

Metzgergriffe am Sündenbock

Der Biofleischmarkt steckt in der Krise. Die Umsätze sind auf tiefem Niveau rückläufig, die Produzentenpreise insbesondere für Bioschweinefleisch im Keller. Die Bio Pool AG muss für viele als Sündenbock herhalten, den einige Delegierte an der Herbst-DV der Bio Suisse sogleich zur Schlachtbank führen wollten. Wo aber liegen genau die Probleme beim Biofleisch?

Die Stimmung war plötzlich aufgela-den, als an der Herbst-Delegierten-versammlung der Bio Suisse am 16. No-vember des vergangenen Jahres die Dis-kussion auf das Thema Fleischmarkt kam. Dies im Rahmen der Beratung zum Budget 06, welches einen Beitrag von 82000 Franken an die Bio Pool AG vor-sah. Der Bio Pool habe es nicht geschafft, den Biofleischmarkt auf eine gesunde Ba-sis zu stellen. In dieser Situation sei eine Finanzspritze aus der Bio Suisse Kasse nicht gerechtfertigt, hiess es aus den Rei-hen der Delegierten.

Die Kritik ist nicht aus der Luft ge-griffen. Der Umsatz von Biofleisch sank 2005 im Vergleich zum Vorjahr um satte 8,5 Prozent, der Marktanteil tauchte von ohnehin bescheidenen 3,2 Prozent unter die 3-Prozent-Marke.

Braucht's den Pool?

An der Präsidentenkonferenz Anfang April stand die Frage auf der Traktan-denliste, ob es die Bio Pool AG überhaupt noch brauche. Die Verantwortlichen der attackierten Bio Suisse Tochter standen Red' und Antwort. Toni Niederberger, Bio Suisse Vorstandsmitglied und Bio Pool-Präsident, erklärte das schwierige Umfeld des Schlachtvieh- und Fleisch-marktes, in denen sich der Pool zu be-haupten hat. Zur historisch bedingten harzigen Entwicklung der Vermarktung von Biofleisch kommt hinzu, dass der Fleisch- und Schlachtviehmarkt generell ein sehr schwieriger Markt ist. Ein Markt mit vielen Teilnehmern, welche die ver-schiedensten Interessen vertreten, ein

Markt mit zahlreichen Labels und Güte-zeichen, welche die Knospe konkurren-zieren. Und nicht zuletzt ein Markt mit einer relativ hohen Preisdifferenz für Biofleisch im Laden.

Dass die Knospe als Marke mit Pre-mium-Anspruch nicht allein steht, zeigt sich zum Beispiel am Markt für Bank-kälber: Die knapp 3500 Tiere, die als Bio-tiere vermarktet werden, machen nur ge-rade 60 Prozent des Angebots aus. Den-noch herrscht zeitweise ein knappes Bi-oangebot bei hohen Preisen. Mit den restlichen 40 Prozent der Biotiere können solche saisonale Defizite aber nicht wett-gemacht werden, da sie vertraglich an andere Labels – ohne Knospe – gebun-den sind. Sie finden den Weg etwa in die blaue Naturaplan-Linie bei Coop oder in die Linie «Vollmilchmast» der Migros, die mit rosa Kalbfleisch wirbt und dem-entsprechend keine Abzüge für Rotflei-schigkeit macht.

Nicht viel anders sieht es bei den Schlachtkühen aus. Nur rund die Hälfte der Knospe-Verarbeitungstiere wird am Biomarkt vermarktet, obwohl die Nach-frage derzeit sehr hoch wäre. Besonders bei hohem Preisniveau sei es in vielen Re-gionen finanziell interessanter, Biotiere in den konventionellen Kanal zu liefern, bedauert Bio Pool-Geschäftsführer Cy-ril Nietlispach, etwa bei öffentlichen An-nahmen oder über angestammte Han-delsunternehmen ohne Knospe-Zertifi-kat. Denn je höher das Preisniveau, des-to geringer der Mehrpreis für Bio. Hinzu kommen im Biokanal strengere Abzü-ge und höhere Preisreduktionen für ma-gere Kühe. Bei Überversorgung und all-gemein niedrigen Preisen sei die Preis-differenz für Biotiere dann wieder deut-lich höher.

Die Entwicklung auf diesen Märk-ten gibt zwar keinerlei Anlass zu Eupho-rie – die Mengen beim Kalbfleisch sack-ten innert Jahresfrist um 5 und bei den Verarbeitungstieren sogar um 35 Pro-zent – doch hätte sie kaum diesen gehä-sigen Tenor an der Delegiertenversam-mlung provoziert. Und beim Bankvieh läuft der Biomarkt einigermassen geordnet, er

legte um 10 Prozent zu, Natura Beef mit der Knospe fand ebenfalls leicht besseren Absatz als im Vorjahr, einzig das Bio Wei-de Beef stagnierte.

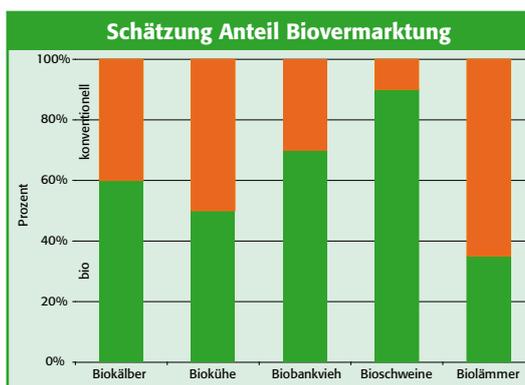
Kompromiss bei Schweinen

Besonders schwierig gestaltet sich je-doch der Markt für Bioschweine. Nach-dem sich der Absatz bis 2004 innert fünf Jahren verdoppelt hatte, war die Nach-frage 2005 plötzlich bescheiden und es herrschte ein permanentes Überangebot. Dies mag mit den damaligen hohen ge-sicherten Preisen der Vertragsprodukti-on mit Coop zusammenhängen: Sie la-gen in einem Richtband zwischen Fr. 6.40 und Fr. 7.40 pro Kilo Schlachtgewicht. Bell und andere Abnehmer forderten ei-ne Anpassung der Preise, welcher der Bio Pool schliesslich nachgab. «Die einzige Alternative wäre die Aufgabe der Ver-tragsproduktion gewesen», erklärt Niet-lispach. Diese wird nun aber weiterge-führt, seit Oktober 05 mit einem Min-destpreiszuschlag von Fr. 1.20 gegenüber dem QM-Preis und einem Mindestpreis von Fr. 5.50 pro Kilo Schlachtgewicht.

Die schlechten Preise veranlassten in den letzten Monaten mehrere Betriebe dazu, die Schweinemast aufzugeben. Denn die Vermarktung über konventionelle Ka-näle kommt, im Gegensatz zu anderen Tierkategorien, kaum in Frage, weil die Preise dort noch einige Stockwerke tiefer liegen. Daher ist auch der Anteil Biover-marktung bei den Schweinen mit geschätz-ten 90 Prozent weitaus am höchsten.

Wer ist die Bio Pool AG?

Die Bio Pool AG ist eine Tochter-gesellschaft der Bio Suisse (70 Prozent der Aktien). Sie wurde Ende 2000 zusammen mit den drei Viehhandels-unternehmen Anicom AG, Schneider Vieh und Fleisch AG und Viegut AG (je 10 Prozent) gegründet. Ihr Zweck ist der Aufbau des Bioschlachtviehmarktes und die Unterstützung der Vermarktung der Tiere aus dem Biolandbau. Sie sorgt für faire Preisbildung und Markttrans-parenz. Die Bio Pool AG treibt selber weder Fleisch- noch Viehhandel. als



Die auf praktisch allen Stufen rückläufigen Tierzahlen – auch der Absatz von Lammfleisch musste, trotz steigenden Preise, mit über 20 Prozent Rückgang Wolle lassen – stellten das Budget des Bio Pools mit einem Fehlbetrag von 60000 Franken auf den Kopf und führten zu einem ernsthaften Liquiditätengpass. Aus diesem Grund wurde im Bio Suisse Budget der Beitrag auf 85000 Franken aufgestockt. Die drei Mitaktionäre (vgl. Kasten) steuern je 10000 Franken bei.

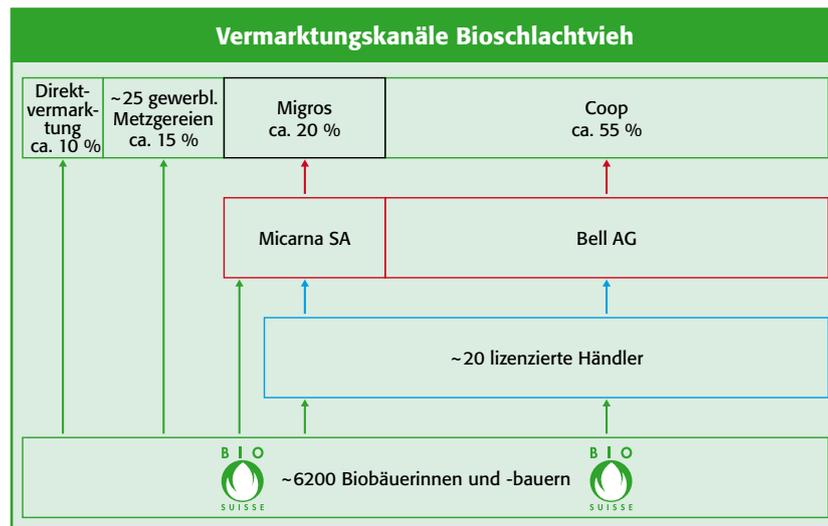
Die schleppenden Märkte und die Geldspritze für 2006 führten zu einer Grundsatzdebatte über Sinn und Unsinn der Organisation. An der Präsidentenkonferenz erklangen dann allerdings schon deutlich moderatere Töne als fünf Monate zuvor an der DV.

Ein wesentliches Problem erkannten die Präsidenten im Umstand, dass nur drei Viehhandelsfirmen im Pool vertreten sind, auch wenn es sich um wichtige Marktteilnehmer handelt. Doch ihr Engagement für den Biomarkt sei unter Erwartungen geblieben. Die übrigen zertifizierten Firmen seien frei, ihre eigenen Interessen zu verfolgen. Viele Viehhändler hätten ausserdem geringes Interesse am Biomarkt, weil die Margen tiefer seien als bei anderen Labels, und darüber hinaus auch noch transparent.

Gemeinschaft mit Mengensteuerung

Peter Häfliger, Präsident der Innerschweizer IG Bio-Fleisch, sieht ein Hauptproblem darin, dass der Bio Pool das Angebot zu wenig gut zu bündeln vermag und ein grosser Teil des Schlachtviehs ausserhalb des Pools gehandelt wird. Eine Schutzmarke wie die Knospe bedinge aber eine straffe Mengensteuerung des gesamten Marktes. «Wenn wir das nicht schaffen, haben wir bald konventionelle Preise», befürchtet Häfliger. Deshalb schlägt er vor, dass grundsätzlich nur Fleisch, das über den Pool vermarktet wird, die Knospe erhält. Der Pool sollte seiner Ansicht nach zu einer Interprofession mit einem Mengensteuerungsreglement umgebaut werden. Die Konsequenz davon wäre ein entsprechender Zusatz im Produzentenvertrag der Bio Suisse, analog zur Zwangsmitgliedschaft in der Milchproduktion.

In dieselbe Kerbe schlägt Beni Oswald, Geschäftsführer der Produktionsgemeinschaft Bioschweine Ostschweiz, die mit möglichst geringen Kosten Jäger und Schlachtschweine für die Micarna vermarktet und selber ein rigo-



roses Mengenmanagement durchzieht. Ihm schwebt der Bio Pool als Erzeugergemeinschaft vor.

Zur Mengensteuerung gab es aber auch skeptische Stimme, so die von Franz Steiner von der Pro Beef GmbH, der zu bedenken gibt, dass viele Produzenten ihre Tierzahl nicht nur nach Verträgen und Nachfrage, sondern auch nach der vorhandenen Fläche und den Bundesbeiträgen richten.

So soll's weitergehen

Cyril Nietlispach weiss, dass anlässlich der Verabschiedung des Budgets 07 an der Herbst-DV konkrete Vorschläge für die künftige Ausrichtung der Organisation vorliegen müssen. Daher erarbeitet er zurzeit ein Konzept, das bis zu den Sommerferien vorliegen soll. Die drei Szenarien:

1. Bio Pool AG abschaffen, Marktcoordination Fleisch an das Produktmanagement der Bio Suisse übertragen.
2. Bio Pool AG beibehalten, die Aufgaben am Markt neu definieren.
3. Bio Pool AG öffnen, alle lizenzierten Händler beteiligen und die Aktien der Bio Suisse an Produzenten ausgeben.

Allen Votanten an der Präsidentenkonferenz war klar, dass es auch in Zukunft eine Marktcoordination für Biofleisch braucht, wie immer sie auch organisiert sein mag. Nietlispach sieht es ebenso: «Allein beim Schweinefleisch hätten wir ohne Koordination eine Einbusse von Fr. 1.– pro Kilo Schlachtgewicht; pro Jahr wäre das für die Biobetriebe 800000 Franken weniger Ertrag.» Daneben nimmt sich der Beitrag von 82000 Franken bescheiden aus, der die ganze Diskussion ins Rollen gebracht hat. Die neue Taxierung der Bio Pool AG bietet dem Biofleischmarkt jedoch die Chance, einen Schritt weiterzukommen.

Alfred Schädeli

Was halten Sie von der Entwicklung am Schlachtviehmarkt? Schreiben Sie uns! bioaktuell@fibl.org, Ackerstrasse, 5070 Frick, Fax 062 865 72 73

