



München, 21. März 2014

Keine Preisschlacht im Kühlregal!

Bauernverband kritisiert Preissenkungen bei Fleisch und Milch

München (bbv) – Erst die Milch, dann das Fleisch, jetzt die Wurst. Discounter Aldi senkte die Preise für zahlreiche Wurstwaren vom Bratenaufschnitt über den Schwarzwälder Schinken bis zur Salami; Norma zog nach. Der Bayerische Bauernverband reagiert empört über diese Preisschlacht. „Über Lebensmittel einen Dumpingwettbewerb zu führen ist unmoralisch“, sagt Gerhard Stadler, Vorsitzender des Landesfachausschusses für tierische Veredelung im Bayerischen Bauernverband. „Unsere hochwertigen Lebensmittel dürfen nicht verschleudert werden.“

Eine Billigpreis-Taktik stehe in Widerspruch zu den erklärten Zielen von Landwirtschaft und Lebensmittelhandel, die Tierhaltung in Deutschland weiter zu entwickeln. Wer die Preise senke, erhöhe den Druck auf die Erzeuger, immer noch billiger zu produzieren. „Unsere Landwirte erzeugen hochwertige Lebensmittel unter Einhaltung hoher deutscher Tierschutzstandards. Wir stehen für eine nachhaltige Produktion – und nicht für Ramschware“, sagt Stadler.

Landwirtschaft, Schlachtunternehmen und Lebensmittelwirtschaft hatten sich nach eingehenden Gesprächen und Verhandlungen im Jahr 2013 dem gemeinsamen Ziel verpflichtet, die landwirtschaftliche Tierhaltung mit der Initiative Tierwohl weiterzuentwickeln. Diese Initiative verlangt von den Tierhaltern erhebliche Vorleistungen und Investitionen, für die sie einen Kostenausgleich erhalten sollen. „Das derzeitige Verhalten der Discounter ist dafür schlicht und einfach kontraproduktiv.“

Sinkende Erzeugerpreise treffen auch die Milchbauern. Zuletzt hatte der Handel den Verbraucherpreis für Stückbutter (250 Gramm-Packung) um 20 Cent gesenkt. „Tendenziell besteht zwar zum Jahreswechsel immer eine schwächere Phase für Milchfettprodukte, doch dieser deutliche Rückgang ist bei der guten Marktlage nicht nachvollziehbar“, kritisiert BBV-Milchpräsident Günther Felßner. „Diesen Preisabschlägen im Fettbereich stehen in anderen Verwertungsbereichen der Milch sehr gute Marktverhältnisse gegenüber. Käse kann im In- und Ausland weiter sehr gut vermarktet werden und der Absatz bei Milchpulver auf Exportmärkten boomt. Gegenüber dem Vorjahr konnte im Januar für alle Milchprodukte ein deutliches Plus beim Absatz verzeichnet werden“, sagt Felßner. Die unnötige Preisrücknahme verdeutliche einmal mehr, dass der Handel seine starke Marktstellung gegenüber der hiesigen Milchwirtschaft ausnutzt.