



Gibt es faire Preise für die Biobauern?

Zur aktuellen Debatte in Österreich

Christoph Gleirscher,
Geschäftsführung BIO AUSTRIA

am besten leben! Bio



0. einige zentrale Eckdaten zu Bio in Österreich

1. Annäherungen an den Begriff „Fairer Preis“

2. Die „faire Milch“

3. „Fairtrade“ für die österreichische Landwirtschaft?

4. „Zurück zum Ursprung“ - eine neue Antwort auf alte Fragen?

5. Die Strategie von BIO AUSTRIA

Eckdaten zu Bio in Österreich

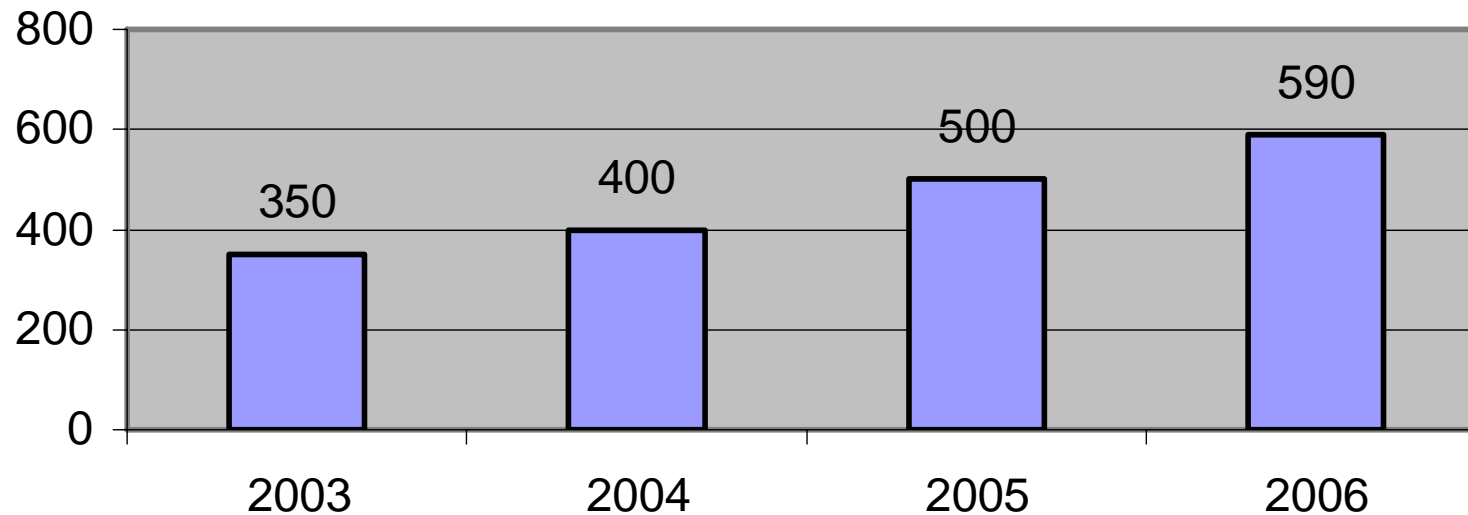


- **361.000 Hektar werden biologisch bewirtschaftet**
- **das entspricht ca. 13% der landwirtschaftlichen Nutzfläche**
- **20.162 Betriebe wirtschaften ökologisch (Stand Dezember 2006, 150 weniger als 2005)**
- **das sind etwas mehr als 11% der bäuerlichen Betriebe**
- **BIO AUSTRIA hat derzeit 12.500 Mitgliedsbetriebe**

Entwicklung des Biomarkts in Österreich



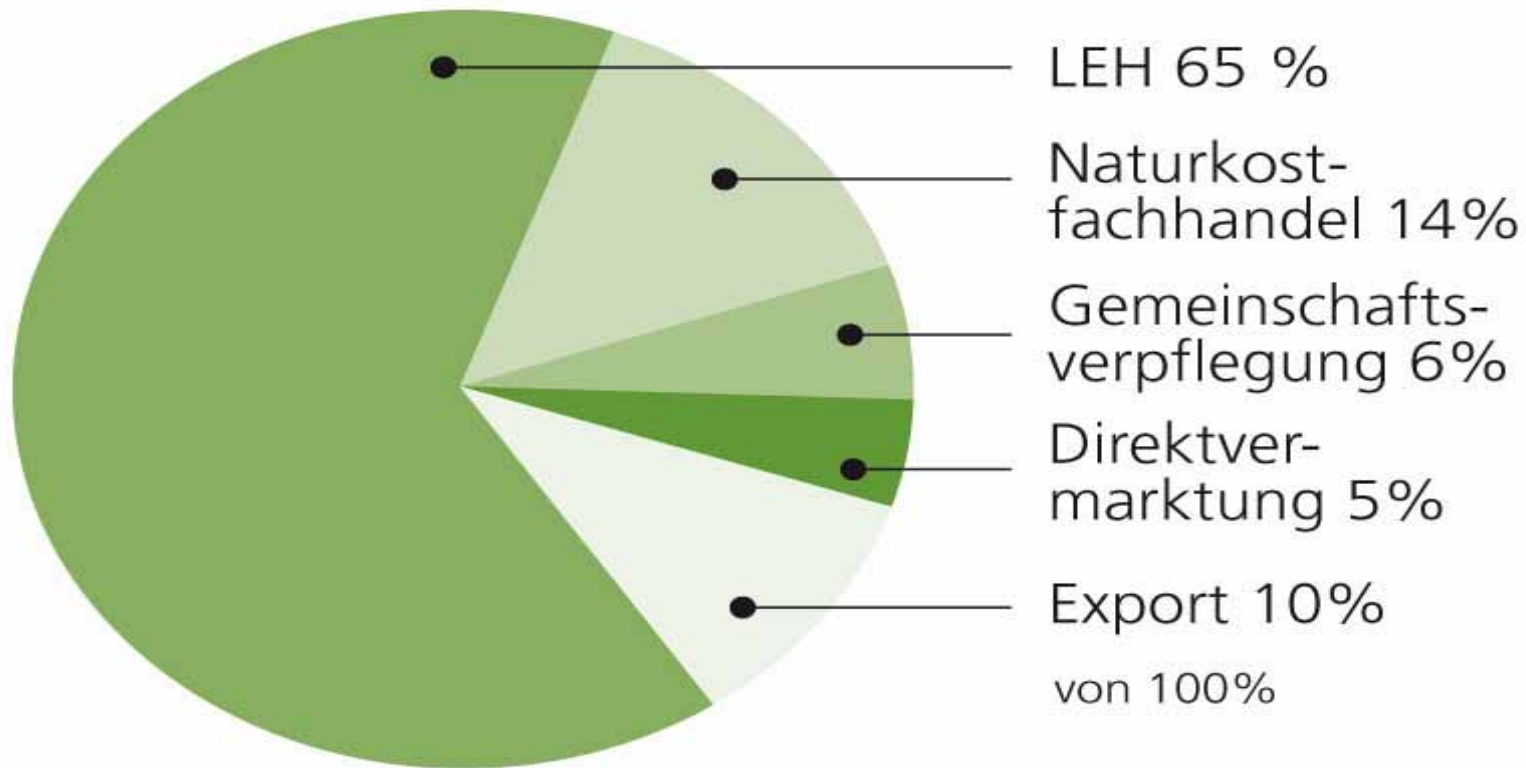
**Entwicklung der Umsätze BIO in Österreich, in Mio.. Euro,
Quellen: AC Nielsen, RollAMA, eigene Schätzungen**



Biomarkt nach Sektoren



Bio-Lebensmittel Österreich € 590 Mio. Umsatz 2006



1. Annäherungen an den „Fairen Preis“



Wer definiert den fairen Preis?

1. Individuelle Einschätzungen

2. Akademische Definitionen

3. Benchmarking innerhalb der Branche

4. Pilotprojekte und Modelle

Gibt es faire Preise für die Biobauern?

Erste Hinweise



- trotz Bioboom sind in Österreich 150 Bauern im Vorjahr ausgestiegen
- In den meisten Produktsegmenten entwickeln sich die Erzeugerpreise tendenziell positiv (nach wie vor mit tw. negativen Deckungsbeiträgen)
- Der Anteil der Erzeugerpreise am Endprodukt sinkt kontinuierlich
- Die Investitionen in Landmaschinen stiegen auch 2006 rasant an (über 20% im Vergleich zu 2005)
- In der Biobewegung herrscht durchaus Unbehagen über die Entwicklungen („Krise“)

Wer braucht den fairen Preis? Wer will einen fairen Preis bezahlen?



- die Erzeuger
- Verarbeitung und Logistik (?)
- der Handel (?)

Wollen die KonsumentInnen einen fairen Preis bezahlen?

- **Wenn ja, dann nur für ein faires Produkt!**

Hinweise: Tendenzen zu kritischem Konsum / wachsende Bedeutung von Fairtrade / Initiativen zu CSR / Werbe -und Imagekampagne „Hausverstand“ von BILLA / usw.

„die Menschen haben ein angeborenes Sensorium für Fairness“ (Ö1, Salzburger Nachtstudio, Nov. 06)

2. Die „faire Milch“



- **„A faire Milch“: 2006 gestartet von der IG-Milch**
- **eigene Milchmarke im LEH und an anderen Verkaufsstellen, konventionelle Milch wird um 1.09 cent verkauft (auch von Lidl!)**
- **Derzeit ca. 70.000 Liter pro Woche oder 1,8% Marktanteil**
- **Hohes mediales Echo, enorme Resonanz in der Agrarszene und im Handel, vor allem aber bei den Bauern und im ländlichen Raum**
- **Österreichischer Staatspreis für Marketing 2006**

Was ist fair an der fairen Milch?



Fair = „10 cent mehr für meinen Bauern“

3. „Fairtrade“ für die österreichische Landwirtschaft?



Das Ökosoziale Forum arbeitet derzeit an einem Pilotprojekt zur Erarbeitung neuer Standards.

Ziel ist es, die österreichische Landwirtschaft von Förderungen unabhängiger zu machen, und den „ökosozialen Weg“ sowie die kleinteilige Landwirtschaft zu fördern.



**Erarbeitet werden soll ein Modell, in dem die
vereinzelten Standards vereint werden:**

- **ökologisch (aber nicht zwingend BIO)**
- **Regional**
- **Fair**
- **Berücksichtigung sozialer Aspekte**
- **Kleinteilige Landwirtschaft**

4. „Zurück zum Ursprung“



- **2006 von Werner Lampert auf den Markt gebracht**
- **exklusiv vertrieben bei Hofer**
- **Definiert eine neue Kategorie zwischen BIO und konventionell**
- **Einer der kommunizierten Werte ist „Fair zum Bauern“**
- **Eigener Standard und eigenes Prüfsystem (Prüfnach-Siegel), Rückverfolgbarkeit für den Endkonsumenten über Chargencodes**

5. Die Strategie von BIO AUSTRIA



Wir gehen neue Wege im Selbstverständnis, in der Produktion und in der Vermarktung

- **BIO AUSTRIA - die Biobauern und Biobäuerinnen Österreichs sind eine Wertegemeinschaft**
- **„Leistungen statt Richtlinien“**
- **BIO AUSTRIA Erzeugerpreise**
- **BIO AUSTRIA Ware und Produkte**

Die Werte von BIO AUSTRIA



- **Ökologie**
- **Würde der Tiere**
- **Forschung und Innovation**
- **Fairness und faire Preise**
- **Biobäuerliche Lebensmittelkultur /
Lebensmittelqualität**

Leistungen statt Richtlinien



Derzeit wird daran gearbeitet, die Produktionsrichtlinien zu überarbeiten, und auf die einzelnen Produktgruppen herunter zu brechen.

Die Werte müssen sich in der Produktion wieder finden. Somit handelt es sich um Leistungen, die die Bauern erbringen, und nicht um Richtlinien, die sie einhalten müssen.

Am Ende steht ein Produkt, dass einen Wert hat.

BIO AUSTRIA Erzeugerpreise



Derzeit werden Erzeugerpreise für alle Produktgruppen kalkuliert, die wir für angemessen, also „fair“ halten.

Diese Erzeugerpreise werden mit den Verarbeitern und dem Handel diskutiert und auch publiziert (in agrarischen und eigenen Medien).

Ein Kriterium für die BIO AUSTRIA Partner soll in Zukunft die Einhaltung des Erzeugerpreises sein.



Fairness ist einer der zentralen Werte. Ohne faire Erzeugerpreise wird es auf Dauer nicht gehen.

Die Voraussetzung für einen fairen Preis ist ein „faires Produkt“ - ein Produkt also, dass den objektiven und subjektiven Erwartungen der Abnehmer entspricht.

Die Konzentration „nur“ auf den fairen Preis wird langfristig nicht zum Erfolg führen.

Quellen



www.afairemilch.at

www.oesfo.org

www.zurueckzumursprung.at

www.billa.at / www.hausverstand.at

www.bio-austria.at

Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit!

Mag. Christoph Gleirscher, Geschäftsführung
BIO AUSTRIA, 4020 Linz, Europaplatz 4,
christoph.gleirscher@bio-austria.at