

SVT Tagung 13. April 2010

Qualität produzieren, Wünschbares und Machbares | Zusammenfassung Donat Schneider, Geschäftsführer LOBAG

Der Landwirt als Produzent von Fleisch und Milch steht am Anfang der Wertschöpfungskette. Er muss die Anforderungen des Gesetzgebers sowie die Wünsche der Verarbeiter, des Handels und der Konsumentinnen erfüllen, wenn er am Markt erfolgreich sein will. Folgende Wünsche bzgl. Qualität der Produkte werden an die Produzenten gestellt:

Spezifische Produkteigenschaften: Konsumentinnen und Konsumenten können Produkte mit besseren Produkteigenschaften bevorzugen. Fast alle landwirtschaftlichen Produkte haben Label oder Produktlinien, die sich durch überdurchschnittliche Produkteigenschaften auszeichnen. Beispiele hierfür sind silofreie Milch/Käse, speziell gereifte Käse oder „Swiss Quality Beef“.

Produktsicherheit: Qualitätssicherungssysteme haben in letzter Zeit stark an Bedeutung gewonnen. Der Produzent muss eine bestimmte Qualität nicht nur produzieren, sondern auch jederzeit belegen können. Beispiele hierfür sind eurepgap, swissgap oder ISO Normen.

Produktidentität: Die Herkunft eines Produkts kann unter Umständen das höchste Bedürfnis sein. Dies gilt voll und ganz für den Direktverkauf ab Hof. Andere Herkunftsdeklarationen wie Suisse Garantie oder AOC bauen auf das Merkmal Identität. Der sogenannten Swissness kommt hier eine zentrale Bedeutung zu.

Spezielle Produktionsverfahren: An Produkte wird häufig der Wunsch nach einem speziellen Produktionsverfahren geknüpft. Sie sollen beispielsweise ein höheres Tierwohl, mehr Ökologie, mehr Biodiversität, Gentechfreiheit etc. garantieren. Es gibt deshalb zahlreiche Labels, welche eine spezielle Produktionsform versprechen. Beispiele hierfür sind BIO, IP SUISSE, M-Engagement, Naturaplan etc.

Wichtig ist dabei die Erkenntnis, dass ein einzelner Milch- oder Fleischproduzent kaum auf sämtliche Kategorien von Qualitätsmerkmalen setzen kann. Einzelne Merkmale schliessen sich sogar gegenseitig aus. Es braucht die Einigung auf Mindestanforderungen der Branche oder der Landwirtschaft insgesamt. Jedoch: Darüber hinaus gehende Leistungen bzgl. Produktsicherheit, Tierwohl, Ökologie, Biodiversität etc. müssen dem Produzenten einen zusätzlichen Nutzen bringen.

Insbesondere in der Kommunikation und in der Vermarktung der Qualitätseigenschaften sind dem Produzenten enge Grenzen gesetzt. Hier sind nachgelagerte Betriebe, Organisationen oder der Bund gefordert. Die Ausnahme bildet dabei die Nische der lokalen Vermarktung der eigenen Produkte.

Die Produzenten können eigentlich alles Wünschbare auch machen, jedoch nicht jeder für sich alleine auf seinem Betrieb. Ein Produzent muss sich seinen Schwerpunkt der Qualitätsstrategie selber definieren können. Er kann dabei beispielsweise mehr auf Produkteigenschaften, Ökologie oder Identität setzen.