



Marktchancen GVO-freier Lebens- und Futtermittel: Strategien und Ziele im Einzelhandel

Dr. Ludger Breloh

Stuttgart, 29. November 2014

Agenda

1 Nachhaltigkeit bei der REWE Group

2 Fakten zu tierischen Veredelungsprodukten

3 Perspektiven der GVO-freien Fütterung in Nutztiermärkten

3.1 Geflügelmarkt

3.2 Milchmarkt

3.3 Schweinemarkt

REWE Group

Gesamtumsatz 2013

50,6 Mrd. €



Anzahl der Beschäftigten

329.418



Anzahl der Märkte

14.888

Die vier Säulen der Nachhaltigkeit



Grüne Produkte – nachhaltige Sortimentsgestaltung und Förderung des Konsums nachhaltigerer Produkte



PRO PLANET-Prozess



- Äpfel
- **Milch**
- Schokoladen/Süßwaren
- **Hähnchen**
- ...

Leitlinie Nachhaltiges Wirtschaften



- Palmöl
- Kakao
- **Soja als Futtermittel**
- Fisch
- Pflanzenschutz
- Verpackungen
- ...

Begleitende Projekte

- Haselnuss Türkei
- Kakao Elfenbeinküste (LEH)
- Bananen Mittelamerika
- Statusbericht Chem. Pflanzenschutz
- ...

Sektorale Ansätze



BRÜSSELER SOJA-ERKLÄRUNG

Initiative zum Tierwohl



HALLO ERDE!

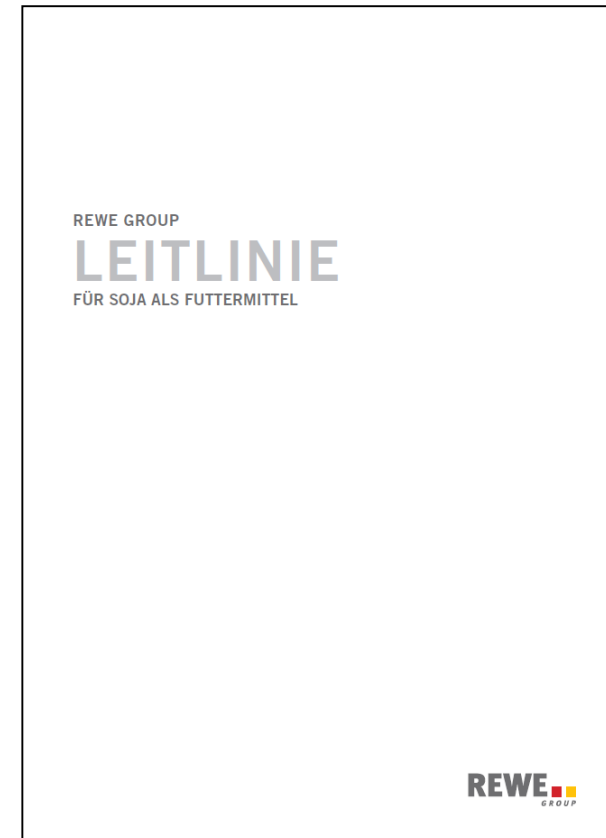


- NH-Aktionen in den Märkten
- Einbindung der Industriepartner
- Dialogforen – Raus aus der Nische

REWE Group Leitlinie für Soja als Futtermittel

Ziele:

- **Kurz- und mittelfristig:** Umstellung auf die GVO-freie Fütterung
- **Langfristig:** Substitution des Übersee-Sojas durch europäische und heimische Eiweißquellen (z. B. Leguminosen, Donau-Soja, Rapsschrot...)



Brüsseler Soja-Erklärung

Seit über einem Jahrzehnt erklären Europas Verbraucher mit grosser Mehrheit in Umfragen wiederholt, dass sie Lebensmittel bevorzugen, die ohne gentechnisch veränderte (GVO) Zutaten produziert werden (Eurobarometer 2010). Diese Aussage bezieht sich sowohl auf Lebensmittel tierischen Ursprungs wie auch auf solche aus rein pflanzlichen Inhaltsstoffen.

Aus diesem Grunde haben einige Mitgliedsstaaten der Europäischen Union nationale gesetzliche Regelungen geschaffen, die es Erzeugern und Lebensmittelherstellern wie auch Markeninhabern und dem Lebensmitteleinzelhandel ermöglichen, Lebensmittel in den jeweiligen Sprachen als GVO-frei zu kennzeichnen. Verbrauchern wird damit eine klare Wahlmöglichkeit eingeräumt, die sie in ihrem Supermarkt wahrnehmen können. Wo es derartige Vorschriften gibt, hat dies mitunter zu einem Umsatzwachstum bei entsprechend ausgezeichneten Produkten geführt. Die Nachfrage nach als GVO-frei zertifizierten Inhaltsstoffen steigt infolgedessen an.

Soja ist die grösste Einzelkomponente, die das Risiko der GVO-Kontamination in sich birgt. Über 70 Prozent aller Sojabohnen landen in der Tiernahrung, nachdem sie zu Sojaschrot verarbeitet wurden. Das weltweit bei weitem grösste Erzeugerland für gentechnisch NICHT veränderte Sojabohnen ist Brasilien. Der grösste Anteil an Sojaprodukten, die weltweit vermarktet und als GVO-frei gekennzeichnet werden, stammt aus Brasilien. Folglich hängt es fast ausschliesslich von den Entscheidungsträgern der brasilianischen Sojabranche ab, ob der Wunsch der europäischen Verbraucher erfüllt werden kann. Einen wesentlichen Einfluss üben jedoch auch die weiteren Teilnehmer von Liefer- und Produktionsketten aus, über welche die Sojazutaten bis zum Verbraucher gelangen.

Zu den Unterzeichnern dieser Erklärung gehören Vertreter der Branchen, die Soja bei ihrer Lebensmittel- und Tierproduktion einsetzen; darüber hinaus sind es Regierungen, politische Parteien sowie Organisationen der Zivilgesellschaft. Die Initiative zu dieser Erklärung geht von Unternehmen des europäischen Lebensmitteleinzelhandels aus, d.h. von denjenigen, die die Verbraucher täglich mit Lebensmitteln versorgen.

In Anbetracht der oben erwähnten Tatsachen und im Bewusstsein, dass:

- ❖ Brasilien zur Zeit der bei weitem wichtigste Erzeuger von GVO-freien Sojabohnen ist,
- ❖ Das brasilianische Recht im Jahre 2005 den Anbau von GVO-Soja legalisiert hat,
- ❖ Seit 2005 der Anteil an konventionellen, GVO-freien Sojabohnen innerhalb der brasilianischen Gesamt-Sojaernte Jahr für Jahr zurück geht,
- ❖ Diese Entwicklung eine Folge verstärkter Nachfrage nach GVO-Soja aus China ist, die zu einer Verlagerung der brasilianischen Warenströme von Europa nach Asien führt und die Bedeutung GVO-freien Sojas für die brasilianische Landwirtschaft relativiert,
- ❖ Die Verfügbarkeit von konventionellen, das heisst von GVO-freien, Sojabohnen mittlerweile ein relativ niedriges Produktionsniveau erreicht hat,
- ❖ Das Erfordernis getrennter Logistik und Lagerung immer wieder ein einengender Faktor bei einer getrennt geführten GVO-freien Lieferkette ist,
- ❖ Ausländische, insbesondere europäische Einkäufer für zertifizierte Non-GMO-Sojabohnen und -Schrotware einen nennenswerten Aufschlag auf den Marktpreis dieser Produkte zahlen,

erklären die Unterzeichner hiermit ihre volle Unterstützung für die Weiterführung und sogar die Erweiterung der Produktion von GVO-freiem Soja in Brasilien mit dem Ziel, Verbraucher in Europa mit GVO-freien Produkten zu versorgen und ihnen damit die Option einzuräumen, ihr Recht auf individuelle Selbstbestimmung hinsichtlich ihrer Ernährung auszuüben.

We jointly endorse and support

1. **Ensuring** the expanded soybean seed for farmers
2. **Developing** a legal and GMO-free, soy products
3. **Ensuring** fair distribution all participants in the sector
4. **Enabling** the continued systems necessary for distribution
5. **Expanding** segregated facilities in seaports,
6. **Providing** continued access in order to be able to handle

These measures are in the end flows in the short and long term

The Brussels Soy Declaration



As a member of the Schwarz Group of Companies with headquarters in Neckarsulm, Lidl is among the leading companies in the retail food sector in Germany. The company is also active throughout Europe. In Germany over 30 legally independent regional companies with some 3,300 branches and 65,000 employees work to ensure customer satisfaction.

Netto Marken-Discount, a subsidiary of the EDEKA association, offers the best quality at very reasonable prices, and convinces its 19 million customers each week with an attractive choice of over 3,500 items in more than 4,000 Netto outlets. We specialize in fresh regional foods, and our product range is rounded out by a broad Organics selection and environmentally friendly reusable products.

The cooperative REWE Group is one of the leading trade and tourism groups in Germany and Europe. In 2012, the company generated a total external turnover exceeding EUR 50 billion. REWE Group operates 15,500 stores with 327,000 employees in 13 European countries.

nachhaltigkeit@rewe-group.com

The 14 members of the Swiss soy network represent purchasers, producer associations, labeling and environmental organizations, manufacturers and retailers (Coop, Migros) in the soy sector. Their goal is to convert at least 90 % of soy imports to responsible and certified production by 2014.

info@sojanetz.ch

Sonae is the largest Portuguese retail company, with two major partnerships in the shopping centres (Sonae Sierra) and in the telecom, SSI&media sectors (Sonaecom). Sonae is the largest non-financial group, with a consolidated turnover of EUR 5.74 billion in 2011.

ptsa@sonae.pt

The SPAR Austria Group is a Central European retail group with outlets in Austria, Italy, Hungary, Slovenia, the Czech Republic and Croatia. In 2012, the SPAR Austria Group achieved an overall turnover of EUR 12.58 billion.

www.spar.at/nachhaltigkeit

tegut... is a mid-sized food dealer that for years has stood for conscientious management of food and nutrition issues and their consequences for humans and for nature. This was the basis for our early criticism of Green Gene Technology and our engagement with VLOG (Verband Lebensmittel ohne Gentechnik), the association for food without gene technology.

Please direct inquiries to: info@brussels-soy-declaration.com
Brussels, May 2013

Agenda

1 Nachhaltigkeit bei der REWE Group

2 Fakten zu tierischen Veredelungsprodukten

3 Perspektiven der GVO-freien Fütterung in Nutztiermärkten

3.1 Geflügelmarkt

3.2 Milchmarkt

3.3 Schweinemarkt

Fakten zu tierischen Veredelungsprodukten

Anteil von Eigenmarken an tierischen Veredelungsprodukten

- Der Anteil der Eigenmarken deutscher Einzelhandelsunternehmen an tierischen Veredelungsprodukten beträgt > 70 %
- In einigen Warengruppen ist der Anteil der Eigenmarken noch höher, z. B. bei Hähnchen

Menge von Sojaschrot an tierischen Veredelungsprodukten

- Alleine die deutsche Industrie tierischer Veredelungsprodukte benötigt 4,5 Mio. t Sojaschrot
- Von dieser Menge an Sojaschrot gehen...
 - 1,2 Mio. t in die Geflügelmast
 - 0,8 Mio. t in die Milchproduktion & Rindfleischerzeugung
 - 2,5 Mio. t in die Schweinemast

Agenda

1 Nachhaltigkeit bei der REWE Group

2 Fakten zu tierischen Veredelungsprodukten

3 Perspektiven der GVO-freien Fütterung in Nutztiermärkten

3.1 Geflügelmarkt

3.2 Milchmarkt

3.3 Schweinemarkt

Warum fokussiert sich die REWE Group prioritär auf die GVO-Freiheit?





Geflügelmarkt

- Nachdem die deutschen Geflügelvermarkter sich im Februar 2014 dazu entschlossen haben von der GVO-freien Fütterung Abstand zu nehmen, haben sich die deutschen Einzelhändler zusammengeschlossen und forderten stärker als vorher, dass...

... alle Tiere in der Geflügelmast und Legehennenhaltung ab Januar 2015 GVO-frei gefüttert werden sollen.

- Die deutschen Einzelhändler sind sich bewusst, dass die GVO-freie Fütterung zusätzliche Kosten bedeutet und dass die Fütterung den größten Kostenfaktor bei tierischen Veredelungsprodukten darstellt

→ Die deutschen Einzelhändler verursachen eine gesteigerte Nachfrage an GVO-freiem Soja

Aber: es wurde kein sektorales Commitment abgegeben im Geflügelmarkt ein GVO-freies Fütterungssystem einzuführen, da starke Fraktionen immer noch Angst vor einer Kreuz-Kontamination mit GVOs haben

Geflügelmarkt

Konsequenz:

Die deutschen Einzelhändler werden die GVO-freie Fütterung bald in den Spezifikationen für Geflügelprodukte ihrer Eigenmarken festhalten

- Die Kommunikation erfolgt durch...



- Die anerkannten Soja-Standards werden sein...



Non GMO



REWE
Besser leben.

**Wichtige Frage von Greenpeace,
gute Antwort von uns:***



Eier



Geflügel
(aus der Frischetheke)

Bei Hähnchen und
Eiern unserer
Eigenmarken
verzichten wir
weiterhin auf
Gen-Pflanzen
im Futter.

* Befragung von 12 Lebensmittelhändlern in Deutschland. Stand: März 2014

Milchmarkt

- Ungefähr 20 % der deutschen Milchproduktion sind GVO-frei; in einigen Regionen, wie z. B. in Bayern ist der Anteil sogar höher
- Der Veränderungsprozess wird immer stärker, jedoch wird der Anteil an Soja in der Milchproduktion zum größten Teil durch europäischen Raps ersetzt
- Immer mehr Milchprodukte im Eigenmarkensortiment werden regional beschafft
 - Immer mehr lokale und kleine Molkereien werden zu Lieferanten für das Eigenmarkensortiment
 - Diesen Molkereien fällt es leichter auf eine GVO-freie Produktion umzustellen
 - Die Anzahl GVO-frei gelabelter Milchprodukte wird in einer kurzen Zeitspanne stark ansteigen

- **Anmerkung:** Eine GVO-freie Milchproduktion unterstützt dabei die Exportkonditionen für Milchpulver zu stabilisieren (Alleinstellungsmerkmal für Exportmärkte)



Schweinemarkt

- Problematischer Nutztiersektor, da...
 - ... das Volumen an benötigten Proteinen sehr groß ist (2,5 Mio. t Sojaschrot).
 - ... mehrheitlich keine vertikal integrierten Lieferketten existieren.
 - ... die zusätzlichen Kosten +/- 5 EUR pro Tier betragen.
- Immer mehr GVO-frei gelabelte Geflügel- und Milchprodukte werden den Druck auf den Schweinesektor erhöhen auf ein GVO-freies Fütterungssystem umzustellen
- Die wichtigsten Akteure im Sektor (Lieferkette) entwickeln eine Strategie

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Ludger Breloh