



Wieder ein neues Schweine-Label

Wiesenschwein / Ein geniales Konzept, das aber noch viele Fragen offen lasse, meint Suisseporcs-Präsident Meinrad Pfister zum neuen Programm.



Wiesenschweine im Auslauf bei Franz Studer in Schüpfheim LU. Vorne der Wühlbereich und die blauen, sensorgesteuerten Tore. Mit Ruftönen werden die Schweine wieder in den Stall gelockt. *(Bild zvg)*

SURSEE Ab nächster Woche gibts im Kanton Luzern besonders tierfreundliches Schweinefleisch zu kaufen. Ab dem 23. April vorerst nur in einigen ausgewählten Coop-Filialen. Wiesenschwein heisst das neue Labelfleisch, lanciert vom Luzerner Schweinehalter Oliver Hess.

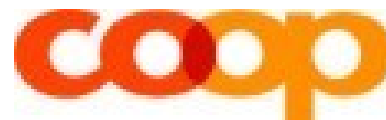
Seine Geschichte und der Werdegang des Programmes wurden im Fernsehbeitrag «Reporter» auf SRF letzten Sonntag ausführlich vorgestellt: Er habe dem Leid der 1800 Schweine, die er in der

vor einigen Jahren gekauften «Tierfabrik» in Mosen jährlich selber mästete, nicht mehr zusehen wollen, begründete er.

Schweine auf Wiesen

Vielmehr sollte doch das Leben der Tiere artgerechter gestaltet werden, damit diese wühlen, baden und auf die Wiesen können. Hess begann zu tüfteln, für ein ausgeklügeltes automatisiertes System. Mit Sensoren, welche zweimal täglich Ruftöne aussenden und elektrischen

Toren, die Schweine gruppenweise nach draussen lassen und nach einer Stunde wieder in den Stall zurückrufen. Er fand Stallbauer, Investoren und Coop als Partner für sein Konzept. Der Bau eines neuen Stalles scheiterte aber: Der Kanton verweigerte ihm letzten Sommer die Baubewilligung aus raumplanerischen Gründen. Hess verkaufte den Betrieb, zog mit der Familie weg, hielt aber am Konzept «Wiesenschwein» fest und bietet seine Dienste als «Syste-



manbieter» und Eigentümer der Marke an.

Bauern bestimmen Preise

Letzten Herbst fand er in Schüpfheim LU mit der Betriebszweiggemeinschaft von Josef Schmid und Franz Studer vom Brügglihof interessierte Schweinehalter. Sie waren bereit, einzusteigen, ihren Stall mit rund 280 Mastplätzen für «Wiesenschweine» umzubauen, mit zusätzlichem Wühlbereich, Schwimmsuhle und Auslauf auf Wiesen. Studer schätzt Mehrkosten von rund 50 Prozent gegenüber herkömmlichen Investitionskosten pro Mastschweineplatz und zeitlich eine bis eineinhalb Stunden Mehraufwand täglich. Den Produzentenpreis offerieren die Bauern selber. Franz Studer offerierte seine Mehrkosten mit zusätzlich Fr. 1.50 auf einen durchschnittlichen CNF-Preis. Die Offerte kann jährlich angepasst werden.

Die Marke «Wiesenschwein» gehört der Wiesenschwein AG und werde gemeinsam mit den Bauern weiterentwickelt, betont Oliver Hess. Und auch die Bedingungen werden von der Wiesenschwein AG erstellt und den Abnehmern offeriert. So könnten wirkliche Innovationen angeboten und auf eine Marktfähigkeit geprüft werden, argumentiert Hess.

Für 15 Bauern plante die Wiesenschwein AG bereits und einige davon wären sicher bereit einzusteigen, so Hess weiter. Weitere Interessierte können sich melden. Eine Produktionsfreigabe kann aber erst erteilt werden, wenn der Absatz bei den Konsumenten gegeben ist und damit auch die Retailer mit dem Labelfleisch erfolgreich sein können. Demnächst werden die ersten Produkte bei Coop und durch Traitafina auch in der Gastronomie angeboten. Hess verlangt von seinen Partnern eine mindestens dreijährige Abnahmegarantie. So sei zumindest die Investition schon zur Hälfte amortisiert. Hess ist sich bewusst: Das neue Label hat nur Chancen, wenn die Konsumenten bereit seien, das teurere Fleisch zu kaufen.

«Ein geniales Konzept»

«Wiesenschwein» sei ein geniales Konzept, findet Suisseporcs-Präsident Meinrad Pfister. Er kennt Oliver Hess seit Jahren, erhielt auch Einblick in seine Ideen. «Hut ab, was er da erreicht hat, mit diesem automatisierten Raus- und Rein-System.» Störend sei allerdings im Fernsehbeitrag, dass da verschiedene Haltungsformen gegeneinander ausgespielt würden, QM-Fleisch schlecht geredet werde.

Er fragt sich, ob ein zusätzli-

ches Label auf dem Markt Platz habe, und der Bauer den Mehraufwand und die Mehrkosten auch wirklich entschädigt bekomme. Entscheidend sei nun, dass Hess als Besitzer der Wiesenschwein AG auch Verantwortung bei der Mengensteuerung übernehme. Denn dieser verkaufe ja selber keine Schweine, sondern verdiene nur an seinem Konzept.

Gesättigter Labelmarkt

«Die Stunde der Wahrheit kommt erst», betont Meinrad Pfister und verweist auf die Situation bei Labelschweinen. 30 Prozent betrug der Marktanteil, wegen mangelndem Absatz senkte Coop die Mengen kürzlich um einen Drittel. Und der Mehrpreis für die Produzenten sei bescheiden. «Generell nimmt der Anteil Label ab.»

Dabei wären die Bauern schon heute bereit für mehr Label-Schweinefleisch. 50 Prozent aller Ställe entsprechen den RAUS-Auflagen, gar zwei Drittel sind BTS. Man dürfe also gespannt sein, wie die Luzerner Test-Konsumenten bei Coop auf «Wiesenschwein», das vorderhand eine winzige Nische sei, reagieren werden. *Josef Scherer*

Weitere Informationen:
www.wiesenschwein.ch