

# Nahrungsmittel: Wie viel sind sie wert?

Andreas Wolf | Naturama | 062 832 72 83

**Wir geben immer weniger Geld für unsere Nahrungsmittel aus. Und jenseits des Rheins locken noch tiefere Preise. Die Nahrungsmittelkette in der Schweiz von der Produktion über Verarbeitung und Handel zum Konsum versorgt uns mit Lebensmitteln und schafft Arbeitsplätze. Sie verursacht aber auch Umweltbelastungen. Was ist uns das Essen wert? Was bezahlen wir, wenn wir einkaufen? Wer bestimmt, was wir essen, und was wollen wir essen? Welches sind die Trends der Zukunft? All diese Aspekte wurden an der Podiumsdiskussion Nachhaltigkeit 2013 am 19. September im Naturama beleuchtet.**

Dass das Thema Nahrungs- oder Lebensmittel nicht nur alltäglich, sondern auch vielschichtig und komplex ist, zeigte die Diskussion unter den hochkarätigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Podiums. Hans Fahrländer, Redaktor der «Aargauer Zeitung», führte als Moderator durch den Abend.

## Kosten Nahrungsmittel zu wenig?

Rund 55 Milliarden Franken geben die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz jährlich für Nahrungsmittel aus. Eine grosse Zahl und doch beträgt der Anteil der Haushaltsausgaben für Nahrungsmittel nur rund 7 Prozent. Vor 60 Jahren betrug dieser Anteil noch gegen 40 Prozent, wie der Direktor des Naturama, Peter Jann, im Einführungsreferat aufzeigte. Die Einstiegsfrage von Hans Fahrländer lautete denn auch, wie es dazu gekommen ist und ob die Nahrungsmittel tatsächlich zu wenig kosten.

Michel Rudin, Geschäftsführer des Konsumentenforums, findet es gut, dass die Preise für Lebensmittel nicht zu hoch sind. Anstatt mit höheren Preisen auf weniger weggeworfene Nahrungsmittel zu hoffen, sollte der Wert vom Preis getrennt sein. Lebensmittel sollten bewusst als Mittel zum Leben wahrgenommen und entsprechend geschätzt werden. Seit zwei Jahren schauen Konsumenten aller-

dings noch sensibler auf den Preis von Nahrungsmitteln, wie Trendforscherin Mirjam Hauser vom Gottlieb-Duttweiler-Institut anmerkte. Die Detailhändler stellen bei der Werbung und in der Kommunikation vor allem den Preis in den Vordergrund, es wird ein eigentlicher Preiskampf geführt. Dabei könnten auch andere As-

pekte wie das Tierwohl oder der Naturschutz stärker in den Vordergrund gestellt werden.

Diese Entwicklung wird dadurch verstärkt, dass Konsumentinnen und Konsumenten die Ausgaben für Nahrungsmittel mental höher bewerten als beispielsweise die Ausgaben für Benzin, so Volkswirtschaftsprofessor Mathias Binswanger von der Fachhochschule Nordwestschweiz. Das heisst, ein Franken für Nahrungsmittel ist nicht gleich einem Franken für Benzin. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Lebensmittel meist bar und deshalb bewusster bezahlt würden und der Konsument häufig mit Ausgaben für Lebensmittel konfrontiert ist. Dadurch erhalten sie geistig einen viel zu hohen Stellenwert. In der Fachwelt spricht man in einem solchen Fall von «Mental Accounting», das zu Fehlbewertungen von Produkten führen kann.



Über den Wert von Nahrungsmitteln diskutierten (von links nach rechts) Dieter Scheibler vom Biohof Scheibler in Oftringen, Mirjam Hauser, Trendforscherin am Gottlieb-Duttweiler-Institut in Rüschlikon, Hans Fahrländer, Redaktor «Aargauer Zeitung» (Moderator), Prof. Dr. Mathias Binswanger, Professor für Volkswirtschaftslehre an der Fachhochschule Nordwestschweiz in Olten und Michel Rudin, Geschäftsführer des Konsumentenforums in Bern.

Foto: Ruedi Bolliger

Nachhaltig-  
keit

Von der Produktion und der sinkenden Umsatzbeteiligung, selbst bei steigenden Konsumentenpreisen, können die Bauern jedoch nicht leben, es braucht die Direktzahlungen, so Bio-bauer Dieter Scheibler.

### Nahrungsmittel schaffen Arbeitsplätze

Bis die Nahrungsmittel beim Konsumenten sind, durchlaufen sie eine komplexe Wertschöpfungskette, führte Peter Jann aus: von den Produzenten, den Bauern und Fischern, über die Lebensmittelindustrie bis hin zum Detailhandel oder die Gastronomie. Insgesamt arbeiten rund eine halbe Million Beschäftigte in der Nahrungsmittel-Wertschöpfungskette. Sehr viele allerdings in Teilzeitstellen, wie Michel Rudin anmerkte. Die Landwirtschaft rechnet sich, rein ökonomisch betrachtet, für die Schweiz nicht, erläuterte Mathias Binswanger. Aber aus anderen Gründen wie Versorgungssicherheit, Landschaftsschutz und Biodiversität kann die Unterstützung der Landwirtschaft mittels Direktzahlungen durchaus Sinn machen. Er bekomme als Produzent 75 Rappen für ein Kilogramm Bohnen, das schliesslich für 8 Franken im Laden verkauft wird, sagte Dieter Scheibler. Somit könnte er seine Bohnen an die Händler verschenken und der Endpreis wäre

immer noch höher als der von ausländischen Bohnen.

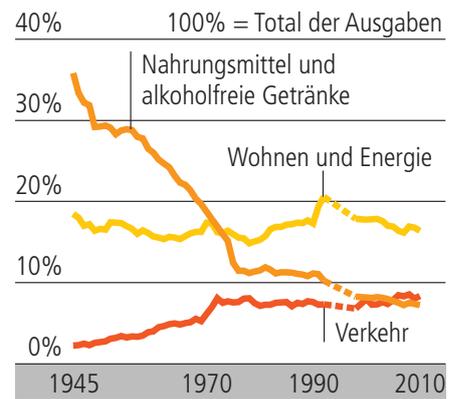
### Fast ein Drittel der Nahrungsmittel landen im Abfall

Die Schweizer Bevölkerung konsumiert pro Jahr 1'710'000 Tonnen tierische und 2'939'000 Tonne pflanzliche Nahrungsmittel. Würde diese Menge in 40-Töner-Lastwagen gefüllt, entspräche dies einer Lastwagenkette von Aarau bis Rom und von Aarau bis Göteborg.

Der Anbau, die Verarbeitung, der Transport und der Konsum von Nahrungsmitteln schaffen Arbeitsplätze, verursachen aber auch Umweltbelastungen in Form von Energie- und Wasserverbrauch, Ausstoss von Treibhausgasen und Nahrungsmittelverschwendung. Unter den Stichworten «Food Waste» und «Food Loss» geht in Europa jährlich rund ein Drittel der produzierten Nahrungsmittel auf dem Weg vom Feld auf den Teller verloren. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind dabei für rund einen Drittel oder 94 Kilogramm pro Person und Jahr verantwortlich. Diese Verschwendung kostet einen Vierpersonenhaushalt rund 2000 Franken im Jahr.

Um die Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, sollen die Konsumenten dafür sensibilisiert werden, dass

### Entwicklung ausgewählter Haushaltsausgaben



Der Anteil von Nahrungsmitteln an den Haushaltsausgaben sank zwischen 1945 und 2010 von rund 35 auf 7 Prozent.

Quelle: Bundesamt für Statistik 2013

es nicht nur weggeworfenes Geld, sondern auch Ressourcenverschwendung ist, meinte Michel Rudin. Es braucht auch praktische Tipps, wie beispielsweise was «mindestens haltbar bis» eigentlich heisst. Nach Dieter Scheibler sollte es mehr Biolandbau geben und anstelle von billigem Kunstdünger sollten bestehende Mittel wie Hofdünger eingesetzt werden. Mathias Binswanger wies darauf hin, dass arbeitsintensive Schritte der Lebensmittelverarbeitung ins Ausland verlagert wurden, während energieintensive in der Schweiz bleiben. Der Grund dafür sind billige Energie und billige Transporte.

Während es im Laden bei den verarbeiteten Produkten eine zunehmende Anzahl Varianten, eine künstlich hergestellte Vielfalt gibt, nimmt diese bei den Rohstoffen ab. In vielen Produkten ist zum Beispiel die gleiche Weizenart drin und viele Apfelsorten sind gar nicht erhältlich. Mirjam Hauser findet, die Konsumentinnen und Konsumenten haben das Problem, dass sie nicht entscheiden könnten, ob ein konventioneller Schweizer Apfel im Februar ökologischer ist als ein Bioapfel aus Neuseeland. Hersteller und Händler müssten das Angebot dahingehend vereinfachen, was für den Konsumenten gesund und für die Umwelt gut ist. Oder dann die exter-



Foto: Hans Kneubühler

Die Besucherinnen und Besucher nutzen den anschliessenden Apéro, um sich über das Gehörte auszutauschen.

nen Kosten in den Preis einrechnen. So könnten die Konsumentinnen und Konsumenten wieder ein Gefühl für den Wert erhalten. Mathias Binswanger ergänzte, dass die Konsumentinnen und Konsumenten beim Kauf stark auf den Preis achten, möglichst billig kaufen und nachher Lebensmittel wegwerfen, ohne über deren Preis nachzudenken. Es ist Bequemlichkeit und wir können es uns leisten, Lebensmittel wegzuwerfen. Mirjam Hauser meinte, wir müssen wieder lernen, Reste zu verwerten und «lustig» geformte Gurken zu kaufen. Michel Rudin knüpfte an den Erfolg der Schweiz beim PET-Sammeln an und ist der Meinung, dass ein solcher Erfolg auch in Bezug auf Essensabfälle möglich sei.

Fertiggerichte oder Restaurants geben, die sich an diesen Forderungen orientieren.

Nach Dieter Scheibler dürften Lebensmittel zukünftig stärker mit Gesundheit verbunden werden. Zum Abschluss fügte er bei, es sollte nichts gegessen werden, dessen Inhaltsbeschreibung man nicht innert nützlicher Frist lesen kann.

Essen wird weiterhin ein Hauptglücksbringer sein, meinte Mathias Binswanger. Es nützt sich nicht ab, sondern macht jeden Tag von neuem glücklich. Aber es wird zunehmend wichtig sein, woher Nahrungsmittel kommen und wie sie produziert werden. Individuellere Produkte wären

wünschenswert, aber die Händler wollen normierte Rohstoffe. Es wird sich zeigen, ob und wie dieses Dilemma gelöst werden kann.

Michel Rudin hofft auf mündige Konsumenten, die aus einer breiten Auswahl bewusst entscheiden und die Folgen ihrer Handlungen abschätzen können: einmal weniger Fleisch, ein anderes Mal dafür eine Fertigpizza.

Dieser Artikel entstand in Zusammenarbeit mit Peter Jann, Naturama, 062 832 72 20.

### Nahrungsmittel im Ausland einkaufen

Ein weiterer Aspekt, auf den Peter Jann bei der Einführung einging, ist der Einkaufstourismus. So kaufen 31 Prozent der Aargauischen Bevölkerung gezielt im Ausland ein. Schweizweit entgehen dem Bund durch den Einkaufstourismus Mehrwertsteuern in dreistelliger Millionenhöhe. Für Mathias Binswanger geht es den Konsumenten um das Schnäppchengefühl, den Spass daran. Der Preisunterschied dient nur als Rechtfertigung, denn Benzin und Zeitaufwand werden vergessen. Dafür sind die Konsumentinnen und Konsumenten selbst verantwortlich, fand Michel Rudin. Sie sollen sich bewusst sein, was sie machen, aber auch Entscheidungsfreiheit haben. Dieter Scheibler ärgert es, dass die Konsumenten dabei nur den Preis sehen. Er fand, sie sollten einen Taxizähler im Auto haben, damit Zeitaufwand und Benzinkosten bewusst würden.

### Zukunftstrends

Nach Einschätzung von Mirjam Hauser wollen die Konsumentinnen und Konsumenten in Zukunft vermehrt wissen, woher ein Nahrungsmittel stammt und wie es produziert wurde. Antrieb ist die Sehnsucht nach Authentischem. Weil diese Sehnsucht im eigenen Alltag zeitbedingt nicht erfüllt werden kann, wird es vermehrt

WIR ESSEN

DIE WELT

Eine Ausstellung von Helvetas über Genuss, Geschäft und Globalisierung.

3.5.2013 - 9.2.2014  
**NATURAMA AARGAU** - AARAU  
[www.wir-essen-die-welt.ch](http://www.wir-essen-die-welt.ch)

HELVETAS

Hauptpartner

Weitere Partner

ERNST GÖHNER STIFTUNG KANTON AARGAU

Nachhaltigkeit

