

Autor: Michael Houben (<http://www.mhouben.de>)

Wenn heute noch eine BSE-Kuh gefunden wird, ist das kaum noch eine Notiz in der Zeitung wert. Die meisten von uns haben sich daran gewöhnt und essen weiter Fleisch. Man vertraut auf das Versprechen, daß nur BSE-freies Fleisch in den Handel kommt und irgendwie auch darauf, daß mit der neuen Agrarpolitik schon alles besser werden wird. Aber wo ist die Agrarwende nun geblieben. Sicher, nach einem Jahr sind noch keine Wunder zu erwarten, aber wenn man noch in diesem Jahrzehnt 20 Prozent der Fläche im Ökolandbau betreiben will, dann müssen die Ökoprodukte allmählich doch auch in den Supermarktregalen erscheinen.

Viele klassische Bioläden sind kaum noch als solche zu erkennen. Das 'Müsli-Image' tritt in den Hintergrund, die Meisten sind professioneller geworden. Allein die Firma 'Alnatura' hat mittlerweile 11 große Geschäfte eröffnet, die sich vom klassischen Supermarkt kaum noch unterscheiden. Die klassische Vollkornabteilung gibt es natürlich immer noch - perfekt präsentiert, zur Selbstbedienung. Doch darüber hinaus bekommt man praktisch alles, was man im Supermarkt erwarten würde. Aber eben in 'Bio'. Zur Hoch-Zeit der BSE-Angst strömte die Kundschaft auch in Scharen, doch die Angst scheint bei den Meisten schon wieder vergessen, wie ein Besuch im Kölner Laden beweist.

Und daran sind die Preise sicher nicht ganz unschuldig. Dabei ist 'Bio' sogar schon billiger geworden, Viele Produkte sind tatsächlich kaum noch teurer als normale Markenware - insgesamt muss die Stammkundschaft aber doch ein paar Euro mehr in der Tasche haben.

20 Prozent Marktanteil, aber wie ?

Auf der Grünen Woche in Berlin ließ Verbraucherministerin Künast eine ganze Halle mieten, um BIO dem Massenpublikum zu präsentieren. Wenn Sie ihr Ziel erreichen will, ein fünftel aller Lebensmittel biologisch zu erzeugen, müssen die logischerweise aber auch für eine Mehrheit der Menschen erschwinglich sein. Also heißt es: Preise runter: aber geht das bei Bio-Ware überhaupt ? Gerald A Herman, der Geschäftsführer von 'Naturland e.V.', einem der großen Bio-Verbände glaubt, das dies möglich ist, „Der Bauer braucht einen höheren Preis, weil er niedrigere Erträge in Kauf nimmt. Aber: Der Hauptgrund für die höheren Preise ist nach wie vor: Wir sammeln klein Mengen an, wir verarbeiten kleine Mengen, wir verpacken klein Mengen und überall sind die Handlingskosten relativ hoch. Und erst wenn der Marktanteil wächst, werden durch Rationalisierung die Öko-Produkte auch preiswerter.“

Wie das geht, beweisen Großküchen, die mit 'BIO' beste Erfahrungen gemacht haben. Die Kölner Kantine der Gerling AG produziert zum Beispiel täglich mehr als 2000 komplette Menüs - und nutzt seit vier Jahren nur noch biologisch erzeugte Rohstoffe. Auch wenn die zunächst einmal deutlich teurer sind - die Kosten das Kochen bleiben gleich. Verglichen mit den vollautomatischen Fabriken der großen Lebensmittelkonzerne wird hier noch viel Handarbeit eingesetzt - trotzdem beweist Küchenleiter, Bernhard Bonfig, daß BIO in Massenproduktion nicht unerschwinglich sein muß: „Wir hatten am Anfang Mehrkostenanteil von 70 Prozent, heute sind es noch 30 Prozent effektiv im Bio-Bereich. Warum? Wir kaufen die Tiere direkt beim Bauern ein, wir kaufen Gemüse verstärkt beim Bauern an, geben ihm das Versprechen, daß wir gewisse an Rohstoffen eben abnehmen und haben somit einen wesentlichen Preisvorteil.“

Die Gerling Kantine verkauft ihre Bio-Zutaten nun sogar an ganz normale Kunden. Im Laden 'Ökologie' kann man aber auch das tägliche Menü der Kantine zum Mitnehmen bekommen - für preiswerte fünf Euro. Die Kosten für Verpackung und Verkauf der Bioahrung sind nicht größer als bei normaler Ware. Dabei ist klar, daß die Preiskalkulation für Bioware je nach Art des Produktes ausgesprochen unterschiedlich sein kann - manch ein Produkt muß heute nicht mehr teurer sein, als konventionell erzeugte Artikel:

Beispiel Brötchen

Ein Brötchen kostet heute rund 20 Cent - Davon geht gerade mal ein halbes Cent an den Bauern. Wenn der als Biobauer auf das Spritzen verzichtet und weniger erntet, muß man ihm zwar fast das Doppelte für sein Getreide bezahlen. Aber pro Brötchen macht das gerade mal 0,5 Cent aus. Diesen Preisaufschlag kann man problemlos durch rationellere Produktion oder auch nur etwas kürzere Vertriebswege auf Null herunter bringen. Ähnlich sieht es zum Beispiel auch bei Nudeln aus.

Anders ist dagegen zum Beispiel bei Schoko-Nuß-Creme. Natürlich könnte man hier einfach den Zucker durch Biozucker ersetzen und Molkepulver aus Biomilch nehmen. Dann wäre der Mehrpreis ebenfalls vergleichsweise gering. Aber tatsächlich enthält die heute erhältliche Bio-Nuß-Creme nicht nur Bio-Rohstoffe, sondern tatsächlich auch viel mehr echte Nüsse (statt Zucker) - und ist allein schon deshalb doch deutlich teurer. Ähnlich ist das auch beim Fleisch, Wenn die Aufzucht der Kuh doppelt so teuer ist, wenn man sorgfältiger Schlachtet - dann schlagen die zusätzlichen Kosten doch ziemlich direkt bis zum Verbraucher durch.

Bio beim Discounter ?

Doch selbst wenn BioProdukte rationell in großer Menge und damit preiswerter hergestellt sind - bis man sie dann im kleinen Naturkostladen findet, sind sie doch oft wieder deutlich teurer. Der Grund liegt laut Gerald A. Herrmann nicht nur in der Produktion, sondern auch in der teuren Form des Vertriebes über kleine Fachgeschäfte. „Der Produzent muß sein Koste decken und will eine Spanne haben, der nächste ist der Händler, der will auch eine Spanne haben, dann der Zwischenhändler, und zum Schluß will der Verkäufer auch eine Spanne haben, daß heißt, die Spannen summieren sich auf. Wenn jetzt jeder auf einem teureren Bioprodukt seine Spanne drauflegt, dann ist die Spanne am Ende potenziert und so wird dann das Bioprodukt wieder deutlich teurer als ein konventionelles vergleichbares Produkt.“

Gewinnspannen runter - das scheint die logische Forderung. Doch dazu muß Bio auch in die großen Lebensmittelketten, zu den großen Discountern, die mit geringeren Spannen kalkulieren. Und tatsächlich findet man schon Biobauern die inzwischen auch mit den ganz Großen der Branche ins Geschäft gekommen sind. Zum Beispiel Manfred Ebeling, Vorsitzender der Milchkooperative Wendtland und selbstständiger Bio-Bauer. Er hat im letzten Jahr Tiefkühlware, Erbsen, für den englischen Markt produziert. „Da kommen Konzerne, die sagen wir wolle in großen Mengen einkaufen. Das passiert schon“ Aber warum für den englischen Markt und nicht für den Deutschen ? „Ja das ist mir als Produzent letztlich egal, ich gehe zu dem der mir den besten Preis gibt und wenn der Verarbeiter dann sagt in England ist ne große Nachfrage, dann ist das sein Bier.“

Überraschung in England

Ein Drittel des gesamten englischen Bio-Umsatzes wird von der Supermarktkette Sainsbury's gemacht einer großen englischen Kette, die in den vergangenen drei Jahren systematisch begonnen hat ihr konventionelles Sortiment mit biologisch erzeugten Produkten Anzureichern Fast jedes Produkt, daß ein Kunde nur brauchen könnte, findet sich in Bio-Qualität direkt neben der 'normalen' Konkurrenz. Alles auch in 'organic', also 'Bio' wobei dafür in England die gleichen Kriterien angelegt werden, wie für das neue deutsch Bio-Siegel. Egal ob 'Heinz' oder 'Bonduelle': Große Marken und Konzerne bieten biologisch erzeugte Ware an. Selbst Energie-Drinks gibt es in 'organic', Die Zuwachsraten sind enorm. Der Aufpreis für Bio ist viel kleiner als bei uns - die Kundschaft reicht quer durch alle sozialen Schichten und scheint ausgesprochen angetan.

Ein Detail darf man dabei nicht übersehen: Deutschland hat europaweit die billigsten Lebensmittel - dadurch wirkt 'Bio' gerade bei uns vergleichsweise teuer. Nicht nur in England macht die ganze Struktur des Lebensmittelhandels die Umstellung leichter. Laut Gerald A Herrmann, hat der Deutsche Lebensmittelmarkt seine Besonderheiten, die den Zugang für Bio-Produkte eindeutig erschweren: „Deutschland hat 80 Millionen Verbraucher, wir haben nicht nur, wie andere Länder - Österreich 11 Millionen, Schweiz 6 oder 7 Millionen, Dänemark 5 Millionen,..... Die haben überhaupt nur ein, zwei oder drei Kette. Daß heißt, wenn von diesen einer vorprescht, dann müssen die anderen nachziehen, sonst geht das Geschäft an ihnen vorbei und der andere macht allein das Bio-Geschäft. Da entsteht dann auch ein gewisser Sog, dadurch daß einer einsteigt.“ Wir Deutschen dagegen sind die Erfinder des Discount-Supermarktes. Im Konkurrenzkampf dutzender Ketten, bei der Jagd nach dem letzten Pfennig Preisvorteil, bleibt der Bio-Markt bei uns bisher noch in der teuren Nische stecken.

Links:

Wie die Kombination aus Bio- und klassischen Supermarkt auch in Deutschland funktionieren kann, haben wir in einer früheren Sendung schon am Beispiel 'Tegut' gezeigt:
(<http://www.wdr.de/tv/dschungel/beitrag.phtml?id=41&s=Tegut>)

Alnatura (<http://www.alnatura.de>) Naturland (<http://www.naturland.de>),
Ökologne (<http://www.oekologne.de>) Sainsburys (<http://www.sainsbury.com>)
Diverse Hintergrundtexte zum Thema 'Bio' gibt es auch noch bei <http://www.naturkost.de>