



Foto: CS

# „Unsere Arbeit wirkt vor allem präventiv“

**Märkte** Die staatliche Marktbeobachtung hat in der Schweiz, wo einigen marktmächtigen Abnehmern eine Vielzahl von Lieferanten gegenüberstehen, eine wichtige, ausgleichende Funktion.

**D**er Fachbereich Marktbeobachtung des Bundesamts für Landwirtschaft verfolgt Preise und Bruttomargen im Agrar- und Ernährungsbereich. In den wöchentlich bzw. monatlich erscheinenden Marktberichten veröffentlicht der Fachbereich des BLW Bulletins zu den Fleisch-, Milch- sowie Früchte- und Gemüsemärkten. Weitere Marktberichte erscheinen zwei- bzw. einmal jährlich (Marktbericht Eier, Marktbericht Getreide, Brotkonsumstatistik, Marktbericht Futtermittel). Alle Bulletins können unentgeltlich per E-Mail abonniert oder auf der Webseite der Marktbeobachtung ([www.marktbeobachtung.admin.ch](http://www.marktbeobachtung.admin.ch)) heruntergeladen werden. Das dlz agrarmagazin hat sich mit dem Leiter des Fachbereichs, Andreas Berger, und dem Bereichsverantwortlichen

Fleisch und Eier, Michael Misteli, Ende Juni 2011 in Bern über die Aufgaben und die Wirkung der Marktbeobachtung unterhalten.

**dlz** Michael Misteli, Andreas Berger, der Fachbereich für Marktbeobachtung wird als „neutral“ bezeichnet. Was bedeutet neutral in diesem Zusammenhang und wie manifestiert sich diese Neutralität konkret?

**Berger:** Unsere Fachstelle ist unabhängig in dem Sinne, dass keine partikulären Interessen hinter unseren Preiserhebungen und Preispublikationen stehen.

Das Bundesamt für Landwirtschaft, in dem Ihre Fachstelle angesiedelt ist, hat aber durchaus auch eigene Interessen?

**Berger:** Das schon. Das BLW bestellt bei uns auch Daten und Auswertungen, und Synergien werden wo möglich genutzt. Aber wir sind unabhängig in dem Sinne, dass vom BLW niemand in unsere Arbeit hineinredet. Wir sind innerhalb des BLW auch nicht den Direktionsbereichen „Märkte und Internationales“ oder „Strategie und Evaluation“ angegliedert, sondern dem Direktionsbereich „Landwirtschaftliche Produktionsmittel“.

Weshalb ist Neutralität für Ihre Arbeit wichtig?

**Misteli:** Wir Preise erhebt und Margen berechnet und damit etwas bewirken will, ist darauf angewiesen, dass die Methoden der Erhebung und Berechnung bekannt und anerkannt sind. Wären unsere Methoden

**Die Daten über einzelne Labelmärkte können von der Fachstelle Marktbeobachtung nicht ausgewertet werden.**

nicht mit den Branchen abgesprochen und deshalb umstritten, könnten wir dieses Ziel nicht erreichen. Dann würde jeweils nicht über unsere Marktberichte und über die möglichen Gründe für die Entwicklung der Preise und der Bruttomargen, sondern über unsere Methoden diskutiert – und das wäre nicht in unserem Sinne.

**Was ist denn das Hauptziel der Marktbeobachtung?**

**Berger:** Von Gesetzes wegen hat die Marktbeobachtung den Auftrag, diejenigen Preise von Grundnahrungsmitteln zu beobachten, die von der Agrarpolitik beeinflusst werden. Aufgrund der speziellen Situation auf den Agrarmärkten (wenige, starke Abnehmer stehen einer Vielzahl von Anbietern gegenüber) hat diese Marktbeobachtung in der Praxis einen ausgleichenden Effekt: Insbesondere die kleineren Marktakteure würden ohne unsere Erhebungen über deutlich weniger Informationen verfügen.

**Wer liest Ihre Marktberichte?**

**Misteli:** Unsere Berichte werden hauptsächlich von einem Fachpublikum gelesen – und zwar mit Interesse. Darauf lassen jedenfalls die Reaktionen schliessen, wenn ein Bericht einmal nicht rechtzeitig herauskommt.

**Ihre Marktberichte sind sehr zurückhaltend formuliert. Wieso das?**

**Misteli:** Was wir in unseren Berichten auf jeden Fall vermeiden wollen, sind Wertungen und Interpretationen. Das überlassen wir den Marktakteuren und den Verbänden. Hingegen haben wir schon den Anspruch,



Foto: CS

mit unseren Marktberichten auch Themen anzusprechen, die uns wichtig erscheinen. Diesbezüglich sind wir nicht speziell zurückhaltend – allerdings sind wir auch hier nicht auf Schlagzeilen aus. Wir möchten reflektierte Diskussionen auslösen und die Leute zum Nachdenken anregen.

**Welche Themen haben Sie in den letzten Jahren aktiv lanciert?**

**Berger:** Wir haben beispielsweise im Jahr 2010 erstmals die Saisonalität und die Aktionen auf den Gemüsemärkten ausgewertet. Damit wollten wir zeigen, wann welche Produkte erntefrisch verkauft und welche Produkte wann als Frequenzbringer zum Einsatz kommen. Resultat dieser Auswertungen ist eine Saisontabelle, die es erlaubt, gewisse Muster der Gemüsemärkte aufzuzeigen und so das Verständnis für das Funktionieren

dieser Märkte zu fördern. Diese Tabelle ist auf unserer Webseite unter [www.marktbeobachtung.admin.ch](http://www.marktbeobachtung.admin.ch) aufgeschaltet.

**Welche Dinge nennen Sie in den Marktberichten beim Namen, welche nicht?**

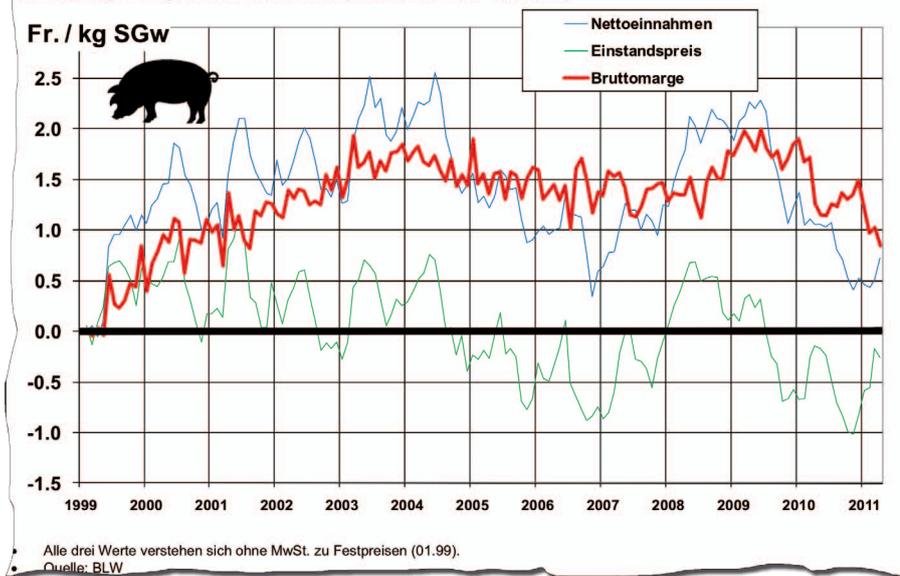
**Misteli:** Wenn sinkende Preise offensichtlich im Zusammenhang mit der Mengenentwicklung oder einer Krise – beispielsweise Dioxin, BSE, Geflügelgrippe etc. – stehen, dann erwähnen wir das explizit. Wenn es aber eine Preis- und Margenentwicklung gibt, über

**Auszug aus der Schweizer Saisontabelle Früchte und Gemüse: Die Tabelle zeigt, in welchen Monaten die aufgeführten Produkte erntefrisch auf den Markt gelangen und wann sie als Frequenzbringer eingesetzt werden. Die Saisonmonate sind orange, Übergangsmonate hellorange gekennzeichnet. Häufige Aktionen: drei Punkte. Vermehrte Aktionen: zwei Punkte. Vereinzelt Aktionen: Strich.**

Blumenkohl	●●●	●●●	●●●	●●	●●	●●	●●	●●	●●	●●●	●●	●●	●●●
Broccoli	●●●	●●●	●●●	●●	●	●	●	●	●	●●	●●	●●●	●●
Chinakohl	●	-	-	-	-	●	●	-	●	●●	●●	●●●	●●●
Kohlrabi	●	-	●	●	●●●	●●	●●	●	●●	●●	●●	●●	●●●
Rosenkohl	●	●	●	-	-	-	-	-	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●
Rotkabis	●●	●	-	-	-	-	-	-	●	●●	●●●	●●●	●●●
Weisskabis	●●	●	●	-	●	-	-	-	●	●●	●●●	●●●	●●●
Wirz	●●	-	-	-	-	●	-	-	●	●●	●●●	●●●	●●●
<b>Zwiebel- und Lauchgemüse</b>													
Lauch grün	●●	●	●	●	-	●	●	-	●	●●	●●●	●●●	●●●
Speisewiebeln gelb	●●	●	-	-	●	●	-	-	-	●	●●●	●●●	●●●
<b>Wurzel- und Knollengemüse</b>													
Karotten	●●●	●●	●●	●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●
Knollensellerie	●●	-	-	-	-	-	-	-	-	●●	●●●	●●●	●●●
Radieschen	●	-	●	●●	●●	●	●	●●	●	-	●●	●●●	●●●
<b>Blattsalate</b>													
Lattich	●	-	●	●	●	●	●	●	-	-	●●	●	●
Brüsseler Witloof	●●●	●●●	●●●	●●	●	●	●	-	●●	●●●	●●●	●●●	●●●
Cicorino rot	●	-	-	-	-	-	-	●	●	●●	●●●	●●●	●●●
Eisberg	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●●	●●	●●	●●	●●	●●	●●●
Endivien glatt	●	●	●	●	-	-	-	●	●●	●●	●●	●●	●

Quelle: BLW

**Grafik 3:** Differenz des Einstandspreises für Schlachtschweine, der Nettoeinnahmen und der Bruttomarge Verarbeitung und Verteilung im Vergleich zum Referenzwert (Durchschnitt Feb. – April 1999).



deren Ursachen man geteilter Meinung sein kann, dann halten wir uns zurück.

#### Zum Beispiel?

**Misteli:** Wenn es darum geht, die Auswirkungen einer politischen Massnahme oder einer Veränderung in den Marktstrukturen – Stichwort: Eintritt der Discounter in den Detailhandel – abzuschätzen, dann halten wir uns zurück. Was wissenschaftlich nicht belegbar ist, darüber mutmassen wir nicht.

#### Was können Marktberichte unter diesen Umständen überhaupt bewirken?

**Misteli:** Die Marktberichte ermöglichen einerseits den Akteuren ohne Marktmacht und mit mangelhaften Kenntnissen, sich ein Bild des gesamten Markts zu machen. Andererseits führen unsere Berichte zuweilen auch zu schnelleren Reaktionen, Anpassungen und Korrekturen, weil bei der Publikation alle Marktakteure wissen: Jetzt schaut jemand hin. Wenn die Produzentenpreise sinken und die Ladenpreise sich nicht bewegen, dann dokumentieren wir das. Unsere Arbeit wirkt also weitgehend präventiv.

#### Wird das Verhalten der marktmächtigen Grossverteiler durch Ihre Erhebungen und Auswertungen abgebildet?

**Misteli:** Ja. Wenn unsere Erhebungen nicht korrekt wären, dann würden das die Grossverteiler sofort bemerken. Das ist für uns auch ein Ansporn. Ergänzend zu den Preisermittlungen der Marktakteure haben wir auch neun regionale Preisbeobachter, die für uns in den Läden Informationen beschaffen.

#### Wird der Labelbereich in den Marktberichten Fleisch abgebildet?

**Misteli:** Ja und nein. Ja, indem die Daten der Labelmärkte zusammen mit anderen Daten

für die Berechnung der Bruttomargen verwendet werden. Nicht abgebildet sind hingegen die einzelnen Labelmärkte. Diese Daten haben wir zwar, werten sie aber nicht aus, weil es sich bei diesen Zahlen um Geschäftsgeheimnisse handelt. Unsere Auswertungen dürfen keine Rückschlüsse auf die einzelnen Datenlieferanten ermöglichen.

#### Wie können Sie überprüfen, ob die Zahlen, welche die Akteure der Fachstelle schicken, korrekt sind?

**Berger:** Einerseits werden alle eingehenden Daten plausibilisiert – bei ungewöhnlichen Entwicklungen oder Daten gehen wir der Sache nach. Andererseits arbeiten bei uns erfahrene Personen in der Datenverarbeitung, denen auffallen würde, wenn versehentlich oder bewusst ein falscher Datensatz übermittelt würde oder wenn eine Kommastelle verrutscht wäre. Und dann gibt es noch weitere Kontrollmechanismen. So haben wir

**Auszug aus dem Marktbericht Fleisch von April 2011: Die Marktberichte enthalten aktuelle Preise und verschiedene Auswertungen zur Preis- und Margenentwicklung.**

beispielsweise Datenlieferanten, die selbst Preiserhebungen machen und uns diese Resultate zusätzlich auch übermitteln. Im Übrigen wäre die Lieferung falscher Daten unter Umständen auch strafbar.

#### Falls die Marktbeobachtung ausgebaut würde, welche zusätzlichen Themen würden Sie angehen wollen?

**Berger:** Es gäbe viele Themen, deren Bearbeitung im öffentlichen Interesse liegt. Wir würden beispielsweise gerne mehr Stufen in der Wertschöpfungskette beobachten und auswerten. Ausserdem wäre es auch interessant, neben dem Detailhandel weitere Kanäle wie die HOREKA (Hotellerie, Restaurants, Kantinen) und auch das Konsumverhalten zu untersuchen. Interessant wäre weiter auch eine Verknüpfung der Auswertungen in der Schweiz mit den Preisbeobachtungen im umliegenden Ausland. Auch der Biobereich könnte besser ausgewertet werden.

#### Welche Marktphänomene faszinieren Sie? In welchen Situationen sind Sie besonders gespannt auf die Resultate Ihrer Erhebungen?

**Berger:** Marktbeobachtung ist eine Leidenschaft; ich bin eigentlich immer gespannt auf die neuen Resultate. Interessant ist natürlich zu messen, ob und inwiefern sich aussergewöhnliche Ereignisse wie die Witterung, besondere wirtschaftliche Entwicklungen wie Rohstoffknappheiten oder Preiskämpfe der Marktakteure auf die Preise und Bruttomargen niederschlagen. Eindrücklich ist auch die Hebelwirkung, die die Medien bei Lebensmittelkrisen auf die Märkte ausüben. cs ■

### Zur Person



## Michael Misteli Andreas Berger

**Michael Misteli** (Bild links) ist gelernter Metzger und hat an der Fachhochschule Wädenswil ein Studium als Lebensmittelingenieur abgeschlossen. Zusätzlich hat er die Fachausbildung Biolandbau am Strickhof absolviert. Er arbeitete als Leiter Qualitätsmanagement in einem Fleischverarbeitungsbetrieb, bevor er als technisch-wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Fachbereich Marktbeobachtung des BLW einstieg. Seit 2002 ist er dort Bereichsverantwortlicher Fleisch und Eier.

**Andreas Berger** (Bild rechts), dipl. Ing.-Agr. ETH und Organisator FA, ist auf einem landwirtschaftlichen Betrieb im Baselbiet aufgewachsen. Nach seinem Studium an der ETH Zürich war er in verschiedenen Projekten in den Bereichen Schule auf dem Bauernhof/Marketing tätig. 1995/1996 arbeitete Andreas Berger auf der damaligen Preiskontrollstelle und kehrte nach zweieinhalbjährigem Aufbau eines Unternehmens im Jahr 1999 in die Marktbeobachtung zurück. Seit 2006 ist Andreas Berger Leiter des Fachbereichs Marktbeobachtung im BLW.