https://www.gen-ethisches-netzwerk.de/node/3772

Gen-ethischer Informationsdienst

Lidl Soja-Initiative

Supermarktketten bringen gentechnikfreie Fu?tterung voran

AutorIn
Christof Potthof



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

Der Markt gekennzeichneter gentechnikfreier Lebensmittel wa?chst und wa?chst. Das liegt nicht zuletzt am Einstieg großer 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 O?sterreich und der Schweiz sind ebenfalls mit im Boot der „Lidl Soja-Initiative“. Fu?r die Eigenmarken sollen „heimische Eiweißfutteralternativen vor Soja oder zumindest Soja aus der EU“ eingesetzt werden, so Christof Mross, Gescha?ftsfu?hrer Einkauf bei Lidl Deutschland. Anku?ndigungen dieser Art haben in der Vergangenheit auch andere Handelskonzerne vero?ffentlicht - zum Beispiel EDEKA.

Im Rahmen der neuen Lidl-Initiative sollen nun auch 147.000 Tonnen Sojabohnen produziert und von der als gentechnikfrei zertifiziert werden.1 Das wa?ren mehr als zehn Prozent der gentechnikfreien Soja, die derzeit fu?r die tierischen Lebensmittel mit „Ohne GenTechnik“- Kennzeichnung verbraucht wird. Da der bisherige Anteil an nicht gentechnisch vera?ndertem Sojaschrot unter einem Prozent liegt, kann die Initiative von Lidl hier tatsa?chlich einen Unterschied machen. Außerdem will Lidl FarmerInnen in Brasilien bei der Umstellung auf eine Produktion ohne gentechnisch vera?nderte Pflanzen bis zum Jahr 2020 auch finanziell unterstu?tzen. Import von Soja aus Su?damerika sei notwendig, heißt es bei Lidl, da die beno?tigte Menge mit der europa?ischen Produktion nicht abgedeckt werden ko?nne.

Die neue Initiative fu?hrt jedoch - mindestens vorerst - zu keinem gro?ßeren Angebot an als gentechnikfrei gekennzeichneten Produkten in den Lidl-Filialen in den drei beteiligten La?ndern. Der nachweisliche Einsatz von gentechnikfreiem Futter in der Herstellung einzelner Produkte bleibt zuna?chst beschra?nkt 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, fu?r 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 Einzelha?ndler, der „Rindfleisch einer Eigenmarke mit dem ‚Ohne GenTechnik‘-Siegel bewirbt“. Genau genommen waren in den Filialen des Konzerns bis zu besagtem Zeitpunkt nur Frischgeflu?gel, Eier und Milch- produkte mit dem Label gekennzeichnet.2

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 Da?nemark3, im Verlauf des Jahres dann auch in Deutschland.2 Jan Bock, der seinerzeit verantwortliche Gescha?ftsleiter Einkauf von Lidl Deutschland, erkla?rte: „Es war ein logischer na?chster Schritt fu?r uns, das gentechnikfreie Angebot auf Schweinefleisch auszuweiten, nachdem wir bereits bundesweit Eier, große Teile unseres Molkereisortiments unter unserer Eigenmarke ‚Milbona‘, das komplette Frischgeflu?gel und ausgewa?hlte Rindfleischprodukte auf ‚Ohne Gentechnik‘ umgestellt haben.“5

Alexander Hissting, Gescha?ftsfu?hrer des VLOG, kommentierte, der Discounter habe bereits 2016 durch die bundesweite Einfu?hrung gentechnikfreier Frischmilch eine „Sogwirkung“ erzeugt. Der VLOG hoffe, „dass auch diesmal weitere Ha?ndler dem Beispiel von Lidl folgen werden“.6 Wie schnell sich diese Hoffnung des VLOG-Gescha?ftsfu?hrers Alexander Hissting erfu?llen sollte, zeigte sich bereits gut einen Monat spa?ter im August des gleichen Jahres, als Netto bekannt gab, auch in den Markt mit „Ohne GenTechnik“-zertifizierten Produkten aus Schweinefleisch einsteigen zu wollen.7 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 „fortwa?hrend ausgebaut“ werden.8

EDEKA mit WWF

EDEKA, nach Umsatz in Deutschland Branchenprimus, setzt sich „bei Futtermitteln in der Schweine-, Rinder- und Geflu?gelerna?hrung fu?r eine Umstellung auf heimische bzw. europa?ische Futtermittel oder auf zertifiziert verantwortungsvolleres, gentechnikfreies Soja ein. EDEKA strebt eine entsprechende Umstellung auch bei der Erzeugung von EDEKA Eigenmarkenprodukten an.“9 Der Konzern hat sich die Umweltorganisation WWF mit ins Boot geholt. Gemeinsam arbeiten beide an einer kontinuierlichen Weiterentwicklung des Konzeptes. Dabei spielen auch regelma?ßige U?berpru?fungen der formulierten Ziele eine wichtige Rolle.10

Die Basis fu?r den „Ohne GenTechnik“-Trend legten andere

Bei all den positiven Nachrichten u?ber 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 fu?r diesen Wandel gelegt haben: Zu allererst sind da sicher die Akteure in der o?kologischen Lebensmittelwirtschaft zu nennen. Fu?r sie ist der Einsatz gentechnikfreier Futtermittel schon immer selbstversta?ndlich - in der Regel ohne Nutzung der Kennzeichnung. Gleiches gilt fu?r die Ba?uerinnen und Bauern im Neuland-Programm, auch bei ihnen ist Gentechnikfreiheit Pflicht. Bei den Handelsunternehmen hat Tegut - mit seinen etwa 290 Superma?rkten unter anderem in Hessen, Niedersachsen und Thu?ringen - am Aufbau des VLOG und der Kennzeichnung mitgewirkt.

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

Informationen zur Veröffentlichung

Erschienen in:
GID Ausgabe 245 vom Mai 2018
Seite 8 - 9