

Schweizer Agrarmedien GmbH
8408 Winterthur
052/ 222 77 27
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 8'133
Erscheinungsweise: wöchentlich



Themen-Nr.: 540.3
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 10
Fläche: 48'690 mm²

Jetzt Reserven bilden

Strickhof-Schweinetag / Ein vielseitiges Programm zog über 120 Praktiker an.
Auch die Konsumentenschützerin Sara Stalder hatte ihren Auftritt.



Links: Roger Stöckli während seines wirtschaftlichen Aus- und Rückblicks. Rechts: Konsumentenschützerin Sara Stalder. (Bilder chw)

LINDAU ■ Ein Rück- und Ausblick auf den Markt; verschiedene Konzepte für den Bau von Mastställen; die optimale Gestaltung eines Deckstalls; der Einsatz von EDV im Schweinestall; Krankheitserreger, die in der Jauche überleben; der Einfluss der Mahlfineinheit des Futters auf die Masttiere: die Verantwortlichen des Strickhof-Schweinetags hatten ein vielseitiges Programm zusammengestellt, das vergangene Woche über 120 Teilnehmer anlockte.

Das Management in guten Zeiten ist entscheidend

«Die Preise steigen. Die Stimmung unter den Schweinezüchtern ist gut.» Mit diesen Worten eröffnete Claude Gerwig den Schweinetag. Der Leiter Berufliche Weiterbildung am Strickhof warnte aber auch davor, sich jetzt zurückzulehnen. Jetzt gelte es, Reserven zu bilden und allfällige Schulden abzubauen. Für den Fortbestand eines Betriebs sei das strategische Management in guten Zeiten entscheidend.

Und dass die Zeiten nicht immer gut sind, zeigte Roger Stöckli in seinem Referat auf. Die Kurven, die der zukünftige Agrotechniker HF in seinem Referat präsentierte, zeigten es eindeutig: Der sprichwörtliche Schweinezyklus hat noch nicht ausgedient. Ist die Fleischproduktion hoch, so fallen die Preise in den Keller. Und ist die Produktion tief, so erholen sich die Preise. Verstärkt werden die Ausschläge nach oben wie auch nach unten durch verschiedene Faktoren. Die Fruchtbarkeit der Muttersauen

Schweizer Agrarmedien GmbH
8408 Winterthur
052/ 222 77 27
www.bauernzeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 8'133
Erscheinungsweise: wöchentlich



Themen-Nr.: 540.3
Abo-Nr.: 1088177
Seite: 10
Fläche: 48'690 mm²

hat zugenommen, zugleich werden die Schlachtkörper schwerer. Bei einem rückläufigen Konsum pro Kopf kommt tendenziell mehr Schweinefleisch auf den Markt.

Durststrecken für Produzenten werden länger

Stöckli zeigte, dass die Ausschläge zwischen Höchst- und Tiefstpreisen grösser werden. Und das die Zeiträume zwischen Phasen mit Höchst- und solchen mit Tiefstpreisen länger geworden sind. Das heisst, die Durststrecken für die Produzenten werden länger. Und diese Folgeerung zog Stöckli aus dem umfangreichen Zahlenmaterial, das er präsentierte. In guten Zeiten soll das Geld nicht verpulvert werden. Neu- und Umbauten sowie grössere Investitionen sind in Phasen tiefer Preise an die Hand zu nehmen. Andernfalls besteht die Gefahr, dass die neuen Infrastrukturen bereit sind, wenn die Preise im Keller sind.

Dem Produzenten bleibt wenig von einem Kundenfranken

Adrian Schütz stellte in seinem Referat fest, dass im Herbst 2011 beim Schweinefleisch der Anteil des Bauern an einem Konsumentenfranken bei 37 Prozent lag. Aktuell liegt dieser bei 40 Prozent. Das sei noch immer ein sehr schwacher Wert, stellte der stellvertretende Geschäftsführer von Suisseporcs fest. Die nach langen und zähen Verhandlungen

per 31. März festgelegte Waagegebühr von einem Franken pro Schlachtschwein bezeichnete Schütz als vorteilhaft. Vor allem deshalb, weil keine weiteren Administrationskostenabzüge anfallen.

Die korrekte Deklaration von Lebensmitteln ist zentral

Mit anderen Augen als die Profis aus der Landwirtschaft blickt die Konsumentenschützerin Sara Stalder auf die Produktion von Schweinefleisch. Ihr ist vor allem die korrekte Deklaration nach Haltung und nach Herkunft der Tiere ein zentrales Anliegen. Schweinefleisch sei das meist gegessene Fleisch, stellte die Geschäftsleiterin der Stiftung für Konsumentenschutz fest. Schweinefleisch sei aber auch eine Massenware geworden, sagte sie weiter. In vielen Convenience-Produkten stecke Fleisch drin – oft Schweinefleisch. Eine Deklaration des Fleisches fehle aber, und das sei stossend.

Stalder kritisierte, die Werbung nutze das Nichtwissen breiter Bevölkerungskreise um die Produktionsbedingungen und zeichne ein falsches Bild der Realität. Etwa wenn sie Bilder von Ferkeln im Stroh zeige. Einstreu und Auslauf hätten Schweine nur in Labelprogrammen. Bei einer konventionellen Produktion sei dies aber nicht der Fall.

Konsumenten haben Vertrauen in Labels

Wie Sara Stalder weiter ausführte, werden Labels bei den Konsumenten sehr geschätzt und spielen beim Kaufentscheid eine wichtige Rolle. Die Konsumentenschützerin stellte aber auch fest, dass bei einem einzigen Einkauf die verschiedenartigsten Produkte den Weg in den Einkaufskorb finden: Vom Bio-Ei über die Billigst-Pizza bis zu einem teuren Stück Fleisch.

Als besonders stossend empfand die Konsumentenschützerin, dass die Nahrungsmitteldeklaration in der Gastronomie und bei der Verpflegung ausser Haus eine Blackbox ist. «Woher kommt der Schinken und die Gurke in meinem Sandwich?» Auf solche Fragen gebe es für Konsumenten keine Antworten.

Eiweisseinsatz in der Fütterung reduzieren

Die Stiftung für Konsumentenschutz fordert, dass bei Lebensmitteldeklarationen Fleisch ab einem Anteil von 5 Prozent am Produkt zwingend ausgewiesen werden muss. Die Stiftung befürwortet die Stossrichtung der neuen AP, unter anderem, weil sie die Ökologie fördert und Anreize zu einem reduzierten den Einsatz von Eiweiss-Futtermitteln setzt.

Christian Weber