



SVT-Tagung Chancen der Qualitätsstrategie auf dem Inlandmarkt

Pius Odermatt
Zollkofen, 13. April 2010

Der Konsument- die Konsumentin, ein komplexes Wesen



Quelle: Coop Absatzmarktstrategie 2015+

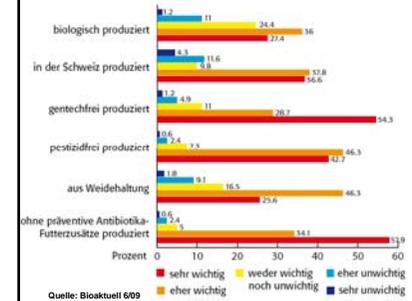


Opdu

13. April 2010

2

Qualitätsverständnis am Beispiel von Milchprodukten



Opdu

13. April 2010

3

Anpassungen auf Stufe Verarbeitung am Beispiel Bell AG

EU-kompatible Betriebe

- EU-Nummer
- Reinraumtechnik
- Lebensmittelsicherheit: Zertifizierung nach ISO, EFSIS, IFS, BRC, Bio Suisse, SA14001, etc.
- Investition Oensingen 2007, Fr. 90 Mio.

Produktivität

- Konzentration der Standorte
- Senkung der Stückkosten durch Automatisierung und Spezialisierung
- Investitionen ca. 50 Mio./Jahr



coop

Opdu

13. April 2010

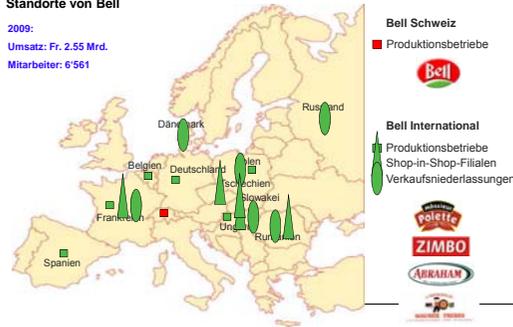
4

Internationalisierung verbessert die Wettbewerbsfähigkeit Standorte von Bell

2009:

Umsatz: Fr. 2.55 Mrd.

Mitarbeiter: 6'561



Bell Schweiz

Produktionsbetriebe



Bell International

Produktionsbetriebe
Shop-in-Shop-Filialen
Verkaufsniederlassungen



coop

5

Der Detailhandel hat seine Hausaufgaben gemacht

Starke Schweizer Detailhändler

- attraktive und innovative Sortimente
- führend bei Bio und Nachhaltigkeit
- Produkte auf allen Preis-Ebenen
- attraktive Verkaufsstellen / Einkaufserlebnis
- flächendeckende Nahversorgung

Hohe Effizienz in den Prozessen (inkl. Supply Chain)

- führend in Bezug auf Flächenproduktivität (Europa)
- hohe Investitionen in der Schweiz

Soziale Verantwortung

- stabile genossenschaftliche Strukturen
- starke und faire Arbeitgeber

Ressourceneffizienz: Minergie, Biotreibstoff aus Abfall

"gesunder" Konkurrenzkampf



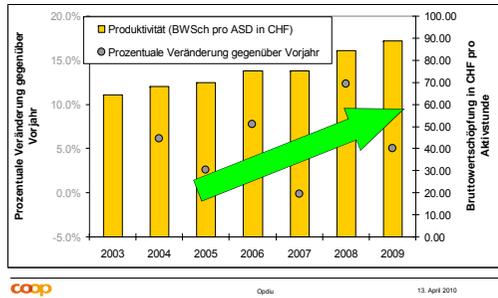
coop

Opdu

13. April 2010

6

Steigende Produktivität im Schweizer Detailhandel Bsp. Coop



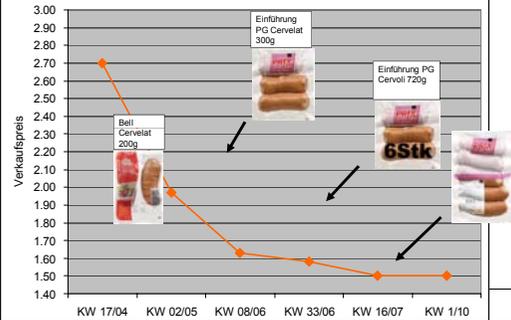
coop

Opdu

13. April 2010

7

Bsp. für negative Preisentwicklung Cervelat



Die Wahlfreiheit als Erfolgsfaktor

Für jeden Anspruch. Für jedes Budget.



Für die grösste Auswahl in jeder Preiskategorie.
Für Fleisch und alles andere auch.

coop
Für mich und dich.

coop

Produzententag 2010 Porc. L. Wyls

13. April 2010

9

Wertschöpfung durch Convenience und regionalen Spezialitäten



Convenience



Spezialitäten



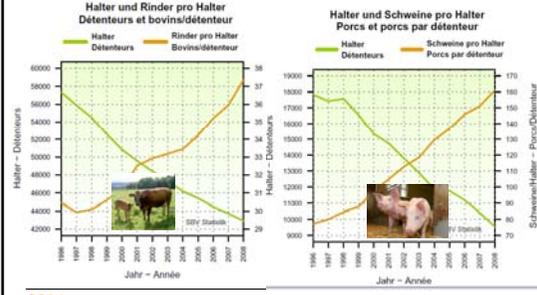
coop

Opdu

13. April 2010

10

Anpassungen in der Tierhaltung



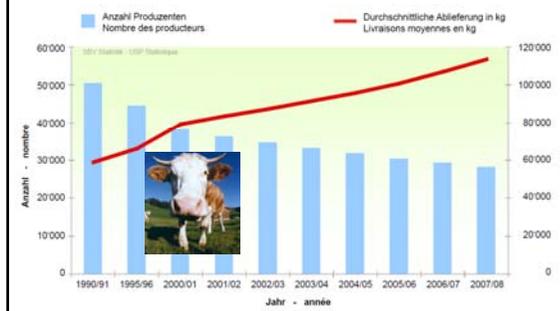
coop

Opdu

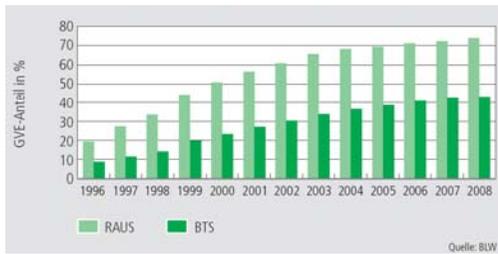
13. April 2010

11

Anpassungen in der Milchviehhaltung



Entwicklung der Beteiligung bei RAUS und BTS



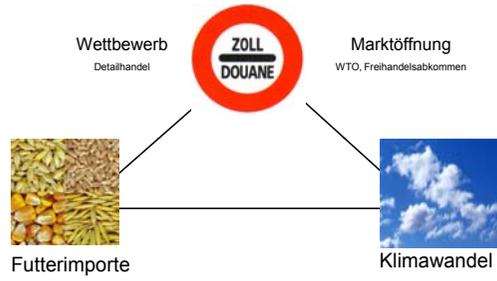
coop

Opdu

13. April 2010

13

Künftige Herausforderungen für die Viehwirtschaft



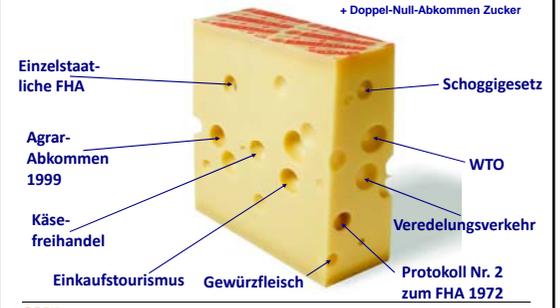
coop

Opdu

13. April 2010

14

Löchriger Grenzschutz



coop

Opdu

13. April 2010

15

Futtermittelimporte: Mythos „Selbstversorgung“



- Die Bauern werden immer abhängiger von Futter aus dem Ausland: 1996 importierte die Schweiz weniger als 500'000 Tonnen – 2008 sind es über eine Million Tonnen.
- Selbstversorgungsgrad beim Fleisch: 87 Prozent. Ohne Importfutter wäre der Selbstversorgungsgrad nur 51 Prozent.
- Das stört ökologische Kreisläufe: Überdüngte Böden bei uns, Düngemangel im Ausland.

Kassensturz «Das kann nicht die Lösung sein, dass wir hier aus Drittweltländern Futtermittel veredeln und zu Fleisch machen»



Opdu

13. April 2010

19

Wer wird Chinas Schweine füttern?



China hält die Hälfte des Weltbestandes, Tendenz steigend



Opdu

13. April 2010

20

Tierfutter statt Urwaldbäume?

Der Regenwald darf nicht länger den Sojafeldern zum Opfer fallen. Coop und WWF wollen den Kahlschlag stoppen.

Aus der Vogelperspektive sieht man, als ob sich ein riesiger Molech über den Atlantischen Regenwald und die Savannen Brasiliens, Paraguays und Argentiniens hingebreite. Jährlich 450.000 Tonnen Sojabohnen geerntet.



Mit jedem Tag wird der Regenwald ein Stück weiter zurückgegriffen.

schluckt der Molech hier ein Urwaldstück in der Größe des Kantons Zürich, und hat er doch die Fläche eines Kleinststaats beansprucht. Auf seinem Grund sind unzählige Savannen und Wälder.

der weltweiten Sojaproduktion dient darum als Tierfutter. Alles für den gesamten Schweizer Konsum von Fleisch, Eiern und Milch werden jährlich 450.000 Tonnen Sojabohnen geerntet.

Erarbeitung „Basler Kriterien“

durch ProForest und Mithilfe beim Round Table on Responsible Soy Association:

- Keine Zerstörung wertvoller Tropenwälder oder Savannen

Nachhaltigkeit beginnt beim Futter

Coop übernimmt die Verantwortung für nachhaltiges Sojafutter.

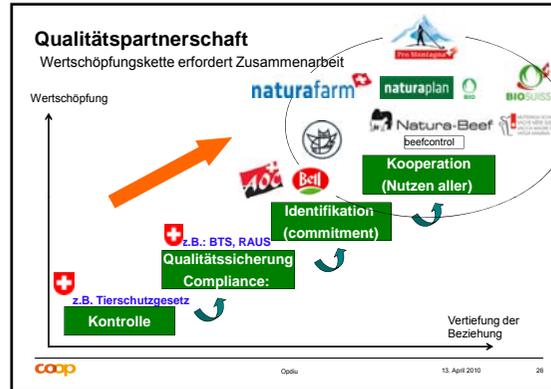
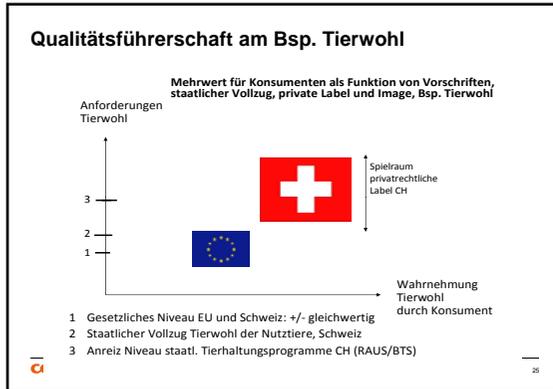
- Keine gentechnisch veränderten Pflanzen
- Keine Kinderarbeit oder Sklavenarbeit
- Generell akzeptable Arbeitsbedingungen
- Keine Landkonflikte



Opdu

13. April 2010

21



Qualitätspartnerschaft am Beispiel von Coop Naturaplan :

Gesamtbetrieblich-biologische Bewirtschaftung (Verzicht auf chemisch-synthetischen Pflanzenschutz, Kunstdünger)	Futter: Nutztiere fressen Bio-Futter (d.h. auch Getreide angebaut im biologischen Landbau)	Verarbeitung: In Wertsetzung, Innovation, Qualität, EU-Kompatibilität	Detailhandel: Marketing, Kommunikation Mehrwert, Austausch von Marktdaten	Unabhängige Kontrolle und Zertifizierung z.B. durch bio.inspecta → Glaubwürdigkeit

27

Qualitätspartnerschaft am Beispiel von Coop Naturafarm:



					
Permanent Auslauf oder Weide für alle Masttiere, Muttertiere	Besonders tierfreundliche Ställe	Kontrollierte artgerechte Fütterung, ohne GVO-Futtermittel, tierische Bestandteile, Fischmehl	Verarbeitung: In Wertsetzung, Innovation, Genuss, Qualität, EU-Kompatibilität	Coop: Marketing, Kommunikation, Mehrwert, Ausbildung, Absatzgarantie	Unabhängige & unangemeldete Kontrolle z.B. durch STS

coop Opdu 13. April 2010 28

Naturafarm Umsatzanteile (%)



Produkt	Umsatzanteil (%)
Rind	65
Schwein	65
Kalb	8
Geflügel	9
Eier	41

Stand: Ende 2009

coop Opdu 13. April 2010 29

Innovation und Kooperation



Am Beispiel Tiergerechte Kälbermast

Der Coop Preis für Nachhaltigkeit leistet einen Beitrag. 

- Artgerechte Kälbermast, Verbesserung der Fleischqualität, Anknüpfen an den Erfolg mit Natura Beef
- Produktion von „Natura-Veal“ im Nov. 2008 lanciert → Produzenten gesucht!
- Test im Offenverkauf in Zürich ist erfolgreich






coop Opdu 13. April 2010 30

Innovation und Kooperation am Beispiel Tierwohl / Ferkelkastration

Ferkelkastration:

- Unterstützung der Forschung für schmerzfreie Kastration
- Branchenlösungen im Rahmen von ProSchwein
- Coop lässt Immunkastration und Inhalationsnarkose zu
- weitere Forschung an der Sensorischen Nase



→ Entwicklung der Ebermast:

Der Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt dieses Projekt.



- braucht die Akzeptanz der ganzen Kette, inkl. Verarbeiter und Konsumenten
- weitere Forschung nötig, um die Unsicherheiten zu klären, Unterstützung durch Schweiz, Hochschule f. Landwirtschaft, Zollikofen
- Erprobung in der Praxis – Zusammenarbeit z.B. mit dem Gutsbetrieb Juchhof in Zürich (vgl. Tageschau 23.2.2010)



Opdu

13. April 2010

31

Innovation und Kooperation am Beispiel Futter

1. Projekt: Feed No Food

Einfluss der kraftfutterminderten Rinderfütterung auf Tiergesundheit, Ökologie, Ökonomie und Produktqualität

Partner:

Der Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt dieses Projekt.



2. Projekt: Nachhaltige Soja für die Schweiz

Mit der Beschaffung nach „Basler Kriterien“ kann die Problematik der Abholzung in Südamerika konkret angegangen werden.

Partner:

Der Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützt dieses Projekt.



Opdu

13. April 2010

32

Fazit: Partnerschaft in der Wertschöpfungskette

Ausgangslage:

- Tierische Produkte sind die Basis für das landwirtschaftliche Einkommen
- Effizienzsteigerung und Innovation entlang der ganzen Kette
- Qualität und Tierwohl wird von den Konsumenten erwartet – aber auch honoriert.

Herausforderungen:

- Weitere **Öffnung der Märkte**
- **Tierwohl** im Spannungsfeld von Produktivität und Ökologie
- **Umwelt**: Nährstoffkreislauf, Treibhausgas- und Methan-Emissionen

Qualitätsstrategie:

- **Staat**: Grundlagen (Forschung), Mindestanforderungen, Direktzahlungen, Anreize
- **Partnerschaften** und Branchenlösungen: Effizienz, Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Fairness → Voraussetzung für die Wettbewerbsfähigkeit des Sektors!
- **Spielraum** für private Initiative erhalten und nutzen!



Opdu

13. April 2010

33
