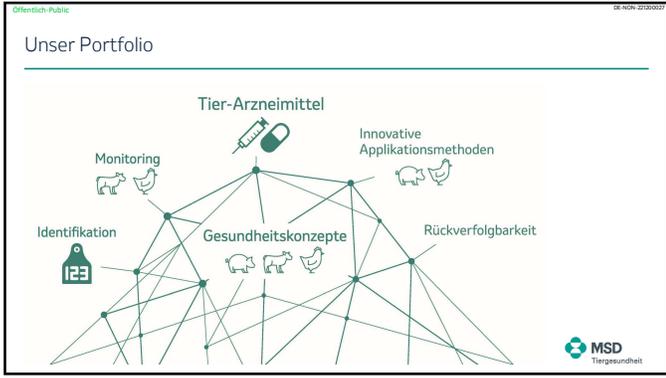




1



2



3

Offentlich-Public DE-Nov-21/2022/7

Verbraucher achten zunehmend auf die **Qualität** und **Nachhaltigkeit** von Lebensmitteln



4

Offentlich-Public DE-Nov-21/2022/7

Marktforschung zum Thema Vertrauen in die Lebensmittelkette

FLEISCH 

88% der Verbraucher stimmen zu, dass Transparenz die vollständige Rückverfolgbarkeit des gesamten Fleischerzeugungsprozesses bedeutet.

MILCHPRODUKTE 

89% der Verbraucher stimmen zu, dass Transparenz die vollständige Rückverfolgbarkeit des gesamten Milcherzeugungsprozesses bedeutet.

84%

der Verbraucher stimmen zu, dass:

eine bessere Transparenz in der Fleischerzeugung ihr Vertrauen in die Fleischerzeugungskette stärken würde

eine bessere Transparenz in der Milcherzeugung ihr Vertrauen in die Milcherzeugungskette stärken würde



5

Offentlich-Public DE-Nov-21/2022/7

Marktforschung zum Thema Vertrauen in die Fleischerzeugung

60% der Verbraucher haben **Bedenken** bei Kauf und Verzehr von Fleisch und Fleischerzeugnissen.

30% der Verbraucher wollen ihren **Fleischkonsum** einschränken.

44% der Verbraucher haben wenig bis kein Vertrauen in **Produktlabel** oder -botschaften.

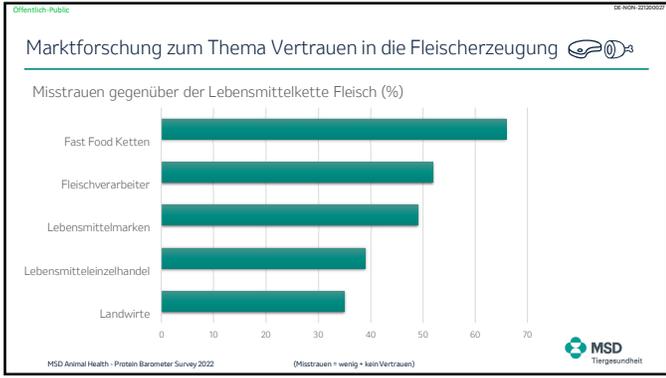
86% der Verbraucher möchten nur Fleisch von **nachweislich** gesunden und glücklichen Tieren essen.

88% der Verbraucher stimmen zu, dass **Transparenz** die vollständige Rückverfolgbarkeit des gesamten Fleischerzeugungsprozesses bedeutet.

84% der Verbraucher stimmen zu, dass eine bessere Transparenz in der Fleischerzeugung ihr **Vertrauen** in die Fleischerzeugungskette stärken würde.



6



7

Offentlich-Public DE-Nov-21/2022

Das **Vertrauen** der Verbraucher zu gewinnen bedeutet, **Transparenz** über die gesamte Lebensmittelkette hinweg zu schaffen

8

Offentlich-Public DE-Nov-21/2022

Transparenz und **Vertrauen** können nur durch **Partnerschaft** und **Zusammenarbeit** erreicht werden

9



10

Unser Ansatz

Wir verbinden die Glieder der Lebensmittelkette mit einer einzigartigen Verschmelzung von Biopharma-, Identifikations- und Monitoringlösungen sowie Daten- und DNA-Informationen.



11

Gemeinsam **Vertrauen stärken**

- ✓ Die Lebensmittelkette verbinden - von der Geburt bis zum Teller
- ✓ Lebensqualität für alle schaffen
- ✓ Nachhaltige Ergebnisse ermöglichen
- ✓ Verbrauchern helfen, bessere Entscheidungen zu treffen



12



13



14



15

Offentlich-Public 06.10.2023/2023

Herausforderungen für Tierärzte

Mega Trends, die angegangen werden müssen...	...führen zu kritischen Aktivitäten für den Erfolg	...und schaffen oder verstärken Schmerzpunkte.
Tierwohl	Tierwohlfragen bei Standard Behandlungen	Veränderte Präventions- und Therapiemethoden
Veränderte gesetzliche Vorgaben	Zugang zu Informationen	Die richtigen Informationen finden
Nachhaltigkeit	Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit verstehen	Ändern von Routinen und zusätzliche Dokumentation
Rückverfolgbarkeit	Compliance und Dokumentation	Zeitaufwand für die Verwaltung auf unterschiedlichen Plattformen
Schlechte Wirtschaftlichkeit auf landwirtschaftlichen Betrieben	Praxismanagement	Stapel von Rechnungen

Summary of expert interviews conducted independently in fall 2022 with European Food Chain players

16

Offentlich-Public 06.10.2023/2023

Herausforderungen für Verarbeiter

Mega Trends, die angegangen werden müssen...	...führen zu kritischen Aktivitäten für den Erfolg	...und schaffen oder verstärken Schmerzpunkte.
Tierwohl	Kontinuierliche Innovation und Differenzierung	Rückverfolgbarkeits- einschränkungen
Veränderte Verbraucherwünsche	Kontinuierliche Unterstützung der landwirtschaftlicher Zulieferer	Lieferschwierigkeiten
Nachhaltigkeit	Markenbildung in Konsumentender	Erhöhte Produktionskosten
Rückverfolgbarkeit und Regionalität	Logistik und Rückverfolgbarkeit	Zusammenarbeit zwischen den Akteuren der Lebensmittelkette
Preisdruck	Schulung von Lieferanten und Käufern	Negative öffentliche Lebensmittelkandale

Summary of expert interviews conducted independently in fall 2022 with European Food Chain players

17

Offentlich-Public 06.10.2023/2023

Herausforderungen für Lebensmittelmarken

Mega Trends, die angegangen werden müssen...	...führen zu kritischen Aktivitäten für den Erfolg	...und schaffen oder verstärken Schmerzpunkte.
Tierwohl	Konsequente Innovation und Differenzierung	Druck von Akteuren der Lebensmittelkette
Veränderte Verbraucherwünsche	Marken- und Verbraucher-Marketing	Erhöhte Kosten für Nachhaltigkeit
Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitsstrategie	Schwierigkeiten Botschaften zu kommunizieren
Rückverfolgbarkeit und Regionalität	Umgang mit Influencern und Aktivisten	Druck durch Presschere
Preisdruck	Schulung von Lieferanten und Käufern	Negative öffentliche Lebensmittelkandale

Summary of expert interviews conducted independently in fall 2022 with European Food Chain players

18

Offentlich-Public 06.10.2023/027

Herausforderungen für den Lebensmitteleinzelhandel



Mega Trends, die angegangen werden müssen...

- Preisdruck
- Rückverfolgbarkeit und Transparenz
- Nachhaltigkeit
- Nachfrage nach regionalen Produkten
- Tierwohl

...führen zu kritischen Aktivitäten für den Erfolg

- Lieferantenmanagement und Logistik
- Marken- und Verbraucher-Marketing
- Pricing und Finanzmanagement
- Konsequente Innovation und Differenzierung
- Schulung von Lieferanten und Käufern

...und schaffen oder verstärken Schmerzpunkte.

- Lieferschwierigkeiten
- Erhöhte Kosten für Nachhaltiges
- Schwierigkeiten Botschaften zu kommunizieren
- Druck durch Presschere
- Zu viele Standards

Summary of expert interviews conducted independently in fall 2022 with European Food Chain players



19

06.10.2023/027

#The food chain revolution

20

Unsere Lösungen



21

Offentlich-Public
DNA TraceBack®: Transportieren von (Mehr-)Werten bis zum Konsumenten

22

Offentlich-Public
DNA-TraceBACK®: Welche technischen Möglichkeiten gibt es?

23

DNA TraceBack®: wie funktioniert dieses Rückverfolgbarkeits-Konzept?

24

Offentlich-Public

Für welche End-Produkte ermöglicht DNA TraceBack präzise Transparenz?

- ✓ Ganze Muskelstücke (auch gekocht und gebraten, gesalzen)
- ✓ Sehr komplexe Produkte wie Würste

MSD Animal Health

25

Offentlich-Public

Vertrauen in Markenfleischprogramme durch Transparenz und exakte Rückverfolgbarkeit

Albert Heijn introduces DNA traceability system for branded pork

TRUST OUR BEEF

Be sure the first national UK retailer to be able to trace every piece of beef back to a specific farm and area.

Clear traceability for Swiss meat

Proud of single farms to quality equipment

SeafreshGroup

DNA Guaranteed Transparency for Global Seafood Supplier.

Tyson

„Durch DNA TraceBack® bieten wir unseren Einzelhandels- und Gastronomiekunden wissenschaftliche Evidenz, dass sie Bio-Fleisch von Tieren mit hoher Qualität bekommen, die so aufgezogen werden, wie wir es versprechen.“

Karl Hattmann, Vorsitzender, Marketing und Promotion Programme, Tyson Fresh Meats

DNA TraceBack

Complete traceability from farm to fork with DNA TraceBack® and our powerful genetic diversity. All products are fully traceable back to the origin.

MSD Animal Health

26

Offentlich-Public

Aktueller Fall (I) – wie könnte DNA TraceBack nützen

<https://www.bild.de/regional/muenchen/muenchen-regional-politik-und-wirtschaft/etikettenschwi...>

SCHLACHTHOF-RAZZIA WEGEN ETIKETTEN-SCHWINDEL
Bio-Hendl-Lüge auf der Wiese?

<https://www.bild.de/regional/muenchen/muenchen-regional-politik-und-wirtschaft/etikettenschwindel-razzia-im-schlachthof-bio-hendl-luege-auf-der-wies-81979542.bild.html>

MSD Animal Health

27

Aktueller Fall (II) - wie könnte DNA TraceBack nützen

- Seit 2018 sei konventionelles Hühnerfleisch zu Bio-Ware umetikettiert worden. Dadurch konnten höhere Preise erzielt werden.
- Tiefkühlware habe man aufgetaut und laut Ermittler als „Frischware“ verkauft.

Polizei und Staatsanwaltschaft sagen: „Die mutmaßlich irreführend bezeichneten Hähnchen gingen nach ersten Erkenntnissen an eine Vielzahl an Abnehmern. Wieviel genau? Unklar...“

Ware der Firma wurde auch auf dem Oktoberfest verkauft. Kunden waren u.a. Peter Reichert von der Bräurosl und Michael Käfer, Wieschef Baumgärtner (CSU): „Wir werden die Sache genau untersuchen. Es kann nicht sein, dass Bio-Qualität gekauft und konventionelles Fleisch geliefert wird.“

Toni Winkhofer, Inhaber vom Festzelt Tradition (Olde Wiesen), kaufte sogar Bio-Hendl von der Firma ein: „Das wäre böse, wenn es stimmt. Bio-Hendl sind eigentlich vom konventionellen zu unterscheiden. Die Gliedmaßen und das Fleisch sind anders, die müssen anders gegarbt werden. Verdacht geschöpft haben wir keinen.“

WIE KANN DNA TRACEBACK HELFEN?

- Erkennen von Tiefkühlware durch exakte Rückverfolgbarkeit zum Elterntier
- Wissenschaftlicher genetischer Nachweis/Unterscheidung von Hühner-Rassen (insbesondere Unterscheidung schnell/konventionell - langsam/Bio wachsend)

MSD Tiergesundheit

28

DNA TraceBack-Nutzen: präzise Rückverfolgbarkeit, Differenzierung und Qualitätssteigerung

- Fleischqualität**
 - Steigerung und Management von Effizienz (z.B. Futtermittelverwertung und Fleischqualität (Zartheit, Marbling etc.): Selektion und Zucht
- Differenzierung**
 - Absicherung von kommunizierten Attributen und Werten
 - Spezielle Futtermittel
 - Nachhaltigkeit: Regionalität, Tierwohl, Bio, "frei von"
- Präzise Rückverfolgbarkeit - Schutz von Lieferketten und Marken**
 - Verlässliche Garantien zur Rückverfolgbarkeit und Authentizität
 - z.B. Rasse, Alter, Region

MSD Confidential and Proprietary Information

MSD Tiergesundheit

29

Ihre FachberaterInnen Geflügel für die gesamte Lebensmittelkette

„from farm to fork“:



Cornelia Rehage
Telefon: 0173 2289350
E-Mail: Cornelia.Rehage@msd.de



Alfons Sagemüller
Telefon: 0170 435 81 915
E-Mail: Alfons.Sagemuller@msd.de



Dr. Kerstin Fiebig
Telefon: +49 151 1762085
E-Mail: kerstin.fiebig@msd.de

MSD Tiergesundheit

30