



### foodwatch verklagt Aldi wegen irreführender Kampagne zum Kükentöten

(europaticker) Die Verbraucherorganisation foodwatch hat Aldi wegen irreführender Werbeversprechen zum Kükentöten verklagt. Auf seinen Internetseiten behauptet Aldi, „als erster Lebensmittelhändler“ das Kükentöten zu „beenden“. foodwatch bezeichnete die Werbung als Verbrauchertäuschung, weil sich das Unternehmen mit dem Versprechen lediglich auf sein Sortiment der Schaleneier bezieht – nicht aber auf Eier, die für verarbeitete Produkte wie Nudeln oder Fertiggerichte verwendet werden. Neben Aldi hatte foodwatch auch die Handelskette Lidl für seine Kükentöten-Kampagne abgemahnt. Auch die Aufzucht der „Bruderhähne“, die unter anderem der Discounter Lidl für seine Bio-Eier plant, ist aus Sicht von foodwatch nicht zukunftsfähig. foodwatch forderte den Umstieg auf sogenannte Zweinutzungshühner. Zudem müsse ein staatliches Gesundheitsmonitoring in jedem Legebetrieb erfolgen, damit Leiden und Schmerzen der Tiere lückenlos erkannt und vermieden werden.

### Otte-Kinast zum Ausstieg aus dem Kükentöten

Das niedersächsische ML fördert ein Forschungsprojekt der TU Dresden zur frühzeitigen Geschlechtsbestimmung im Hühnerei mit rund 248.000 Euro. Mit der Fa. Agri Advanced Tech (AAT) Visbek soll das gemeinsame Projekt „Optisch-spektroskopische in-ovo Geschlechtsbestimmung des Hühnereies für den praktischen Einsatz in der Brüterei“ kommen. Niedersachsens Landwirtschaftsministerin Barbara Otte-Kinast sieht darin einen Meilenstein beim Ausstieg aus dem Kükentöten! Ihr sei wichtig, ein Verfahren zu entwickeln, das eine Geschlechtsbestimmung vor dem kritischen Tag sieben ermöglicht, an dem nach wissenschaftlichen Erkenntnissen davon ausgegangen werden muss, dass das Schmerzempfinden des Hühnerembryos beginnt. Aufgrund der hohen Tierzahlen sieht die Ministerin Niedersachsen besonders in der Verantwortung, beim Ausstieg aus dem Töten der männlichen Küken der Legelinien voranzugehen. Die Ministerin setzt

zudem auf die Aufzucht von Zweinutzungshühnern.

### Viele Herausforderungen am Geflügelmarkt

(AMI/MEG) Nicht nur die Corona-bedingten Auflagen und Nachfrageverschiebungen am Geflügelmarkt erschwerten im November die Abläufe. Durch die erneute Schließung der Gastronomie kam es wieder zu stärkerem Angebotsdruck. Der Absatz im Lebensmitteleinzelhandel war hingegen rege. Auch das Auftreten der Aviären Influenza steigerte die Sorgen der Branche. Dadurch wurden auch die Möglichkeiten zum Drittlandsexport erschwert. Einige Länder haben bereits Importembargos gegenüber deutschem Geflügelfleisch ausgesprochen. Teils wurde allerdings eine Regionalisierung akzeptiert, so dass nur aus den betroffenen Regionen keine Ware mehr bezogen wurde. Einige Anbieter mussten ihre Forderungen für lose gehandeltes Brustfleisch von Hähnchen und Puten reduzieren. Knochenprodukte tendierten preislich stabil. Die SB-Preise blieben weitgehend unverändert. Stärker nachgefragt wurde Rotfleisch von der Pute sowie Enten und Gänse. Sowohl Hähnchen- als auch Putenmäster mussten im November niedrigere Auszahlungspreise hinnehmen.

Preise für Eier aus der Bodenhaltung					
MEG-Preisfeststellung für Eier der Güteklasse A, Partien ab 50 Kisten, lose ab Station, in EUR je 100 Stück, ohne MwSt., Meldezeitraum Freitag bis Donnerstag – Quelle: MEG					
Gewichtsklasse	03.12.2020			Vgl. Vor- woche	Vgl. Vor- jahr
	von	bis	Median		
L	5,50	7,10	6,90	+ 0,00	-2,30
M	5,00	5,90	5,70	+ 0,00	-2,50
schwach					
Erzeugerpreise für Schlachtgeflügel					
Auszahlungspreise an Erzeuger der Erzeugergemeinschaften/ Schlachtereien; in EUR je kg Lebendgewicht – Quelle: MEG					
	Woche bis 06.12.2020			Vgl. Vor- woche	Vgl. Vor- jahr
	von	bis	Mittel		
Hähnchen, 1.500 g	0,730	8,000	0,767	-0,013	-0,048
Hähnchen, 2.000 g	0,715	0,820	0,766	-0,007	-0,045
<b>November 2020</b>			<b>Vgl. Vormonat</b>		
Puten, Hähne 18,5 kg	1,165	1,270	1,204	-0,039	-0,109