

austauschen
verstehen
weiterkommen

Wertschöpfungskette Schweizer Brotgetreide: Integration alter- nativer Bio-Getreide



August 2020



agridea

ENTWICKLUNG DER LANDWIRTSCHAFT UND DES LÄNDLICHEN RAUMS
DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE ET DE L'ESPACE RURAL
SVILUPPO DELL'AGRICOLTURA E DELLE AREE RURALI
DEVELOPING AGRICULTURE AND RURAL AREAS

Impressum

Herausgeberin	AGRIDEA Avenue des jordils 1 • CH-1006 Lausanne T +41 (0)21 619 44 00 kontakt@agridea.ch • www.agridea.ch
Autorinnen	Sophie Réviron, Franziska Hoffet AGRIDEA
Redaktion	Sophie Réviron, Franziska Hoffet AGRIDEA
Gestaltung	Sophie Réviron, AGRIDEA
Druck	AGRIDEA
Art.-Nr.	1515
	© AGRIDEA, September 2020

Ohne ausdrückliche Genehmigung des Herausgebers ist es verboten, diese Broschüre oder Teile daraus zu fotokopieren oder auf andere Art zu vervielfältigen.

Sämtliche Angaben in dieser Publikation erfolgen ohne Gewähr.
Massgebend ist einzig die entsprechende Gesetzgebung.

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
1 Allgemeine Merkmale der Wertschöpfungskette	5
1.1 Strategische Schlüsselgruppen	8
1.2 Preisbildung und Wertverteilung in der Wertschöpfungskette	9
1.3 Herausforderungen für die Wertschöpfungskette	10
2 Merkmale der Bio-Wertschöpfungskette	10
3 Ausblick und Empfehlungen für alternatives Bio-Getreide	11

Dieses Dokument wurde im Rahmen des landwirtschaftlichen Beratungsprojekts **Cerqual** erstellt – *Solutions pour une production de céréales de qualité en situations peu fertiles/Lösungsansätze für die Produktion von Qualitätsgetreide auf wenig fruchtbaren Böden*, Modul «Wertschöpfungsketten und Bäckereien».

Einführung

Im Rahmen des Projekts «Cerqual» (Lösungsansätze für die Produktion von Qualitätsgetreide auf wenig fruchtbaren Böden¹) wurde eine Analyse der Wertschöpfungskette für Brotgetreide durchgeführt, um das Potenzial und die Hindernisse für die Vermarktung von «alternativen» Getreidearten (Dinkel, Einkorn, Emmer usw.) in der Schweiz zu ermitteln.

Um das Marktpotential dieser Getreide zu beurteilen, wurde zunächst mit einem breiteren Blickwinkel die gesamte Schweizer Brotgetreide-Wertschöpfungskette analysiert. Danach wurde der Fokus auf die Biogetreide und schliesslich auf die alternativen Getreide gerichtet.

Die Analyse stützt sich daher auf eine umfassende und systematische Betrachtung des Brotgetreidesektors. Der erste Abschnitt zeigt die gesamte Wertschöpfungskette der Schweiz auf (konventionell und Bio) und im zweiten Abschnitt wird der Bio-Sektor präsentiert. Dazu wurden genaue Wertschöpfungskettenkarten erstellt. Diese Karten unterscheiden die verschiedenen Ebenen des Sektors (Produktion, Sammlung, Import, Mühlen, Bäckereien und andere 2. Verarbeitungsstufe, Binnenmarkt und Export). Die Rechtecke stellen proportional die Marktanteile dar, was eine optische Einschätzung der Grösse eines Vertriebskanals ermöglicht. Ein Kommentar beleuchtet die wichtigsten strategischen Gruppen und die grössten Herausforderungen des Sektors.

Auf der Grundlage dieser Bestandsaufnahme werden im Abschnitt drei Ausblick und Empfehlungen für die Integration von alternativen Bio-Getreiden in das Schweizer Brotsortiment vorgeschlagen.

1 Allgemeine Merkmale der Wertschöpfungskette

Die Übersichtskarte der Schweizer Wertschöpfungskette für Brotgetreide (konventionell und Bio) zeigt zunächst das Gewicht des Weizens, welcher 91 % der Produktion ausmacht. Andere Getreidearten (hauptsächlich Dinkel und Roggen) sind trotz eines Produktionsanstiegs in den letzten Jahren nach wie vor sehr marginal. Ein Teil des Schweizer Getreides ist mit Labels ausgezeichnet, insbesondere IP-SUISSE und Bio Suisse. 170 Getreidesammelstellen sammeln das produzierte Getreide. Getreideimporte – rund 70 000 Tonnen jährlich – umfassen zu einem grossen Teil Biogetreide und unterliegen einem strengen Grenzschutz.

IP-SUISSE Brotgetreide

Das vor mehr als dreissig Jahren gegründete Label IP-SUISSE bietet den Produzent/innen eine Alternative zur biologischen Landwirtschaft. IP-SUISSE erfordert nicht einen gesamtbetrieblichen Beitritt, die Umweltspezifikationen sind aber anspruchsvoll (Extenso + Punktesystem Nachhaltigkeit²). Ein neues IP-SUISSE-Programm ohne synthetische Pflanzenschutzmittel wurde 2019 lanciert.

Darüber hinaus übernimmt die Organisation die Vermarktung der Produkte. Ein Ausschreibungssystem ermöglicht die Festsetzung von Preisen und Mengen durch autorisierte Sammelstellen. Die Rückverfolgbarkeit der Getreide und Mehle ist bis zu den Endverbrauchenden gewährleistet. Die Backwaren von IP-SUISSE werden hauptsächlich von Hiestand, Migros (unter dem Label Terrasuisse), Denner, Manor, Volg und verschiedenen Bäckereien verkauft.

Beim Label IP-SUISSE machen rund 5000 Betriebe mit. Rund 25 000 ha oder 120 000 Tonnen Brotgetreide werden unter dem Label produziert, was fast 30 % der Schweizer Produktion ausmacht. Das Hauptprodukt ist Weizen. IP-SUISSE bietet auch Verträge für Dinkel (in Partnerschaft mit UrDinkel – PurEpeautre), Roggen, Emmer, Einkorn und Hartweizen an.

IP-SUISSE deckt viele landwirtschaftliche Produkte in der pflanzlichen und tierischen Produktion ab.

Der Produktion nachfolgend verfügt die Schweiz über eine gut ausgebaute erste Verarbeitungsstufe. Das Müllereigewerbe ist stark konzentriert; drei grosse Unternehmen vermahlen 313 000 Tonnen, d. h. mehr als die Hälfte der gesamten Produktionsmenge. Es ist zu beachten, dass dennoch kleine Mühlen in Betrieb sind: 15 Unternehmen mit Kapazitäten zwischen 1000 und 10 000 Tonnen verarbeiten 44 100 Tonnen und 21 Mühlen mit einer Kapazität von weniger als 1000 Tonnen vermahlen 8400 Tonnen.

¹ <https://www.bioaktuell.ch/pflanzenbau/ackerbau/getreide/getreide-anbautechnik/cerqual-de.html>

² <https://www.ipsuisse.ch/richtlinien-getreide/>

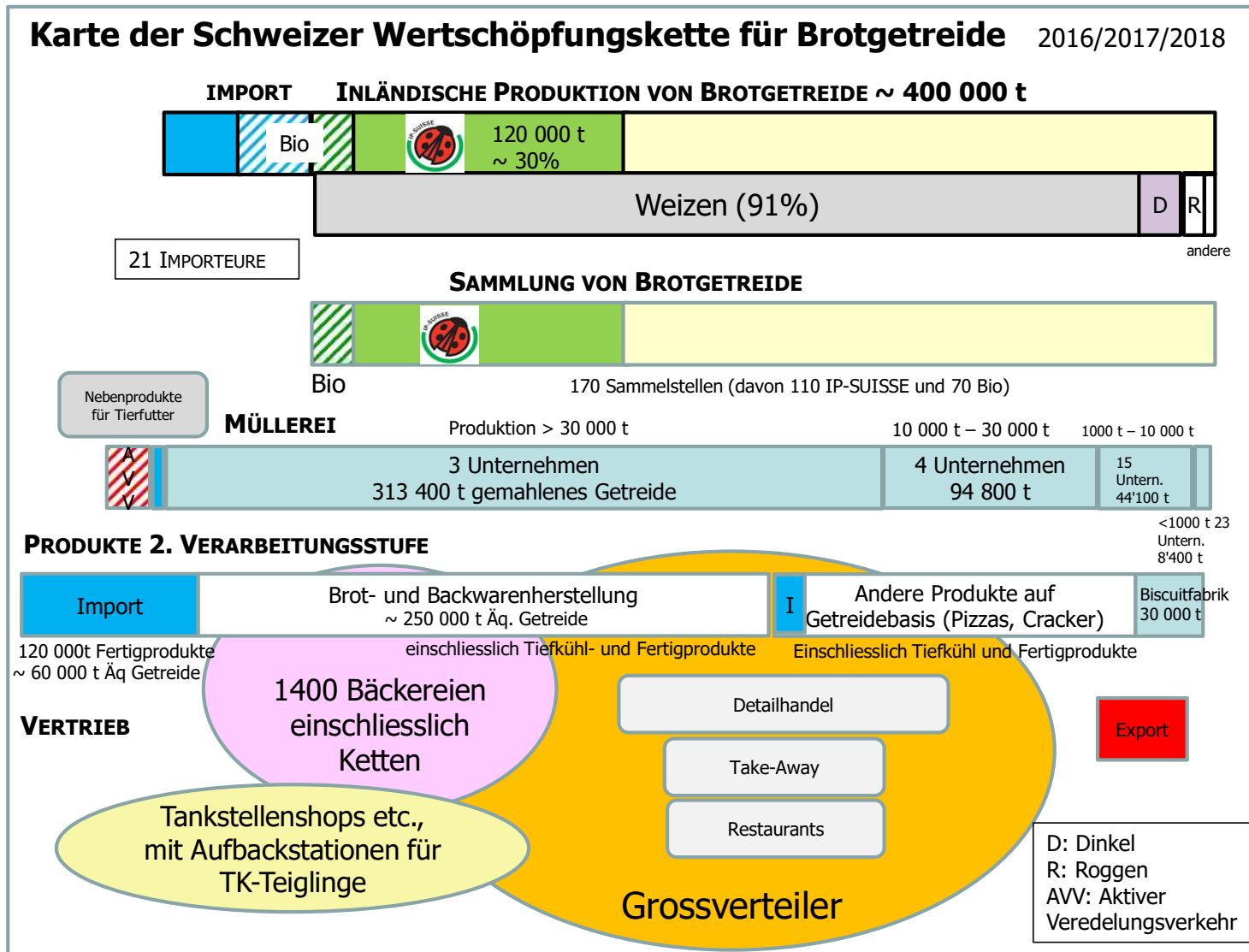


Abbildung 1 Karte Wertschöpfungskette für Brotgetreide in der Schweiz

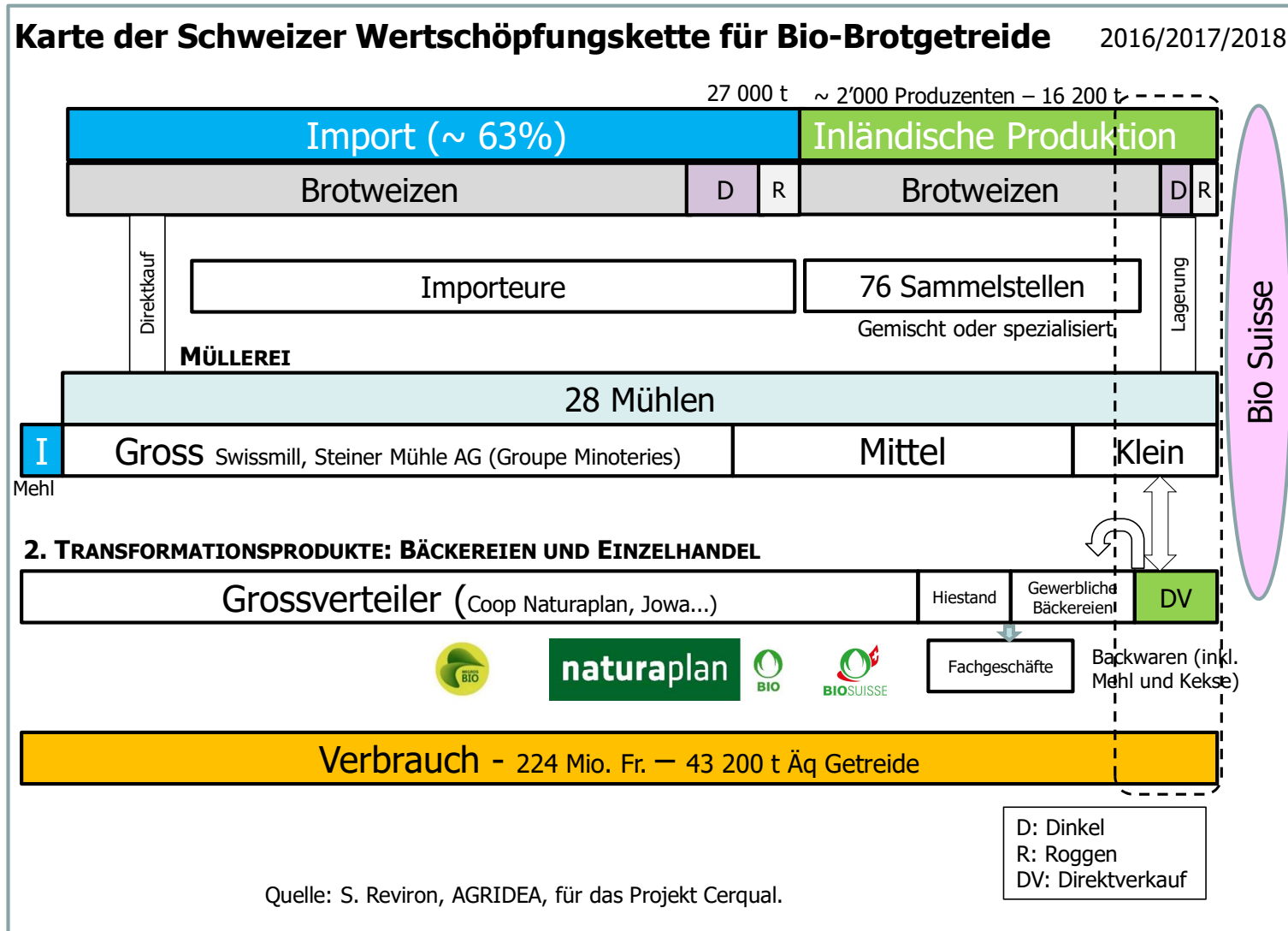
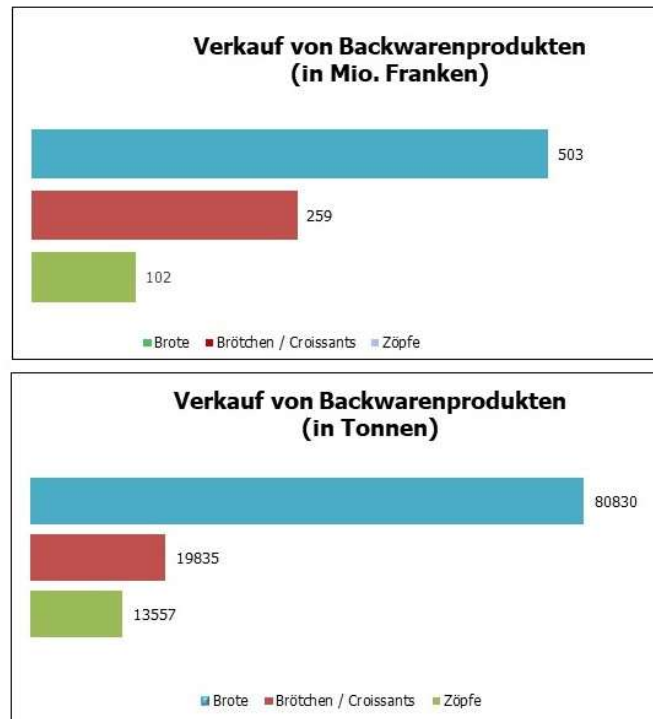


Abbildung 2 Karte Wertschöpfungskette für Bio-Brotgetreide

Nach der Müllerei wird der Markt aufgrund der vielen Produkte (Mehl, Brot und Backwaren, Pizzas, Gebäcke, Hamburger usw.) sehr komplex, da das Brot selbst für verschiedene verzehrfertige Produkte wie Sandwiches verwendet werden kann. Das Ergebnis ist eine grosse Vielfalt von Verarbeitenden, Händlerinnen und Händlern.

Brot ist das im Einzelhandel am häufigsten verkaufte Backwarenprodukt (Abbildung 3). Bei Brötchen und Croissants ist der Mehrwert grösser, was den Umsatz erhöht.



Quelle: BLW, Marktanalysen, Nielsen Suisse

Abbildung 3: Verkäufe von Backwaren im Detailhandel in der Schweiz – 2019

Während der Covid-19-Krise explodierte die Nachfrage nach Mehl im Einzelhandel. Diese Knappheit machte deutlich, wie wichtig dieses Grundnahrungsmittel für die Nahrungsmittelversorgung ist. Weizenmehl gehört zu den strategischen Vorräten der Schweiz. Die Nachfrage nach alternativen Mehlen (Roggen, Dinkel) hat ebenfalls stark zugenommen.

1.1 Strategische Schlüsselgruppen

In diesem stark wettbewerbsorientierten Markt können drei Unterwertschöpfungsketten unterschieden werden, die sich sowohl konkurrieren als auch gegenseitig ergänzen und unterschiedliche Strategien entwickeln:

Der traditionelle Sektor: Dazu gehören kleine, handwerkliche, häufig als Familienbetriebe geführte Bäckereien, die zum grössten Teil weiterhin vor Ort Brot und Gebäck für den Einzelhandel herstellen. Meistens sind diese Bäckereien durch langjährige Vereinbarungen (inkl. finanzielle Vereinbarungen) mit einer regionalen Mühle verbunden. Sie stehen unter grossem Druck, denn sie stehen einerseits im Wettbewerb mit Supermärkten, die industrielle Grossbäckereien entwickelt haben, und andererseits mit Einzelhandelsgeschäften, ohne Backstube, die hauptsächlich importierte, vorgebackene Produkte (TK-Teiglinge) in Aufbackstationen fertig backen und verkaufen (siehe unten). Schwierigkeiten bei der Übernahme im Pensionsalter führen zu stillen Schliessungen. Im traditionellen Sektor werden derzeit 30 % des Brotes verkauft, gegenüber 50 % vor 10 Jahren (Alimenta, 19/2018).

Es entstehen jedoch lokale Bäckereiketten (Fleur de pain und Breadstore im Grossraum Lausanne, Suard in Freiburg usw.), die zu jeder Tageszeit sowie am Wochenende ein umfangreiches Brot- und Gebäcksortiment, ein Café sowie ein attraktives Angebot an Delikatessen und Sandwiches anbieten. Diese Ketten zeichnen sich durch eine zentrale Backstube aus, die an mehrere Verkaufsstellen liefert. Die Wiederbelebung des traditionellen Sektors geht auch von «neuen» gewerblichen Bäckereien aus, die häufig Bio-Produkte anbieten (siehe Abschnitt 2).

Grossverteiler: Seit mehreren Jahren investieren Grossverteiler in grosse industrielle Bäckereien, um ihre Einzelhandelsgeschäfte, Restaurants und Imbissbetriebe direkt beliefern zu können. Sie haben auch vorgelagert in die

Mehlmüllerei investiert. Sie sind Schlüsselakteure in der Wertschöpfungskette. Die Migros und ihre Bäckereibetriebe Jowa und ihre Tochtergesellschaft Denner vermarkten einen grossen Teil des IP-SUISSE Brotgetreides. Diese beiden Organisationen haben kürzlich ein langfristiges Abkommen unterzeichnet über die Vermarktung von IP-SUISSE-Weizen, der ohne Pestizide produziert wird. Coop hat ihre Strategie auf Bio Naturaplan-Produkte aufgebaut, die einen bedeutenden Anteil an Importprodukten beinhalten (siehe Abschnitt 2). Auch Coop hat kürzlich angekündigt, dass zukünftig IP-SUISSE-zertifizierte Mehle und Brote ins Sortiment aufgenommen werden. Manor setzt auf die Karte der Produktion vor Ort, kürzlich gefolgt von Coop's Fooby-Läden. Die Herkunft der Mehle – zu einem grossen Teil importiert – wird auf den Verpackungsbeuteln nicht angegeben.

Einzelhandel ohne Backstube: In diesen Einzelhandelsgeschäften werden Fertigbackwaren in Aufbackstationen aufbacken. Brot, Gebäck und verzehrfertige Produkte werden zum Mitnehmen verkauft. Einige sind mit einer anderen Tätigkeit verbunden, wie zum Beispiel Tankstellen. Sie benutzen einen Ofen, um vorgebackene, oft tiefgefrorene und oft importierte Produkte fertig zu backen. Diese Produkte entwickeln sich schnell. Die 120 000 Tonnen Fertigprodukte entsprechen nach unseren Schätzungen etwa 60 000 Tonnen Getreide. Dies ist mit einer günstigen Einfuhrregelung mit sehr niedrigen Zöllen verbunden. Die fehlende Kennzeichnung von Fertigprodukten, die einzeln und ohne Verpackung verkauft werden, verunmöglicht es den Konsumierenden, die Herkunft oder die Art der Herstellung zu erkennen.

Der Export betrifft Fertigprodukte der zweiten Verarbeitungsstufe (backfertige Brote und Backwaren). Ein Teil davon wird im Rahmen des aktiven Veredelungsverkehrs (Produkte für Säuglinge) durchgeführt. Dieser erlaubt es, Rohstoffe zur Verarbeitung in der Schweiz einzuführen und dann in Drittländer auszuführen. Lange fanden Exporte hauptsächlich unter dem sogenannten Schoggigesetz statt. Diese Regelung wurde im Januar 2019 abgeschafft und durch ein privatrechtliches System ersetzt.

1.2 Preisbildung und Wertverteilung in der Wertschöpfungskette

Für Getreide organisiert die Branchenorganisation Swissgranum die Aushandlung von Richtpreisen zwischen den Wertschöpfungsstufen (Produzenten, Sammelstellen, Mühlenbetriebe). In den letzten 10 Jahren lagen die Produzentenpreise für Brotweizen relativ stabil bei rund 50 Fr. / 100 kg für die Klasse 1.

Zusätzlich zu diesem Preis wird den IP-SUISSE-Produzentinnen und Produzenten die entsprechende Prämie von rund 4.30 Fr. / 100 kg ausbezahlt.

Der Preis für Bio-Brotgetreide ist deutlich höher, etwa 100 Fr. / 100 kg.

Verschiedene Studien unterstreichen den sehr geringen Anteil des Getreidewertes am Brotpreis; dieser beträgt weniger als 10%. Nach Angaben des Bäcker-Confiseurmeister-Verbandes macht das Mehl aufgrund der hohen Produktions- und Verkaufskosten nur 13% des Verkaufspreises eines fertigen Brotes aus (Abbildung 4). Bei Backwaren, die auch Eier und Butter enthalten, ist der Anteil des Weizens am Wert des Brotes noch kleiner.

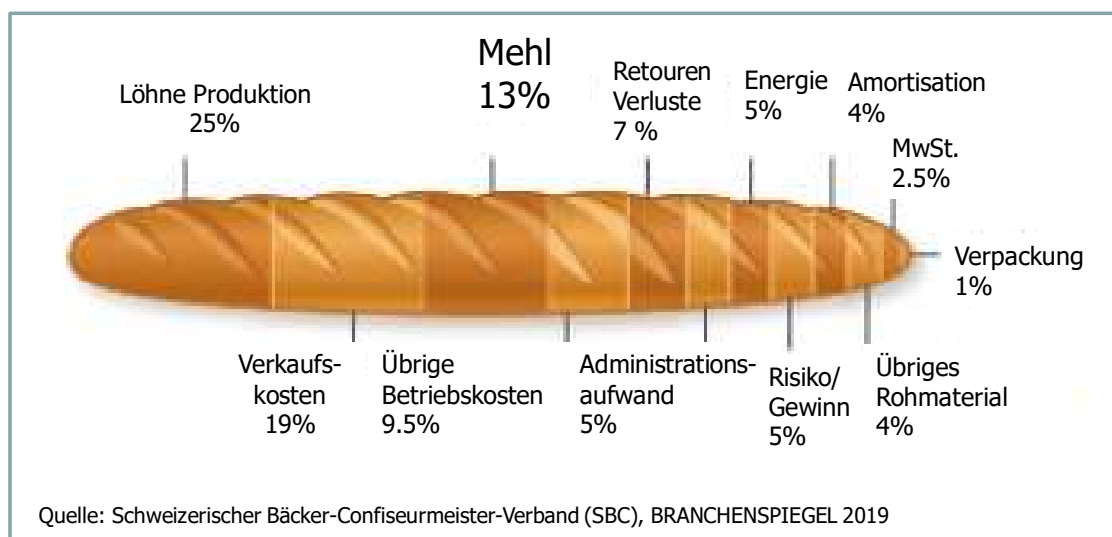


Abbildung 4: Wertanteil von Mehl am Brot

1.3 Herausforderungen für die Wertschöpfungskette

Kennzeichnung der Herkunft von Getreide

Die fehlende Kennzeichnung von Fertigprodukten, die einzeln und ohne Verpackung verkauft werden, verunmöglicht es den Konsumierenden, die Herkunft (Schweiz oder Import) oder die Art der Herstellung zu erkennen.

Vor dem Hintergrund des zunehmenden Drucks durch importierte Fertigprodukte ist die Frage der Konsumenteninformation entscheidend geworden, um auf Einzelhandelsgeschäfte und Restaurants hinzuweisen, die einheimisches Getreide beziehen.

Die Fachleute sind sich bewusst, dass es für die Konsumentinnen und Konsumenten schwierig ist, Produkte schweizerischer Herkunft zu erkennen, da die Verarbeitungskette sehr lang ist und das Getreide doppelt oder gar dreifach verarbeitet wird (Müllerei, danach Bäckerei, Konditorei, Biscuit- und Pizzabäckerei usw. sowohl frisch als auch gefroren) und die Kennzeichnung oft nicht vorhanden ist. Der Verein «Schweizer Brot», dem Getreideproduzenten, Müller und Bäcker sowie Vertreter des Detailhandels zu je einem Drittel angehören, bereitet ein Firmenlabel «Schweizer Brot» vor. Mit diesem Label sollen Verkaufsstellen ausgezeichnet werden, die mindestens 80 % einheimische Rohstoffe verwenden, eine Mindestqualität von Suisse Garantie ausweisen und zu 100 % in der Schweiz verarbeitete Produkte anbieten. Im Rahmen der «Best of Swiss Gastro Award Night» verleiht der Verband den Restaurants die Auszeichnung «wir setzen auf Schweizer Brot».

Verbreitung glutenfreier Ernährung

Zusätzlich zu den Herausforderungen eines intensiven kommerziellen Wettbewerbs sieht sich der Sektor mit ernährungswissenschaftlicher Kritik konfrontiert, die den Verzehr von Brot und anderen Backwaren in Frage stellt. Eine glutenfreie Ernährung ist auf dem Vormarsch, obwohl eine echte Glutenunverträglichkeit (Zöliakie) nur 1 % der Bevölkerung betrifft und höchstens 5 % der Bevölkerung überempfindlich darauf reagieren. Als Reaktion darauf nimmt das Angebot an Sauerteigbrot zu, deren langsamer Gärungsprozess eine bessere Verdaulichkeit gewährleistet. Gleichzeitig ist der Zusatz von Gluten durch die Verarbeiter jedoch nicht geregelt.

Anstieg der Verkäufe von Brotspezialitäten

Darüber hinaus geht die Nachfrage hin zu ballaststoffreichen Spezialbrot (Vollkorn und alte Getreidearten wie Roggen oder Dinkel), angetrieben durch Ernährungsempfehlungen zugunsten von niedrig raffinierten Mehlen.

Es wird erwartet, dass die derzeitigen Markttrends anhalten werden:

- Rückgang der traditionellen handwerklichen Backwaren
- Fortsetzung der Einzelhandels-offensive, insbesondere für Bio-Brote
- Entstehung neuer kommerzieller Konzepte («traditionelle» Bäckereien, innovative, kurze Vertriebswege für lokale Produkten, z.B. in Bahnhöfen).
- Entwicklung von Spezialbrot mit hoher Wertschöpfung
- Entwicklung des Ausser-Haus-Konsums von Backwaren (Sandwiches)
- Sehr langsame Veränderung der Rahmenbedingungen, die Schweizer Getreide benachteiligen: Zollregelung für importierte Fertigprodukte, Kennzeichnung der Endprodukte über Herkunft und Zubereitung der Produkte

2 Merkmale der Bio-Wertschöpfungskette

Von der Übersichtskarte der Schweizer Brotgetreide-Wertschöpfungskette wird der Blick auf den Bio-Sektor gerichtet. Von den insgesamt 43 000 Tonnen verarbeitetes Bio-Getreide werden 16 000 Tonnen in der Schweiz produziert, was 4 % der gesamtschweizerischen Produktion entspricht. Bis 2018/2019 wurden 68 % des Bedarfs an Biobrotgetreide importiert, da die Produktion mit der wachsenden Nachfrage nur schwer Schritt halten konnte. Brotweizen macht den Hauptanteil aus, aber Dinkel und andere Getreidearten machen aufgrund der wachsenden Nachfrage nach Spezialbrot einen bedeutenden Anteil der Schweizer Importe und Produktion aus.

In den letzten beiden Jahren war die Produktion sehr viel höher im Zusammenhang mit den neuen Betrieben, die auf Bio umstellen stehen aber auch aufgrund der heissen Sommer. Der Importanteil ist auf 63 % gesunken (inkl. Einkäufe Bio Suisse / Knospe, Migros Bio und andere Käufer) und könnte noch weiter sinken. Dieser Anstieg der Mengen führte zu einem Rückgang der Produzentenpreise, was den niedrigeren Preis für importiertes Bio-Getreide verdeutlicht hat.

Die Schweizer Produktion wird von 76 gemischten oder spezialisierten Bio-Getreidesammelstellen angenommen. Schweizerisches und importiertes Getreide wird in Schweizer Mühlen zu Mehl verarbeitet, von denen einige zu den beiden grossen Schweizer Mühlenunternehmen gehören. Der Sektor wird von Bio-Suisse verwaltet.

Die Karte (Abbildung 2) zeigt, dass der grösste Teil des Bio-Mehls in den Verarbeitungseinheiten der Grossverteiler zu Backwaren verarbeitet wird, die Schweizer und importierte Weizen sowie anderes Getreide mischen. Die Fertigprodukte (Brote, Zöpfe und Gebäck) werden hauptsächlich unter den Handelsmarken Coop Naturaplan, Migros Bio und Manor Bio verkauft. Entgegen der landläufigen Meinung liegt das Marktpotential für Bio-Getreide hauptsächlich in diesem Vertriebskanal.

Auf der rechten Seite der Karte (Abbildung 2) gibt es eine Unterkette für kurze Vertriebswege, der der landwirtschaftliche Direktverkauf und der lokale Verkauf in Fachgeschäften und gewerblichen Bäckereien zugeordnet werden kann (ca. 10 % des Verkaufs). Dabei handelt es sich entweder um Bio-Getreideproduzent/innen, die sich diversifizieren (Lagerung auf dem Bauernhof, Erwerb einer Mühle, oft mit Steinmühle und einem Ofen, Herstellung von «rustikalem» Brot/Bauernbrot, Direktverkauf), oder um Partnerschaften zwischen Produzierenden, einer lokalen Mühle und einer gewerblichen Bäckerei. Diese Ansätze sind sehr innovativ, aber die verarbeiteten Mengen sind durch die geringe Grösse der Verarbeitungsanlagen begrenzt. Gleichzeitig werden grössere Projekte entwickelt, um das Biogetreide der Region vor Ort zu verarbeiten, wie zum Beispiel das Projekt zur regionalen Entwicklung (PRE) «Vom Korn zum Brot» im Kanton Waadt (siehe Infobox 1).

Infobox 1: Projekt zur regionalen Entwicklung (PRE) «Vom Korn zum Brot»

Das Projekt reagiert auf die Nachfrage aus der Gesellschaft nach einem nachhaltigen Ernährungssystem, in dem eine gerechte Wertverteilung herrscht und die Konsumentinnen und Konsumenten den Weg «vom Korn zum Brot» konkret nachvollziehen können.

Im Projekt «De la Graine au Pain» (Vom Korn zum Brot³) werden in der Westschweiz die auf alte und lokale Sorten spezialisierten Bio-Getreideproduktion sowie Landwirtschaftsbetriebe mit angegliederten Mühlen und Bäckereien vereint. Damit soll das in Steinmühlen gemahlene Mehl und Sauerteigbrot bekannter gemacht werden.

Im Rahmen der Vorstudie haben die involvierten Akteur/innen eine gemeinsame Vision und Ziele formuliert, den potenziellen Mehrwert in dieser Wertschöpfungskette abgeschätzt und eine massgebliche Beteiligung der Landwirtschaft geprüft. Die anstehende Umsetzung des Projekts wird zu einem erweiterten Angebot an steingemahlem Mehl und Bio-Brot lokaler Herkunft sowie zur Förderung kurzer Vertriebswege führen.

Mit der Vorstudie (2018/2019) konnten die Leitlinien des Projekts für die Westschweiz festgelegt werden. Das Netzwerk von Akteuren innerhalb der Interessengruppe «Graines et Pains» ist gewachsen und hat einen Dialog in Gang gesetzt.

3 Ausblick und Empfehlungen für alternatives Bio-Getreide

Alternative Getreidearten (Dinkel, Emmer, Einkorn...) sind alte Getreidearten, die nie verschwunden sind. Sie sind aber zugunsten des Brotweizens in Vergessenheit geraten, da letzterer viel ertragreicher ist.

Im Vergleich zur Produktion von Weizen nehmen Dinkel, Einkorn, Emmer nur einen Nischenplatz ein. Im Jahr 2018 wurden über 470 000 Tonnen Weizen produziert und knapp 22 000 Tonnen Dinkel. Die Produktion von Roggen beläuft sich auf ungefähr 10 000 Tonnen (Abbildung 5). Das Walliser Roggenbrot AOP (Appellation d'origine protégée – geschützte Ursprungsbezeichnung) wurde 2004 eingetragen. Damit unterliegt es einem verbindlichen Pflichtenheft und ist zertifiziert. Parallel haben die Grossverteiler eine breite Palette an Roggenbroten entwickelt.

Mit rund 1100 Tonnen sind Emmer und Einkorn nur ein Leichtgewicht in der Gesamtmenge. Die Produktion von Emmer und Einkorn steigt aber in den letzten Jahren tendenziell an, was auf deren Beliebtheit hindeutet.

Diese Sorten sind bei Konsumierenden derzeit im Trend. Folglich setzen auch die Grossverteiler auf Dinkel und Co. Migros und Coop bieten diverse Produkte sowie Mehle aus Urgetreide an. Dinkel, der nicht mit Weizen eingekreuzt wurde – sogenannter UrDinkel – hat eine eigene Interessengemeinschaft der Produzenten und Verarbeiter, die IG Dinkel⁴.

Aber ihr Platz auf dem Markt ist nicht garantiert. In der Tat gibt es einen Anstieg der Nachfrage nach alternativen Getreiden und einen Anstieg der Nachfrage nach Bio-Getreide, aber der Markt in Bezug auf das Volumen wird hauptsächlich von Grossverteilern bestimmt. Diese verwenden in grossem Umfang importiertes Getreide, welches insbesondere aus osteuropäischen Ländern zu einem niedrigeren Preis importiert wird.

³ <https://www.agridea.ch/de/themen/laendliche-entwicklung/regionale-entwicklung/>

⁴ <https://www.urdinkel.ch/de/home>

Mittlerweile werden aufgrund der Nachfrage auch die alternativen Getreide Dinkel, Emmer und Einkorn importiert. Der geringere Ertrag sowie der Mehraufwand bei der Produktion und Verarbeitung führen zu Preisen, die nicht mit der Importware konkurrieren können.

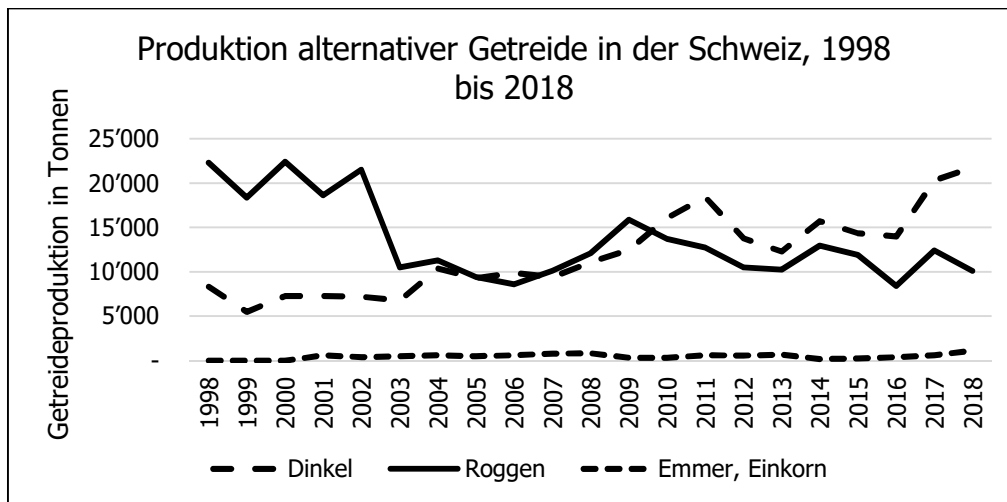


Abbildung 5 Die Produktion verschiedener Getreidearten in der Schweiz von 1998 bis 2018.

Quelle: Schweizer Bauernverband, Agristat 2019

Wie in Abschnitt 2 angedeutet, ist der Markt für Bio-Getreide auf zwei unabhängige Absatzkanäle aufgeteilt: einerseits die Grossverteiler mit grossen Marktvolumen (90% des Backwarenmarktes), andererseits die sehr kurzen Vertriebswege (ca. 10% des Umsatzes). Traditionelle gewerbliche Bäckereien sind in diesem Segment praktisch nicht vorhanden.

Die Produzierenden müssen sich zwischen den beiden entscheiden. Die Infoboxen stellen zwei Initiativen vor, von denen die eine auf die kurzen Vertriebswege «rustikaler» Qualitätsprodukte ausgerichtet ist, während die andere eher grosse Verkaufskanäle betrifft. Beide Strategien sind möglich, es wird aber in beiden Fällen empfohlen, die Produktion entweder an einen kurzen Vertriebsweg (Müller/Bäcker) vor zu verkaufen oder einen Produktionsvertrag abzuschliessen (wie beispielsweise IP-SUISSE), um die Vermarktung bis zum Detailhandel sicherzustellen. Eine Produktion ohne einen vertraglich vereinbarten Absatz ist angesichts der Governance des Sektors sehr riskant.

Infobox 2: Projekt Wiederanbau von Emmer und Einkorn

Das Projekt hatte seine Anfänge in den 90er Jahren als Artenschutzprojekt in der Getreidekammer Klettgau, um das vom Aussterben bedrohte Rebhuhn zu fördern⁵. Eine Trägerschaft bestehend aus der Vogelwarte, der AGRIDEA, dem WWF und Pro Specie Rara in enger Zusammenarbeit mit Landwirt/innen, Müller/innen, Bäcker/innen, Verarbeitungsunternehmen und Grossverteilern verwirklichten schliesslich den Anbau und die Vermarktung von Emmer und Einkorn. Das Projekt hatte zum Ziel, die Artenvielfalt zu fördern, das Ackerland aufzuwerten, alte Kulturpflanzen zu erhalten (genetische Vielfalt) und nachhaltig produzierte, hochwertige Produkte herzustellen.

Unter Vertragsanbau wurden Emmer und Einkorn angebaut. Die Produzierenden verpflichteten sich, keine Pflanzenschutzmittel anzuwenden und Buntbrachen zur Artenförderung anzulegen. Ab 2005 wurde das Projekt in die IG Emmer-Einkorn umgewandelt. Bis zu 70 Produzierende bauten in den drei Regionen Schaffhausen, Rafzerfeld, Fricktal/Schenkenbergertal 170 ha Emmer und Einkorn an.

Aus den Getreiden wurden verschiedene Produkte wie Mehl, Brote, Gebäcke, Pasta und Bier hergestellt. Brote und Gebäcke wurden einerseits in regionalen Bäckereien produziert und verkauft. Grossverteiler (Migros et Hiesstand) spielten aber ebenfalls eine wichtige Rolle für die Vermarktung der Getreide. Die IG Emmer und Einkorn wurde nach längerer vertraglicher Zusammenarbeit 2017 vollumfänglich in die IP-SUISSE integriert. Weiterhin bauen IP-SUISSE-Betriebe Emmer und Einkorn unter Extensio-Vorschriften, ohne Einsatz von Herbiziden und mit Buntbrachen von mind. 5 % der angebauten Emmer-/Einkornfläche an⁶.

⁵ <https://www.vogelwarte.ch/de/projekte/lebensraeume/abgeschlossene-projekte/wiederanbau-von-emmer-und-einkorn>

⁶ <https://www.ipsuisse.ch/produzenten/pflanzenbau/#weitere-getreide>