# „Man muss einfach der Beste sein“

**Interview** **Hans-Peter Kocher, der Leiter der Fachstelle Gemüsebau am Inforama Seeland in Ins berichtet im dlz-Interview über die Situation der Gemüseproduzenten und der Gemüsekonsumenten in der Schweiz.**

Foto: agroscope.ch

**Nicht nur die Produktion ist in der Schweiz anders als in Anbaugebieten im übrigen Europa. Der Konsum hat ebenso folgenschwere Eigenheiten.**

**dlz Hans-Peter Kocher, kennen Sie Gemüseproduzenten, die – ähnlich wie die „Freimelker“ unter den Milchbauern – davon ausgehen, dass ein Freihandelsabkommen unumgänglich sei und für „unternehmerische“ Betriebe eine Chance darstelle?**

**Kocher:** Nein, ich kenne keine Betriebsleiter, die solche Positionen vertreten. Das ist auch nicht weiter erstaunlich. Die Gemüsebauern kennen das System der Preisbildung auf den Märkten seit Langem und können deshalb die Auswirkungen eines Freihandelsabkommens realistisch einschätzen:

Wenn schon die spanischen Gurkenproduzenten, die ihren Arbeitern fünf Euro pro Stunde bezahlen, wegen der Konkurrenz aus Nordafrika, wo die Löhne bei 5 Euro pro Tag liegen, auf den Märkten nicht bestehen können, dann braucht es nicht viel Phantasie, um sich die Folgen eines europaweiten Freihandels im Gemüsebereich in der Schweiz vorstellen zu können.

**Die Situation ist wegen des höheren Kostenniveaus für die Produzenten in der Schweiz speziell. Gibt es auch konsumseitig Besonderheiten?**

**Kocher:** Ja. Die Schweizer Detailhändler präsentieren den Konsumenten eine Auswahl der – in Bezug auf die äussere Qualität – besten Produkte aus ganz Europa. Ich

war vor einiger Zeit in Italien und habe dort auf einem Handelsbetrieb das Sortieren von Blumenkohl beobachtet. In die Kistchen für die Schweiz wurden nur die allerschönsten Blumenkohlköpfe gelegt. Daneben gab es aber auch verschiedene Kistchen für den lokalen Markt, wo die übrige Ernte abgesetzt wird. In der Schweiz fehlt beim Frischgemüse diese „zweite Sortierung". Den Konsumenten wird also ein falsches Bild vermittelt über die Realität des Gemüsebaus: Der Grossverteiler lässt sie im Glauben, die Produzenten könnten 1A-Qualität zu Discountpreisen liefern. Die Realität ist aber eine andere. Auch der beste Gemüsebauer erntet teilweise Gemüse, das nicht den bestehenden Sortierungsbestimmungen entspricht. Dieses Gemüse muss er kompostieren, während sein Berufskollege in der EU dafür lokale Abnehmer hat.

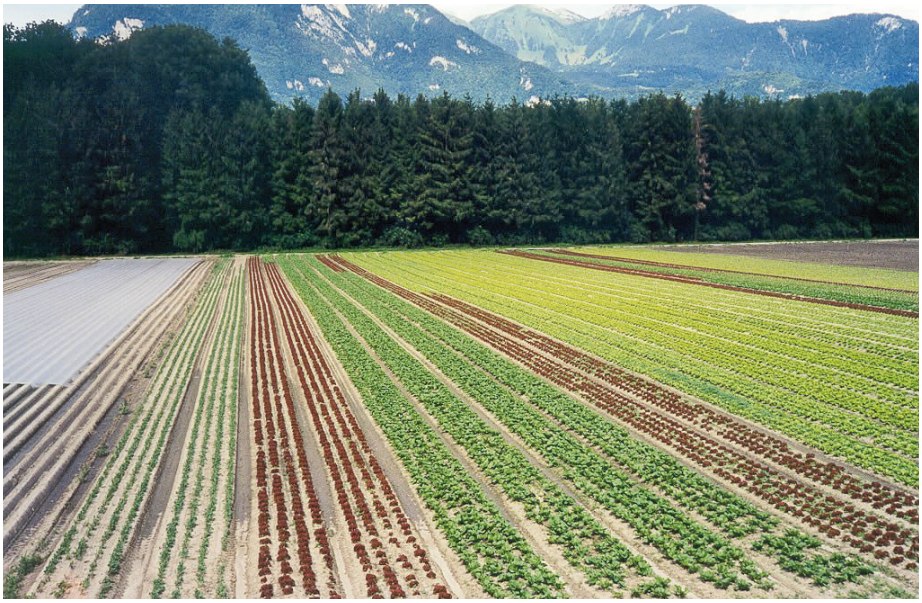

Foto: LID

**Die Grossverteiler vermitteln den Konsumentinnen und Konsumenten ein falsches Bild über den Gemüsebau, indem sie jeweils nur einen ausgesuchten Teil der Ernte verkaufen.**

**Wie konsequent werden diese Qualitätsbestimmungen gehandhabt?**

**Kocher:** Nicht immer gleich! Inlandblumenkohl beispielsweise soll für einen Abnehmer nicht mehr als 700 g pro Stück wiegen. Wenn aber Mangel herrscht, kann es gut sein, dass die 700-g-Regel plötzlich nicht mehr gilt, und Importblumenkohl mit einem Stückgewicht von 1.5 kg in die Läden kommt. Wirtschaftlich ist das bedeutsam, sind doch die Pflanz-, Pflege- und Erntekosten pro Stück Blumenkohl etwa gleich hoch, ob man ihn früher oder später erntet. Unterschiedlich sind aber die Erlöse.

**Welchen ökonomischen Sinn machen solche Qualitätsbestimmungen, die auf den Zentimeter und das Gramm genau das Äussere eines Gemüses festlegen?**

**Kocher:** Das weiss ich auch nicht genau. Es kann sein, dass man so gegenüber Konsumenten und Konkurrenten eine einheitlichere Ware präsentieren kann. Die Folge davon ist aber, dass der Abnehmer die Lieferanten – seien es Produzenten oder Händler – besser bei der Stange halten kann. Der Abnehmer schafft sich mit den Bestimmungen zur äusseren Qualität ein griffiges Instrument, das ihm Gründe liefert, Lieferungen ablehnen zu können.

**Können Produzenten ihrerseits Regelungen wie Handelsusanzen oder Qualitätsbestimmungen anrufen, um ihre Interessen gegenüber den Abnehmern durchzusetzen?**

**Kocher:** Das ist nicht üblich. Unterschiedliche Ansichten über die Qualität der Ware können diskutiert werden. Bei Vergütungsterminen oder „gerechten Preisen" bestehen vereinzelt abweichende Meinungen. Wenn sich der Abnehmer nicht an die Regeln halten will, dann gibt es für den Produzenten nur zwei Möglichkeiten: Entweder er einigt sich mit dem Abnehmer und liefert – oder eben nicht. Aus diesem Grund ist es sehr wichtig, nicht nur einen Abnehmer zu haben.

**Spielen Schiedsgericht oder staatliche Gerichte bei Konflikten eine Rolle?**

**Kocher:** Nein, kaum. Was nicht einvernehmlich gelöst werden kann, hat den Abbruch der Geschäftsbeziehungen zur Folge.

**Wie gehen Gemüseproduzenten mit den Ohnmachtsgefühlen um, die entstehen können, wenn man der Willkür eines Händlers oder eines Abnehmers ausgeliefert ist?**

**Kocher:** Das ist einfach so; daran kann man nicht rütteln. Wer Rüebli vermarkten will, kann vom einen Händler für den gleichen Posten eine Absage und von einem anderen eine Zusage bekommen. Man kann nur versuchen, immer der Beste zu sein. Und in der Vermarktung ist der Beste, wer sich die relevanten Informationen zu beschaffen weiss und wer die Marktsituation besser einschätzen kann als andere. Mit anderen Worten: derjenige, der die Anpassungen an das bestehende System ständig optimiert.

**Wie verlässlich und tatsächlich einschätzbar ist die Situation denn für „die Besten"?**

**Kocher:** Die Unberechenbarkeit ist eher grösser geworden in den letzten Jahren. Verbindlichkeiten basieren fast nur noch auf einzelnen Personen und zwar auf allen Stufen: bei der Produktion, beim Handel und im Verkauf. Jeder Betrieb in der Wertschöp-

Foto: FS Obersieberbrunn

**Auch für „Gemüse-Profis" ist das Marktrisiko hoch. Bei Kopfsalat beispielsweise muss damit gerechnet werden, dass man von fünf Ernten nur vier verkaufen kann.**

fungskette ist heute noch genau so verlässlich wie die eine Schlüsselperson, mit der man zu tun hat. Personalwechsel in einem Betrieb führen deshalb immer auch zu Unruhe und zu Unsicherheit in anderen Betrieben.

**Wie schätzen Sie insgesamt das Verhältnis zwischen den verschiedenen Akteuren in der Gemüsebranche ein?**

**Kocher:** Die grosse Mehrheit der Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz wünscht ökologisch und sozial verträglich angebautes Gemüse aus der Schweiz. Deshalb sitzt die ganze Kette von der Produktion bis zum Detailhandel ja eigentlich im gleichen Boot. Mein Eindruck ist, dass das System trotz der vorhin erwähnten Eigenheiten im Grossen und Ganzen recht gut funktioniert, auch wenn die einzelnen Fälle, in denen etwas schief läuft, jeweils viel Aufmerksamkeit erhalten.

**Welche Wirkung hatte das Auftreten der Harddiscounter im Gemüsebau?**

**Kocher:** Das hat den Handel interessanterweise eher etwas freier, aber auch labiler gemacht. Schon vor dem Auftauchen der neuen Harddiscounter haben Coop und Migros die Zahl ihrer Lieferanten drastisch zu reduzieren begonnen. So öffneten sich Produzenten und Lieferanten auch wieder Alternativen.

**Wie wirkt sich das auf die Zusammenarbeit unter den Produzenten aus, wenn jeder der Beste sein will? Bekanntlich kann ja nur einer der Beste sein.**

**Kocher:** Hier hat sich in den letzten Jahren auch auf den Betrieben viel geändert. Die meisten Betriebe haben sich spezialisiert und produzieren heute nur noch einige wenige Gemüsearten. In seinem Gebiet kann also letztlich praktisch jeder der Beste werden. Ausserdem ist auch der Handel für den Risikoausgleich auf mehrere Produzenten in verschiedenen Regionen angewiesen. Es hat also immer auch neben den „Besten" noch Platz für andere Berufskollegen.

**Kommt es vor, dass Produzenten zusammen aktiv werden, wenn es darum geht, einen Händler, der über die Stränge schlägt, oder einen Produzenten, der Produkte unterpreisig in den Markt drückt, zu disziplinieren?**

**Kocher:** Nein, in der Regel nicht. Meiner Ansicht nach noch zu wenig. Dabei wäre das Wissen über solche Vorgänge vorhanden: Wenn ein marktrelevanter und stimmgewaltiger Produktionsbetrieb unterpreisig anbietet und die Händler und Abnehmer darauf sofort reagieren und den Preis senken, dann spricht sich das herum. Aber Folgen hat das in der Regel ebenso wenig wie wenn ein kleinerer Betrieb Preisdumping betreibt.

Foto: www.grimme.de

**Das Marktrisiko ist im Gemüsebau erheblich: Der Preis beispielsweise von Zwiebeln kann von einem Jahr zum anderen um einen Franken pro Kilo nach oben oder unten schwanken.**

**Wie reagieren Handel und Abnehmer auf Preisdumping?**

**Kocher:** Der Grosshandel reagiert auf jedes tiefere Angebot eines Konkurrenten mit einer Preissenkung. Die Wochenpreise werden nach Rücksprache mit den Lieferanten gemacht. Es ist aber auch schon vorgekommen, dass der Kilopreis eines Gemüses ohne Vorwarnung um 80 Rappen gesenkt wurde. Das mag ungerecht sein, aber der einzelne Produzent kann sich da kaum wehren. Er muss immer mit so etwas rechnen.

**Wie steigt ein Betrieb heute sinnvollerweise in die Gemüseproduktion ein?**

**Kocher:** Bei den Einsteigern gibt es eine problematische und eine ideale Variante. Die ideale Variante ist, dass sich ein bisheriger Gemüseproduzent mit einem Neueinsteiger zusammentut. Der Einsteiger kann von den Erfahrungen dieses Gemüseproduzenten lernen und gemeinsam können die Arbeitsverteilung und die Fruchtfolge verbessert werden. Die weniger ideale Situation ist, dass ein Betriebsleiter, der mit den bisherigen Kulturen auf keinen grünen Zweig gekommen ist und/oder den Betrieb nicht vergrössern kann, sich probeweise im Gemüsebau versucht. Was dann oft zu beobachten ist, ist, dass die Kosten nicht genau berechnet werden und unterpreisig verkauft wird, mit dem Argument, man verdiene so immer noch mehr als mit dem vorher betriebenen Getreideanbau. Im zweiten Jahr stellt man dann fest, dass man falsch kalkuliert hat, aber dann ist der tiefe Preis schon gemacht und schadet erst noch anderen Produzenten.

**Was braucht es, wenn jemand als Einzelbetrieb in den Gemüsebau einsteigen möchte?**

**Kocher:** Ohne im Voraus einen Abnehmer – beziehungsweise idealerweise mehrere Abnehmer – zu haben, geht es nicht. Ausserdem muss man sich bewusst sein, dass das Marktrisiko in der Gemüseproduktion sehr hoch ist. Zwiebeln können im Februar eines Jahres 10 Rappen gelten und im kommenden Jahr um die gleiche Zeit 1.20 Franken. Beim Frischgemüse sind Teile der Ernte oft nicht verkäuflich, weil die Qualität nicht stimmt oder die Witterungsbedingungen nicht passen.

Beim Kopfsalat beispielsweise muss auch ein Profi davon ausgehen, dass er von fünf Ernten nur vier verkaufen kann. Für solche Zeiten braucht der Gemüseproduzent ein finanzielles Polster. *cs*

## Zur Person

### Hans-Peter Kocher

Aufgewachsen ist Hans-Peter Kocher auf einem Bauernbetrieb im bernischen Bürenamt. Danach absolvierte er eine landwirtschaftliche Lehre und schloss 1973 seine Ausbildung am kurz zuvor gegründeten landwirtschaftlichen Technikum in Zollikofen ab. Im gleichen Jahr begann Kocher an der landwirtschaftlichen Schule in Ins seine berufliche Tätigkeit als Berater und Lehrer. Zunächst war er 11 Jahre als Berater für Konservengemüse tätig. Später war er an der Fachstelle für Sonderkulturen (Beeren, Tabak) und der Fachstelle für Gemüsebau tätig, deren Leiter er heute ist. cs