



Gen-ethischer Informationsdienst

## Lidl Soja-Initiative

### Supermarktketten bringen gentechnikfreie Fu?terung voran

AutorIn  
Christof Pottthof



Mit dem „Ohne Gentechnik“-Siegel gekennzeichnete Milchprodukte der Eigenmarke von Lidl. *Foto: TheS*

Der Markt gekennzeichneteter gentechnikfreier Lebensmittel wa?chst und wa?chst. Das liegt nicht zuletzt am Einstieg gro?er Supermarktketten in die Kennzeichnung der Produkte ihrer Eigenmarken.

Im Januar dieses Jahres vermeldete Lidl Deutschland, dass das Unternehmen sich zum Ziel gesetzt habe, „bei seinen Lieferanten langfristig nur noch zertifiziert nachhaltigeres und gentechnikfreies Soja als Futtermittel fu?r die Erzeugung von Schweine- und Rindfleischerzeugnissen einsetzen zu lassen“. Die Unternehmensteile

des Handelskonzerns in Österreich und der Schweiz sind ebenfalls mit im Boot der „Lidl Soja-Initiative“. Für die Eigenmarken sollen „heimische Eiweißfutteralternativen vor Soja oder zumindest Soja aus der EU“ eingesetzt werden, so Christof Mross, Geschäftsführer Einkauf bei Lidl Deutschland. Ankündigungen dieser Art haben in der Vergangenheit auch andere Handelskonzerne veröffentlicht - zum Beispiel EDEKA.

Im Rahmen der neuen Lidl-Initiative sollen nun auch 147.000 Tonnen Sojabohnen produziert und von der als gentechnikfrei zertifiziert werden.<sup>1</sup> Das wären mehr als zehn Prozent der gentechnikfreien Soja, die derzeit für die tierischen Lebensmittel mit „Ohne GenTechnik“- Kennzeichnung verbraucht wird. Da der bisherige Anteil an nicht gentechnisch veränderten Sojaschrot unter einem Prozent liegt, kann die Initiative von Lidl hier tatsächlich einen Unterschied machen. Außerdem will Lidl FarmerInnen in Brasilien bei der Umstellung auf eine Produktion ohne gentechnisch veränderte Pflanzen bis zum Jahr 2020 auch finanziell unterstützen. Import von Soja aus Südamerika sei notwendig, heißt es bei Lidl, da die benötigte Menge mit der europäischen Produktion nicht abgedeckt werden könne.

Die neue Initiative führt jedoch - mindestens vorerst - zu keinem größeren Angebot an als gentechnikfrei gekennzeichneten Produkten in den Lidl-Filialen in den drei beteiligten Ländern. Der nachweisliche Einsatz von gentechnikfreiem Futter in der Herstellung einzelner Produkte bleibt zunächst beschränkt auf solche, die schon in der Vergangenheit als gentechnikfrei beworben wurden. Mit der neuen Initiative will der Lidl-Konzern vielmehr die Lieferkette sichern, das heißt, für seine Lieferanten die Versorgung mit gentechnikfreier Soja aufbauen und absichern.

### **Rindfleisch „Ohne GenTechnik“**

Der Discounter hatte Anfang 2017 begonnen, erste Rindfleisch-Produkte seiner Eigenmarke anzubieten, die mit dem „Ohne GenTechnik“-Label des VLOG (Verband Lebensmittel ohne Gentechnik) (siehe dazu den Kasten auf Seite 17) gekennzeichnet sind. Lidl war damit deutschlandweit der erste Einzelhändler, der „Rindfleisch einer Eigenmarke mit dem ‚Ohne GenTechnik‘-Siegel bewirbt“. Genau genommen waren in den Filialen des Konzerns bis zu besagtem Zeitpunkt nur Frischgeflügel, Eier und Milchprodukte mit dem Label gekennzeichnet.<sup>2</sup>

### **Schweinefleisch „Ohne GenTechnik“**

Auch erste Produkte aus Schweinefleisch „Ohne Gentechnik“ haben bereits im Verlauf des vergangenen Jahres den Weg in die Filialen von Lidl gefunden, Anfang 2017 in Dänemark<sup>3</sup>, im Verlauf des Jahres dann auch in Deutschland.<sup>2</sup> Jan Bock, der seinerzeit verantwortliche Geschäftsführer Einkauf von Lidl Deutschland, erklärte: „Es war ein logischer nächster Schritt für uns, das gentechnikfreie Angebot auf Schweinefleisch auszuweiten, nachdem wir bereits bundesweit Eier, große Teile unseres Molkereisortiments unter unserer Eigenmarke ‚Milbona‘, das komplette Frischgeflügel und ausgewählte Rindfleischprodukte auf ‚Ohne Gentechnik‘ umgestellt haben.“<sup>5</sup>

Alexander Histing, Geschäftsführer des VLOG, kommentierte, der Discounter habe bereits 2016 durch die bundesweite Einführung gentechnikfreier Frischmilch eine „Sogwirkung“ erzeugt. Der VLOG hoffe, „dass auch diesmal weitere Händler dem Beispiel von Lidl folgen werden“.<sup>6</sup> Wie schnell sich diese Hoffnung des VLOG-Geschäftsführers Alexander Histing erfüllen sollte, zeigte sich bereits gut einen Monat später im August des gleichen Jahres, als Netto bekannt gab, auch in den Markt mit „Ohne GenTechnik“-zertifizierten Produkten aus Schweinefleisch einsteigen zu wollen.<sup>7</sup> In diesem Zusammenhang betonte Netto-Sprecherin Stefanie Adler, dass die Umstellung der Netto-Eigenmarkenprodukte auf Produkte frei von Gentechnik fest in den Unternehmenszielen verankert sei. Der „Sortimentsanteil an Tierprodukten, bei deren Erzeugung ausschließlich gentechnikfreie Futtermittel zum Einsatz kommen“, soll „fortwährend ausgebaut“ werden.<sup>8</sup>

### **EDEKA mit WWF**

EDEKA, nach Umsatz in Deutschland Branchenprimus, setzt sich „bei Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflügelernährung für eine Umstellung auf heimische bzw. europäische Futtermittel oder auf zertifiziert verantwortungsvolleres, gentechnikfreies Soja ein. EDEKA strebt eine entsprechende Umstellung auch bei der Erzeugung von EDEKA Eigenmarkenprodukten an.“<sup>9</sup> Der Konzern hat sich die Umweltorganisation WWF mit ins Boot geholt. Gemeinsam arbeiten beide an einer kontinuierlichen Weiterentwicklung des Konzeptes. Dabei spielen auch regelmäßige Überprüfungen der formulierten Ziele eine wichtige Rolle.<sup>10</sup>

## Die Basis für den „Ohne Gentechnik“-Trend legten andere

Bei all den positiven Nachrichten über die Nutzung gentechnikfreier Futtermittel und der Kennzeichnung von Lebensmitteln mit dem „Ohne Gentechnik“-Label durch große Supermarkt- und Discounter-Ketten sollte nicht vergessen werden, dass es andere waren, die die Basis für diesen Wandel gelegt haben: Zu allererst sind da sicher die Akteure in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft zu nennen. Für sie ist der Einsatz gentechnikfreier Futtermittel schon immer selbstverständlich - in der Regel ohne Nutzung der Kennzeichnung. Gleiches gilt für die Bäuerinnen und Bauern im Neuland-Programm, auch bei ihnen ist Gentechnikfreiheit Pflicht. Bei den Handelsunternehmen hat Tegut - mit seinen etwa 290 Supermärkten unter anderem in Hessen, Niedersachsen und Thüringen - am Aufbau des VLOG und der Kennzeichnung mitgewirkt.

- <sup>1</sup>Lidl-PM, 18.01.18. [www.presseportal.de/pm/58227/3843667](http://www.presseportal.de/pm/58227/3843667). Zum Standard der ProTerra Foundation siehe Seite 18 in diesem Heft.
- <sup>2</sup>VLOG, 13.01.17. [www.ohnegentechnik.org](http://www.ohnegentechnik.org) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_z](http://www.kurzlink.de/gid245_z)
- <sup>2</sup>Lidl-PM, 10.02.17. [www.ohnegentechnik.org](http://www.ohnegentechnik.org) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_x](http://www.kurzlink.de/gid245_x).
- <sup>3</sup>Hier kommt nicht das VLOG-System der Kennzeichnung zum Einsatz. Die LandwirtInnen richten sich nach dem System von ‚Wiking Meat‘ ([www.wikingmeat.dk](http://www.wikingmeat.dk)) aus der dänischen Region Jütland, bei dem eine mindestens 90-prozentige Nutzung von gentechnikfreiem Futter gefordert wird. Weitere Auflagen ergännen das Kriterium der Gentechnikfreiheit, zum Beispiel der Verzicht auf Antibiotika.
- <sup>5</sup>Lidl-PM, 10.02.17. [www.ohnegentechnik.org](http://www.ohnegentechnik.org) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_x](http://www.kurzlink.de/gid245_x).
- <sup>6</sup>Lidl-PM, 06.07.17. [www.ohnegentechnik.org](http://www.ohnegentechnik.org) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_w](http://www.kurzlink.de/gid245_w).
- <sup>7</sup>VLOG, 11.08.17. [www.ohnegentechnik.org](http://www.ohnegentechnik.org) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_v](http://www.kurzlink.de/gid245_v).
- <sup>8</sup>Netto, 08.08.17. [www.presseportal.de/pm/72216/3703848](http://www.presseportal.de/pm/72216/3703848).
- <sup>9</sup>[www.edeka.de](http://www.edeka.de) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_u](http://www.kurzlink.de/gid245_u).
- <sup>10</sup>Siehe zum Beispiel in dem Fortschrittsbericht 2017, im Netz unter [www.wwf.de](http://www.wwf.de) oder [www.kurzlink.de/gid245\\_t](http://www.kurzlink.de/gid245_t).

## Informationen zur Veröffentlichung

Erschienen in:

GID Ausgabe 245 vom Mai 2018

Seite 8 - 9