

watson
8005 Zürich
044 508 39 39
www.watson.ch/

Medienart: Internet
Medientyp: Infoseiten
UUpM: 792'000
Page Visits: 8'372'718

Online lesen

Themen-Nr.: 581.005
Abo-Nr.: 1050089



Möglichst schnell und einfach muss es heute gehen. Bild: KEYSTONE

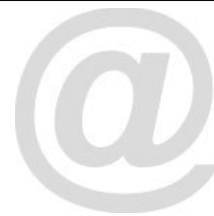
Weil wir immer nur das Beste wollen: Lust auf Filet führt zu Wertverlust im Fleischmarkt

Jahrhundertlang war das möglichst vollständige Verwerten eines geschlachteten Tiers eine Frage des Überlebens. Doch Wohlstand und Zeitmangel haben unsere Essgewohnheiten drastisch verändert – mit gewaltigen wirtschaftlichen Folgen für die Fleischindustrie.

Publiziert: 05.11.16, 07:14

Gefragt sind heute vor allem Plätzli, Steaks und Wurstwaren – Produkte, die einfach zu zubereiten, nach wenigen Minuten gar sind und denen ihre Vergangenheit als Teil eines Tiers möglichst nicht mehr anzusehen ist. Schmorgerichte sind vielen Konsumenten zu aufwendig. Günstige Fleischstücke landen immer seltener auf Schweizer Tellern. Die Nachfrage nach den weniger beliebten Fleischstücken von Schweizer Schlachtvieh – wie eben Ragout, Haxen oder auch Schulterbraten und Innereien – ist in den vergangenen Jahrzehnten stark gesunken. Durch das Überangebot solcher Teile sind nicht nur deren Preise in den Keller gefallen. Einige dieser Fleischstücke finden in der Schweiz gar keinen Käufer mehr und werden exportiert oder zu Tierfutter verarbeitet. Dagegen werden so genannte Edelstücke wie Filet, Steaks, Koteletts oder der Halsbraten immer beliebter. Weil ihre Nachfrage das Angebot übersteigt, müssen solche Fleischstücke teilweise importiert werden.

Gigantischer Wertverlust Verschärft wird die Situation dadurch, dass bei allen Schlachttieren die weniger beliebten Stücke die Mehrheit der verkaufsfertigen Ware ausmachen. Beim Schwein sind es 54 Prozent, beim Rind rund 63 Prozent und beim Huhn sogar 66 Prozent. «Die Wertschöpfungskette Fleisch leidet seit Jahren unter der Entwicklung, dass weniger beliebte Fleischstücke immer weniger nachgefragt werden», sagt Werner Siegenthaler von Proviande, der Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft. So machte vor rund

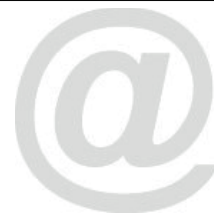


zehn Jahren beim Schweinefleisch der Preis des weniger beliebten Stotzenbratens über die Hälfte des Preises des Filets aus. Heute sind es weniger als ein Drittel.

Gewusst wie Dieser Entwicklung will die Fleischbranche nicht tatenlos zusehen. Deshalb arbeitet Proviande – die Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft – mit dem Unternehmen Foodways zusammen, das Projekte für eine nachhaltige Entwicklung des Ernährungssystems umsetzt. Das Ziel: Als wertvolles Lebensmittel soll Fleisch zum grösstmöglichen Teil dem menschlichen Konsum dienen und nur, wenn nicht anders möglich als Tierfutter oder Energierohstoff eingesetzt werden. Weniger edle Fleischstücke sollen also wieder vermehrt auf dem heimischen Speiseplan stehen. Damit soll ihr Wert erhalten oder gesteigert werden. Weiter sollen weniger gefragte Fleischstücke mit innovativen Ideen für den Markt wieder attraktiver gemacht werden. Dieses von Proviande unter dem Namen Savoir-Faire lancierte Projekt läuft von 2016 bis 2019. Es richtet sich an alle Akteure der Wertschöpfungskette Fleisch, mit dem Zweck Fleischfachleute und Gastronomen bei der Verarbeitung und Vermarktung des ganzen Tiers zu unterstützen. «Das Projekt stösst auf sehr grosses Interesse in der Branche», stellt Markus Hurschler, Projektleiter und Geschäftsleiter von Foodways fest. Der Gastronomie kommt bei der Imageförderung eine wichtige Rolle zu. 50 Prozent des Fleischkonsums passiert ausser Haus. Zudem beeinflussen Restaurants das Essverhalten und setzen neue Trends. Auch für die Gemeinschaftsgastronomie, Mensen, Spitäler und Heimen, könnte es sich auszahlen, vermehrt auf weniger beliebte Fleischstück zu setzen.

Grosses Potenzial Die Vermarktung von weniger beliebtem Fleisch lohnt sich auch ökonomisch. Beziffern lässt das Potenzial allerdings nicht, sagt Siegenthaler der Nachrichtenagentur sda. «Dazu ist die fleischverarbeitende Industrie zu heterogen. »Jeder Betrieb ist anders gelagert, unterscheidet sich in Angebot, Grösse, und Organisation", sagt er. Der häufigere Verzehr von preiswerten Nicht-Edelstücken müsste eigentlich auch Interesse der Kunden sein. Allein in Schweizer Privathaushalten wird jährlich Fleisch mit einem Gesamtwert von knapp fünf Milliarden Franken verzehrt. 2015 verzehrten Schweizerinnen und Schweizer 431'852 Tonnen Fleisch, das sind 51.3 Kilo pro Kopf. (viw/sda)





watson
8005 Zürich
044 508 39 39
www.watson.ch/

Medienart: Internet
Medientyp: Infoseiten
UUpM: 792'000
Page Visits: 8'372'718

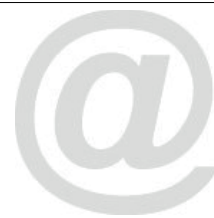
Online lesen

Themen-Nr.: 581.005
Abo-Nr.: 1050089

Rindfleisch «bien cuit»: In der Garstufe «bien cuit» oder «well done» ist das Fleischstück komplett durchgebraten und bis in den Kern bräunlich verfärbt. Die Kerntemperatur beträgt 71–73 °C und der austretende Fleischsaft ist wässrig-ölig.



Rindfleisch «bleu»: Bei der Garstufe «bleu» oder «rare» ist nur die äusserste Schicht angebraten und der Kern sieht noch aus wie rohes Fleisch. Die Kerntemperatur beträgt 47–49 °C und der austretende Fleischsaft ist stark blutig.



watson
8005 Zürich
044 508 39 39
www.watson.ch/

Medienart: Internet
Medientyp: Infoseiten
UUpM: 792'000
Page Visits: 8'372'718

Online lesen

Themen-Nr.: 581.005
Abo-Nr.: 1050089



Rindfleisch «saignant»: Bei der Garstufe «saignant» oder «rare medium» ist die äusserste Schicht angebraten und der äussere Teil des Fleisches bereits bräunlich verfärbt. Die Kerntemperatur beträgt 55–57 °C und der austretende Fleischsaft ist blutig.

1/4

Das könnte dich auch interessieren

Blocher und der «Tod der Politik» – das war die Volksentscheid-«Arena»

ANZEIGE

Paradies für Wanderer

So ein Pech: Die Kanadier proben auf unsere Kosten Olympia 2018

Noch viel Arbeit für Patrick Fischer – Hockey-Nati unterliegt Kanada

ANZEIGE

Alles, was du brauchst

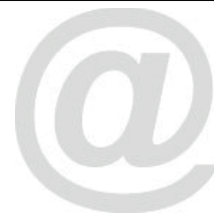
Nati ohne Shaqiri gegen die Färöer – Edimilson Fernandes ersetzt ihn

Oh Schreck! Jetzt fliegen Samsung die Waschmaschinen um die Ohren

ANZEIGE

Datum: 05.11.2016

watson



watson
8005 Zürich
044 508 39 39
www.watson.ch/

Medienart: Internet
Medientyp: Infoseiten
UUpM: 792'000
Page Visits: 8'372'718

Online lesen

Themen-Nr.: 581.005
Abo-Nr.: 1050089

Lass es raus!

watson

News User-Review:

schlitteln - 18.4.2016

Guter Mix zwischen Seriösem und lustigem Geblödel. Schön gibt es Watson.



1