

# Der Handel will die Branchenlösung

Guido Siebenmorgen, Leiter des Strategischen Einkaufs der REWE Group unter anderem für Fleisch und Wurstwaren sowie Mitglied im QS-Fachbeirat Fleisch, über die branchenweite „Initiative zum Tierwohl“ und gesellschaftliche Erwartungen an die Fleischerzeugung.

**Herr Siebenmorgen, die Tierhaltung ist stark in die gesellschaftliche Kritik geraten; was muss aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels geschehen, damit der Verbraucher wieder mit ruhigem Gewissen sein Schweineschnitzel kauft?**

**GUIDO SIEBENMORGEN:** Die gesellschaftliche Forderung nach einer Verbesserung des Tierwohls ist ein Megatrend, der nach meiner Einschätzung dauerhaft anhalten wird. Der Tierschutz wird dadurch auf ein anderes Niveau gehoben werden. Diesem Megatrend muss sich die gesamte Branche stellen – von der Landwirtschaft über die Verarbeitung bis zum Einzelhandel. Noch haben die Wirtschaftsbeteiligten alle zusammen die Chance, durch eigene Initiative eine gemeinsame Antwort auf diese Entwicklung zu finden, statt vom Gesetzgeber getrieben zu werden. Unser Ziel muss sein, den Markt für konventionell erzeugtes Fleisch in seiner ganzen Breite in kleinen Schritten zu Verbesserungen zu führen. Dann haben wir für das Tierwohl mehr erreicht, als wenn nur für einen kleinen Nischenmarkt Maximalforderungen erfüllt werden.

**Sie nehmen an den Gesprächen zum Aufbau der branchenweiten „Initiative zum Tierwohl“ teil. Wie gehen die Verhandlungen voran?**

**SIEBENMORGEN:** Das gemeinsame Interesse aller Beteiligten, zu einer Branchenlösung für mehr Tierwohl im Geflügel- und Schweine-

fleischsektor zu kommen, ist riesengroß. Ich habe einen solchen Schulterschluss der Branche seit der BSE-Krise nicht erlebt.

**Wann rechnen Sie mit vorzeigbaren Ergebnissen?**

**SIEBENMORGEN:** Die Arbeitsgruppe zur Entwicklung der konkreten Tierwohlkriterien dürfte in diesem Sommer ihren Vorschlag fertigstellen. Er wird dann im größeren Kreis zu diskutieren sein. Das Ziel aller Beteiligten ist dennoch, mit der Initiative für Geflügel- und Schweinefleisch noch in diesem Jahr an den Start zugehen.

**Welche Einzelhandelsunternehmen sind mit dabei?**

**SIEBENMORGEN:** Hinter der Initiative stehen alle Einzelhandelsketten, die das QS-Siegel bei Fleisch und Fleischwaren ausloben, auch wenn sie nicht alle selbst an den Gesprächen teilnehmen. Man kann sagen, der deutsche Lebensmitteleinzelhandel befürwortet die Branchenlösung flächendeckend. Es ist enorm wichtig, dass alle mitmachen und einen Beitrag dazu leisten.

**Welche Kriterien sind aus Ihrer Sicht für ein Mehr an Tierwohl ausschlaggebend?**

**SIEBENMORGEN:** Ich möchte jetzt nicht vorgreifen und über einzelne Kriterien sprechen. Das liegt in der Verantwortung der Fachleute, die an den Arbeitsgruppensprachen teilnehmen. Entscheidend ist aus

meiner Sicht, gut messbare Kriterien auszuwählen, wie Befunddaten der Schlachtung. Sie erlauben eine objektive Bewertung und können dem Landwirt wertvolle Hinweise zu Verbesserungsschritten liefern. Aber das ist nur ein Kriterium, das in der Diskussion ist. Vor allem gilt es, den gemeinsamen Nenner zu finden, damit wir möglichst bald an den Start kommen.

**Wie soll sich das System finanzieren?**

**SIEBENMORGEN:** Das System wird nur funktionieren, wenn die landwirtschaftlichen Erzeuger einen wirtschaftlichen Anreiz zur Beteiligung haben, der ihre Mehrkosten deckt. Wir brauchen also ein transparentes – und kartellrechtskonformes – Konzept für einen Aufschlag auf den Erzeugerpreis. Ganz wichtig: Dieser Aufschlag muss beim Landwirt ankommen, das ist Voraussetzung. Wie das System im Detail aussehen wird, daran wird gerade gearbeitet.

**Ist eine nationale Initiative Tierwohl in Zeiten der internationalen Beschaffung überhaupt überlebensfähig?**

**SIEBENMORGEN:** Es darf nicht geschehen, dass wir in der Branche Konsens über Schritte zur Verbesserung des Tierwohls erzielen, die Kosten in der Erzeugung verursachen, und einzelne Akteure kaufen dann billige Ware im Ausland ein. Darum müssen die Mehrkosten im internationalen Wettbewerb beherrschbar bleiben. Die Verbesserung der Nachhaltig-



keit darf nicht zu massiven Marktnachteilen führen, an deren Ende allen die wirtschaftliche Kraft und der Mut für Reformen fehlen. Durch maßvolle Kriterien sprechen wir beim Fleisch über einen Mehraufwand im Bereich von einigen Cent je kg. Das geht in den normalen Marktpreisschwankungen unter. Der Handel muss die Disziplin mitbringen, nur zertifizierte Ware einzukaufen. Mit entsprechender Zertifizierung kann die Ware dann allerdings auch aus dem Ausland stammen.

**Welche Anstrengungen unternimmt REWE zur Verbesserung des Tierwohls?**

**SIEBENMORGEN:** Mit dem Programm ProPlanet strebt die REWE Group in bestimmten, sensiblen Sortimenten eine nachweisbare Steigerung der Nachhaltigkeit an. Das System ist sehr transparent und umfasst exter-

ne Beiräte. Ein Projekt im Rahmen von ProPlanet ist das Geflügelfleisch. Seit wenigen Monaten trägt alles frische Geflügelfleisch der Eigenmarken, das in REWE- oder Penny-Märkten verkauft wird, das ProPlanet-Siegel. Voraussetzung dafür ist unter anderem, dass die Erzeuger nachweislich mit der Besatzdichte um 15 % unter der derzeitigen Obergrenze bleiben und den Sojaanteil in der Fütterung schrittweise verringern. Ich möchte aber noch einmal betonen, dass wir sowohl beim Geflügel- als auch beim Schweinefleisch ganz eindeutig eine branchenweite Lösung für mehr Nachhaltigkeit anstreben.

**Wie sind Ihre Erfahrungen mit ProPlanet auf der Erzeugerstufe?**

**SIEBENMORGEN:** Sehr gut. Die teilnehmenden Geflügelhalter berichten uns von einer ver-

besserten Tiergesundheit bei weiterhin ordentlichen Tageszunahmen. Erbsenschrot erweist sich als sehr guter Sojaersatz. Die Tiere haben eine veränderte Verdauung und die Einstreu bleibt trockener. Das Stallklima ist besser. Die Tiere scheinen sich einfach wohler zu fühlen. Das sind nach so kurzer Zeit überaus ermutigende Rückmeldungen.

**Wie ausgeprägt ist die Bereitschaft der Geflügelhalter zur Teilnahme?**

**SIEBENMORGEN:** Da wir für unsere Anforderungen an den Artikel bezahlen, ist die Lieferbereitschaft gegeben. Wir haben mit unseren Lieferanten feste Vereinbarungen geschlossen. Sie erhalten einen Preisaufschlag, der – davon gehen wir aus – die Mehrkosten durch die verminderte Besatzdichte ausgleicht. Im Rahmen des Programms werden →

wir jährlich rund 20 Millionen Masthähnchen vermarkten, fast ausschließlich aus deutscher Haltung.

**Wie hoch ist der Aufschlag für die Geflügelhalter?**

**SIEBENMORGEN:** Wir kommunizieren Vertragsbestandteile grundsätzlich nicht, wofür ich um Verständnis bitte.

**Wie reagieren die Verbraucher?**

**SIEBENMORGEN:** Da wir das Geflügelfleisch zum selben Preis verkaufen wie vorher, gibt es keine preisbedingte Verbraucherreaktion. Wir haben die Kennzeichnung ProPlanet eingeführt, werben aber nicht offensiv mit dem verbesserten Tierschutz, auch weil wir einer Branchenlösung den Vorzug geben. Darum werden wir ProPlanet auch nicht auf Schweinefleisch ausdehnen. Das scheitert schon an den Erzeugungsstrukturen. Ein flächendeckendes Schweinefleisch-Programm wäre nicht darstellbar.

**Das heißt, Sie finanzieren den Preis-aufschlag für ProPlanet-Geflügelfleisch aus eigenen Erträgen und werben nicht einmal damit?**

**SIEBENMORGEN:** Es stimmt, dass wir den Bonus für die extensivere Geflügelmast aus eigener Kraft finanzieren. Das gilt auch für andere Aufschläge im Rahmen des ProPlanet-Programms, allerdings ist der Bonus für den Fleischeinkauf vom Volumen her für uns mit Abstand am teuersten. Aber wir sind fest davon überzeugt, dass dokumentierbare Anstrengungen für mehr Nachhaltigkeit mittel- und langfristig ein dauerhafter Wettbewerbsvorteil sind, der von den Kunden anerkannt wird.

**Kommen wir auf ein anderes Thema zu sprechen, und zwar Antibiotika.**

**Wie bewerten Sie das Monitoring im QS-Prüfsystem?**

**SIEBENMORGEN:** Die Branche hat eine große gesellschaftliche Verantwortung, das Thema Antibiotikaresistenz aufzugreifen, und dieser Verantwortung kommt sie mit dem Monitoring nach. Wir warten nicht auf eine staatliche Regelung, sondern handeln. Zum Vergleich möchte ich auf die Riesen-



**AUSKUNFTSBEREIT** REWE-Einkaufsleiter Guido Siebenmorgen (rechts) und Firmensprecher Andreas Krämer (Mitte) im Gespräch mit agrarmanager-Redakteur Norbert Lehmann.

fortschritte hinweisen, die mit dem von QS 2003 eingeführten Salmonellen-Monitoring erreicht wurden. Das Eintragsrisiko von Salmonellen in die Nahrungskette über Schweinefleisch konnte erheblich reduziert werden, und das durch die freiwilligen Anstrengungen der Wirtschaftsbeteiligten. Dem Antibiotika-Monitoring wird ein vergleichbares Konzept der Kategorisierung der Erzeugerbetriebe zugrunde liegen.

**Zum Schluss noch die Frage, braucht die Wertschöpfungskette Lebensmittel eine einheitliche Branchenkommunikation?**

**SIEBENMORGEN:** Notwendig ist aus meiner Sicht in erster Linie eine gezielte Branchenkommunikation zugunsten des hochwertigen Lebensmittels Fleisch. Aus verschiedenen Kreisen wird Fleisch als Nahrungsmittel immer wieder angegriffen und pauschal eine

Verringerung des Fleischverzehrs gefordert, ohne dass solchen Kampagnen widersprochen würde. Daran muss sich etwas ändern. Fleisch ist das am stärksten emotionalisierte Lebensmittel. Eine Kommunikationsoffensive ist auch der Schlüssel für eine dauerhafte erfolgreiche Zukunft vieler junger Landwirte, die auch in zwanzig Jahren noch Tiere halten wollen. Wir haben viele hervorragende Tierhalter in Deutschland; diese Betriebe müssen den Verbrauchern gezeigt werden, damit sie verstehen, welch hohen Standard die landwirtschaftliche Erzeugung und die industrielle Verarbeitung ihrer Produkte erreicht haben. Die gesamte Wertschöpfungskette ist aufgefordert, Kommunikation beim Kunden zu betreiben.

**Herr Siebenmorgen, vielen Dank für das Gespräch.**

**an**

**DIE NIEDERLÄNDER GEHEN VORAN**

In den Niederlanden haben sich die Dachverbände der Landwirtschaft (LTO), der Fleischindustrie (COV) und des Lebensmitteleinzelhandels (CBL) auf Eckpunkte einer nachhaltigeren Schweinefleischerzeugung verständigt. Mastschweine sollen ab 2015 um 25 % und Ferkel um 50 % mehr Stallfläche bekommen als vorgeschrieben. Langeweile soll durch mehr Beschäftigungsmaterial vorgebeugt werden. Für das Kupieren der Schwänze und Schleifen der Eckzähne gelten Auflagen, um die Eingriffe möglichst auszuschließen. Ferkel dürfen im Durchschnitt nach 28 Tagen abgesetzt werden. Der Ausstieg aus der betäubungslosen Kastration wird um ein Jahr vorgezogen auf 2014. Schlachtschweine dürfen höchstens sechs Stunden transportiert werden. Der Einsatz von Antibiotika soll 2015 um 70 % unter dem Niveau von 2009 liegen. Das Tränkewasser wird strenger kontrolliert, um Erkrankungen vorzubeugen. Insgesamt entsprechen die Anforderungen weitgehend den Kriterien für Ware des Siegels „Beter Leven“ mit einem Stern, das damit in den Niederlanden zum Standard wird.

Der Einzelhandel verpflichtet sich, nur frisches Schweinefleisch zu kaufen, das nach diesen Bedingungen erzeugt wurde. Das Herkunftsland der Ware spielt keine Rolle.

Der Fachverband der Schweinehalter (NVV) unterzeichnete die Vereinbarung nicht, weil darin kein Preisauflage für die Erzeuger genannt wird. Tatsächlich wollen die Träger des Abkommens die Realisierung eines Bonus aus kartellrechtlichen Gründen allein den Marktkräften überlassen. (leh)