

GVO-freie Fütterung von Legehennen und regionale Eiervermarktung

Die Möglichkeiten von GVO-freier Fütterung unter besonderer Berücksichtigung von Erbsen und Ackerbohnen und die Bedeutung in der regionalen Eiervermarktung



Vorstellung Hof Mues



- Der Hof Mues beschäftigt sich mit der Produktion und Vermarktung von Weihnachtsbäumen, Getreide und Eiern
- 75 ha Weihnachtsbäume, 130 ha Ackerbau, 30.000 Küken zur Junghennenaufzucht, 90.000 Legehennen
- Vermarktung
 - Eier an den Lebensmittelhandel
 - Weihnachtsbäume auf eigenen Verkaufsständen
 - alle ackerbaulichen Erzeugnisse über einen Schweinemastbetrieb, eine Biogasanlage und den Landhandel
- Das Futter für die Legehennen wird komplett zugekauft
- Die Eier werden mit dem Zusatz „aus Nordrhein-Westfalen“ auf der regionalen Schiene hauptsächlich über den LEH im Umkreis von 90 Kilometern vermarktet



Das Ei, vom Nest über den Handel auf den Tisch



Das Huhn

- Die Legehennen möchten, wie alle Lebewesen, ihrer Natur entsprechend leben können
- Dabei ist es dem Huhn egal woher das Futter kommt. Hauptsache lecker und gesund!!
- In der Natur sucht sich das Huhn das Futter nach seinen Bedürfnissen und Verfügbarkeit aus
- Und legt das Ei – soweit, so gut!



Das Ei, vom Nest über den Handel auf den Tisch



Der Tierhalter/Futtermittelhersteller

- Wir Menschen haben das Huhn zum Nutztier gemacht. Das heißt, wir als Tierhalter sind dafür verantwortlich, dass es den uns anvertrauten Tieren an nichts fehlt
- Bis hierher spielen die Herkunft und Zusammensetzung des Futters noch keine entscheidende Rolle
- Beim Verkauf muss den Anforderungen meiner Kunden Rechnung getragen werden. Hier kommen GVO-frei und Regionalität ins Spiel



Das Ei, vom Nest über den Handel auf den Tisch



Der Handel

- Preiswürdigkeit des Produktes (möglichst günstig)
- Qualität des Produktes (Fütterung GVO-frei, tiergerechte Haltungsbedingungen etc. unterschiedliche Label)
- Unbedenklichkeitsbescheinigung vom Lieferanten
- Im Kampf um den Konsumenten muss dem Zeitgeist und den Ansprüchen der Gesellschaft an die Tierhaltung entsprochen werden
- Möchte besser sein als der Wettbewerb



Das Ei, vom Nest über den Handel auf den Tisch



Die Konsumenten

- Preiswürdigkeit des Produktes
- Qualität des Produktes (Geschmack, Geruch, Festigkeit der Schale, Frische)
- Qualität der Tierhaltung (Haltungsform – Bio, Freiland-oder Bodenhaltung, Auslobung von Labeln)
- Gutes Gefühl – Unbedenklichkeit beim Verzehr



Fütterung auf Hof Mues



Konventionelle Fütterung

- GVO frei
- In 3 Phasen
- 1. Phase mit Soja
- 2 und 3. Phase ohne Soja, dafür mit Erbsen

EU – Bio Fütterung

Komponenten aus biologischem Anbau, ansonsten weitestgehend analog der konventionellen Fütterung



Einsatz von Erbsen und Ackerbohnen in der Praxis



- Bei den Eiweißträgern kommt es auf die Verdaulichkeit der Aminosäuren an
- Hier ist die Sojabohne für das Huhn optimal
- In der 2. und 3. Fütterungsphase kann Soja durch heimische Eiweißträger ersetzt werden, hier eignet sich besonders die gelbe Erbse, wegen der guten Struktur für das Futter
- Wird das Huhn nicht optimal ernährt und gehalten sind u.a. Federpicken, Kannibalismus und eine erhöhte Anfälligkeit gegenüber Krankheiten die Folge
- Der Befiederungsgrad nach 80-90 Lebenswochen sollte 90 % betragen



Einsatz von Erbsen und Ackerbohnen in der Praxis



- Unterscheidung zwischen Selbstmischer mit eigenem Ackerbau und dem reinen Legehennenhalter
- Grundsätzlich besteht ein Verfügbarkeitsproblem, sowohl bei Erbsen und Ackerbohnen als auch bei Soja aus europäischer Produktion
- Ackerbohnen enthalten den Wirkstoff Phasin, der bei weißen Tieren zur Verfärbung des Schlachtkörpers führt. Alternative ist die rheinische Ackerbohne
- Ackerbohnen führen zu geringeren Eigewichten, was im Bio-Bereich genutzt wird



Vermarktung von Regionalität



- Die Produktion muss zum Abnehmer passen, auf dem Wochenmarkt wird eine andere Geschichte erzählt als beim Discounter
- Ich muss eine gute Geschichte zu erzählen haben und Sie auch erzählen (Homepage, Facebook, Instagram)
- Der Weg zum Erfolg führt nur über den Konsumenten. Am POS muss der Kunde überzeugt sein oder werden
- Transparenz, Offenheit und Authentizität schaffen Vertrauen
- Der überzeugte Kunde ist treu und bereit einen angemessenen Preis zu zahlen
- Der Handel ist an Marge interessiert



Vermarktung von Regionalität



- Gemeinsam mit dem Handel kann man über Verkaufsförderungen die Verkaufszahlen zu steigern
- Bei regionaler Ware wird im LEH GVO-freie Fütterung vorausgesetzt
- Die Mehrkosten für GVO-frei liegen bei 0,3 Cent/Ei
- Die Kosten für Regionalität, Vermarktung und Logistik sind weitaus höher
- Es ist schwierig diese Mehrkosten beim Neukunden einzupreisen
- Über gute Verkaufszahlen und einer entsprechende Marge kann auch der Handel überzeugt werden mittelfristig einen angemessenen Preis zu zahlen.



Zusammenfassung



- Die Tiergesundheit und das Tierwohl sollten Ausgangspunkt bei den Überlegungen zur Fütterung sein
- Der Einsatz von Erbsen und der rheinischen Ackerbohne sind in der Legehennenhaltung möglich und als GVO-freie, regionale Eiweißkomponente gewünscht
- Es fehlt an verfügbaren Mengen von regionalen und GVO-freien Futterkomponenten, so dass sich hier Chancen im Ackerbau ergeben
- In der Vermarktung überzeugt das Gesamtpaket aus Regionalität, Transparenz, GVO-freier Fütterung, Preis usw.
- Der Weg führt über den Konsumenten.
- Über gute Verkaufszahlen lässt sich mittelfristig ein guter, angemessener Preis durchsetzen



Vielen Dank für ihre
Aufmerksamkeit

