

Wirtschaftlichkeit von Kreislaufanlagen

Im Fachmagazin „Fischer & Teichwirt“ aus 6/09 steht auf Seite 224 und 225 eine Zusammenfassung eines Vortrages von Herrn Dr. Wedekind, Leiter des Instituts für Fischerei (IFI) der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft. Dort heißt es u. a.: „In Warmwasser-Kreislaufanlagen mit Afrikanischen Welsen (*Clarias*-Arten) wurden z. B. 1,36 EUR/kg Produktionskosten berechnet, was allerdings derzeit geringen Marktpreisen von ca. 1,-- EUR gegenüber steht.“ Fazit: Die *Clarias*-Produktion ist betriebswirtschaftlich unrentabel, weil der Selbstkostenpreis der Produktion über dem Marktpreis liegt. Dieser Schluss ist falsch:

1. Eine *Clarias*-Produktion in professionellen Voll-Kreislaufanlagen nach neuestem Stand der Wasseraufbereitungstechnik kann nicht für 1,-- EUR/kg erfolgen, es sei denn, die wichtigsten Kostenverursacher wie Futter und Energie werden durch andere Mittel ersetzt. Oder die Technik in Form wasserverschlingender Durchflussanlagen ist veraltet, wie sie bei unseren westlichen Nachbarn üblich sind.
2. Diese sogenannten „geringen Marktpreise“ – sofern sie denn überhaupt stimmen – sind keine Wiederverkaufspreise des Handels, der Verarbeiter oder der Gastronomie sondern einzig und allein *Selbstkostenpreise* existenzbedrohter niederländischer oder anderer Fischfarmer, die sich seit Jahren gegenseitig preislich unterbieten. Der Selbstkostenpreis für den inzwischen hierzulande sehr beliebten *Pangasius* – ebenfalls eine Wels-Art – soll bereits bei 40 Cents pro kg liegen, was selbst den vietnamesischen Züchtern nicht mehr zum ohnehin kargen Leben reicht.

Inzwischen müsste sich herumgesprochen haben, dass in der Landwirtschaft mit reiner Urproduktion kaum Geld verdient wird. Bestes Beispiel hierfür sind die häufig bestreikten Milchpreise. Beim Fisch ist es nicht anders. Eine nachhaltig positive Wirtschaftlichkeit im Fischmarkt entsteht nur mit optimaler Produkt- und Marketingpolitik. Verarbeitungsvielfalt der Fischrohprodukte sowie unmittelbarer Absatz stehen hierbei im Mittelpunkt erfolgreicher unternehmerischer Aktivität. Nur wenn die Wertschöpfung in einer Hand bleibt, wird tatsächlich Geld verdient. Ein kreatives Management ist hierfür die Voraussetzung. Wenn allein nur noch der Preis Erfolgs bestimmend ist und nicht herausragende „Alleinstellungsmerkmale“ von wertvollen – oft psychologischen und ökologischen – Zusatzleistungen, dann ist der ökonomische Marktaustritt nur noch eine Frage der Zeit.

Ob beim Fisch der Selbstkostenpreis 1, 3 oder 5 EUR beträgt, ist Sache unterschiedlicher Produktionsmethoden, die wie alle technischen Prozesse permanent rationalisiert werden können. Rentable Marktpreise hingegen werden hauptsächlich durch die Attraktivität kreativer Produkt-Wertschöpfungen und damit verbundener „Gefühle“ generiert. Hierzu folgende Praxisbeispiele:

Negatives Beispiel: Ein Fischfarmer aus Westfalen vermarktet seinen europäischen Wels als typisches „Urerzeugnis“ und ohne Marketingaktivität für 5,30 €/kg ab Farm und für 5,70 €/kg frei Haus. Die Mehrzahl seiner Abnehmer sind Verarbeitungsbetriebe oder Restaurants. Nur ein geringer Teil wird selbst verarbeitet und ab Farm verkauft.

Positives Beispiel: Niederrheinische Fischfarmer verkaufen ihren „Rheinischen Edelwels“ nach dem „Regiofisch“-Konzept alias Clarias-Filets für 17,90 €/kg und Räucherware für 28,90 €/kg. Oder sie kreieren „Fischfestivals“ mit unterschiedlichen Gerichten zu je 200 bis 250 g Welsfilet und zwar zu Preisen zwischen 25 und 35 EUR pro Kilo umgerechnet auf die Rohware, 55 % Schlachtverlust mitgerechnet. Die Gäste sind ob der Qualität und Frische voll des Lobes – und das in „tiefster Provinz“. Man stelle sich eine ähnliche Konstellation in wirtschaftlichen Ballungsräumen vor.

Die Kreislauf-Aquakultur mit ihren vielfältigen Vorteilen, ermöglicht nicht nur eine ökologisch nützliche Form der Aquakultur, sondern auch eine ökonomisch lukrative Alternative innovativer Fischwirtschaft.

Die Zeit anonymer Billigimporte wie Clarias oder Pangasius, für einen Selbstkostenpreis von 1 €/kg bzw. 40 Cent/kg, den Experten als „Marktpreis“ interpretieren, neigt sich dem Ende zu. Kritische Verbraucher denken „ganzheitlich“ und „global“. Ihnen ist es nicht gleichgültig, ob eine Rohware vom anderen Ende der Welt oder aus armen Ländern stammt. Sie wollen wissen woher ihre Lebensmittel stammen, wie sie verarbeitet und vermarktet werden. Transparenz bei der Herstellung und Verarbeitung werden ebenso belohnt wie Verantwortungsbewusstsein gegenüber ärmeren Ländern oder der Umwelt. Für diese gegenüber dem Fischrohprodukt zusätzliche erhebliche Wertschöpfung – im wahrsten Sinne des Wortes – sind immer mehr Verbraucher bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. Dieser wachsenden Nachfrage sollte man mit entsprechenden Angeboten begegnen – so wie es beim „Regiofisch“ gezeigt wird.

Rheinberg, den 06.06.2009

Heribert Reinhardt