

Referat Ferdi Hodel, Geschäftsführer ZBV, anlässlich der Martini-PK vom 11. November 2015

Konsumenten wünschen sich heimische Nahrungsmittel

Mit der Aufhebung des Euro-Mindestkurses und der damit verbundenen Aufwertung des Schweizer Frankens wurde das Einkaufen auf der anderen Seite der Grenze attraktiver. Heute werden jährlich geschätzt rund 2,5 Mia. Franken für Nahrungsmittel im Ausland ausgegeben. Auf den Food-Bereich fallen jedoch nur knapp 20% des gesamten Einkaufstourismus.

Nichtsdestotrotz ist diese Prozentzahl aus Sicht des Zürcher Bauernverbandes zu hoch. Als Reaktion lancierte der ZBV das Projekt «Heimisch». Mit dem Ziel, Konsumenten auf den Wert von heimischen Nahrungsmitteln zu sensibilisieren und ihre Wünsche an Lebensmittel abzufragen, wurden verschiedene Massnahmen erarbeitet. Herzstück der Aktivitäten war die Roadshow zum Thema Milch. Samstag für Samstag präsentierten die Zürcher Bauern vor Filialen der Grossverteiler, was eine Kuh braucht um einen Liter Milch zu produzieren, zu was die Milch verarbeitet wird und was alles drin steckt. Die Besucher erfuhren, dass neben Mineralstoffen und Vitaminen viele Faktoren wie beispielsweise der Genuss, die Tradition, die hohe Qualität aber auch das Tierwohl zum Wert des Produkts beitragen und die Milch zu weit mehr als einem weissen Getränk machen.

Mit der Roadshow konnten rund 40'000 Konsumenten angesprochen werden. Sie wurden animiert, ihre Wünsche an heimische Nahrungsmittel auf Post-its festzuhalten. Ihre Rückmeldungen hat der Zürcher Bauernverband gesammelt und ausgewertet. Es kristallisierten sich dabei einzelne wenige Anforderungen heraus, die für viele Konsumenten als Bedingungen gelten: sie wollen qualitativ hochwertige Lebensmittel, die in der Region produziert wurden und von glücklichen Tieren stammen. Werte wie ökologisch, nachhaltig oder biologisch wurden bedeutend weniger genannt.

Würden die Landwirte wie am Beispiel Locher aufgezeigt ihre Betriebe auf die Optimierung von Direktzahlungen ausrichten und damit nur noch 10% der bisherigen Nahrungsmittel produzieren, könnte die Versorgung mit regionalen Lebensmitteln nicht mehr sichergestellt werden. Die Folgen sind zusätzliche Importe, weiter steigender Einkaufstourismus und nicht zuletzt unzufriedene Konsumenten, da ihrem Bedürfnis nach regional produzierten Nahrungsmitteln nicht entsprochen wird.

Aber auch die zentralen Werte wie Qualität und Tierwohl werden mit dieser Entwicklung missachtet. Mit der Distanz zur Nahrungsmittelproduktion wird die Durchsetzung von Kontrollmassnahmen zur Gewährleistung von Standards schwierig bis unmöglich. Als Folge werden nicht nur die Bedürfnisse der Konsumenten mit Füßen getreten, es wird auch zu einer grossen Verunsicherung führen.

Unser Fazit ist ernüchternd. Mit der eingeschlagenen politischen Richtung der AP 14-17 wird nicht nur die produzierende Landwirtschaft geschwächt, sie steht auch in komplettem Widerspruch zu den Bedürfnissen der Konsumenten. Die Gewinner sind nicht wie von den Machern der AP 14-17 betont die Konsumentinnen und Konsumenten. Im Gegenteil, sie zählen zu den Verlierern.

