

Institutioneller Rahmen für die Vermarktung von Fleisch- und Wurstwaren von Lege- und Zweinutzungshähnen aus Sicht der Geflügelfleischverarbeiter

Katrin Schütz, Margit Wittmann und Marcus Mergenthaler

Einleitung

Um das Töten männlicher Küken aus Legelinien zu vermeiden, könnte die Vermarktung höherpreisiger Eier bei gleichzeitiger Mast der Hähne eine Möglichkeit sein. Dieses Verfahren, in dem ein verbesserter Tierschutz im Vordergrund steht, erfolgt in Deutschland im Rahmen verschiedener Initiativen wie der „Bruderhahn Initiative Deutschland“ oder „Haehnlein“. Ausbaupotentiale im konventionellen Bereich werden in Deutschland jedoch aufgrund ungünstiger institutioneller Rahmenbedingungen zurückhaltend beurteilt. In den USA wird ein Mehrwert aufgrund des Tierwohl-Gedankens bereits mit einer erhöhten Zahlungsbereitschaft pro Ei honoriert (DIEKMANN et al. 2017, HENG et al. 2013). UPMANN u. LAUTENSCHLÄGER (2017) erwarten eine höhere Qualität auch für Fleisch- und Wurstwaren von Legehybridhähnen, die eine Platzierung im Premiumsegment ermöglichen könnte. Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, verschiedene institutionelle Rahmenbedingungen zur Vermarktung von Legehybrid- und Zweinutzungshahn-Produkten zu analysieren und Perspektiven zu diskutieren.

Daten und Methoden

Um Perspektiven für eine institutionelle Einbettung der Vermarktung von Hahnenfleischprodukten zu erfassen, wurde im Mai 2018 ein Workshop mit Akteuren aus der Geflügelbranche durchgeführt. Als Stimuli für die offen moderierte Diskussion wurden bisherige Erfahrungen (vgl. SCHÜTZ et al. 2018) zur Eignung des Fleisches für die Produktion von Wurstwaren, zur Vermarktung sowie zur Verbraucherakzeptanz am PoS in Impulsvorträgen vorgestellt. Anschließend fand ein Austausch mit den Impulsreferenten, eingeladenen Vertretern aus dem Lebensmitteleinzelhandel, dem Verarbeitungsgewerbe sowie dem Verbraucherschutz statt. Neben einem handschriftlichen Protokoll wurden die Impulsvorträge und die folgende Gruppendiskussion mit einem Aufnahmegerät aufgezeichnet. Die transkribierten Diskussionsinhalte wurden einer qualitativen Inhaltsanalyse unterzogen. Hauptkategorien wurden theoriegestützt gebildet. Unterkategorien wurden durch induktive Ableitung aus dem Datenmaterial ergänzt.

Ergebnisse

- Lieferanten- und Bezugspolitik

In der landwirtschaftlichen Praxis schließen sich bisher mehrere biologisch-zertifizierte Legehennenhalter mit einem Mastbetrieb zusammen, der die Hähne in einem Sonderdurchgang zwischen herkömmlichen Durchgängen mästet. Ein Verarbeiter bemängelt dabei, dass Erzeugergemeinschaften aufgrund der besseren Legeleistung eher auf Legehybride setzen. Da die Wirtschaft-

lichkeit über die Eiervermarktung erreicht wird, steht die Mast der Hähne im Hintergrund. Daher sei Fleisch von Zweinutzungshähnen nicht auf dem Markt erhältlich. Um eine kontinuierliche Verfügbarkeit im Handel zu gewährleisten, müssen Erzeugergemeinschaften logistische Herausforderungen bewältigen: „60-70 % werden als Frischfleisch, davon über 80 % als Teilstücke vermarktet, eine frische Linie muss man so entwickeln, dass man drei Mal die Woche frische Produkte zur Verfügung stellen kann, das ist mit den Lege- und Zweinutzungshähnen und deren Mastdauer schwer umsetzbar“. Erst bei größeren Produktionsmengen sei die Entwicklung eines entsprechenden differenzierten Lieferantenmanagements eine Perspektive. Vereinfachungen in der Bezugspolitik durch Herstellung von länger haltbaren Verarbeitungsprodukten wurden nicht als alleinige Lösung gesehen. Eine andere Möglichkeit sei, das Brustfilet als hochwertiges Teilstück und nicht nur als Verarbeitungsware unter Wert zu vermarkten.

- Label- und Bezahlmodelle

Für eine wirtschaftliche Eier- und Fleischerzeugung schlagen ein Teil der Verarbeiter eine „Querfinanzierung über das Ei“ vor. Im Handel könnten „höhere Erlöse für die Eier in einen Pool laufen, ähnlich ITW [Initiative Tierwohl], der an die Mäster ausgezahlt wird“. Für ein alternatives „staatliches Tierwohllabel mit festen Kriterien ist die Nische zu klein, wir haben zu wenig Landwirte, die die Tiere aufziehen“, so eine Interessenvertreterin zur bisherigen Situation. Dies gilt insbesondere ohne zusätzliche Erlöse aus einem Fond-Modell (Geldmittelbestand) wie bei der Initiative Tierwohl. Dabei können privatwirtschaftliche Initiativen leichter in die Pflicht genommen werden, höhere Tierschutzanforderungen zu integrieren. Damit sind beispielsweise die Verwendung robuster, langsamer wachsender Zweinutzungshybride, längere Mastdauern oder ein größeres Platzangebot je Tier gemeint. Dieses Konzept, das Standards über den gesetzlichen Anforderungen festlegt, funktioniert bereits außerhalb der Hahnenfleisch-Thematik bei der niederländischen Supermarktkette Albert Heijn für Schweinefleisch. Dort werden ausschließlich Frischfleisch sowie verarbeitete Fleisch- und Wurstwaren verkauft, die mit „Beter Leven“-Fleisch hergestellt wurden. Das Privathof-Konzept von Wiesenhof „für mehr Tierschutz“ zeige allerdings, dass eine Anlaufphase einkalkuliert werden müsse und dies zudem elementar von der Gestaltung der Kommunikationspolitik abhängt.

- Gesellschaft und Öffentlichkeit

Die Etablierung verarbeiteter Produkte aus Hahnenfleisch im Handel sei auch von der Darstellungsweise in den Medien abhängig: „Gerade ist das Thema Tierwohl

hochaktuell, es wird ein schlechtes Gewissen hervorgehoben durch die Medien, die meisten wollen Fleisch essen, aber mit gutem Gewissen“, so eine Workshop-Teilnehmerin. Allerdings liege vor dem Hintergrund der aktuellen Kommunikationspolitik und der Produktverfügbarkeit im Handel die Nachfrage nach Eiern aus Bruderhahn-Konzepten deutlich über der nach den damit gekoppelten Fleischprodukten. Langfristig könne sich hier die kosten- und rohstoffintensive Mast der Legehybrid- und Zweinutzungshähne negativ auf die Berichterstattung und Verbraucherakzeptanz auswirken. Zudem sind es „in der Regel nur in der Theorie Bruder und Schwester, irgendwann wird das ins Bewusstsein der Verbraucher rücken, dass das gar nicht der Bruder von der Henne ist, die das Ei gelegt hat“, gibt ein Verarbeiter zu bedenken. Aus dieser mangelnden Gewährleistung der Nämlichkeit ergeben sich wiederum kommunikative Herausforderungen. Die Akzeptanz der Geschlechtsbestimmung im Ei wird seitens der Verarbeiter ambivalent gesehen: Es gäbe „Gruppen, die das Problembewusstsein erst schaffen, die in der Öffentlichkeit das Thema populär machen“. So werden neben dem Einfluss medialer Berichterstattung auch ethische Fragen von den Teilnehmern des Workshops diskutiert, beispielsweise zur Bebrütung und Schmerzempfinden des Embryos.

- Brütereien und Zuchtunternehmen

Die Verarbeiter vermuten, „wenn die Geschlechtsbestimmung im Ei kommt, dann werden die großen Brütereien das machen und nicht auf den Bruderhahn setzen“. Nischen könnten sich für kleinere Brütereien sowohl im konventionellen als auch im biologischen Bereich ergeben. Hohe Investitionen zur Zucht einer rentablen Zweinutzungsgenetik werden von einem Verarbeiter in Frage gestellt: „Wer soll das in der Praxis machen, es muss jemand in Vorleistung gehen, ohne zu wissen, ob man später damit Geld verdienen kann“. Aus diesem Grund gebe es derzeit „keinen Vermehrer, der Zweinutzungsrassen in ausreichender Menge hat“. Gleichzeitig wird auch betont, dass praktisch keine Zweinutzungshybride eingesetzt werden, weil kein reelles Angebot von den Zuchtunternehmen vorhanden sei.

Diskussion

Der Workshop mit Praktikern aus dem Geflügel-Sektor macht deutlich, dass die technischen und züchterischen Entwicklungen sowie die wirtschaftliche Umsetzbarkeit der Mast von Lege- und Zweinutzungshybriden noch viele Fragen nach der institutionellen Rahmensetzung offen lassen. Im Biobereich führt die Mast der Legehybrid-Hähne durch eine kleine, aber wachsende Zahl an Erzeugergemeinschaften sowie die Verwendung des Verarbeitungsfleisches bereits zu logistischen wie wirtschaftlichen Herausforderungen. Derzeit stehen Einkaufskriterien wie Preis, Aussehen und Geschmack für Verbraucher häufig an erster Stelle. In welchem Umfang diese langfristig von neuen ethischen Wertvorstellungen

der Verbraucher ergänzt oder abgelöst werden und Einfluss auf die Entwicklungen im Geflügelsektor nehmen, bleibt abzuwarten (BRÜMMER et al. 2016). Hier sollte auch die Rolle der Medien und verschiedener Interessenvertretungen nicht außer Acht gelassen werden.

Die Vermarktung von Hahnenfleischprodukten im konventionellen Marktsegment könnte durch ein entsprechendes strategisches und finanzielles Engagement des konventionellen LEH erreicht werden. Die österreichische Branchenvereinbarung im Bio-Sektor könnte ein Modell sein, um allen beteiligten Unternehmen mehr Investitionssicherheit zu geben. Für eine wirtschaftliche Hahnenfleischerzeugung im deutschen Bio-Sektor stellt auch die Querfinanzierung über das Ei einen Lösungsansatz dar. Im größeren konventionellen Bereich könnten Landwirte die Legehybrid- oder Zweinutzungshähne mästen und unabhängig vom Marktpreis eine Tierwohlprämie erhalten. Dies würde auch zusätzliche wirtschaftliche Anreize bieten. Die Finanzierung kann in diesem Szenario über die Aufnahme in ITW-Kriterien in Zusammenarbeit mit dem Einzelhandel erfolgen. Damit könnte sich die ITW gemeinsam mit dem Lebensmittel-einzelhandel und der Landwirtschaft als organisatorische Innovatoren im Markt und in der Öffentlichkeit positionieren. Um den Aufwand für die Umsetzung und Kontrollen der Kriterien möglichst gering zu halten, wäre eine Verzahnung und Abgrenzung zu KAT zu klären. In Kombination oder abweichend von ITW sollte eine Integration der Legehybridhahnmast in die Anforderungen des staatlichen Tierwohllabels erfolgen. Hierzu sind jedoch entsprechende Entwicklungen zur technischen und institutionellen Ausgestaltung des staatlichen Tierwohllabels abzuwarten. Allerdings sollte bereits frühzeitig von den Verantwortlichen des staatlichen Tierwohllabels die Frage der Hahnenmast im konventionellen Bereich mitbedacht werden und nicht alleine auf die technische Lösung der Geschlechtsbestimmung im Ei gesetzt werden.

Danksagung/Finanzierung: Diese Arbeit wurde vom Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen gefördert. Die AutorInnen bedanken sich bei allen Teilnehmern des Workshops.

Quellen

- BRÜMMER, N., CHRISTOPH-SCHULZ, I., ROVEIRS, A. K. (2016). Wie schmeckt das Zweinutzungshuhn?. DGS Magazin 48, 35-38.
- DIEKMANN, J., HERMANN, D., MÜBHOFF, O. (2017). Wie hoch ist der Preis auf Kükenzötlungen zu verzichten? Bewertung des Zweinutzungshuhn- und Bruderhahnkonzepts als wirtschaftliche Alternative zu Mast- und Legehybriden. Berichte über Landwirtschaft, Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft. BMEL. Band 95, Ausgabe 1.
- HENG, Y., PETERSON, H.H., LI, X. (2013): Consumer Attitudes toward Farm-Animal Welfare: The Case of Laying Hens. In: Journal of Agricultural and Resource Economics, 38(3): 418-434.
- SCHÜTZ, K., WITTMANN, M., MERGENTHALER, M. (2018). Bewertung der Produkt- und Verarbeitungsqualität von Hähnen aus Lege- und Zweinutzungshybriden aus Sicht des Fleischereihandwerks. Notizen aus der Forschung Nr. 28/2018. Soest.
- UPMANN, M., LAUTENSCHLÄGER, R. (2017). Fleisch vom Bruderhahn –einsetzbar und zielführend für hochwertige Fileischerzeugnisse?. Verbraucherzentrale NRW, Fachgespräch. Düsseldorf.