

Medienmitteilung Mutterkuh Schweiz 8. Juli 2010

Natura-Beef hat weitere Erfolgsaussichten

Vor 30 Jahren wurde die Marke Natura-Beef für naturnah produziertes Qualitätsfleisch von den Mutterkuhhaltern aus der Taufe gehoben. Coop bekennt sich auch in Zukunft zu Qualität und Tierschutz.

Mitte Juni orientierte Coop die Wirtschaftsjournalisten von renommierten Schweizer Medien über die Stossrichtung in der Fleischvermarktung. Der Anlass fand auf einem Mutterkuhbetrieb mit Natura-Beef-Produktion statt. Coop ist über die Marktentwicklung erfreut und schätzt die Marktaussichten für Produkte aus Mutterkuhhaltung als viel versprechend ein. Urs Weingartner, Leiter Einkauf Labelfleisch bei Coop ist überzeugt: „Unsere Konsumenten wollen erstklassige Fleischqualität aus tierfreundlicher Produktion.“ Coop hat zur Förderung von Natura-Beef und neu auch Natura-Veal, Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung, klare Massnahmen beschlossen. Thorid Klantschitsch, neue Leiterin von Bell Schweiz, sieht mit Tierwohl und Nachhaltigkeit eine grosse Chance für die Schweizer Fleischwirtschaft. So titelte denn auch der Folgeartikel im Tagesanzeiger: „Die Schweiz hat es bei Fleisch aus tierfreundlicher Haltung an die Weltspitze gebracht“. Hansueli Huber, Geschäftsführer Schweizer Tierschutz lobt: „Markenprogramme wie Natura-Beef haben wesentlich dazu beigetragen, dass dem Tierwohl in der Schweiz der ihm gebührende Stellenwert zugesprochen wurde.“

Mutterkuh Schweiz schätzt Marktlage positiv ein

In den kommenden Jahren werden weitere Betriebsleiter ihre Produktion überdenken und sich eine Umstellung auf Mutterkuhhaltung überlegen. Urs Vogt, Geschäftsführer Mutterkuh Schweiz ist offen für neue Betriebe: „Dank steigendem Absatz – auch dank neuen Initiativen am Markt – hat es Platz für neue Produzenten in der Mutterkuhhaltung. Wir raten den Betrieben aber, nicht mangels besserer Alternative sondern nur aus Überzeugung umzustellen.“ Mutterkuh Schweiz setzt weiterhin auf Qualität statt auf Quantität, so kann man beispielsweise erst nach einer Erstberatung Mitglied werden, und Natura-Beef- sowie Natura-Veal-Tiere Tiere müssen einen Mindestanteil an Fleischrassengenetik aufweisen.

Agrapolitik hinkt hinten nach

Nach wie vor bieten die agrarpolitischen Rahmenbedingungen keinen echten Anreiz um in die Mutterkuhhaltung einzusteigen, obwohl der Markt die extensive und naturnahe Fleischproduktion belohnt. Corsin Farrér, Präsident von Mutterkuh Schweiz, fordert deshalb, dass die Mutterkühe bei den Direktzahlungen (GVE-Faktor) den Milchkühen gleich gestellt werden. Bei RAUS und BTS sind die Investitionen beispielsweise gleich hoch. Er ist dennoch zuversichtlich: „Wir setzen die vom Bund geforderte Qualitätsstrategie seit 30 Jahren um. Die Markenprogramme Natura-Beef, Natura-Veal und SwissPrimGourmet haben den Vorteil, dass sie den Produzenten gehörten, die Kräfte aber durch die Produzentenorganisation Mutterkuh Schweiz gebündelt werden.“ Das Vermarktungskonzept wurde bereits 1990 eingeführt und basiert auf einer starken Partnerschaft mit Vermittlern, Abnehmern und Detailhandel, was wiederum der vom Bund geforderten Qualitätspartnerschaft entspricht.

Höherer Preiszuschlag für Bio-Natura-Beef

Der Preiszuschlag für Bio-Natura-Beef wird auf den 1. August 2010 von Fr. 40.- auf Fr. 60.- erhöht. Die Produzenten profitieren somit direkt vom verbesserten Verkaufserfolg. Es werden Natura-Beef- und Natura-Veal-Produzenten gesucht. Interessierte melden sich bei Mutterkuh Schweiz, Tel. 056 462 54 05 oder info@mutterkuh.ch.

Bildunterschrift: Coop schätzt die Marktaussichten für Qualitätsfleisch aus Mutterkuhhaltung gut ein und setzt im Rind- und Kalbfleisch auf die Marken Natura-Beef und Natura-Veal.