

Garnelen aus deutschen Landen

Das Gros der hierzulande verzehrten Shrimps und Garnelen kommt aus Indien, Ecuador oder Argentinien. Die Herkünfte sind umstritten, wegen des Einsatzes von Pestiziden oder Antibiotika, die tropische Wälder belasten. Jetzt gibt es Großprojekte, die deutsche Aquakultur marktgängig machen sollen. | **Wolfgang Hubert**

Deutschland verzehrt jährlich in etwa 50 000 Tonnen Garnelen. Das Gros kommt aus Übersee und ist tiefgefroren. Die Packungen sind garniert mit unterschiedlichsten Siegeln, die nachhaltige und umweltschonende Produktion versprechen. Denn deutsche Anbieter und Verarbeiter, ebenso der Lebensmittelhandel mit seinen Eigenmarken, sind um das Vertrauen der Verbraucher bemüht.

Die Züchtungen in Asien, vor allem China, Vietnam oder Indien stehen dennoch immer wieder in der Kritik – vor allem wegen irreparabler Umwelt- und somit auch Klimaschäden. Es gilt also, den Garnelen wie Fisch im allgemeinen ein besseres Image zu verpassen. Die Käufer sind solche, die es sich leisten können. Nachhaltigkeit, so heißt es, sei ihnen nicht gleichgültig. Deshalb gibt es kaum ein Lebensmittel, das so viele und meist internationale Glaubwürdigkeitssiegel trägt wie Fisch und Krustentiere. So tragen Produkte aus nachhaltigerem Wildfang das blaue MSC-Zeichen für Marine Stewardship Council. Garnelen aus umweltverträglicherer Aquakultur erkennt man am grünen ASC-Zeichen, am Biosiegel oder dem für Good Agriculture Practice, kurz GlobalG.A.P., stehenden GGN-Label. Sie alle sollen Gewähr für gute Haltungsbedingungen bieten. Ein Unsicherheitsfaktor aber bleibt.

Aldi kontrolliert selbst

Vielleicht ist das der Grund, weshalb sich die Vollsortimenter Edeka und Rewe, ebenso wie deren Discountabnehmer Netto und Penny auf Anfrage nicht zu ihren Hausmarken äußern wollen. Schwarz-Discounters Lidl lässt immerhin vermehren, dass alle Eigenmarken-Produkte wie Ocean Sea, Nautica, Grillmeister oder Fischerstolz Bestandteil des Festsortiments sind und „entweder mit dem ASC-, MSC- oder dem GGN-Siegel zertifiziert sind“. Aldi Süd geht eigenen Angaben zufolge noch weiter: Die Mülheimer lassen Lieferanten durch unabhängige Organisationen wie dem Sustainable Fisheries Partnership bewerten. Die Produktionsbedingungen würden regelmäßig im Rahmen externer Audits (IFS-Standard) und interner Überprüfungen kontrolliert, damit strenge Nachhaltigkeitskriterien

erfüllt würden, heißt es. Die Herkünfte der Garnelen seien zudem über den ATC-Code, den firmeneigenen Aldi Transparenz Code, nachzuvollziehen.

Aldi Süd habe das Ziel, Überfischung, Beifang und Ökosystemschäden aus den Lieferketten für Fisch und Meeresfrüchte aus Wildfang und Aquakultur bis 2030 komplett auszuschließen, heißt es. Eine große Herausforderung, die wohl nur über die gesicherte Herkunft und Kontrolle zu erreichen ist.

Für die hiesige Versorgung wäre auch lokale, deutsche Herkunft denkbar. Erste Gehversuche gibt es bereits seit Jahren: am Alfred Wegener Institut etwa oder bei Honest Catch mit ihrer Bayrischen Garnele. Aktuell kommt Bewegung in die bislang eher kleinräumigen Vorhaben, die sich zudem ausschließlich an Spitzengastronomen und die Hotellerie als Abnehmer richteten. So wird gerade im Innopark am ehemaligen Kalistandort Sigmundshall bei Hannover eine Indoor-Garnelenfarm gebaut, die einmal die größte und modernste Europas werden soll. Dahinter steckt das Startup Aquapurna, das mit einem zweistelligen Millionen-Euro-Betrag von dem Düngemittel- und Salzhersteller K+S unterstützt wird. Der Kasseler Konzern ist Bauherr und Vermieter. Er versorgt die Garnelenfarm zudem mit den entsprechenden Nährmedien. Außer K+S erhält Aquapurna noch Gelder in siebenstelliger Höhe von privaten Investoren, um die Farmkapazität von zunächst rund 800 Tonnen Garnelen pro Jahr aufzubauen. „Wir importieren keine Babylarven, sondern züchten selbst“, sagt David Gebhard. Der Aquapurna-Geschäftsführer versichert: „In unserem Wasser sind nur Garnelen, Salz und Futter.“ Vom Ei bis zur verzehrbereiten Garnele finde alles in einem Unternehmen und hier in Deutschland statt. „Da sind wir in Deutschland die ersten“, sagt er. Im Handel finden sich Produkte vereinzelt auch bereits. Unter der Marke Gamba Zamba werden „ein paar Tonnen Garnelen der bisherigen Forschungseinrichtung des Startups“ in Edeka- und Rewe-Märkten sowie in Frischetheken von Edeka Nord angeboten. Dort kosten seine White Tiger Gar-

nelen derzeit 39 bis 49 Euro pro Kilo. Die 160 Gramm Tiefkühl-Packung gibt es für 7,49 Euro. „Wir wollen die 30 Prozent der Konsumenten erreichen, die Qualität auf dem Teller zu schätzen wissen“, sagt Gebhard. Und bei denen ziehe das Label „Garnelen aus Deutschland“.

Gebhard will auch gerne eine Bio-Zertifizierung erreichen. Das scheitert bislang an geltendem EU-Recht. Demnach können Bio-Zertifikate nur dann für Fische oder Meeresfrüchte vergeben werden, wenn die Zucht „nahe am natürlichen Lebensraum“ erfolgt. Womit wir mit der Garnelenzucht wieder weit weg in den Mangrovenwäldern Südostasiens wären. Interessensverbände sollen derzeit an einer Änderung dieser Vorschriften arbeiten. Denn außer Gebhard warten noch andere darauf: Auch die Firma Hanse Garnelen will am liebsten Bio-ware produzieren. Das Hamburger Unternehmen gab bereits 2020 seinen Verkaufsstart bekannt und baut derzeit in Glückstadt eine Erweiterungsanlage. Schon immer ging es Vorstand Rupert Baur um Frischware, auch in Abgrenzung zur importierten Tiefkühl-Ware. Produziert wurde bislang in Grevesmühlen, in der neuen Farm in Glückstadt soll es bis zu 85 Tonnen frische, artgerecht gehaltene White Tiger-Garnelen pro Jahr geben. Derzeit greift der Betrieb noch auf Jungtiere von internationalen Lieferanten zurück – in der Regel kommen die aus den USA, wie es heißt. Sie schwimmen während des Transports in mit Salzwasser und genügend Sauerstoff präparierten Beuteln, die in wärmeisolierten Kisten auf die Reise geschickt werden. Künftig will jedoch auch Baur eine vertikalintegrierte Aufzucht. „Wir haben den Anspruch, alle Prozesse selbst darzustellen, dazu gehört auch die Zucht von Larven“, sagt er. Erste Projekte laufen.

Nachhaltigkeit ist für ihn aber auch bei Verpackung und Versand wichtig. Sämtliche Bestandteile einer so genannten Klimabox, mit Ausnahme der wiederverwendbaren Kühlpacks, könnten im Altpapier entsorgt werden. Klimaperlen, Schale und Schutzfolie, in der

die Garnelen geliefert werden, bestehen aus Maisstärke oder Zuckerrohr und könnten alternativ im Biomüll/Kompost vollständig recycel- oder kompostierbar entsorgt werden. Wie Aquapurna will jetzt auch Hanse Garnelen in den Lebensmittelhandel. Baur bietet dazu vier Packungsgrößen von 220 bis 880 Gramm an. Schon bald soll es zudem eine 350-Gramm-Packung für die SB-Theken in Supermärkten geben.

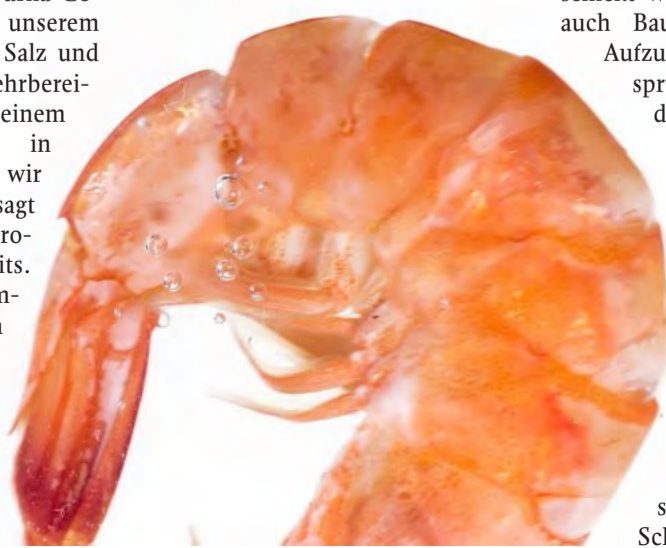
Trendmarken spüren Rückgang

Unter der Bezeichnung Bayrische Garnele bietet die Münchner Honest Catch GmbH, vormals Crusta Nova, seit 2016 selbst gezüchtete White Tiger Salzwassergarnelen an. Das Portfolio wurde seither um Black Tiger Garnelen mit Biosiegel, die patagonische Wildgarnele oder die Obsiblu Südseegarnele aus ASC zertifizierten Aquakulturen im Südostpazifik erweitert. Auch Spezialitäten wie die Carabinero aus dem Atlantik oder die rubinrote Gambero Rosso aus dem Mittelmeer gibt es im Onlineshop, sie kosten bis zu 159 Euro das Kilogramm. Sie werden den Angaben zufolge mit Schleppnetzen gefangen. Fabian Riedel beteuert, man stehe in engem Kontakt zu den Lieferanten, um sicherzustellen, dass es sich im Sinne der Firmenphilosophie um ehrliches Seafood handelt. „Wir bemerken, dass die Konsumenten vermehrt nach dem Ursprung der Garnelen, deren Zuchtbedingungen und den Transportwegen fragen“, sagt der Gründer und Geschäftsführer von Honest Catch. Zugleich registriert er nach einer erheblichen Steigerung zu Corona-Zeiten nun eine anhaltende Konsumzurückhaltung sowohl im Großhandels- und Gastrogeschäft wie beim Endkunden-Geschäft. Allerdings steige die Nachfrage nach Convenienceprodukten, und so liefert er seine Garnelenprodukte nicht nur roh und als Frischware, sondern auch küchenfertig enddarmit und in Kochboxen.

Konsumzurückhaltung spürt auch Kai Ruhe, Vertriebsleiter bei Followfood: „Bis vor zwei Jahren hatte sich der Konsum deutlich in Richtung biozertifizierte Garnelen verlagert“, sagt er. Seit dem Ukrainekrieg und der Inflation seien einige Konsumenten

49

Euro kostet das Kilogramm deutsche Aquakultur-Garnele derzeit bei der Edeka Nord.



Fortsetzung von Seite 31

ten abgewandert. Die Produktionsmengen gerade bei Bio White Tiger Garnelen, die Followfood aus Naturland-Projekten in Ecuador und Peru bezieht, seien zurückgegangen und die Preise leicht gestiegen. Die Inflationsfolgen spürt auch Tiefkühl-Großhändler Ökofrost, der gekochte Riesengarnelen und Rohware der Sorte Vannamei anbietet. Die Garnelen kommen von der südlichen Westküste Honduras und sind Naturland-zertifiziert. „Unsere genussfertig verzehrbaren Riesengarnelen sind ein tolles Snackprodukt“, sagt Marc Rauner, Leitung Vertrieb. Die Absatzzahlen jedoch seien aufgrund der Multikrise etwas rückläufig.

Während die Absätze von Bioware teils stagnieren und hochpreisige Trendmarken verlieren, verweist Loïs Tourres, Geschäftsführer bei der Escal S.A. in Straßburg auf ein Volumenwachstum von 28 Prozent für sein Unternehmen. Escal gilt als eine der ersten und ältesten Seafood-Marken überhaupt, die zudem die Aufzucht von Bio-Garnelen bei den Aquakulturfarmern fördert. Vor 25 Jahren bereits habe man Bioware in Europa eingeführt. So zumindest die Informationen. Die Franzosen bedienen den deutschen Lebensmittelhandel mit einem Sortiment von über 15 zertifizierten Garnelenprodukten in verschiedenen Variationen. White Tiger Garnelen etwa werden ausschließlich in ASC-zertifizierten Farmen in Lateinamerika gezüchtet. Eine Farm sei auch nach der EU-Bio-Verordnung zertifiziert, heißt es. Wie Tourres berichtet, habe man die Anfänge der ASC-Zertifizierung begleitet und Farmern, die umgestellt hatten, eine Marktchance zu höheren Preisen geboten.

Escal profitiert eigenen Angaben zufolge von dem Engagement und kurbelt selbst den Konsum in Deutschland an. In den letzten drei Jahren sei der Absatz im deutschen Lebensmittelhandel ohne Discount um 7 Prozent auf 6100 Tonnen gewachsen. Der



Heimische Ware: In Langenpreising bei München kommen Garnelen in den Köcher.

Handelsumsatz der Branche bezogen auf den Vollsortimentshandel stieg auf 128 Millionen Euro und damit um plus 9 Prozent. Dieses Wachstum resultiert laut Nielsen-Zahlen, die der LZ vorliegen, aus einem höheren Verkaufsvolumen sowie einer Preissteigerung von 2 Prozent. „Escal trug mit seinem Volumenwachstum signifikant zum Marktwachstum bei, ohne Preiserhöhungen durchzusetzen“, berichtet Tourres.

Mit diesem Zuwachs sei die Marke Escal führender Anbieter geworden. Bestseller im Sortiment ist derzeit Escal White Tiger Garnelen gekocht in der 250g-Packung mit einer Preisempfehlung an den Handel von 9,90 Euro. Hiermit verzeichnete die Firma trotz der noch ausbaufähigen bundesweiten Distribution einen Absatzzuwachs von 39 Prozent gegenüber dem Jahr 2022. „Die Preise für Garnelen sind für den Verbraucher im letzten Jahr sehr stabil geblieben“, sagt Loïs Tourres. In der aktuellen Lage bevorzugten Verbraucher zwar günstigere Produkte und Ak-

tions-Angebote. Die Kerntrends bleiben jedoch seiner Ansicht nach bestehen: die Nachfrage nach zertifizierten, umweltfreundlichen Produkten, nach Alternativen zu Fleisch und nach gesunden Produkten, frei von Zusatzstoffen und Konservierungsmitteln.

Das Unternehmen Costa aus Emden verweist gleichfalls auf Absatzzuwächse im Lebensmittelhandel beim Kernprodukt Tiefkühlgarnelen. Die seien um plus 14 Prozent gewachsen. Das im ostfriesischen Emden ansässige Unternehmen bezieht sich dabei auf Daten des Marktforschers Circana bis Ende Dezember 2023. Besonders dynamisch hätten sich marinierte oder panierte Produkte entwickelt. Sie wiesen ein Umsatzplus von gut 24 Prozent aus. Laut Geschäftsführer Markus Engler soll hier das Produktkonzept „Schneller Genuss“ ansetzen, das gedacht sei „eine völlig neue Käufergruppe“ zu erschließen, die schnell zubereitete Mahlzeiten mit hoher Qualität bevorzugt. lz 16-24

ASIEN IN DER KRITIK

Im Konsumranking der Fische, Krebs- und Weichtiere stehen nach Angaben des Fischinformationszentrums Garnelen auf Platz 5, hinter Alaska-Seelachs, Lachs, Thunfisch und Hering. Mit einem Verzehranteil von 8,7 Prozent lagen sie bei den Deutschen vor zwei Jahren noch vor der heimischen Forelle. Von den jährlich rund 50000 Tonnen Garnelen, die in Deutschland verkauft werden, landen die größten Anteile im Discount oder kommen in Hotels und Restaurants auf den Teller.

Gegenüber dem Weltmarkt ist diese Menge bescheiden. Dort werden jedes Jahr rund 4,5 Millionen Tonnen Garnelen aus Aquakulturen und dem kommerziellen Fischfang gehandelt. Nach Angaben des World Wildlife Fund kommen etwa 55 Prozent von Zuchtfarmen aus asiatischen und südamerikanischen Ländern. Die dortigen Haltungs- und Transportbedingungen aber stehen in der Kritik. Die Tierschutzorganisation Peta etwa prangert die Besatzdichte in den Becken der

Zuchtfarmen an: auf einem Quadratmeter würden bis zu 300 Tiere gehalten, die nicht selten in ihrem eigenen Kot schwimmen, heißt es. Aufgrund der Enge würden sich Krankheitserreger sehr schnell verbreiten, die wiederum mit diversen Antibiotika bekämpft werden. Auch die Zugabe von Desinfektionsmitteln, Pestiziden oder Herbiziden ist laut den Tierschützern eine übliche Praxis bei Betrieben, die nicht streng von internationalen Organisationen wie etwa dem Aquaculture Stewardship Council (ASC) kontrolliert werden.

Sie gelangen laut Peta ungefiltert ins Meer, würden aber auch Böden und Grundwasser verseuchen. Außerdem werden für die zwischen einem und 20 Hektar großen Zuchtbecken oft ökologisch wertvolle Mangrovenwälder abgeholzt, so ein weiterer Kritikpunkt. Sicherheit sollen diverse, internationale Siegel bieten, die etwa das Marine Stewardship Council oder das ASC vergeben. Auch das GGN-Siegel von GlobalG.A.P. oder Bio-Siegel sind gängig.

Hohe Durchschnittspreise drücken den Absatz

Discount verliert an Absatz, SB-Warenhäuser profitieren. Überdurchschnittlicher Absatzrückgang für Fischkonserven – davon sind Hering und Thunfisch betroffen.

Fisch und Meeresfrüchte verlieren ebenso wie Fleisch 2023 an Absatz. Doch die Bewohner des Meeres trifft es überproportional stark. Silberstreif am Horizont ist tiefgekühlte Ware, die in der Menge stabil bleibt.

Wie viele andere Produkte hatten auch Fisch und Meeresfrüchte ein Absatzhoch während der Pandemie – seither geht es abwärts. Das reduziert sich von 2019 mit 441 000 Tonnen bis 2023 auf 412 000 Tonnen. Das entspricht einem Rückgang von 7 Prozent. Auch 2023 verlor die Kategorie gegenüber dem Vorjahr 4,5 Prozent.

„Ein Grund ist sicherlich der deutlich höhere Durchschnittspreis mit einer höheren Steigerungsrate als beispielsweise bei Rotfleisch“, erläutert Werner Lauß, Senior Manager CPS-GfK. Zum Vergleich: Rotfleisch verliert 2,8 Prozent an Menge.

Kräftige Preissteigerungen

Dessen durchschnittlicher Kilopreis stieg um 6,9 Prozent auf 9,57 Euro; für Fisch und Meeresfrüchte kletterte dieser um 8,5 Prozent auf 12,21 Euro. Dabei machen Fischprodukte den Markt mit 90,7 Prozent.

Matthias Keller, Geschäftsführer des Bundesverbands der deutschen Fischindustrie und des Fischgroßhandels e.V. erläutert, dass die Verbraucherpreise auf Basis von Destatis für Fleisch wie für Fisch im Januar 2024 rund 20 Prozent höher liegen als noch 2020. Noch kräftigere Preissteigerungen erlebten Milch und Eier, für die

Anfang dieses Jahres 40 Prozent mehr ausgegeben werden musste, als noch vor vier Jahren. Doch Januar und Februar 2024 setzt sich der Anstieg für die meisten Segmente nicht fort. Einen leichten Preisrückgang verzeichnen entsprechend Keller frische, gekühlte oder tiefgekühlte Fischfilets, ebenso Konserven oder Fischstäbchen. Bei Räucherfisch und Marinaden zeigt die Kurve der Verbraucherpreise noch dezent nach oben.

Nach den Erhebungen von CPS-GfK verlieren bei Fisch und Meeresfrüchten 2023 alle Segmente an Menge – bis auf Tiefkühlware. Sie kann ihren Absatz stabil halten und ihren Anteil auf 30 Prozent ausbauen. Die Vorliebe der Verbraucher für die eiskalten Angebote liegt auch am vergleichsweise günstigen durchschnitt-

22,73

Euro kostete 2023 durchschnittlich das Kilo Lachs. Der Preis wurde nur von Sushi mit über 23 Euro getoppt.

lichen Kilopreis von 10,37 Euro. Für frische Ware müssen Konsumenten 2023 dagegen rund 8 Euro mehr bezahlen. Sicherlich ein Grund für Verbraucher zögerlicher zuzugreifen. Frische Fische und Meeresfrüchte verlieren 5,2 Prozent und halten nach Menge einen Anteil von 18,2 Prozent des Marktes – 2021 waren es noch 21,5 Prozent. Besonders stark fällt der Rückgang von 10,5 Prozent bei Konserven aus. Sie sind das einzige Segment mit negativer Umsatzveränderung.

Die volumenstärksten Fischarten sind Hering gesamt und Seelachs gesamt. Sie allein machen mit 47,6 Prozent knapp die Hälfte des Marktvolumens aus. Lachs und Thunfisch steuern weitere 25,1 Prozent bei. Danach folgen mit einstelligen Anteilen unter

anderem Garnelen und Krabben sowie Forelle und Saibling. „Garnelen, sowie Lachs, vor allem Räucherlachs, und Forellen, ebenfalls vor allem geräuchert, weisen die höchsten Durchschnittspreise auf und erklären somit auch ihre schlechtere Entwicklung“, sagt der CPS-GfK-Experte.

Konkret bedeutet dies ein Minus von 4,2 Prozent für Garnelen und Krabben, während Forellen und Saiblinge um 13,1 Prozent rückläufig waren. Nur Kabeljau und Dorsch traf es noch härter.

Hering und Thunfisch sind klassische Fischarten für Konserven und Marinaden. Da diese Kategorien verloren haben, ist das auch bei den Fischarten spürbar: Minus 4,5 Prozent für Hering und minus 10,3 Prozent für Thunfisch, obwohl die durchschnittlichen Kilopreise moderat sind, im Gegensatz zu Sushi, das bei über 20 Euro liegt. „Trotz hoher Preise kann Sushi vom Convenience-Trend profitieren“, stellt Werner Lauß fest.

Für den Kauf von Fisch und Meeresfrüchten ist für viele Verbraucher der Discounter die erste Wahl. 49 Prozent des Absatzes laufen hier über die Kasse. Doch diese Vertriebsschiene verliert 4,9 Prozent und „entwickelt sich damit deutlich negativer im Vergleich zu anderen tierischen Kategorien“, betont Lauß. Fachgeschäfte wie die Vollsortimenter des Lebensmitteleinzelhandels verlieren überproportional. Hier werden auch die höchsten Durchschnittspreise aufgerufen. Anders in SB-Warenhäusern, die als einzige Vertriebsschiene zulegen können. kü/lz 16-24

Tiefgekühlte Fische und Meeresfrüchte legen zu

Umsatz, Absatz und durchschnittliche Kilopreise 2023 im Vergleich zum Vorjahr – Veränderungen in Prozent

Seafood	Umsatz Veränderung	Absatz Veränderung	Ø-Preis Veränderung	Ø-Preis in €/kg
Gesamt	3,6	-4,5	8,5	12,21
Frisch	1,6	-5,2	7,2	18,36
Konserven (nur Dose)	-2,4	-10,5	9,1	7,69
Mariniert	2,9	-3,8	7,0	8,17
Geräuchert	1,4	-7,4	9,6	21,51
Tiefgekühlt	10,8	0,0	10,7	10,37
Sonstige	3,9	-2,8	6,8	11,8

LZ GRAFIK QUELLE: DE GfK CONSUMER PANEL CP+ 2.0 FRESH FOODS