesenkt hat. Weitere folgen.

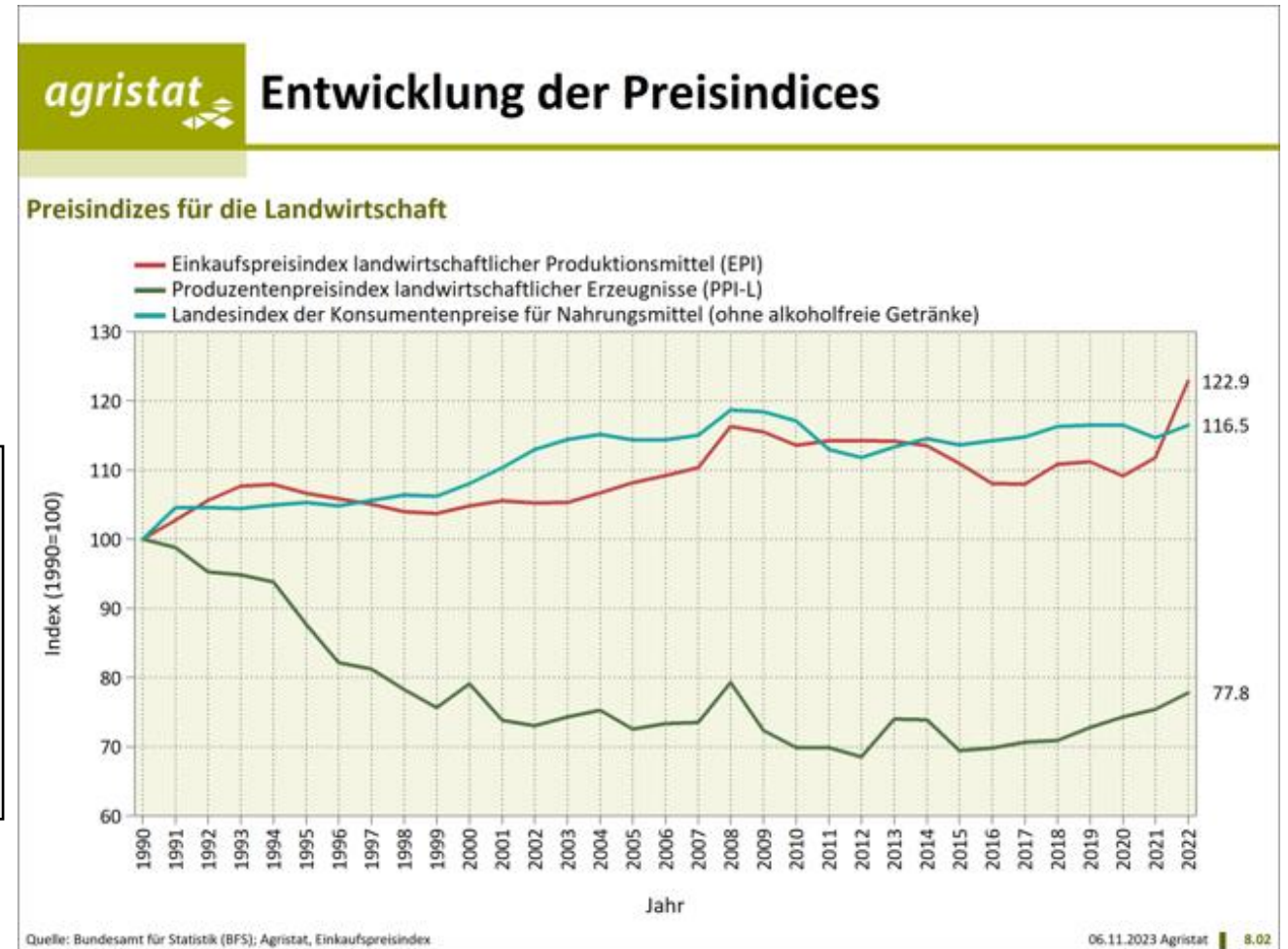
**WIE SICH DIE PREISE VERÄNDERT HABEN**

Kategorie	Veränderung 2022 vs. 2008
Krankenkassenprämien	+48%
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke EU	+38%
Elektrizität	+24%
Wohnungsmiet	+15%
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke CH	-2%

Quelle: Bundesamt für Statistik, Eurostat – harmonisierter Verbraucherpreisindex (HVEI)/Bundesamt für Statistik – Krankenversicherungsprämien-Index (KPI)

Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke CH -2%

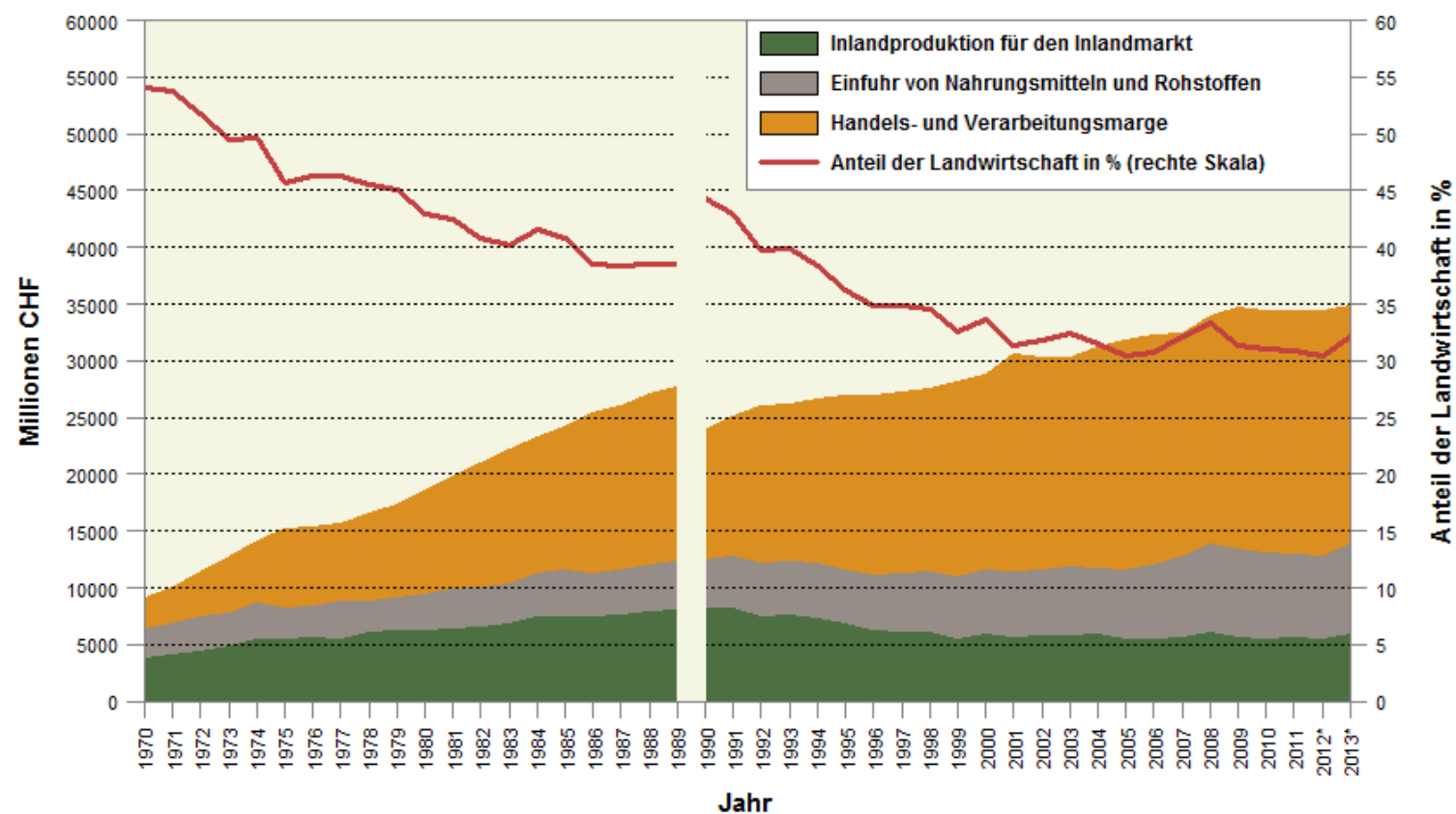
(BFS/Agristat: seit 1990)



**Fazit: Marktmacht ist bei Preisbildung entscheidend!**

# 1. Entwicklung Wertschöpfung: Anteil der Landwirtschaft am Konsumentenfranken

- Inlandproduktion, Nettoeinfuhr und Marge in Millionen CHF (linke Skala)
- Anteil der Landwirtschaft in % (rechte Skala), Quelle Agristat SBV



**Fazit: Marktmacht ist bei Verteilung der Wertschöpfung entscheidend!**

## 2. Marktmacht: einfach erklärt (Video)



### Kurzvideo

#### Fazit:

- In der Marktwirtschaft wollen Unternehmungen Gewinne machen, Marktbeherrschung erreichen, um den Wettbewerb auszuschalten und Einfluss auf den Preis zu nehmen.
- Die Bäuerinnen und Bauern sind benachteiligt, weil sie nicht marktmächtig werden können (Flächen gebunden).
- Fairer Wettbewerb gibt es nur, wenn der Wettbewerb funktioniert, d.h. wenn kein Unternehmen stark genug ist, um den Marktpreis zu beeinflussen (jeder ist „price taker“).
- Eine derartige Situation liegt in der Regel dann vor, wenn sich eine grosse Anzahl von Kaufenden und Verkaufenden gegenüberstehen und ein freier Zutritt zum Markt möglich ist - heute vielfach nicht mehr vorhanden (Migros und Coop haben rund 80% Marktanteil. Risiko von „price maker“)!)

### 3. Studie FHNW: Indizien für Marktmacht

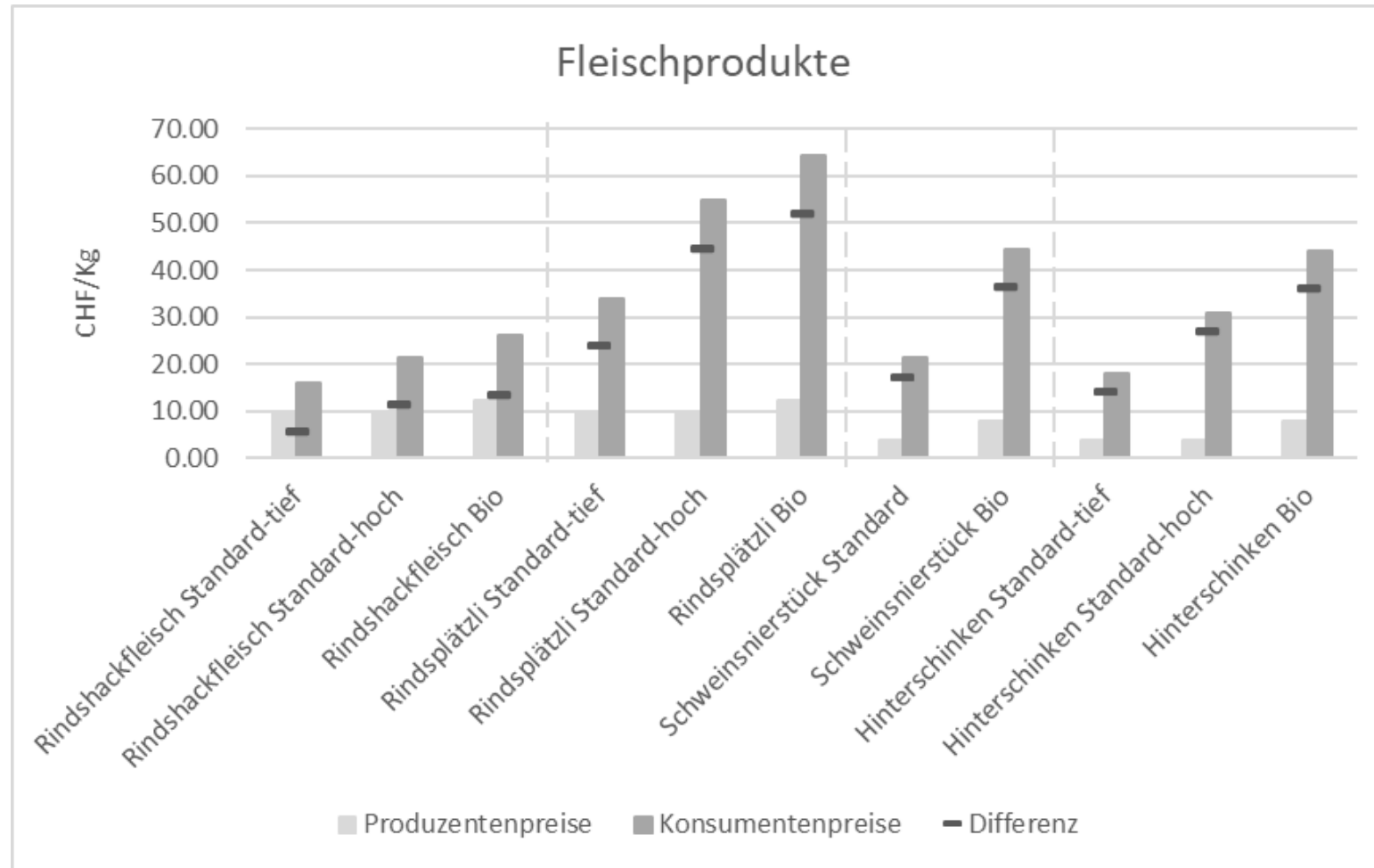


Abbildung: Konsumenten- und Produzentenpreise für Fleischprodukte in CHF/Kg. Die Differenz entspricht dem Konsumentenpreis minus Produzentenpreis.

### 3. Studie FHNW: Indizien für Marktmacht

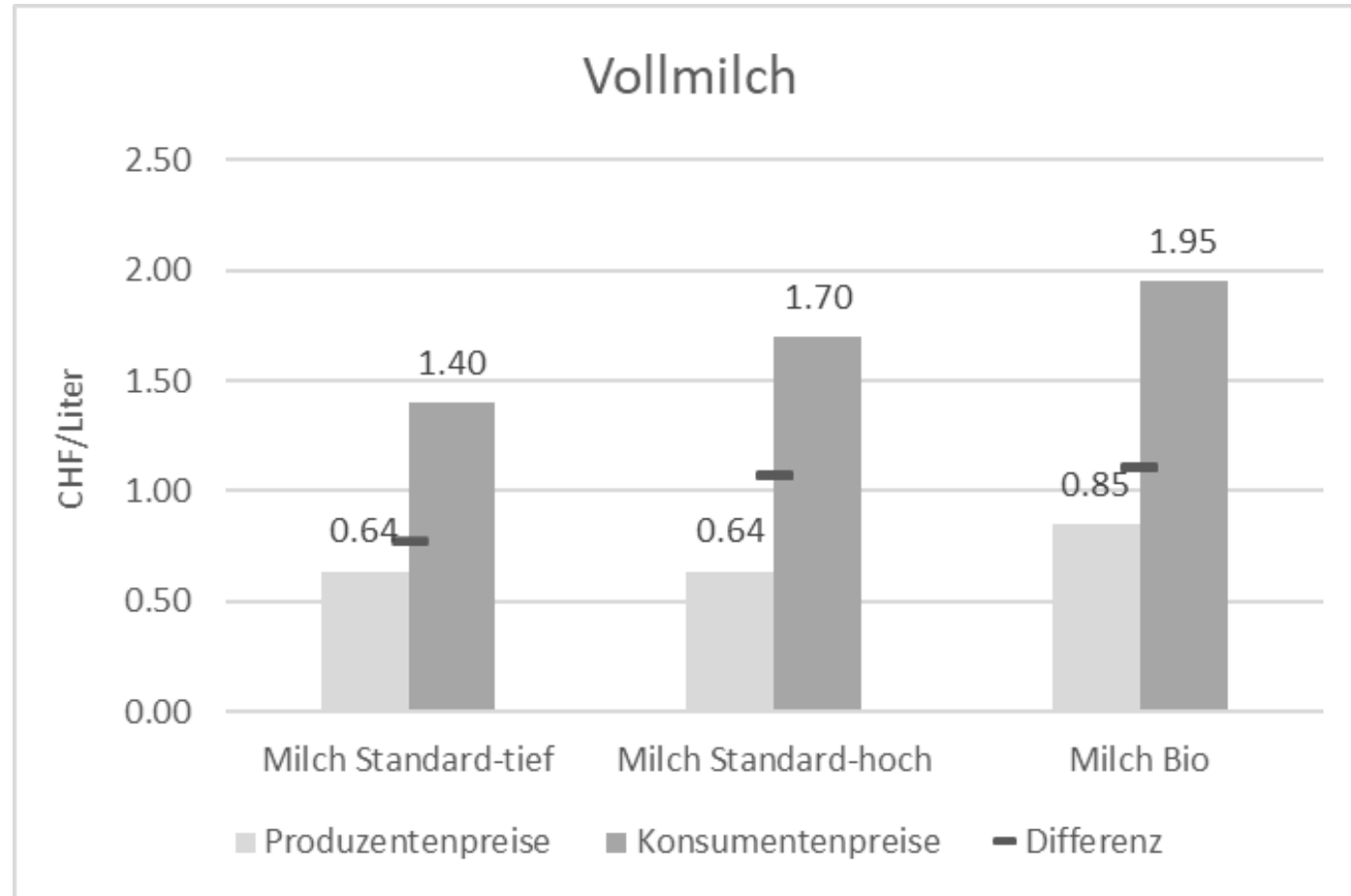


Abbildung: Konsumenten- und Produzentenpreise für Vollmilch in CHF/Liter. Die Differenz entspricht dem Konsumentenpreis minus Produzentenpreis.

### 3. Studie FHNW: Indizien für Marktmacht

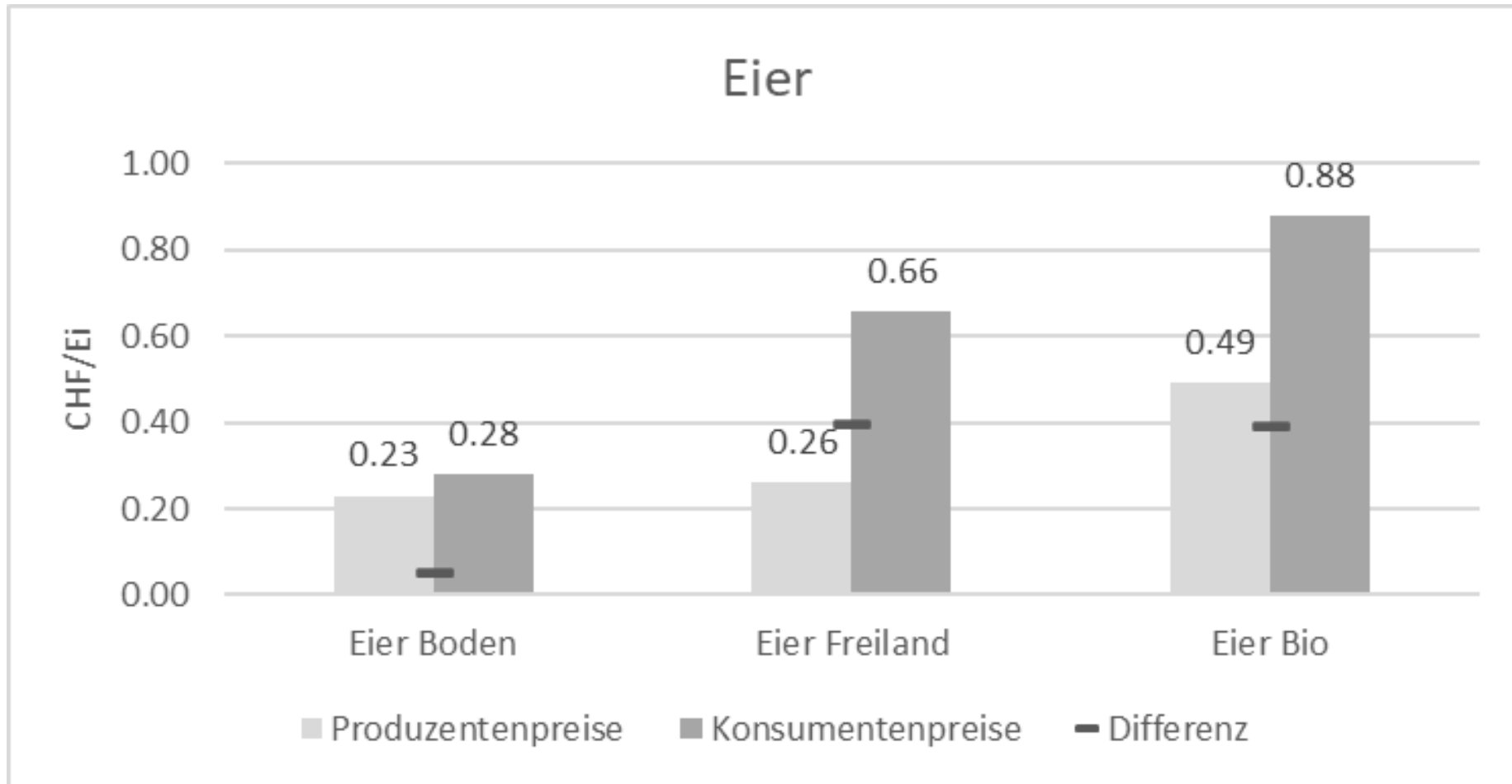
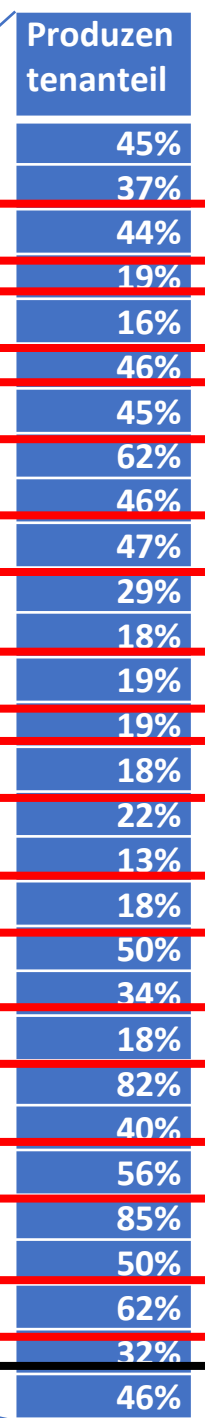


Abbildung: Konsumenten- und Produzentenpreise für Eier in CHF/Ei. Die Differenz entspricht dem Konsumentenpreis minus Produzentenpreis.



# 3. Studie FHNW: Preise und Produzentenanteil

Produkt	Produzentenpreise (CHF)	Konsumentenpreise (CHF)	Preisdifferenz (CHF)	Produzentenanteil
Milch Standard-tief	0.64	1.40	0.76	45%
Milch Standard-hoch	0.64	1.70	1.06	37%
Milch Bio	0.85	1.95	1.10	44%
Joghurt Standard	0.64	3.30	2.66	19%
Joghurt Bio	0.85	5.22	4.37	16%
Emmentaler Standard	8.04	17.50	9.46	46%
Emmentaler Bio	10.56	23.45	12.89	45%
Rindshackfleisch Standard-tief	9.90	15.90	6.00	62%
Rindshackfleisch Standard-hoch	9.90	21.50	11.60	46%
Rindshackfleisch Bio	12.30	26.00	13.70	47%
Rindsplätzli Standard-tief	9.90	33.95	24.05	29%
Rindsplätzli Standard-hoch	9.90	54.75	44.85	18%
Rindsplätzli Bio	12.30	64.50	52.20	19%
Schweinsnierstück Standard	4.00	21.25	17.25	19%
Schweinsnierstück Bio	7.80	44.45	36.65	18%
Hinterschinken Standard-tief	4.00	18.15	14.15	22%
Hinterschinken Standard-hoch	4.00	31.05	27.05	13%
Hinterschinken Bio	7.80	44.20	36.40	18%
Kartoffeln Standard-tief	0.60	1.20	0.60	50%
Kartoffeln Standard-hoch	0.60	1.79	1.19	34%
Kartoffeln Bio	1.02	5.75	4.73	18%
Eier Boden	0.23	0.28	0.05	82%
Eier Freiland	0.26	0.66	0.40	40%
Eier Bio	0.49	0.88	0.39	56%
Karotten Standard-tief	1.10	1.30	0.20	85%
Karotten Standard-hoch	1.10	2.20	1.10	50%
Karotten Bio	2.28	3.70	1.42	62%
Apfel Standard	1.10	3.43	2.33	32%
Apfel Bio	2.83	6.15	3.32	46%



### 3. Studie FHNW: Fazit zur Transformation hin zu nachhaltigen Ernährungssystemen



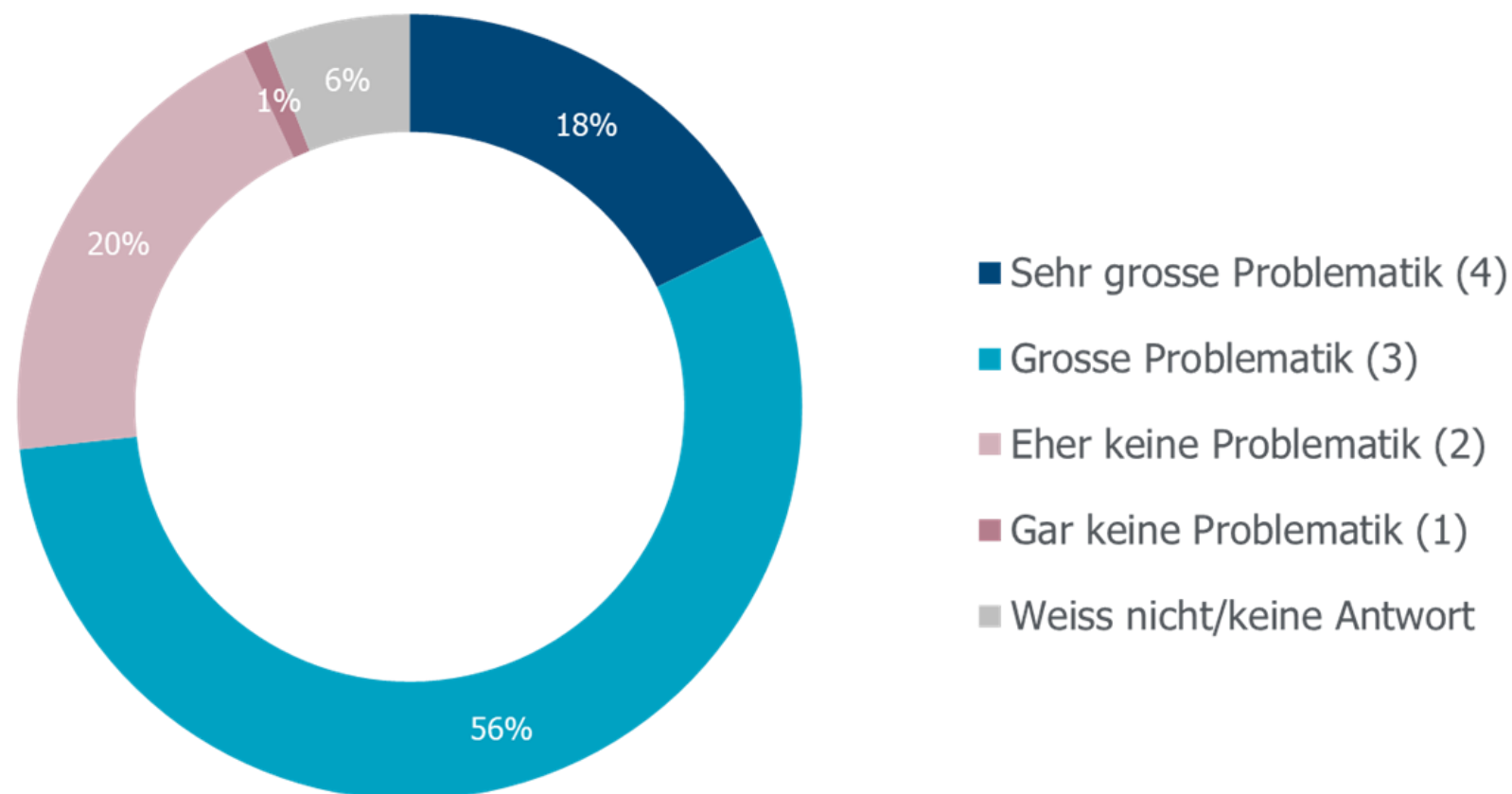
**Zitate aus Studie FHNW:** *Studie liefert eine ökonomische Erklärung für die Feststellung, dass der Absatz von Bio- und Labelprodukten, etwa bei Fleisch, in den letzten Jahren stagniert:*

- *Produzenten und Produzentinnen haben keinen Anreiz, vermehrt auf tiergerechte Haltung umzusteigen - denn die Mehrkosten sind kaum gedeckt.*
- *Konsumenten und Konsumentinnen hingegen müssen hohe Aufpreise für Bio-Produkte bezahlen (nur zahlungskräftige Kunden sind dafür bereit).*
- ***Will man Biolandbau weiter fördern, dann ist es notwendig, den Bauern einen fairen Mehrpreis dafür zu bezahlen. Andererseits verhindern die hohen Konsumentenpreise für Bio-Produkte eine verstärkte Entwicklung zu nachhaltigen Ernährungssystemen.***

→ **Hinweis zu Zielen Strategie Nachhaltige Entwicklung 2030:** Anteil der Landwirtschaftsbetriebe, die besonders umwelt- und tierfreundlich produzieren, wächst im Vergleich zu 2020 um einen Drittel.

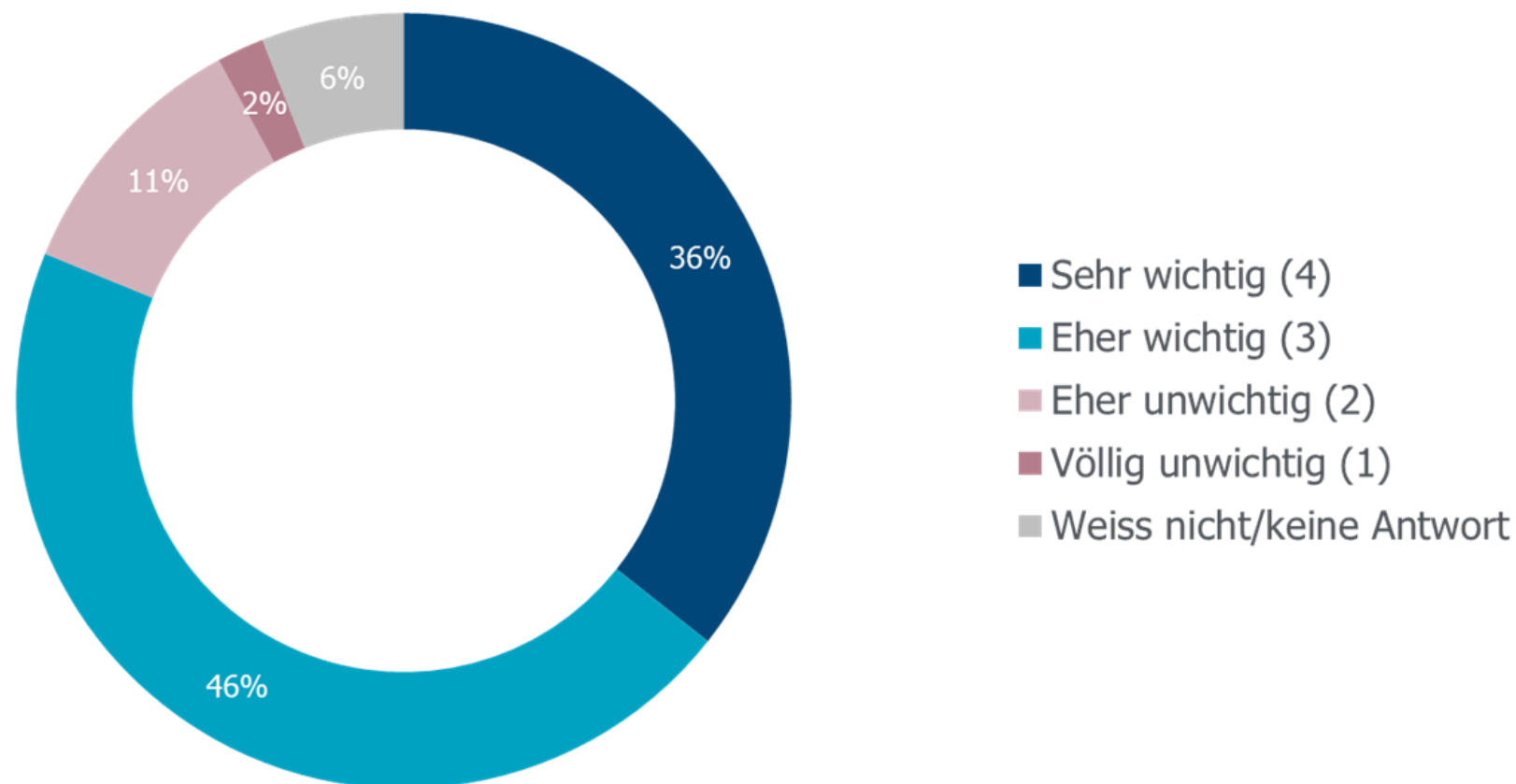
## 4. Handlungsbedarf: Demoscope 2023

- Problematik der Marktmacht: Wie gross ist aus Ihrer Sicht die Problematik von missbräuchlichem Verhalten aufgrund entsprechender Marktmacht einzelner Akteure in der Schweiz – insbesondere für die Bauern?



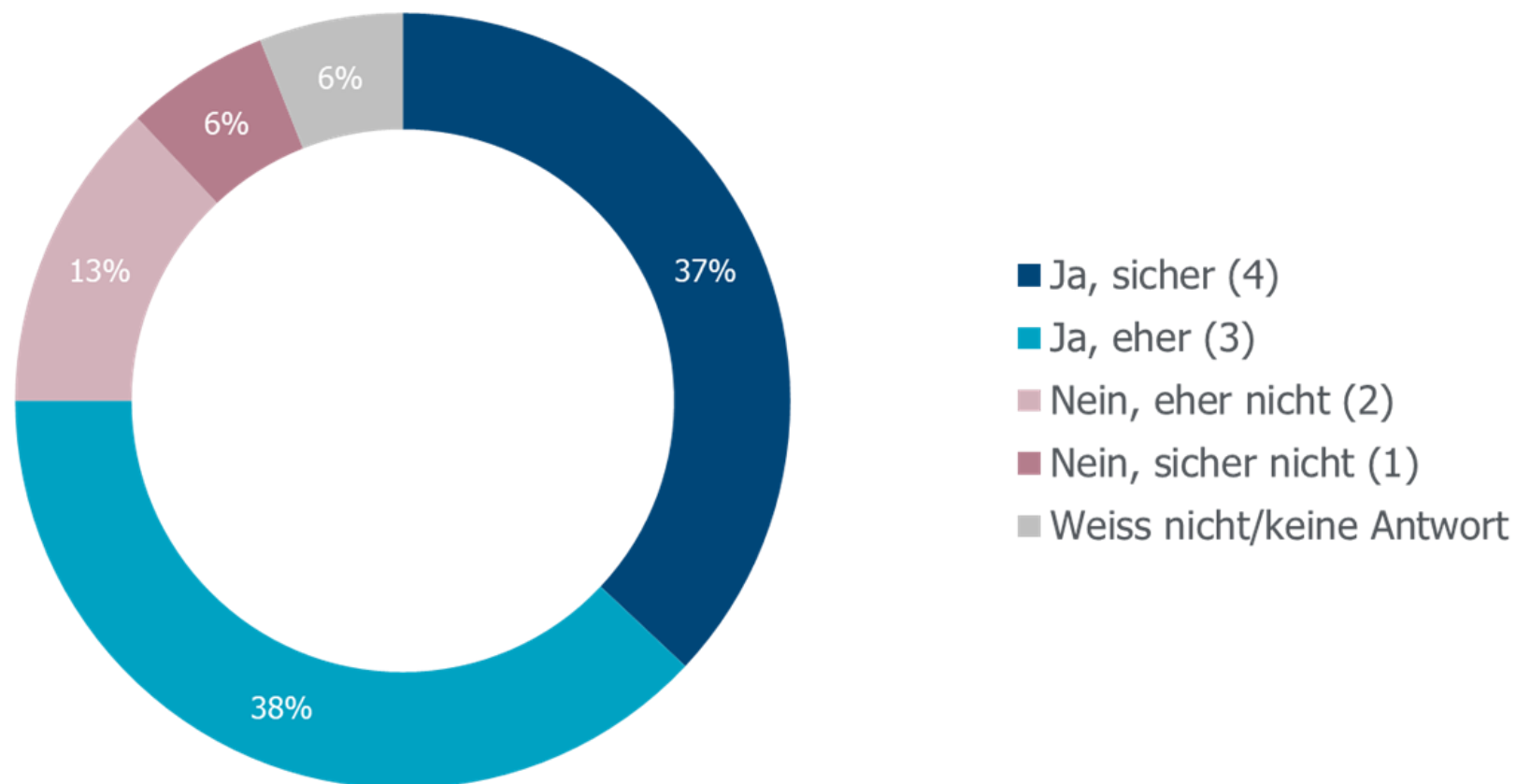
## 4. Handlungsbedarf: Demoscope 2023

- Wie wichtig finden Sie es, dass sich zusätzlich zivilgesellschaftliche Organisationen wie Faire Märkte Schweiz FMS für die Fairness im Markt und gegen den Missbrauch von Marktmacht einsetzen?



## 4. Handlungsbedarf: Demoscope 2023

- Ein Beispiel, wo der Markt nicht korrekt zu funktionieren scheint, betrifft Bio- und Labelprodukte: Müsste aus Ihrer Sicht in einer solchen Situation der Staat eingreifen und solche Preispraktiken unterbinden?



## 4. Handlungsbedarf am Beispiel Österreich



### Gemäss neuem Bericht der Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) :

- Die „Anzahl der unfairen Praktiken gegenüber Lieferanten ist beunruhigend“.
- Marktkonzentration zugunsten der “Big Four” (Spar, Rewe, Hofer und Lidl = 91%): Es besteht eine grosse Verhandlungsmacht dieser vier Lebensmitteleinzelhändler gegenüber kleineren oder bäuerlichen Lieferanten.
- „Vier von zehn Lieferanten sind mit unfairen Handelspraktiken konfrontiert; ... einem Drittel wurde schon mit der Auslistung gedroht“ (Eingeführt: Faire-Wettbewerbsbedingungen-Gesetz).

### Empfehlungen der BWB:

- Erhöhung der Preistransparenz für Konsument:innen
- Marktuntersuchungen aufgrund des Faire-Wettbewerbsbedingungen-Gesetzes
- Rechtssicherheit für Lieferant:innen → Unfaire Handelspraktiken verbieten
- Verbesserte gesetzliche Grundlage zur Durchsetzung wettbewerbsrechtlicher Maßnahmen.

**Fazit: Diese Empfehlungen fordert FMS auch in der Schweiz. Ausserdem unfaire Handelspraxis können auf Meldestelle gemeldet werden, auch anonym (<https://fairemaerkteschweiz.ch/meldestelle/>)**

# 5. Faire Märkte Schweiz (FMS)



## Unsere Mission

Der Verein Faire Märkte Schweiz verfolgt folgende übergeordnete Ziele:



Wir engagieren uns für faire Märkte, in denen ein förderlicher Wettbewerb im Interesse aller Akteure sichergestellt wird.



Wir setzen uns für eine Preisbildung ein, in der überhöhte Konsumentenpreise vermieden und angemessene Produzentenpreise bezahlt werden. Den Produzentinnen und Produzenten ist die generierte Wertschöpfung aufwandgerecht und fair zu entschädigen.



Wir legen den Fokus gezielt auf missbräuchliche Verhaltensweisen marktmächtiger Unternehmen sowie unfaire Handelspraktiken und zeigen entsprechende Fälle transparent auf.



Wir fördern den Wandel hin zu nachhaltigen und tiergerechten Ernährungssystemen, in denen die Konkurrenzfähigkeit zukunftstauglicher Produkte ansteigt, die Preise vermehrt nach den effektiven Kosten leistungsfähiger Betriebe kalkuliert werden (Kostenwahrheit inkl. Kosten Ökologie, Tierwohl) und das Wohlergehen von Mensch, Tier und Umwelt gefördert wird.



Wir fördern die Diskussion und den Dialog in der Gesellschaft zu Fairness und zukunftsweisenden Marktsystemen und formulieren Empfehlungen zuhanden der Politik.

## 5. Was ist fair?

### **Beispiel: Beschaffungsrichtlinien Crowd Container (Grundsatz):**

- Einkaufspreis wird vom Hersteller festgelegt und enthält einen angemessenen Stundenlohn für alle Beteiligten in der Lieferkette
- Die Marge von Crowd Container liegt bei 30%, unabhängig vom Produkt
- Keine ausbeuterischen Strukturen (Erntehilfen)
- Crowd Container ist bestrebt kein Klumpenrisiko in Bezug auf die Abnahme zu sein (grundsätzlich max. 30% vom Umsatz, Exklusivitäten sind ausgeschlossen)
- Bedürfnis zum Anbau und Vertrieb der Produkte kommt aus dem Ursprung, Crowd Container kann Hinweise geben, welche Produkte aus Kundensicht gefragt sind.

**Fazit: Faire Märkte Schweiz erstellt derzeit den Fairness-Selfcheck und wird diesen dann per Newsletter ankündigen.**



# 6. Fragen an Teilnehmende (1/2)



1. Finden Sie, dass die Agrarmärkte gut funktionieren, d.h. vollkommene Wettbewerbsbedingungen herrschen und Ihnen die Anbieter auf Augenhöhe begegnen und Sie fair behandelt werden?
  - a) Stimmt für mich so wie es ist.
  - b) Die Wettbewerbsbedingungen sind zwar nicht erfüllt, ist aber für mich ok.
  - c) Die Wettbewerbsbedingungen stimmen für mich oftmals nicht und ich fühle mich benachteiligt. Ich bin dem schutzlos ausgeliefert
  - d) Weiss ich nicht
  
2. Finden Sie, dass Sie für Ihre Produkte fair entschädigt werden, Sie mit den Preisen ihre Kosten decken können und Sie einen fairen Anteil vom Konsumentenfranken erhalten?
  - a) Stimmt für mich so wie es ist.
  - b) Der Preis wird mir zwar diktiert und ist oft nicht fair, ich kann aber damit leben, ist ok.
  - c) Der Preis wird mir diktiert, ist viel zu tief und für mich nicht kostendeckend.
  - d) Weiss ich nicht
  
3. Finden Sie es in Ordnung, dass bei Ihren Bio-Produkten die Margenkalkulation in der Regel nicht anhand der Kosten berechnet wird (Einstandspreise plus x%), sondern oftmals in Abhängigkeit der Zahlungsbereitschaft der Konsumierenden?
  - a) Stimmt für mich so wie es ist.
  - b) Mein Wertschöpfungsanteil wird zwar deshalb immer kleiner, es gibt aber Gründe dafür.
  - c) Mein Wertschöpfungsanteil ist zu klein, ich kann von der Wertschöpfung meiner Produkte kaum profitieren, andere schöpfen sie übermässig ab.
  - d) Weiss ich nicht

## 6. Fragen an Teilnehmende (2/2)

4. Unterstützen Sie es, wenn sich nun Faire Märkte Schweiz in der Politik und im Markt für Fairness im Markt einsetzt, damit Bauern und Bäuerinnen fairere Marktbedingungen erhalten und Missstände sowie Preisdrückereien vermieden werden können?

- a) Ja, das unterstütze ich.
- b) Nein, das unterstütze ich nicht.
- c) Weiss nicht / keine Angabe.

5. Falls Sie von unfairen Handelspraxis betroffen sind, würden Sie dies auf der Meldestelle von FMS (anonym) melden, damit sich die Situation so verbessert werden kann?

- a) Ja
- b) Nein
- c) Vielleicht
- d) Weiss ich nicht

# 7. Schlussfolgerungen

- Fair zu Umwelt, Mensch und Tier: Biolandbau ist dazu «verurteilt».
- Märkte funktionieren unvollständig: Bäuerinnen und Bauern sind benachteiligt gegenüber den marktmächtigen Unternehmungen.
- Fairer Wettbewerb gibt es nur, wenn der Wettbewerb funktioniert (alle sind „price taker“).
- Landwirtschaft muss sich für ihre Rechte einsetzen und Angebot bündeln: Faire Märkte Schweiz unterstützt die Bäuerinnen und Bauern dabei (z.B. politisch oder bei Weko).
- Politik ist gefordert, die Instrumente der Wettbewerbskommission müssen ausgebaut werden.
- Auch Sie sind gefordert, was können Sie tun:
  - Melden Sie auf der Meldestelle Beispiele von unfairer Handelspraxis
  - Informieren Sie sich, z.B. mit unserem Newsletter (auf Homepage eintragen!)
  - oder werden Sie FMS-Mitglied (50.- pro Betrieb).

**Ankündigung 2024:** Neues Angebot «**lokal + fair**» von FMS (wird zusammen mit bäuerlichen Organisationen national breit ausgerollt, machen Sie mit!

**Aktionstag lokal + fair**  
Samstag, 9.9.2023, 06.00-12.00 Uhr,  
Stand am Smärt in Stäfa,  
online ab September: [lokalundfair.ch](http://lokalundfair.ch)



**Mein Commitment für lokal + fair**  
Höchster Anteil des Einkaufs von Lebensmitteln und Pflanzen **lokal + fair** entsprechend Gesamtumsatz  
Wie viele Prozente schafft das?  
40%, 50% oder sogar 60%?  
Das monatliche Ziel soll mindestens 50% **lokal + fair** sein.

**Ziel des Aktionstages:** Wir fördern gemeinsam die lokale und faire Produktion und Versorgung von Lebensmitteln inklusive Pflanzen. Die ganze Bevölkerung kann mithelfen – für eine zukunftsweisende und nachhaltige – möglichst ökologische und tiergerechte – Lebensmittelversorgung.

# Vielen Dank für Ihr Interesse - Fragen

