

9. Internationale Schweinetagung Reinfeld, Schleswig Holstein 27.01. – 29.01.2010

„Verbraucherwünsche ins Visier nehmen“

„Erwartungen der Kunden an die Prozesskette Bio Schwein“

Sven Euen, kurhessische fleischwaren GmbH Fulda

In den vergangenen drei Jahren war der Bio Markt insgesamt durch ein überdurchschnittliches Wachstum geprägt. Die Arbeit aller Akteure am Bio Markt war durch „Mengen-Aquise“ gekennzeichnet, wenig Zeit um zu schauen wie sich die Qualitäten im Einzelnen entwickeln und ob diese dann auch unseren eigenen Anforderungen und insbesondere den Anforderungen unserer Kunden entsprechen.

Das Wachstum hat sich 2009 deutlich verlangsamt, so dass ein Besinnen auf das Wesentliche, nämlich die Ansprüche unserer Kunden neu zu überprüfen und unser Handeln auf eben diese Ansprüche wieder auszurichten.

Eine wichtige Voraussetzung hierzu ist es nicht unsere eigene Meinung hinsichtlich erforderlicher Maßnahmen als Maßstab zu nehmen, sondern die tatsächlichen Wünsche und Anforderungen unserer Kunden (und dieser ist letztendlich immer der Endverbraucher!) zu erfüllen. Der Kunde hat den Anspruch und auch das Recht den Mehrwert, den ökologischen Lebensmittel in ihrer holistischen Form zum Anspruch haben, auch wahrhaftig und nachweislich nachvollziehen zu können. Denn nur der tatsächliche Mehrwert wird den Verbraucher dazu bewegen in guten Zeiten aber auch in schwierigen Zeiten Bio Lebensmittel zu kaufen und dementsprechend zu honorieren!

Valide Umfragen zeigen immer wieder, dass zwischen dem Verständnis welches der Handel und die Hersteller haben und dem was die Kunden unter Bio Lebensmitteln verstehen und erwarten, eine deutliche Diskrepanz herrscht. Jedoch muss man feststellen, dass wider besseren Wissens, eben dieses oft ignoriert wird.

So ist ein deutliches Beispiel die Diskrepanz zwischen Verbraucher und Handel bei der Einschätzung zur Relevanz des Geschmacks von ökologischen Produkten. Für einen großen Teil der Verbraucher steht der Geschmack von Bio Lebensmitteln mit ca. 60% ganz weit vorn bei der Kaufentscheidung. Der Handel hat diesen Punkt nicht einmal mit dem übergeordneten Begriff „Genuss“ auf seiner Prioritätenliste.

Zudem sagen auch Kunden welche nicht sehr oft „Bio“ kaufen „wenn es besonders gut schmecken soll, dann kaufen wir hierfür Lebensmittel aus ökologischem Landbau“.

Fragt man Kunden nach Ihrer Erwartung an Bio Fleisch werden folgende Punkte genannt:

(Quelle: in Anlehnung an oekolandbau.de, 15-01-2010; Umfrage tegut (2008))

- artgerechte Tierhaltung
- nachvollziehbare Herkünfte, Landschaftserhaltung
- schonende Verarbeitung, weitgehender Verzicht auf Zusatzstoffe
- traditionell handwerkliche Verarbeitungsqualität
- Geschmack

- Vermeidung langer Transportwege
- Verzicht auf Gentechnik
- keine vorbeugenden Antibiotika-Behandlung
- lückenlose Transparenz
- neue Produktentwicklung für Allergiker, Volldeklaration

Wenn man sich die Punkte genau ansieht stellt man fest, dass viele der Kriterien eine Selbstverständlichkeit darstellen sollten. Jedoch ist es der Branche bewusst, dass es in wesentlichen Punkten Schwächen gibt, die unbedingt abgestellt werden müssen, um diese von den Kunden geforderten Kriterien in vollem Umfang wieder oder überhaupt zu entsprechen!

Hier sind alle Stufen der Prozesskette im Fleischbereich gefordert von den Verbänden, den Beratern, den Tierhaltern über die Verarbeiter bis zum Handel, die erforderlichen Weiterentwicklungen und gegebenenfalls Korrekturen, vorzunehmen. Die Prioritäten bei der Arbeit aller Beteiligten sollten daraufhin ausgerichtet werden!

Neben unseren Kunden werden uns auch andere nicht wirtschaftliche Institutionen und Verbände der Branche aufmerksam auf die Finger schauen! Auch ein Vertrauensvorsprung, den die Bio Branche mit Sicherheit hat, kann schnell aufgezehrt werden.

Der Preis und vor allem die Preiswürdigkeit werden in den letzten Jahren durch die Heterogenität der Bio Konsumenten deutlich stärker ins Visier genommen. Das Kaufverhalten insgesamt bei Bio Lebensmitteln hat sich allein durch die verschiedenen Möglichkeiten der Einkaufsstättenwahl verändert.

Waren es bis Ende der neunziger Jahre Schlagwörter wie: moral correctness, rational oder altruistisch, sind es heute Geschmack und Vernunft, sinnlich- rational, Umwelt schützen und sich etwas Gutes tun.

Dadurch haben sich natürlich auch die Käuferschichten verändert, die deutlich in der Ober- und Mittelschicht der Bevölkerung zu finden sind.

Eben diese Kunden sind auch bereit in rezessiven Zeiten für Bio Lebensmittel ihr Geld auszugeben, bzw. deutlich weniger in ihrer Haushaltsausgabenplanung bei Bio Lebensmitteln einzusparen.

Und genau hier ist der entscheidende Punkt für Landwirte und Verarbeiter. Sollten die Erwartungen der Kunden nicht erfüllt werden, diese werden nämlich einer fairen Balance zwischen Preis und Leistung eine stärkere Beachtung beimessen, werden sie auf andere Lebensmittel ausweichen.

Das bedeutet der Mehrwert von Bio Lebensmitteln darf zu keiner leeren Hülle verkommen, der Mehrwert muss messbar, transparent und physisch wahrnehmbar (u.a. sensorische Eigenschaften) sein, sonst wird der Verbraucher sich mit gutem Recht, Alternativen suchen.

Resümee:

Was bedeutet dies nun konkret für die Schweinefleischbranche?

Die Anforderungen an Schweinefleisch und Schweinefleischprodukte unterliegen innerhalb der ökologischen Landwirtschaft und der ökologischen Verarbeitung, prinzipiell den gleichen Gesetzmäßigkeiten wie alle anderen ökologischen Lebensmittel.

Der wesentliche Unterschied liegt in der Tatsache, dass Skandale in der konventionellen Schweine Produktion und der anderen Fehler der konventionellen Fleischbranche in den letzten Jahrzehnten, das *Bio - Schwein* in einen besonderen Fokus bei dem Verbraucher rückt. Zudem hat Bio Schweinefleisch in den letzten Jahren unter allen anderen Bio – Fleischarten, mengenmäßig, überdurchschnittlich beim Verzehr zugenommen.

Wir sollten nicht die Fehler der konventionellen Landwirtschaft wiederholen! **Die Anforderungen unserer Kunden** insbesondere in den Punkten Tierhaltung, Tiergesundheit, Transparenz und Umweltschutz mit allen Möglichkeiten die uns gegeben sind, sollten wir **immer wieder ins Visier nehmen** und stetig verbessern und ausbauen.

Die uns in der ökologischen Landwirtschaft und Verarbeitung wichtigen Kriterien der Nachhaltigkeit, dürfen wir aufgrund von Gewinnmaximierung nicht außer acht lassen, erst recht nicht in einem langsam aber stetig wachsenden Markt, der immer noch sehr empfindlich ist!

Der Handel sollte von der Landwirtschaft und von den Verarbeitern nicht erwarten, dass alles was im Konventionellen möglich und machbar ist, auch bei ökologischen Lebensmitteln realisierbar und sinnvoll ist.

Fleisch welches gute sensorische Eigenschaften haben soll, kann u.a. nicht auf Fett verzichten, auch hier kann im Rahmen einer guten und vollwertigen Ernährung weniger mehr sein!

Die *Schweinerasse* kann auch für den ökologischen Bereich eine wesentliche Aussage mit sich bringen!

Stressresistenz bringen einige Schweinerassen mit, die muss man nicht über Halothan - Tests feststellen und meinen jetzt hat man einen hohen Magerfleischanteil und automatisch eine **gute Fleischqualität!**

Neue schweinehaltende Bio - Betriebe müssen langsam und sorgfältig aufgebaut werden, um die geforderten Qualitäten mit all den Kundenanforderungen wirtschaftlich und langfristig umsetzen zu können.

Eine **Konsolidierung** nach den letzten drei Jahren **tut gut** und ist notwendig. Ein Miteinander zwischen Verbänden, Landwirten, Beratern und Vermarktern ist unbedingt erforderlich und dient der ökologischen Schweinehaltung und Verarbeitung!

Streit untereinander macht angreifbar, das Ziel ist für alle gleich:

Die Vermarktung von ökologisch erzeugtem Schweinefleisch mit einer guten Wertschöpfung und einer überdurchschnittlichen Qualität von der Landwirtschaft bis zum Kunden.