

Ja! Natürlich-Gockelvermarktung

(Andreas Steidl, Wintertagung des ökosozialen Forums, Geflügeltag 1.2.2017, Hatzendorf)

Der Impuls (Historie): In den Nachkriegszeiten fand die Eierversorgung der Bevölkerung vielfach über die bäuerliche Direktvermarktung statt. Oft war das Halten einer Schar von Hühnern den Altbäuerinnen übertragen, die nicht nur die Tiere versorgten, sondern so auch ein zusätzliches Einkommen hatten und den Kontakt zur Nachbarschaft und sonstigen Stammkunden pflegten. Dazu kam auch noch, dass die männlichen Küken aufgezogen und als Hühnerfleisch vermarktet wurden. Parallel hatte sich in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts die spezialisierte Legehennenhaltung entwickelt, mit den bekannten und mittlerweile verpönten Käfighaltungssystemen, aber auch mit neuen genetischen Linien. Vom Doppelnutzungshuhn wurde der Weg in Richtung spezialisierte Legehenne – einer Hybridhenne – vollzogen. Selbst vielen Bauern war nicht bewusst, dass dadurch die männlichen Küken gleich nach dem Schlupf aussortiert und getötet wurden. Die auf Legeleistung fokussierte Züchtung zog es nach sich, dass sich die Anzahl der Eier je Jahr nahezu verdoppelte, der Fleischzuwachs aber massiv reduzierte. Parallel dazu entwickelten sich eigene Masthybridlinien, wo männliche wie auch weibliche Tiere in ihrer Fleischleistung wahre Zuwachswunder vollbrachten. Dadurch wurde die Diskrepanz zu den männlichen Tieren der Legelinien noch viel erheblicher.

Diese Entwicklung in der Hühnerzucht und in der Produktion wurde lange von Konsumenten ferngehalten. Für Ja! Natürlich war vor mehr als 10 Jahren erkennbar, dass sich daraus für eine Pionier-Marke und den dahinterstehenden sensiblen Verbrauchergruppen ein Handlungsfeld ergibt.

Lösungsansätze: 2005 führte ein erster Versuch mit der Aufzucht männlicher Küken uns vor Augen, wie groß die Diskrepanz geworden ist und wie groß die Barrieren (inkl. der wirtschaftlichen) zur Lösung des Problems bei den Betrieben sind. Ab 2010 griffen wir dieses Thema erneut auf und starteten eine systematische Herangehensweise, um verschiedene Lösungsansätze über diverse Versuchs- und Praxisstudien zu prüfen. Dazu zählten die genauen organisatorischen, produktionstechnischen, ökologischen und wirtschaftlichen Evaluierungen der Varianten „Aufzucht der männlichen Legehybridküken“, „Aufzucht und Vermarktung der „Zweinnutzungslinien“ (Lohmann bzw. Hözl Dual) und „die Optionen der Geschlechter-Früherkennung“.

Seit ca. 5 Jahren wird eine „fast-schon“ Praxisreife bei der Früherkennung in Aussicht gestellt. Bei genauerer Betrachtung der Forschungs- und Entwicklungsansätze zeigte sich für uns, dass neben ethischen Bedenken die angekündigten 2 Jahre bis zur Praxisreife bei weitem nicht reichen werden. Deshalb konzentrierten wir uns auf die zahlreichen Testanordnungen in den Versuchsstallungen und in Praxisbetrieben und brachten auch eigene Produkte unter dem Titel „Eier mit Liebe gemacht“ und „Moosdorfer Gockelhahn“ auf den Markt. Die Resonanz bei den Kunden aber auch bei Gourmets war extrem positiv und motivierend, weiterer Schritte zu setzen. Deshalb freuten wir uns, dass der Vorschlag einer gesamthaften Lösung für die Bio-Branche geäußert wurde. Selbstverständlich waren wir hier von Anfang an dabei.

Die Branchenlösung und das Umsetzungskonzept von Ja! Natürlich (inkl. Kontrolloption): Seit Ende 2015 wird auf reine Bio-Elterntierherden bei der Auswahl der Zuchtküken zugegriffen. Gleichzeitig werden die männlichen Küken auf Biobetrieben zu den Bedingungen der Bio-Junghennenaufzucht zumindest 9 Wochen großgezogen. Für die Eier werden die Mehrkosten zu 50 % bereits seit Beginn 2016 den Vermarktern abgegolten, der zweite Teil erfolgt mit 2017. Zu Ostern ist bei Legehennen die Umstellung der Herden (Bio-Elterntierherden und Branchenlösung) abgeschlossen. Das Fleisch der männlichen Küken wird bei Ja! Natürlich über zwei Schienen vermarktet: Einmal je Woche erfolgt die

Schlachtung zumindest einer Herde, wo ca 2.000 der größeren Tiere einer Vermarktung als „Mini-Gockel“ zugeführt werden. Erhältlich sind diese zum Wochenende bei allen MERKUR Märkten und in ausgewählten BILLA Filialen. Zusätzlich gibt es bei MERKUR auch noch Würstel vom Minigockel, um so auch das Fleisch der kleineren Tiere einer nutzvollen Vermarktung zuzuführen. Die Überprüfung, ob die entsprechende Zahl an Küken aufgezogen wurde, ist dabei sehr simpel: Da eine Legehennen etwa 250 verkaufbare Eier legt, ergibt die Anzahl der vermarkteten Bio-Eier/250 verkaufbare Eier die Anzahl an erforderlichen Legehennen und somit auch der Anzahl an männlichen Küken. Diesen sind die vermarkteten Minigockel plus die Anzahl der Würstelpackungen dividiert durch 1,5 (das Fleisch von einem Gockel reicht für 2 bis 3 Paar Würstel, was maximal 1,5 Packungen entspricht) gegenüberzustellen. Unterstützt durch zahlreiche Kommunikationsaktivitäten wie Anzeigen, Hörfunkspots, Directmailings und dgl. erzielen wir eine überaus hohe Kundenakzeptanz. Dadurch verkaufen wir trotz Preisveränderungen mehr Bioeier als im Vergleichszeitraum des Vorjahres und die gute Nachfrage nach den Gockelprodukten übersteigt deutlich den Anteil an männlichen Tieren, der uns aufgrund der Anzahl an Legehennen zuzurechnen ist. Das ist eine eindeutige Bestätigung dieses Weges durch die Bio-Kunden; sie erwarten dies von uns!

Ja! Natürlich ist sich des Vertrauensvorschlusses der Kunden bewusst. Deshalb beschränkt sich das Engagement um Tierwohl nicht nur auf Geflügel, sondern inkludiert z.B. auch all jene Tierkategorien bei der Milchproduktion, wo die Spezialisierung in der Zucht und in der Produktion vergleichbare Konsequenzen wie in der Eierzeugung auslösen.