

Grossverteiler schröpfen Bio-Kunden

Bio-Lebensmittel könnten im Laden viel günstiger sein. Ein neuer Bericht des Bundesamtes für Landwirtschaft zeigt schwarz auf weiss, wie Coop, Migros und Co. die Bio-Lebensmittel massiv verteuern.

Konsumenten zahlen in der Schweiz happige Aufschläge für Bio-Produkte (saldo 4/11). So kosten Zwiebeln und Eisbergsalat in Bio-Qualität im Laden zurzeit doppelt so viel wie konventionell angebaute Produkte. Bei Äpfeln der Sorte Gala beträgt der Bio-Aufschlag beispielsweise 61 Prozent, bei Salatgurken 76 Prozent, bei Karotten und Blumenkohl 42 und 43 Prozent.

Diese Zahlen veröffentlichte das Bundesamt für Landwirtschaft in seinem

Überteuertes Label-Fleisch

Konsumenten sind bereit, für Fleisch aus tierfreundlicher Haltung mehr zu bezahlen. Coop und Migros nutzen das aus und überteuern zum Teil ihr Label-Fleisch massiv.

Schweizer Konsumenten zahlen beim Einkaufen immer mehr dafür, dass das Fleisch aus tierfreundlicher Schweizer Produktion stammt. Entsprechend hoch ist deshalb bei Coop und Migros der Anteil des Schweizer Fleisches, das mehr als die Mindestanforderungen des Tierschutzgesetzes erfüllt und ein entsprechendes Label aufweist. Bei Coop liegt der Label-Anteil gemäss einer Erhebung des Schweizer Tierschutzgesetzes je nach Fleischart zwischen 14 und 100, bei der Migros zwischen 76

tes. Das ist eine Differenz von 5,9 Prozent. Beim Kalb beträgt diese Differenz 4,8 Prozent, beim Schwein 92,6 Prozent. Die Statistik von Pro Viande erfasst auch einige Labels der Grossverteiler. Für Rindfleisch mit dem Migros-Label Terrassisse erhält ein Bauer 58 Rappen oder 7,2 Prozent mehr pro Kilo, für dasjenige mit dem Coop-Label Natura Beef 68 Rappen oder 10,7 Prozent. Für das Coop-Label Naturafarm finden sich ferner die Preise für Kalb und Schwein: Hier beträgt der Unterschied zwischen konventionellem Fleisch und Naturafarm Fr. 1,98 pro Kilo (14,7 Prozent) respektive Fr. -50 (13,2 Prozent).

Im Laden Differenz bis über 70 Prozent
Anders sieht es in den Läden aus. Hier sind die Preisunterschiede zwischen konventionellem und Label-Fleisch deutlich grösser. Das zeigt eine saldo-Er-



Bio-Rindfleisch: Im Ankauf nur wenig teurer als konventionelles Fleisch

gegenüber dem Schlachtviehpreis.
■ Beim Rindsvoressen der Migros liegt der Aufpreis von konventionell (M-Budget) zu Terrassisse bei Fr. 6,30 pro Kilo (35,6 Prozent), von konventionell zu Bio bei Fr. 7,20 (41,2 Prozent) – eine Verteuerung von 28,4 respektive 35,3 Prozentpunkten gegenüber dem Schlachtviehpreis.
Überhöhen Coop und Migros also die Preise bei Label-Fleisch, weil sie wissen, dass die Kunden den

Tier gewisse Stücke abwertet, da nicht alles zu höheren Preis absetzbar.
Die Migros betont, dass sie für Bio-Fleisch ihre Bauern deutlich mehr zahlt als von Pro Viande bewertet. Zudem relativiert sie die Preisdifferenz zwischen dem dauerhaft günstigen M-Budget-Fleisch und dem teureren Fleisch mit Terrassisse-Label, wofür letzteres über das ganze Jahr hinweg viele Aktionen durchgeführt werden.

Bio-Produkte: Kunden zahlen happige Preisauflschläge

neuen «Marktbericht Bio». Der Bericht zeigt am Beispiel der Kartoffeln auch, wer von den hohen Bio-Zuschlägen profitiert: Die Schweizer Bauern erhalten für festkochende Bio-Kartoffeln pro Kilo nur 54 Rappen mehr als für die gleiche Sorte aus konventioneller Produktion. Grosshan-

delsmärkte wie Prodega oder Top CC erhöhen den Bio-Zuschlag für Kartoffeln dann auf 87 Rappen. Normale Kartoffeln kosten hier im Durchschnitt bereits Fr. 1.29 pro Kilo. Den höchsten Bio-Aufpreis verlangen die Grossverteiler: für Bio-Kartoffeln Fr. 2.95 pro Kilo – das sind Fr. 1.07 mehr als

für Kartoffeln aus konventioneller Produktion.

Matthias Rediger vom Bundesamt für Landwirtschaft macht die «Marktkonzentration» im Handel für die Bio-Zuschläge mitverantwortlich: «Wenige Unternehmen können den Preis stärker beeinflussen als viele Bauern.» Hinzu komme, dass Konsumenten oft wenig auf den Preis von Bio-Produkten achten.

Migros und Coop begründen den Zuschlag auf Bio-Produkte mit Mehraufwand wegen vieler kleinerer Zulieferer, der kürzeren Haltbarkeit von Bio-Lebensmitteln, mehr Labortests und Zusatzkosten für Extraverpackungen. Branchenkenner kalkulieren diese Mehrkosten indes auf wenige Prozent. Sara Stalder von der Stiftung für Konsumentenschutz wirft Grossverteilern und Verarbeitern vor, bei Bio-Lebensmitteln «die Zahlungsbereitschaft der Kunden auszunutzen».

Eric Breitingner

Impressum

saldo, Redaktion und Verlag:
Postfach, 8024 Zürich
Telefon 044 253 83 30
Fax 044 253 83 31

E-Mail: redaktion@saldo.ch
Internet: www.saldo.ch

Abos und Adressänderungen:
Telefon 044 253 90 50
Fax 044 253 90 51
E-Mail: abo@saldo.ch

Rechtsberatung:
Telefon 044 253 83 83
Fax 044 253 83 84

Publizistische Leitung:
René Schuhmacher (res.)
Redaktionsleitung:
Roland Gysin (rg)

Redaktion:
Jonas Arnold (ja), Silvio Bertolami (sb), Sibilla Bondolfi (bos), Eric Breitingner (eb), Denise Bucher (bud), Jeannette Büchel (jeb.), Yves Demuth (yde), Rasmus Dwinger (dw), Max Fischer (mf), Mirjam Fonti (mif), Bruno Gisler (bg), Mirjam Goldinger (mg), Stephan Heiniger (sh), Claudia Hürlimann (ch), Thomas Lattmann (thl), Marc Mair-Noack (mmm), Melanie Riedi (mr), Sabine Rindlisbacher (sr), Barbara Schenker (bs), Andreas Schildknecht (ask), Michael Stalder (ms), Alexandra Uster (au), Beatrice Walder (bw), Lara Wüest (lw), Alex Zehnder (az)

Produktion:
Jürg Fischer (Leitung), Dave Köhler (Art Director), Monika Amann, Martin Bazzell, Jarmila Erne, Liss von Euw, Beat Fessler, Ulrich Nusko, Dominique Schütz, Zbigniew Sroga, Ester Unterfinger, Julia Wyss, Esther Mattille

Verlag:
Yvonne Keller (Leitung Verlag), Eva Siegenthaler Tschupp, Angelika Denzler

Leserservice:
Aurelia Keusch (Leitung), Clara D'Agnano, Afra Günther, Brigitta Manuzzi, Paula Marmo-Soto, Marcel Maulaz, Barbara Peter, Christine Wieland

Marketing:
Peter Salvisberg (Leitung), Senada Fetov

Druck:
Ziegler Druck- und Verlags-AG, Postfach, 8401 Winterthur

Erscheinungsweise:
20-mal jährlich

Herausgeberin:
Konsumenteninfo AG, Zürich

Verkaufspreis:
Kioskpreis Fr. 4.50
Jahresabo Fr. 53.–
Zweijahresabo Fr. 101.–
saldo wird auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Auflage: 65 399
(notariell beglaubigt 10/2013)
Massgebliche Beteiligung i.S. von Art. 322 StGB: Puls Media AG, Zürich, Editions Plus GmbH

gedruckt in der
schweiz

**saldo wünscht
allen Leserinnen und Lesern
schöne Ferien!**

Die nächste Ausgabe erscheint am 27. August.

