

Suchbegriff: Proviande

Medium: Schweizer Bauer

Dammweg 9, Postfach 8135, CH-3001 Bern

rudolf.haudenschild@schweizerbauer.ch T: +41 (0)31 330

Verbreitete Auflage: 49'489 Seitenanteil: 0.38

Reichweite: 168'263 AÄW: 2'845 CHF



Mittwoch, 19. Januar 2022

Fachzeitschrift / Mittwoch und Samstag

Seite: 7 / oben Mitte

90.040 - MTW - LMS-6243867

EXPORT: Letztes Jahr gingen über 3700 t Schlachtnebenprodukte in den asiatischen Raum

Schweizer Schweinefüsse für China

Schweineohren und -füsse werden in der Schweiz kaum gegessen, in China hingegen sind sie Delikatessen. Das will die Schweizer Fleischbranche nutzen und mit der Exportmarke «swiss meat» den chinesischen Markt erobern.

BETTINA KIENER

Es gibt vieles, das die Schweizerinnen und Schweizer vom geschlachteten Tier nicht essen. So kommen panierte Schweineohren oder gebratene Schweineschwänze bei uns nur selten auf den Tisch. Und falls doch, bezahlt man in der Metzgerei nur wenig dafür. Das ist aber nicht überall so. Aus der chinesischen Küche zum Beispiel sind Füsse, Ohren, Schwänze, aber auch Innereien vom Schwein nicht wegzudenken und gelten gar als Delikatesse.

Gute Nachfrage in China

Doch wegen der Afrikanischen Schweinepest (ASP) ist das Angebot an Schweinefleisch in China beschränkt. Die Nachfrage hingegen ist hoch. Zugleich ist China die grösste Fleischimporteure der Welt und beispielsweise für die Europäische Union ein wichtiger Absatzmarkt.

Auch die Schweiz will dieses Marktpotenzial nutzen, und so hat Proviande (die Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft) eine Exportinitiative gestartet. Dies mit dem Ziel, Schweizer Fleischprodukte – hauptsächlich Schlachtnebenprodukte – auf dem chinesischen Markt zu verkaufen. Und das möglichst zu einem guten Preis. Zusammen mit der Swiss Nutritional AG, einem



So sehen Schweinefüsse auf dem Tisch aus, nachdem sie zubereitet und schön angerichtet wurden. (Bild: zvg)



Und so sehen sie als Rohware aus. (Bild: Schwede Fleisch)

Unternehmen der Centravogruppe, und mit der Unterstützung des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) lancierte Proviande die Exportmarke «swiss meat» zur Markteinführung in China. Die Marke ste-

he für Schweizer Qualität und erstklassige Produkte, heisst es auf der Website, die man sich übrigens auch in Chinesisch zu Gemüte führen kann. Die Produkte stammten aus nachhaltiger Produktion mit artgerechter

AUSSENHANDEL

Die Schweiz exportiert nicht viel Fleisch. 2020 waren es 9263 t, hauptsächlich Rind-, Kuh- und Schweinefleisch. Zum Vergleich: Importiert wurde in diesem Jahr mehr als zehnmals so viel (94457 t). Das Rindfleisch stammt grösstenteils aus Deutschland, Österreich und Irland, das Geflügelfleisch mehrheitlich aus Brasilien, Deutschland und Ungarn. Mehr Infos zur Exportinitiative China von Proviande gibts unter www.swiss-meat.com. *bki*

Tierhaltung sowie aus möglichst naturnaher Fütterung und stünden für eine hohe Lebensmittelsicherheit, steht weiter. Die Verkaufsdokumentation beinhaltet dann etliche spannende Produkte: Es gibt Schweinsrü-

ckenknochen – mit oder ohne Rippen –, Schweinevorder- oder -hinterfüsse, Schweineschwänze – mit oder ohne Steissbein –, Schweineohren und -zungen und noch so einiges mehr. Alle Produkte sind gefroren im Angebot.

Daniela Haller, Leiterin Marketing International von Proviande, berichtet, dass letztes Jahr über 3700 Tonnen Schweizer Schlachtnebenprodukte nach China exportiert worden seien. Ziel sei es nun, diese Menge weiter auszubauen. Ein Projektleiter vor Ort würde zu diesem Zweck die Schweineprodukte aus der Schweiz bei den chinesischen Einkäufern und Händlern bewerben. Erstmals hauptsächlich in der Region Shanghai und in Xiamen. «Die Vermarktung unter der gemeinsamen Dachmarke «swiss meat» ermöglicht den Branchenteilnehmern, ihre Schweizer Fleischprodukte in China unter optimalen Bedingungen zu vertreiben. Sie werden dabei von der Registrierung bis hin zum Vertrieb und Auftritt vor Ort professionell begleitet», sagt Haller.

Eine komplexe Aufgabe

Beim Projekt geht es darum, Schlachtnebenprodukte sinnvoll und nachhaltig zu nutzen. Und da die Nachfrage im chinesischen Markt um ein Vielfaches grösser ist, soll dieser nun erobert werden. Laut Haller ist die Marktbearbeitung in China komplex. Immer wieder stehe man vor neuen Herausforderungen. Als beispielsweise im März 2021 das riesige Containerschiff «Ever Given» sechs Tage lang den Suezkanal blockierte, gerieten auch etliche Tonnen Schweizer Schlachtnebenprodukte für China in Lieferverzögerung.

76 % der Originalgrösse