

April 2007

## BUND Ökoeier-Ranking 2007 - HINTERGRUND

Von Reinhild Benning und Stefanie Wolf, BUND Referat Landnutzung

Ranking	Firma	Konzern- zugehörigkeit	Verkauft Eier mit der Kennzeichnung (in %)			
			0	1	2	3
1	Tegut	Tegut	40	24	36	--
	Seit Januar 2006 keine Käfigeier mehr.					
2	Karstadt	Karstadt-Quelle	36	42	22	--
	Führen seit mindestens zehn Jahren keine Käfigware mehr.					
3	Kaiser's Tengelmann	Tengelmann- Gruppe	25,6	39,2	21,2	14
	Regionale Unterschiede in der Verteilung der Haltungsformen					
4	Famila	Bartels-Langness	19,8	35,1	45,1	--
	Seit Juni 2004 keine Käfigware mehr.					
5	Plus	Tengelmann- Gruppe	19	28	53	--
6	Edeka, Netto- Markendiscout, Marktkauf	Edeka-Gruppe	14,3	29,6	16,4	39,7
	Edeka Südbayern hat sogar einen Absatz von 26,6% Bioeiern					
7	Kaufhof	Metro Gruppe	14	12	74	--
8	Norma Verkaufsgebiet Süd	Norma	ca. 10	ca. 20	--	ca. 70
9	Globus	Globus Holding	9,1	8,1	12,3	70,5
10	Real	Metro Gruppe	8	15	20	57
11	Bünting	Bünting	5,5	21	7,5	66
	Anteil der Käfigeier sinkt stetig.					
12	Aldi Nord	Aldi-Gruppe	--	50	50	--
13	Norma Verkaufsgebiet Nord	Norma	--	ca. 5	ca. 10	ca. 85
	Lidl	Schwarz -Gruppe	Teilweise	Ja	Ja	--
	Rewe	Rewe Zentral AG		60		40
	Penny	Rewe Zentral AG		50		50

Haltungsformen: 0 = Ökologisch/ 1 = Freilandhaltung/ 2 = Bodenhaltung/ 3 = Käfighaltung

Bei der Recherche wurden ausschließlich gestempelte Schaleneier erfasst.

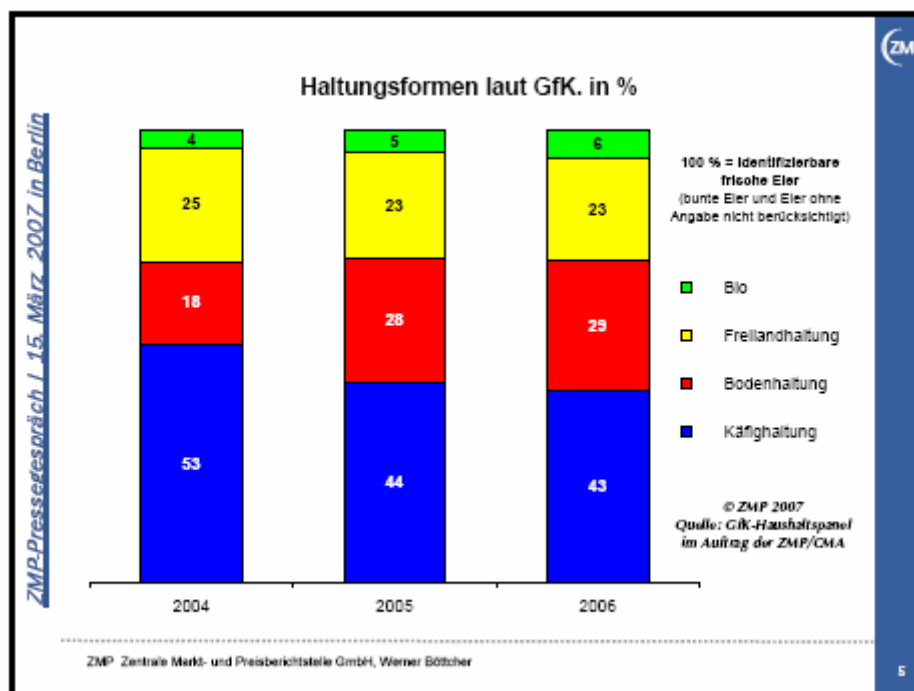
## Zur Recherche

Zu Ostern 2007 ermittelte der BUND im Rahmen seiner Aktionen zur tiergerechten Nutztierhaltung, welche Supermarktkette in Deutschland die meisten Ökoeier verkauft. In Form von schriftlichen Anfragen bei den Konzernketten wurde untersucht wie sich das Eierangebot gegliedert nach Haltungsformen darstellt und wie es sich gegenüber dem Jahr 2005 verändert hat. Die größten Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels (LEHs) wurden schriftlich befragt, ihre jeweiligen Daten getrennt nach ihren Handelsmärkten und Tochterunternehmen zu beantworten. Die 15 größten LEHs ermittelte der BUND nach der Liste der „TOP 30 LEH in Deutschland 2005“ der *Lebensmittel Zeitung*. Vor zwei Jahren hatte der BUND schon einmal auf der Basis einer Umfrage bei den zehn größten Lebensmitteleinzelhändlern in Deutschland ein „Ökoeier-Ranking“ durchgeführt.

Seit 2004 ist auf jedem Ei EU-weit eine einheitliche Kennzeichnung vorgeschrieben. Diese Kennzeichnung zeigt Verbraucherinnen und Verbrauchern mit einem Nummercode, aus welcher Haltungsform das Ei stammt: 0= Öko-Landbau, 1= Freiland, 2= Bodenhaltung oder 3= Käfighaltung. Zudem informiert der Stempel mit einem Länderkürzel über das Herkunftsland des Eis und die Betriebsnummer des Hühnerhalters.

Seit der gesetzlich vorgeschriebenen Kennzeichnung auf jedem Schalenei greifen knapp 60 Prozent der Verbraucher zu Eiern aus artgerechten Haltungsformen. Die Untersuchung des BUND ergab insgesamt, dass Verbraucher verstärkt zu Eiern aus tiergerechter und ökologischer Haltung greifen, wenn sie im Supermarktregal die Wahl haben. Diese Wahlmöglichkeit besteht nicht in Einzelhandelsketten wie Norma (Nord) oder Aldi-Nord, die noch keine Eier aus ökologischer Erzeugung führen.

Der Marktanteil von 6 Prozent Ökoeiern bei Frühstückseiern ist im Vergleich zu anderen Ökoprodukten sehr hoch und zeigt, dass es Konsumentinnen und Konsumenten bei der Hühnerhaltung besonders auf artgerechte Haltung und Ökofutter ankommt. Der derzeitige Marktanteil im Mittel aller Ökoprodukte liegt bei gut 3,5 Prozent.



Neben dem Naturkosthandel, der zu 100 Prozent Ökoeier führt, haben erfreulicherweise die meisten befragten Verbrauchermärkte Ökoeier im Angebot. Das Angebot an Ökoeiern reicht von null Prozent bis zu einem Anteil von 40 Prozent, der Mittelwert liegt bei 15,5 Prozent. Sieger unter den befragten Supermärkten ist das Unternehmen tegut, gefolgt von Karstadt und an dritter Stelle

Kaiser's Tengelmann. Aldi und Norma in der norddeutschen Verkaufsregion führen bis heute keine Ökoeier und sind damit die Verlierer im Ökoeier-Ranking. Anders als von zwei Jahren hat der Discounter Penny nun auch Ökoeier gelistet.

Der zur Schwarz-Gruppe gehörende Discounter Lidl teilte mit, es lägen keine differenzierten Zahlen zum Eierangebot vor. Lidl führe zum Teil Käfigeier und in manchen Märkten Ökoeier, hieß es in einer Mitteilung. Rewe-Märkte bieten zu 60 Prozent Eier aus alternativen Haltungsformen an (Öko-, Freiland- und Bodenhaltung) und zu 40 Prozent Käfigeier. Genauere Zahlen lägen der Rewe Zentral AG nicht vor, wurde dem BUND mitgeteilt. In den zur Rewe-Group gehörenden Penny Märkten würden zu 50 Prozent Eier aus alternativen Haltungsformen sowie zu 50 Prozent Käfigeier angeboten. Dabei verzeichneten Käfigeier ein deutliches Umsatzminus, teilte der Konzern mit. Keine Zahlen liegen vor von der Dohle-Handelsgruppe sowie der coop eG.

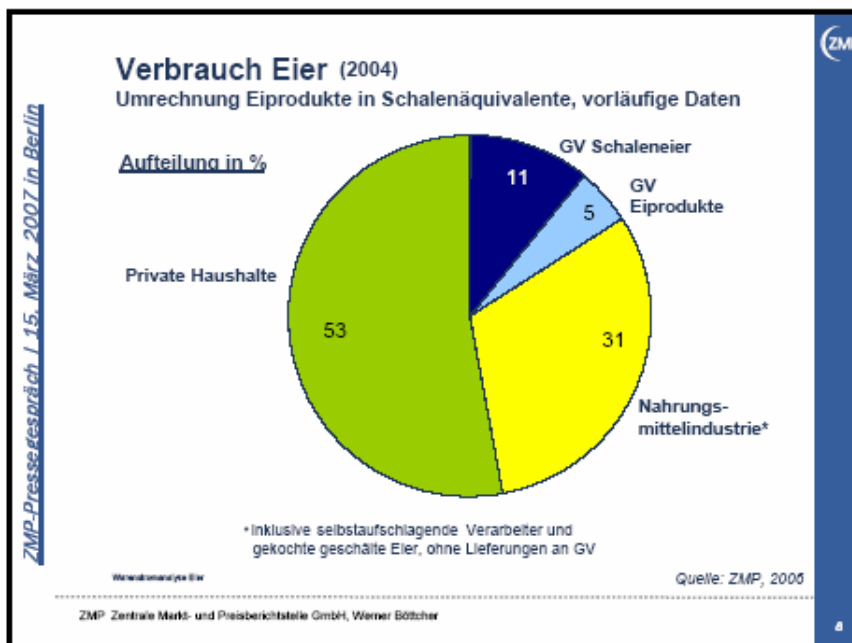
## Versteckte Käfigeier

Rund die Hälfte aller Eier werden in Form von verarbeiteten Eier in Produkten wie beispielsweise Nudeln, Gebäck oder Süßwaren konsumiert. Diese müssen bisher nicht gekennzeichnet werden.

Die Tabelle der GfK und die Untersuchung des BUND zeigen deutlich, dass Verbraucher immer weniger zu Eiern aus tierquälerischer Haltung greifen, sofern diese am Zifferncode erkennbar sind. 2006 hat die EU-Kommission in ihrem Tierschutzaktionsplan vorgeschlagen, die Kennzeichnung tierischer Produkte zu verbessern. Der BUND fordert, nach dem Vorbild der Eierkennzeichnung verpflichtend auf jedem tierischen Produkt die Haltungsform, Herkunft der Tiere und den Einsatz gentechnisch veränderter Futtermittel zu kennzeichnen.

Verbraucherminister Seehofer hat sich dazu in der Pressemitteilung vom 28.3.2007 geäußert: Im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft befürwortet Seehofer als Chef der EU- Landwirtschaftsminister nur eine *freiwillige* Kennzeichnung von Tierschutzstandards.

Der BUND begrüßt, dass Horst Seehofer die Debatte auf EU-Ebene eröffnet hat. Gleichzeitig kritisiert der BUND heftig die inhaltliche Position Seehofers. Der Minister hatte 2006 die Käfighaltung von Hühnern gegen den Widerstand der Verbraucher wieder zugelassen. Nun scheut sich der Landwirtschaftsminister eine verpflichtende Kennzeichnung einzuführen für Produkte, in denen die Käfigeier „versteckt“ sind. Seehofer jubelt Verbraucherinnen und Verbrauchern aus Tierschutzsicht „faule Eier“ unter, statt mit einer obligatorischen Kennzeichnung für Transparenz im Supermarktregal zu sorgen. Dies gilt auch für alle anderen tierischen Produkte neben Eiern.



## Kennzeichnung ist das Gelbe vom Ei – BUND-Postkartenaktion

Verbraucherinnen und Verbraucher können mit dem BUND aktiv eine Tierschutz-Kennzeichnung einfordern: Der BUND ruft noch bis zum Juni mit eine Protestkartenaktion „Kennzeichnung ist das Gelbe vom Ei“ dazu auf, Seehofer zu schreiben. Die Postkarte beinhaltet einen Appell an Verbraucherminister Seehofer, sich für die verpflichtende Kennzeichnung einzusetzen. Sie kann kostenlos beim BUND e.V. bestellt werden.

Autorin der Ökoeier-Recherche:  
Stefanie Wolf  
Mail an: [agrarteam1@bund.net](mailto:agrarteam1@bund.net)  
Tel: 030-275 86-598

Ansprechpartnerinnen für die BUND-Postkartenaktion  
Mirjam Schneider  
Mail an: [agrarteam3@bund.net](mailto:agrarteam3@bund.net)  
Tel: 030-275 86-598

Leiterin BUND Referat Landnutzung  
Reinhild Benning  
[Reinhild.benning@bund.net](mailto:Reinhild.benning@bund.net)