



SVT-Jahrestagung 2018  
HAFL Zollikofen, 25. April 2018

**KONSUMENTEN  
SCHUTZ**

# Fleisch, Milch oder Eier - Konsum von morgen

Sara Stalder, Geschäftsleiterin Konsumentenschutz

# Fleischkonsum sinkt erneut



zurück

1 / 4

weiter

2017 wurden in der Schweiz insgesamt 344'893 t verkaufsfertiges Fleisch produziert.  
(Bildquelle: Proviande)

KONSUMENTEN  
SCHUTZ

## Der Fleischkonsum vor 20 Jahren

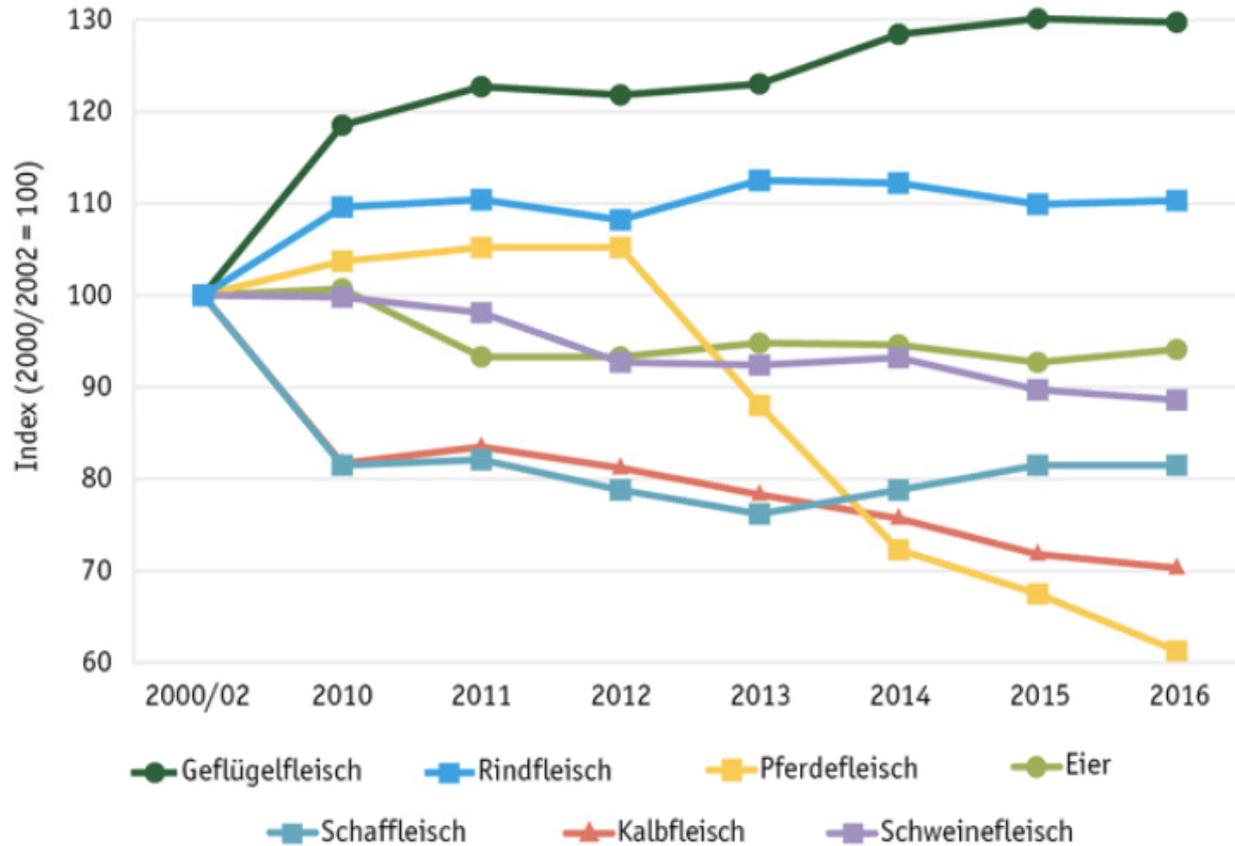
Vor 20 Jahren – anno 1996 – verzehrten Herr und Frau Schweizer je gut 53,6 kg Fleisch, rund 5% mehr als heute. Schon damals wurde aber vor allem Schweinefleisch konsumiert (25,93 kg), gefolgt von Rindfleisch (10,85 kg) und Geflügelfleisch (9,17 kg). Der allgemeine Rückgang in den letzten zwanzig Jahren ging vor allem auf das Konto von Schweine- und Kalbfleisch, während das Geflügelfleisch um über 2,8 kg pro Person zulegen konnte.

## 96% der Schweizer Bevölkerung essen Fleisch

Eine im Dezember 2016 vom Forschungsinstitut GfK durchgeführte repräsentative Studie bestätigte erneut, dass Fleisch bei den Schweizerinnen und Schweizern ein sehr beliebtes Nahrungsmittel ist. Gemäss dieser Studie essen über 70% der befragten Personen im Alter von 15 bis 70 Jahren mindestens 3-4 Mal pro Woche Fleisch, weitere 20% 1-2 Mal wöchentlich. Nur gerade 4% gaben an, nie Fleisch zu essen.

Quelle: schweizerfleisch.ch; 28.03.17

## Entwicklung des Pro-Kopf-Konsums von Fleisch und Eiern



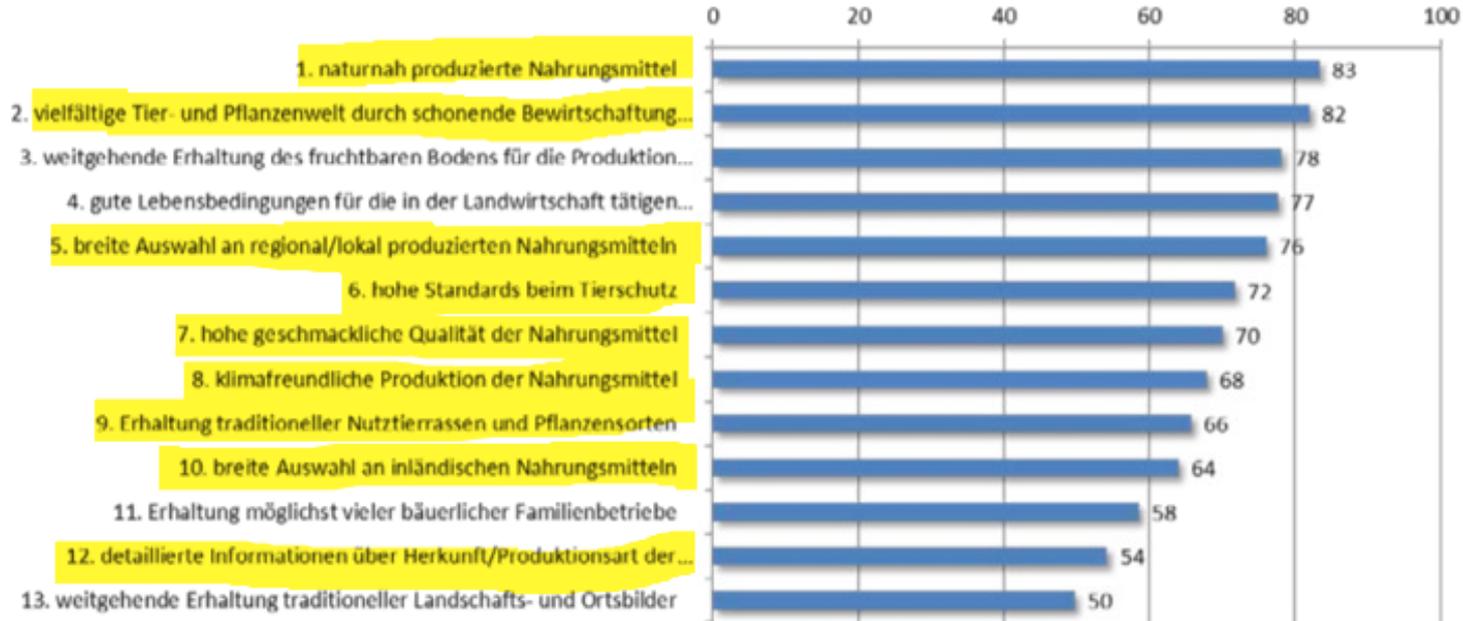
Quelle: Proviande / Aviforum

2030 ?

# Erwartungen der Konsumenten

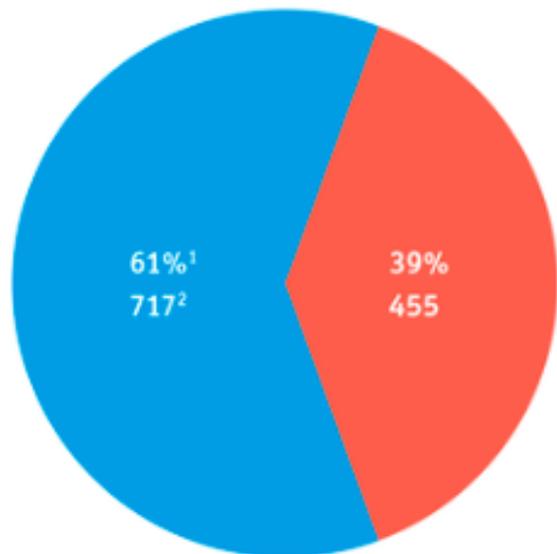
Die Erwartungen der schweizerischen Bevölkerung an die Landwirtschaft – Studie zuhanden des Bundesamtes für Landwirtschaft BLW (August 2015)

Abbildung 4: Bewertung der Erwartungskriterien (obere Tableau-Hälfte), 2015



Wichtigkeit der Items aus Sicht der Befragten (0: min.; 100: max.)

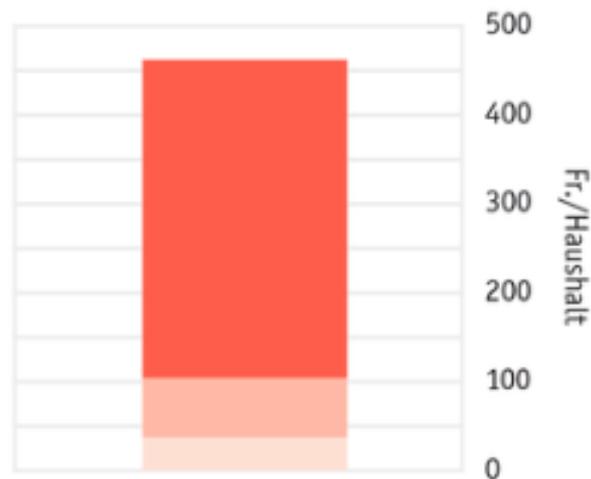
## Struktur des Lebensmittelkonsums in der Schweiz – 2012



**Konsum Zuhause**      **Konsum ausser Haus**

<sup>1</sup> Durchschnittliche Ausgaben in Fr./Haushalt und Monat

<sup>2</sup> Durchschnittliche Ausgaben in % in Bezug auf die Gesamtausgaben für Lebensmittel



Konsum ausser Haus

**Restaurant**

**Take-away**

**Kantine**

Quelle: BFS, 2013a

# Zucht, Genmanipulation

KONSUMENTEN  
SCHUTZ



Quellen: ruweg.de; bild.de



# 3D-Print, Laborfleisch



KONSUMENTEN  
SCHUTZ

# Industrielle Fleischproduktion



Quelle: Frankfurter Rundschau 2015

# Futtermittel-Importe

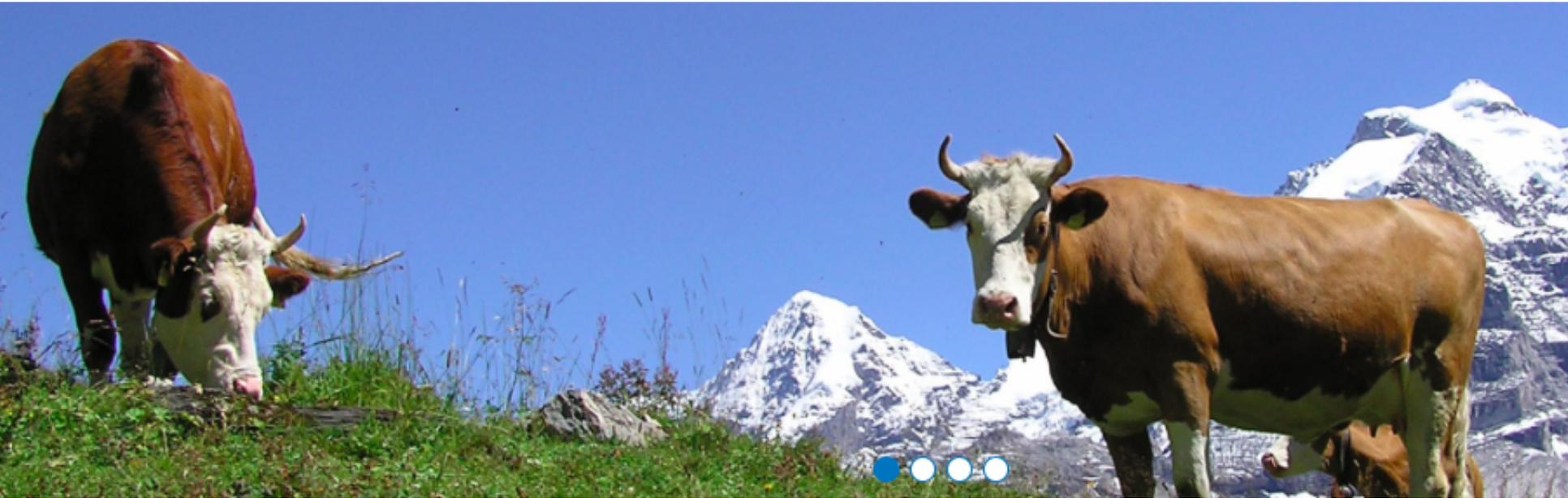
KONSUMENTEN  
SCHUTZ



Einem aktuellen Greenpeace Artikel zufolge, hat die Zerstörung des Amazonas in den letzten Monaten wieder drastisch zugenommen und schuld daran haben vor allem die Industriestaaten mit ihrem unersättlichen Bedarf nach billigem Fleisch. Die Auswertung von Satellitenaufnahmen hat ergeben, dass allein im letzten halben Jahr wieder 700.000 Hektar Amazonas-Urwald zerstört wurden.

Quelle: Internetseite «gewegner.de»;  
«20minuten»

# 365x/Jahr – in der Werbung



# Einkaufstourismus

KONSUMENTEN  
SCHUTZ

## Einkaufstouristen kosten Detailhändler 11 Milliarden Franken

Die Zahl der Schweizer, die ennet der Grenze einkaufen, ist seit Januar gestiegen. Die Folgen für die Detailhändler hierzulande sind enorm.



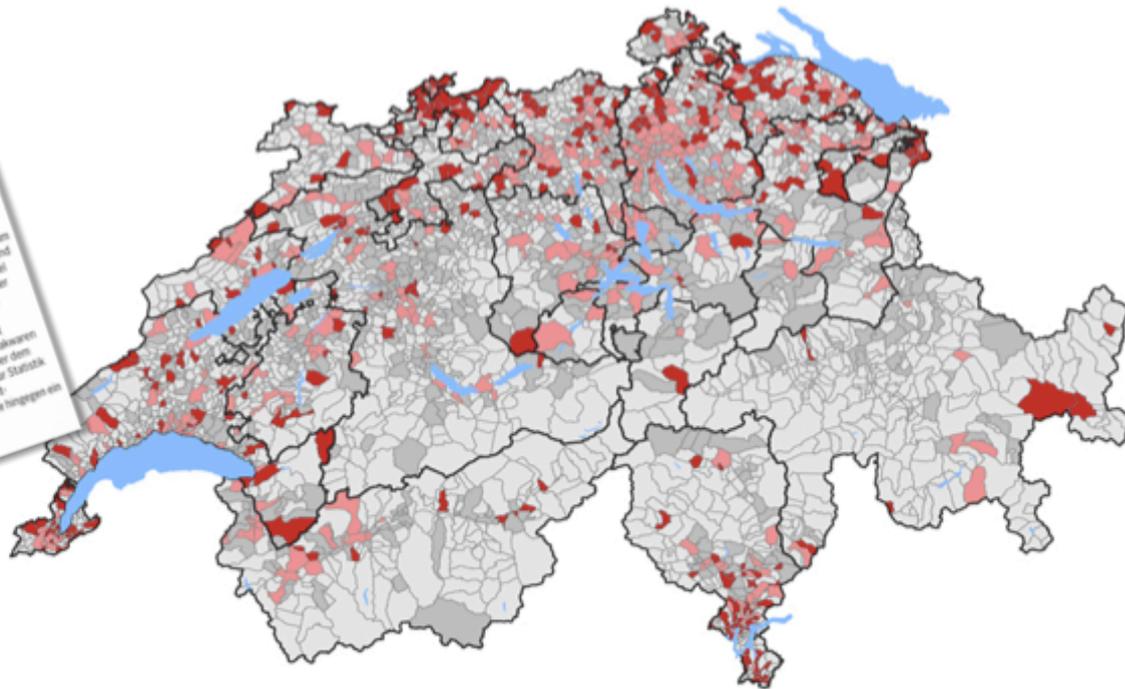
Immer mehr Schweizer shoppen im Ausland. Ein Grenzwachter kontrolliert die Waren in einem Kofferraum. (Archivbild) Bild: Keystone

**Stichworte**  
Detailhandel  
Coop

### Rückgang im August

Im Schweizer Detailhandel sind die Umsätze im August leicht gesunken. Der um Verkaufs- und Feiertagspreise bereinigte reale Umsatz fiel um 0,3 Prozent. Ohne Preisfeste sank der Umsatz sogar um 2,5 Prozent gesunken.

Die Verkaufserlöse im Detailhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren sanken real um 0,1 Prozent gegenüber dem August 2024, wie das Bundesamt für Statistik am Donnerstag mitteilte. Der real- Nahrungsmittelsektor registrierte hingegen ein Plus von 1,1 Prozent.

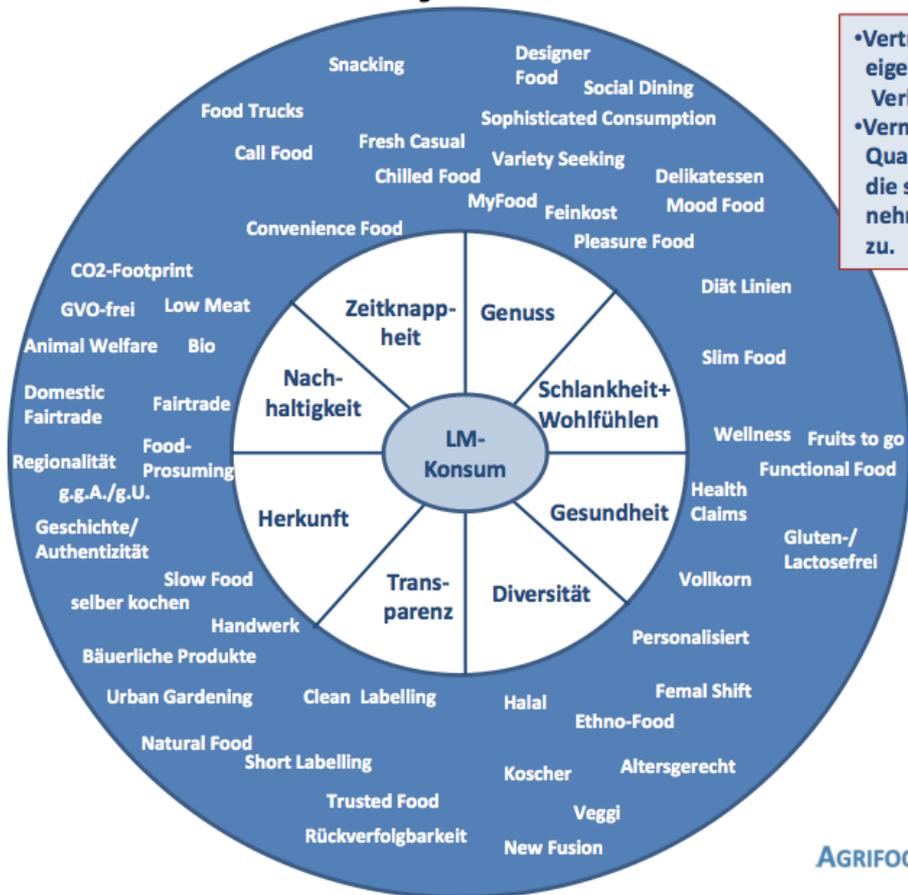


### Legende

- 1 Gering
- 2 Mittel
- 3 Hoch

-  Geringer Anteil an Haushalten, die gezielt im Ausland einkaufen
-  Mittlerer Anteil (bis 39%) an Haushalten, die gezielt im Ausland einkaufen
-  Hoher Anteil (40-100%) an Haushalten, die gezielt im Ausland einkaufen

# LM-Trendrad: Kaufmotive jenseits des Preises



•Vertrauens- und Prozesseigenschaften werden für viele Verbraucher immer wichtiger.  
 •Vermarktungsargumente, die auf Qualitätsmerkmalen basieren, die schwierig nachzuprüfen sind, nehmen im LM-Markt deutlich zu.

# Entscheidungsgrundlage

- **faire Preisbildung** (Produzenten, Verarbeiter, Handel und KonsumentInnen)
- **Auswahl** im Verkaufsregal – idealerweise überschaubar
- **Preisunterschiede** in Produktgruppen **erklärbar**, **Mehrwert erkennbar**
- **Produktion** bei Lebensmittel tierischer Herkunft
- verarbeitete/veredelte Rohstoffe: **höhere Zahlungsbereitschaft**



**Heumilch**



**Fairmilk**



**Nachhaltige Milch**



**Wiesenmilch**



**Di fair Milch**



**Swiss Family Milk**



**BIO SUISSE**  
**Biomilch (Knospe)**



**Fair - Für einen fairen Milchpreis**

**KONSUMENTEN  
SCHUTZ**

**ganzheitlich Fleisch konsumieren**

**Lebensmitteldeklaration verbessern**

**Antibiotikaresistente Keime verhindern**

**Kontrollergebnisse offenlegen**

**Einkaufstourismus eindämmen**



- **Tierwohl kontinuierlich verbessern: tiergerechte Haltung (GMF, Kraftfutterreduktion, BTS, RAUS); Tierschutzgesetzgebung verschärfen**
- **nachhaltige Züchtung, passende Rassen**
- **Tierarzneimittel drastisch reduzieren**
- **neue Gentechnikverfahren gesetzlich regeln**

**Nur eine Wertschöpfungskette ohne Brüche  
erzielt Wertschöpfung für alle Akteure.**

**Höchste Zeit, gemeinsame Ziele zu definieren!**