Artikel vom 11.07.2018 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 02:56 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/28-im-verhaeltnis-maessig

28 - Im Verhältnis mäßig



Detlef Steinert

In Krisen zeigt sich, was Partner wert sind, heißt es. Edelmut ist es sicher nicht, was das Verhältnis zwischen Landwirtschaft und den anderen Gliedern der Lebensmittelkette fortwährend prägt. Ist die Gelegenheit günstig, drängt der Eigennutz die Partnerschaftlichkeit gerne in den Hintergrund. Die Trockenheit könnte wieder einmal einen Anlass dafür bieten.

Erinnern Sie sich noch? Vor wenigen Wochen hatte die Tierrechts-Organisation Peta mit einem unsäglichen Bild, das in den sozialen Medien kursierte, jegliche Grenze des guten Geschmacks und des Anstands überschritten. Dieses zeigte die vormalige Ministerin Christina Schulze Föcking, ihr Name ausge-Xt, sowie Bundesministerin Julia Klöckner und die niedersächsische Agrarministerin Barbara Otte-Kinast. Die Darstellung ließ nur den Schluss zu, nach dem Rücktritt von Schulze Föcking kämen die beiden anderen auch noch dran.

Nicht direkt Menschen verunglimpfend, aber mindestens genauso geschmacklos kam vor kurzem die Werbeanzeige des Lebensmittelhändlers Netto daher. Die Discount-Tochter von Edeka wollte damit darauf aufmerksam machen, dass sie bei Eigenmarken den Salz- und Zuckergehalt der Produkte deutlich reduziert hat. Aufgemacht war die Anzeige mit einem Bild, das vier schmale Linien eines weißen Pulvers zeigte und mit „Das weiße Zeug tut Dir nicht gut!“. betitelt war. Wer denkt da nicht an Kokain? Prompt reagiert hat die Wirtschaftliche Vereinigung Zucker, die Zucker damit in die Nähe von Drogen gerückt sah. Sie zahlte mit gleicher Münze heim und konterte mit einer Anzeige, die in der Lebensmittel-Zeitung erschien, dem Fachblatt für den Lebensmittelhandel. Darin nahm sie den aktuellen Werbeslogan von Netto aufs Korn und erläuterte unter der Überschrift „Dealer gesucht? Dann geh doch zu Netto!“, dass Zucker Teil einer ausgewogenen Ernährung ist. Ob beabsichtigt oder nicht, machte diese Anzeige auch die Doppelzüngigkeit von Netto deutlich. Im Hintergrund der Anzeige platziert fand sich nämlich noch der Ausschnitt aus einem Werbeblättchen von Netto, das Gelierzucker zu Billigstpreisen anpries.

Zugegeben, ein krasses und besonders augenfälliges Beispiel; aber auch ein Beispiel, das deutlich macht, wie doppelzüngig es doch manchmal zugeht. Daneben gibt es noch die vielen kleinen, alltäglichen und oft – zumindest von den Verbrauchern – unbemerkten Ausrutscher, die Bauern immer wieder zweifeln lässt am Verhältnis der Partner in der Lebensmittelkette zu ihnen. Aktuell etwa sucht man zum Beispiel in vielen Supermärkten vergeblich nach heimischen Frühkartoffeln. Stattdessen findet sich Ware aus dem Mittelmeerraum in den Regalen; mutmaßlich weil die im Augenblick ein paar Cent günstiger im Einkauf ist.

Aber nicht nur das Verhalten des Handels stellt die Nachsicht der Bauern immer wieder auf die Probe. Wer an 2008 oder 2012 zurückdenkt, bei dem werden vielleicht Erinnerungen an das Preisgefüge auf Erzeuger- und Verbraucherseite wach. Damals schossen die Getreidepreise regelrecht durch die Decke und erreichten historische Höchststände. Für Bäcker und Brauer beide Male Anlass, die Preise für Brot und Brötchen anzuheben. Die Bauern freuten die Höhenflüge nur vorübergehend. Die Volatilität führte die Preise bald wieder in den Keller. Die Preisschilder an Brötchen und Bierkästen blieben indes davon unberührt.

Von der anhaltenden Trockenheit und der Erwartung von Einbußen bei Erträgen und Qualität von Getreide dürften hierzulande die Erzeugerpreise profitieren. Die Medien haben in den letzten Tagen sehr umfangreich berichtet, wie angespannt die Lage ist. Die Verbraucher sind daher vorgewarnt, dass höhere Preise drohen. Doch der Anstieg dürfte angesichts guter Versorgung in anderen Regionen auf der Erzeugerseite lange nicht die Dimensionen erreichen, die satte Preisanhebungen im Laden begründen würden. So müsste sich zum Beispiel der Getreidepreis auf Erzeugerseite verdoppeln, um bei Brötchen einen Preisaufschlag von einem Cent zu rechtfertigen. Aber solche Preissprünge sind wohl kaum zu erwarten. Sprünge von einigen Cent fürs Brötchen oder die Flasche Bier, dürften daher der Versuch sein, im Endverkauf die Marge zu erhöhen und/oder andere Kostensteigerungen der Landwirtschaft in die Schuhe zu schieben. Bauern dürfen in solchen Fällen dann durchaus den Mitbürgern mal raten: „Zu Preisgestaltung und Nebenkosten fragen Sie Ihren Bäcker oder Brauer.“