

COOP: Der Basler Detailhändler lehnt die Trinkwasser-Initiative ab

Coop lanciert «neue» Milch

Philipp Wyss, Leiter
Direktion Marketing/
Beschaffung bei Coop,
äussert sich im Interview
zum Potenzial von Bio-
produkten, zum Milch-
und Schweinemarkt, zum
Milchlabel Fair sowie zur
Trinkwasser-Initiative.

RETO BLUNIER

«Schweizer Bauer»: Vor 25 Jahren lancierte Coop das Bio-Label «Naturaplan». Was hat Sie am meisten überrascht?

Philipp Wyss: Überrascht hat uns, dass unsere Visionen Realität wurden. Zu Beginn wollten wir einen Naturaplan-Umsatz von 500 Millionen Franken realisieren, nun sprechen wir von 2 Milliarden als Ziel bis 2025 (Anm. d. Red. 2017 setzte Coop mit Bio 1,4 Mrd. Fr. um, 1,1 Mrd. Fr. alleine mit Naturaplan). Sehr positiv überrascht hat uns vor allem, dass die Landwirtschaft mitgezogen hat. Ohne die Bauern würde es nicht gehen.

Wie hoch ist der Schweizer Anteil?

Rund 70 Prozent stammen aus dem Inland. Gerne würden wir den Anteil zusammen mit den Schweizer Bio-Knospe-Bauern weiter erhöhen.

Wo genau möchten Sie den Anteil erhöhen?

Bio-Produzenten suchen wir im Bereich Brotgetreide, Eier, Poulet, Fleisch, Soja, Zucker, Raps sowie Früchte und Gemüse. Beim Fleisch sowie Früchten und Gemüse liegt das grösste Wachstumspotenzial vor.

Ist das Wachstum von Bio nicht endlich? Besteht nicht die Gefahr einer Überversorgung?

Das denke ich nicht. Es ist ja nicht so, dass wir von heute auf morgen 5000 Biobauern mehr haben. Viele haben in der Ver-



Philipp Wyss sieht weiteres Potenzial im Biobereich. (Bild: Coop)

gangenheit eine Überversorgung befürchtet, eingetreten ist diese aber nicht.

Der grösste Teil des Sortiments wird weiterhin aus konventionellen Produkten bestehen?

Bio wird immer wichtiger. Heute gibt es fast keine Kunden mehr, die keine Bio-Produkte kaufen. Bei Pastmilch und Brot ist fast jedes 2. Produkt ein Knospe-Bio-Artikel. Aber auch in den kommenden 25 Jahren wird der konventionelle Teil immer noch hohe Anteile halten.

Der Direktor des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL), Urs Niggli, plädiert für eine Zucker- und Fettsteuer auf Lebensmitteln. Wie ist die Haltung von Coop dazu?

Es sollte anders gelöst werden als mit einer Steuer. So haben wir beispielsweise auf den Pa-

ckungen eine Nährwerttabelle aufgedruckt. Und in diesem Jahr werden wir ein Bio-Jogurt ohne Zucker lancieren.

Coop hat sich mit dem Schweizer Bauernverband zu Gesprächen getroffen. Beide Parteien sehen Handlungsbedarf beim Milch- und Schweinemarkt. So soll die Transparenz verbessert werden. Was heisst das?

Der Milchmarkt ist sehr komplex. Es braucht hier mehr Transparenz und Differenzierung. Das verlangt aber strengere Bedingungen bei der Tierhaltung. Mitte Jahr werden wir hier etwas Eigenes lancieren.

Können Sie uns mehr verraten? Wir möchten Milchbauern, die für uns Milch produzieren und die Tierwohl-Standards BTS (besonders tierfreundliche Stallhaltung) und Raus (Regelmässiger Auslauf ins Freie) er-

füllen. Die Bauern sollen für ihre Aufwände und Anstrengungen einen angemessenen Milchpreis erhalten.

Das heisst?

Dieser Preis soll Bestand haben und nicht Schwankungen ausgesetzt werden. Damit erhalten die Produzenten mehr Planungssicherheit.

Wäre das Label «Fair», dass Milchbauern zusammen mit den Schweizer Milchproduzenten lanciert haben, eine Option?

Wenn wir von Coop etwas Eigenes lancieren, so stehen wir zu 100 Prozent dahinter und schauen, dass es langfristig Bestand hat. Im Grundsatz begrüssen wir die Initiative «Fair». Wir setzen jedoch auch weiterhin auf den erfolgreichen Weg, den wir bereits eingeschlagen haben.

Wo liegen aus der Sicht von Coop die Schwierigkeiten im Schweinemarkt?

Der Schweinemarkt ist rückläufig, und das wird auch so bleiben. Das Schweinefleisch ist nicht mehr im Trend. Unsere Kunden bevorzugen Rind- und Pouletfleisch sowie Fisch. Zwei Drittel der verkauften Schweine bei Coop stammen aus unserem Label «Naturafarm». Und hier werden wir uns – nebst Bio – engagieren.

Wie steht Coop zur Trinkwasser-Initiative?

Coop kann das Anliegen der Initianten nachvollziehen. Aber die Initiative geht zu weit. Generelle Verbote oder radikale Bedingungen für die Direktzahlungen, wie sie die Initiative fordert, erachten wir als kritisch. Verlierer wären die Konsumenten, die auf viele Schweizer Produkte verzichten, höhere Preise in Kauf nehmen und Qualitätseinbussen hinnehmen müssten.

NACHRICHTEN

Preise für Milch und Butter stiegen im Laden mehr als die Produzentenpreise

Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten (SMP) beobachtet, wie sich die Produzenten- auf die Konsumentenpreise auswirken. Nach der letzten A-Richtpreis-Erhöhung um 3 Rp./kg Milch im Oktober 2017 wurde von den meisten Milchkäufern auch der Produzentenpreis um 3 Rp./kg erhöht.

Die SMP forderten daraufhin gemeinsam mit dem Schweizer Bauernverband (SBV) zusätzlich eine Fettpreiserhöhung im Detailhandel und in der Industrie. «In einer fairen Partnerschaft hätte der Produzentenpreis damit noch einmal erhöht werden können», schreiben die SMP in einer Mitteilung.

Ein SMP-Preisvergleich bei 163 Produkten zeige jetzt aber, dass trotz zum Teil erheblicher Preissteigerungen im Laden keine zusätzliche Produzentenpreiserhöhung umgesetzt wor-

den sei. «In einer Zeit, wo Nachhaltigkeit und Fairness immer wichtiger werden, darf es nicht sein, dass Preiserhöhungen bei den Konsumenten nicht an die Produzentenfamilien weitergegeben werden», kritisiert der Verband.

Der Marktbericht des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) zeigt auf, dass die Ladenpreise für Konsummilch um 6 bis 8 Rp. pro Liter erhöht wurden. Bei den Konsumentenpreisen für Butter gab es gemäss BLW Anpassungen nach oben von 40 Rp./kg bei Vorzugsbutter und von 60 Rp./kg bei Kochbutter. Die SMP-Preisbeobachtungen bei 32 Butterartikeln zeigen sogar eine durchschnittliche Preiserhebung von 61 Rp./kg Butter. Die Margenverbesserung der nachgelagerten Stufe betrage damit gut 25 Rp./kg Butter. big

Nestlé will auf gesündere Produkte setzen

Nestlé hat im letzten Jahr deutlich weniger Gewinn gemacht und blieb beim Umsatz unter den Erwartungen. Der Umsatz ist organisch (ohne Berücksichtigung von Zukäufen und Währungsschwankungen) um 2,4% auf 89,9 Mrd. Fr. gewachsen. Der Reingewinn ging um 15,8% auf 7,2 Mrd. Fr. zurück. Zwar sei die Umsatzentwicklung in Europa und Asien erfreulich gewesen – vor allem bei Tierfutter und Kaffee – schreibt der Nahrungsmittelverarbeiter mit Sitz

in Vevey VD in einer Mitteilung, doch in Nordamerika und Brasilien habe das Geschäft geharht. Während der ehemalige langjährige Konzernchef Peter Brabeck jeweils betonte, dass das Wachstum von Nestlé keine Grenzen kenne, fokussiert Mark Schneider, der das Unternehmen seit einem Jahr führt, nun auf Profitabilität. Die Ausrichtung auf höherwertige und gesündere Produkte, die mehr Profit generieren sollen, gehe weiter. big/sda

Bund hat 8000 t Apfel-Importe bewilligt

Wegen der Frostnächte im April 2017 fiel die letztjährige Apfel-ernte in der Schweiz bescheiden aus. Deshalb liegen aktuell deutlich weniger Äpfel an Lager als normal. Das Bundesamt für Landwirtschaft hat nun auf Antrag der Obstbranche ein Importkontingent von 8000 t bewilligt, berichtet die «Aargauer

Zeitung». Dieses gilt bis Ende April. Die Importe dienen als Ergänzung zum hiesigen Angebot. Voraussichtlich ab Mai, wenn die meisten Schweizer Äpfel ausverkauft seien, würden die Grenzen vollends für ausländische Äpfel geöffnet, heisst es weiter. Üblicherweise sei das erst Mitte Juni der Fall. lid

ERNÄHRUNGSSTILE: Ein Glossar

Was i(s)st ein Frutarier?

Immer wieder hört man in den Medien von Veganern, Flexitariern oder Lacto-Vegetariern. Doch was bedeutet das genau?

DORIS BIGLER

Es liegt im Trend, sich auf eine bestimmte Art zu ernähren und dabei auf gewisse Lebensmittel zu verzichten. Speziell in der Fastenzeit, der Zeit zwischen Aschermittwoch und Karfreitag (dieses Jahr 14. Februar bis 29. März), hinterfragen einige Leute ihre Konsumgewohnheiten und üben sich im Verzicht. Andere stellen ihre Ernährung komplett und ganzjährig um.

Der Markt hat sich auf das wachsende Segment der Vegetarier sowie Veganer und Co. eingestellt und bietet mittlerweile eine Vielzahl von Produkten, die auf deren Bedürfnisse zugeschnitten sind. Doch was hat es mit den verschiedenen Ernährungsstilen genau auf sich? Das deutsche Magazin «Top Agrar» hat dazu im Februar 2017 folgende Zusammenstellung publiziert:

• **Vegetarier:** verzichten auf Fleisch und Fisch. Milchprodukte, Eier und Honig sind erlaubt. Vegetarier gelten als sehr gesundheitsbewusst.



Gemüse und andere pflanzliche Lebensmittel sind die Basis für viele Ernährungstrends.

• **Flexitarier:** sind Menschen, die sich überwiegend vegetarisch ernähren, jedoch Ausnahmen für besonders hochwertiges Fleisch oder Fisch zulassen. Diese Gruppe hat derzeit grossen Zulauf.

• **Ovo-Vegetarier:** meiden nebst Fleisch und Fisch auch Milch und Milchprodukte. Der Verzehr von Eiern und Honig ist erlaubt.

• **Lacto-Vegetarier:** verzichten auf Fleisch und Fisch sowie auf Eier. Milchprodukte und Honig sind erlaubt.

• **Veganer:** verzichten weitestgehend auf alle tierischen Produkte. Nicht nur Fisch, Fleisch, Milch und Eier werden abgelehnt, auch Leder, Wolle oder Daunen sind tabu. Ihre Einstellung: kein tierisches Leid verantworten wollen.

• **Rohköstler:** ernähren sich meistens «roh-vegan». Sie verzehren nur Pflanzliches, das nicht höher als 40 bis 45 °C erhitzt wurde. Alles andere gilt als «totgekocht» und frei von Vitaminen und Enzymen. Nicht jeder Rohköstler ist Veganer,

manche verzehren rohe tierische Produkte.

• **Frutarier:** wollen auch pflanzlichen Lebewesen so wenig Leid wie möglich zufügen. Ihre bevorzugte Nahrung sind Samen und Nüsse sowie Obst und Gemüse, das die Pflanzen «von selbst» hergeben (d.h. es fällt vom Baum oder Strauch).

• **Freeganer:** kritisieren die Wegwerf- und Konsumgesellschaft. Erlaubt sind Nahrungsmittel, die selbst angebaut worden sind, solche die verschenkt wurden oder solche, die von anderen weggeworfen werden. Nicht jeder Freeganer lebt vegan.

• **Paleo:** Steinzeit-Ernährung ist hier Trumpf. Das heisst: Viel Eiweiss (Fleisch), wenig Kohlenhydrate, viel Rohkost.

• **Locavoren:** Die recht neue Bewegung der Locavoren versucht, aus Umweltschutzgründen, ausschliesslich regionale und damit auch saisonale Lebensmittel zu verzehren. Wie sie dabei die Region definiert, ist unterschiedlich.

• **Zero-Waste-Bewegung:** Die Gruppe will der Umwelt zuliebe so wenig Abfall wie möglich verursachen. Einkäufe füllt sie in Schraubgläser und Dosen. Alles, was in Plastik verpackt ist, wird gemieden, auch weil es als ungesund gilt.

GEMÜSERICHTPREISE

Gemüsepreise (exkl. MwSt.)	Preise ab 20.2.2018		Detailpreis inkl. Verp., MwSt.	Tendenz ab Samstag
	Einheit	franko Verlad, offen im G-Gebinde		
Chinakohl	kg	1.20	1.39	3.45
Chouxraves, gewaschen	kg	1.40	1.49	3.40
Cicorin, rot	kg	1.90	2.15	5.10
Kabis, rot	kg	0.80	0.89	2.20
Kabis, weiss	kg	0.80	0.89	2.20
Karotten	kg	0.62	0.71	2.00
Karotte, Pfälzer	kg	0.85	0.94	2.45
Kresse	kg	8.00	8.94	22.00
Lauch, gebleicht	kg	2.40	2.59	5.65
Nüssisalat	kg	10.00	10.94	30.00
Pastinake	kg	2.60	2.79	5.20
Radieschen	Bund	0.75	0.81	1.85
Radieschen	kg	4.50		
Randen,	Px.	0.60	0.60	
Rübe, Herbst, gewaschen	kg	1.40	1.49	3.45
Schalotten	kg	2.20		
Sellerie, Knollen	kg	0.90	0.99	2.65
Sellerie, Knollen, gross	kg	0.70	0.79	2.35
Wirz	kg	1.30	1.49	3.70
Zuckerhut	kg	1.20	1.39	3.45
Zwiebel, rot	kg	1.15	1.24	2.65
Zwiebel	kg	0.70	0.79	1.90
Zwiebel, Metzger, >70mm		0.85	0.94	2.15

Quelle: Gemüsebörse Bern, Freiburg, Solothurn