

5. Leguminosentag

Wertschöpfungsketten in NRW

18. November 2015 – Haus Düsse

„Gibt es ein Wertschöpfungspotential für Schlachtschweine aus heimischer GVO-freier Fütterung?“

Dr. Frank Greshake
Viehvermarktung Rheinland
GmbH & Co. KG - Sonsbeck



Nischenproduktion Schweinefleisch?

Der Konsument in Deutschland:

- geringer Anteil Premiumqualität
Bio, gehobene Metzgerqualität, nur geringe Bedeutung der Markenfleischprogramme
- mittlere Qualitätssegmente schrumpfen
- der „preisbewusste Konsument dominiert; phasenweise wird 50% des Schweinefleisches über Aktionspreise vermarktet

Vermarktungswege Schweinefleisch

- der Vermarktungsweg über die selbst-schlachtende Metzgerschiene verliert an Bedeutung
- kleinere Schlachtunternehmen
„Großschlächter“ - die kleinere Schlachtstruktur ist verschwunden
- die großen Schlachtkonzerne brauchen „Masse“, innerbetriebliche Logistik ermöglicht aber Nischenprodukte

Nachfrage nach „GVO-frei“ und weitergehend importsojafreier Schlachtschweine kommt regelmäßig von verschiedenen Lebensmittelketten.

So fordert die REWE-Group in ihrem Leitbild „Nutztierhaltung der Zukunft“:

- dass die Nutztierhaltung eine artgemäße Fütterung auf einer breiten Basis der regionalen Versorgung gewährleistet
- die Vermeidung der Nahrungskonkurrenz zum Menschen, auch die Versorgung mit Eiweißfuttermitteln alternativer Herkunft, anstelle von gentechnisch verändertem „Übersee-Soja“



Aldi-Süd: Sortimentsgestaltung

- Mehr Bio-Artikel
 - Unterstützung von Kunden mit veganer und vegetarischer Ernährung
- Soja wird nicht erwähnt

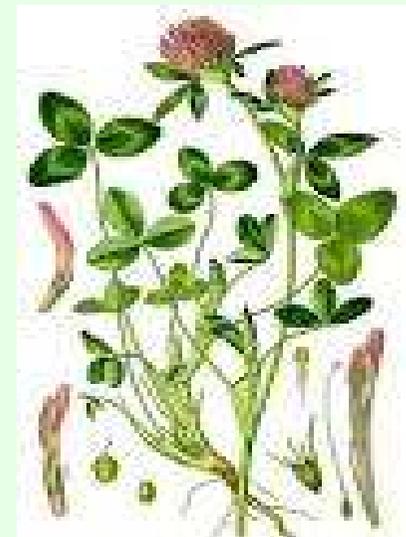
Unilever:

...“If practical, nitrogen should be supplied locally by legumes grown as part of the crop rotation or... recycling organic waste (compost, manure) produced on the farm

Aber:

Keine Preisaufschläge für gentechnikfreies Soja oder Verwendung heimischer Leguminosen.

Die Schweineerzeuger sollen zunehmend auf Leguminosen umstellen; Fristen oder %-Angaben „gentechnik-frei“ werden nicht gesetzt.



Danke für Ihre Aufmerksamkeit !

