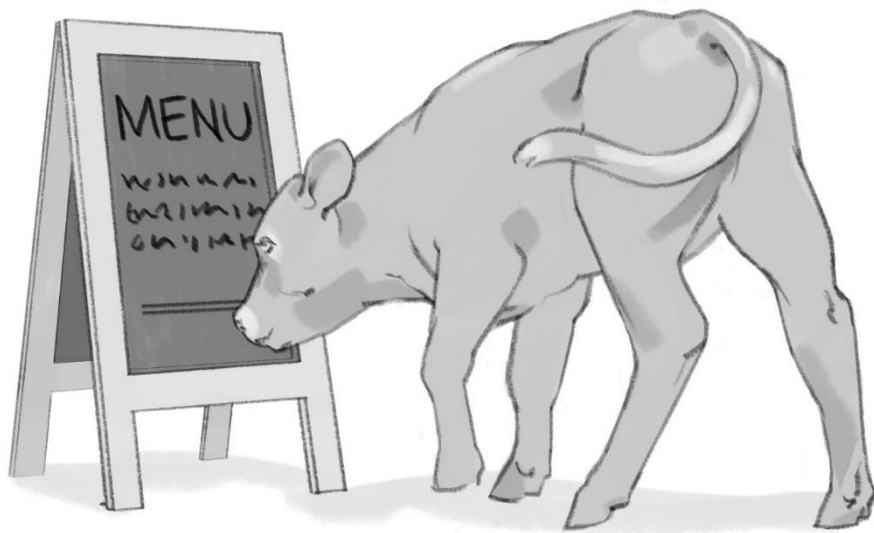




Referate der 3. Gastro-Tagung

Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte



28. Mai 2021
Online-Tagung

**Die Referentinnen und Referenten der 3. STS-Gastro-Tagung
„Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte“
vom 28. Mai 2021**

Dipl. Ing. Agr. ETH Cesare Sciarra
Geschäftsführer Kompetenzzentrum Nutztiere, Kontrolldienst STS, Aarau
Cesare.Sciarra@tierschutz.com

Adrian Aebi, Agronom ETH
Vizedirektor Bundesamt für Landwirtschaft, Bern
Adrian.Aebi@blw.admin.ch

Peter Anderhub
Anderhub Schweinezucht, Muri
Anderhub.Peter@bluewin.ch

Raffael Jenzer
Qualität und Ausbildung, Jenzer Fleisch + Feinkost AG, Arlesheim
Raffael.Jenzer@goldwurst.ch

Dr. Dörte Bachmann
Leiterin Nachhaltigkeit, SV Group, Dübendorf
Doerte.Bachmann@sv-group.ch

Dr. Yvonne Lötscher
Leiterin nachhaltige Ernährung Stadt Zürich, Zürich
Yvonne.Loetscher@zuerich.ch

Ruth Freiermuth Knuchel
Leitung Fachstelle ökologische öffentliche Beschaffung, Bundesamt für Umwelt BAFU, Bern
Ruth.FreiermuthKnuchel@bafu.admin.ch

MSc. ETH Agr. Marion Zumbrennen
Projektleiterin Kompetenzzentrum Nutztiere STS, Aarau
Marion.Zumbrennen@tierschutz.com

Inhalt

Cesare Sciarra <u>Einleitung</u>	4
Cesare Sciarra <u>Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte</u>	5
Adrian Aebi <u>Absatzmarkt Gastronomie für die Landwirtschaft</u>	7
Peter Anderhub <u>Faire Entlohnung für alle! Ihren Labelproduzenten als Chance sehen</u>	9
Raffael Jenzer <u>Warum hat Jenzer-Natura-Qualität in einem preissensiblen Markt Erfolg?</u>	11
Dr. Dörte Bachmann <u>Erfolge und Herausforderungen bei der Umstellung auf Tierwohl-Fleisch in der Gastronomie am Beispiel der SV Group</u>	15
Dr. Yvonne Lötscher <u>Tierwohl in der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie der Stadt Zürich</u>	18
Ruth Freiermuth Knuchel <u>Empfehlungen für die nachhaltige öffentliche Beschaffung im Bereich Ernährung</u>	20
Marion Zumbrunnen <u>Erkenntnisse aus den Umfragen und Forderungen des STS</u>	24

SCHWEIZER TIERSCHUTZ STS

Dornacherstrasse 101
Postfach
CH - 4018 Basel

Tel. 0041-(0)61-365 99 99
Fax 0041-(0)61-365 99 90
sts@tierschutz.com
www.tierschutz.com

Einleitung

Wenn uns als Gesellschaft das Tierwohl in der Tierhaltung wichtig ist, interessiert uns auch, was auf unseren Tellern serviert wird. Das Tierwohl sollte insbesondere dort Beachtung finden, wo für viele Menschen gekocht wird. Unser Fokus liegt deshalb auf der Bedeutung des Tierwohls beim Einkauf von Fleisch, Milch und Eiern für die Gemeinschaftsgastronomie und Mittagsverpflegung.

An der Tagung blicken wir auf die gesamte Wertschöpfungskette, von der Produktion auf dem Landwirtschaftsbetrieb bis auf den Absatzmarkt Gastronomie. Wie kann die Zusammenarbeit zwischen Produktion, Handel und Einkauf bis hin zur öffentlichen Beschaffung verbessert werden? Und wie erreichen wir, dass Produkte mit Mehrwert für das Tierwohl vermehrt nachgefragt und besser verfügbar werden?

Wir freuen uns auf einen spannenden Wissens- und Erfahrungsaustausch mit unseren Referentinnen und Referenten und auf eine rege Diskussion mit Ihnen.

SCHWEIZER TIERSCHUTZ STS



Dipl. Ing. Agr. ETH Cesare Sciarra
Geschäftsführer Kompetenzzentrum Nutztiere, Kontrolldienst STS, Aarau

Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte

Einführungsreferat von Dipl. Ing. Agr. ETH Cesare Sciarra, Geschäftsführer Kompetenzzentrum Nutztiere, Kontrolldienst STS, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Sehr geehrte Gäste der STS-Gastrotagung 2021. Ich freue mich ausserordentlich, dass ich Sie am heutigen Tag begrüssen darf und dass wir heute gemeinsam den Bogen vom Nutztierschutz zur Gastronomie schlagen dürfen. Dass es der Gastronomie im Moment nicht gut geht, darüber müssen wir nicht viele Worte verlieren. Die Gastronomie wird aber wieder aufblühen. Diese Branche vermittelt Gastfreundschaft, gute Verpflegung, Freude am Leben und am Geniessen, und nicht zuletzt Gemeinschaft, Geselligkeit und Freundschaft. Das sind Werte, ohne die wir alle verkümmern und verrohen.

Diese Tagung ist für mich deshalb auf der einen Seite ein Mittel, um gemeinsam den Blick vom momentan noch sumpfigen Boden direkt vor unseren Füessen zu heben und mehr in Richtung Horizont zu schauen: auf lachende und fröhliche Gesichter auf den Terrassen und in den gemütlichen Innenräumen der Restaurants und Mensen.

Auf der anderen Seite ist diese Tagung für mich als Tierschützer und Geniesser der Gastfreundschaft natürlich die Gelegenheit, mit Ihnen zusammen Überlegungen anzustellen. Nicht nur das Ambiente und die Gaumenfreuden für die Gäste müssen hochgehalten werden. Ich will mit Ihnen auch darüber nachdenken, wie ethische Aspekte vermehrt in die Gaststätten Einzug halten können, wie wir sicherstellen können, dass Tiere, deren Produkte wir im Restaurant verarbeiten und essen, nicht unnötig und übermässig leiden mussten. Und dies nur, weil wir mehr Wert auf das Feilschen um einige Rappen pro Menü legen als auf die Überlegung, was diese paar Rappen bei der Haltung der Tiere zur Folge haben.

Im Detailhandel ist bezüglich Tierwohl schon seit vielen Jahren Einiges im Gang. Auch wenn der Begriff "Labelsalat" negativ mit einer gewissen Unübersichtlichkeit an Tierwohlinformationen assoziiert wird, so zeigt er doch Eines: Konsumentinnen und Konsumenten legen Wert darauf, mit einigermaßen gutem Gewissen einkaufen zu können. Man kann sie mit Tierwohlargumenten vermehrt in den eigenen Laden locken. Und auch wenn es immer mal wieder Rückschritte gibt: der Trend ist ungebrochen.

Der Detailhandel verkauft allerdings nur knapp die Hälfte der Produkte tierischer Herkunft. Fast die ganze andere Hälfte der tierischen Produkte wird in der Schweiz über den Gastrokanal ausser Haus konsumiert. Der Trend zu mehr Tierwohl ist hier aber bisher kaum angekommen. Zeit dafür, dies zu ändern. Aber wo anfangen?

Im Kompetenzzentrum Nutztiere des STS haben wir vor zwei Jahren beschlossen, einen wichtigen Fokus unserer Sensibilisierungsarbeit auf die Gemeinschaftsverpflegung zu legen. Der Hauptgrund: Bei der Gemeinschaftsverpflegung kann man durch eine Bewusstseinsänderung bei wenigen Playern einen grossen Effekt auf die Nachfrage in Richtung Produkte aus tierfreundlicherer Haltung erzielen. Und damit lässt sich auch viel für ein etwas besseres Leben unserer Nutztiere erreichen. Es sind relativ wenige Gastro-Grosshändler und eine Handvoll grosser Gastronomie-Firmen, welche einen respektablen Teil des Marktes abdecken. Und wir haben in der Gemeinschaftsverpflegung auf der Nachfragerseite einen grossen Anteil an öffentlich-rechtlichen oder staatsnahen Kunden der Gastronomie-Firmen. Diese Kunden unterliegen politischer und medialer Kontrolle und tragen eine besonders grosse Verantwortung, wenn es um Fragen des ethisch bewussten Einkaufs und vor allem auch um Tierschutz geht.

Diese Fokussierung auf die Gemeinschaftsverpflegung schlägt sich im Programm der diesjährigen 3. STS-Gastrotagung nieder. Wir werden am Nachmittag Vertreter der Gemeinschaftsgastronomie hören, wir werden die Seite der öffentlich-rechtlichen Kundschaft dabei haben und wir werden aktuellste Informationen zu behördlichen Empfehlungen bezüglich öffentlicher Beschaffung von Lebensmitteln erhalten. Grosse Abwesende als Referenten sind leider die Vertreter aus dem Gastro-Grosshandel. Ich wette aber mit Ihnen, dass sich das auf die nächste STS-Gastrotagung hin ändern wird.

Am Morgen werden wir andere, genau so wichtige, Teilnehmer am Gastromarkt zu Wort kommen lassen. Von bäuerlicher Seite werden Sie hören, was die unsägliche Rappenspalterei bei Menüpreisen beim Tierhalter bewirkt und wie damit auch direkt das Wohlergehen der Tiere tangiert wird. Wir werden aus Sicht des Bundes Interessantes zur Bedeutung des Absatzmarktes Gastronomie für die Landwirtschaft hören. Und ein innovatives, mittelständisches Metzgerei-Unternehmen wird Ansätze aufzeigen, wie mit gut durchdachten Konzepten Tierschutz-Anliegen vom Stall bis zum Restaurant umgesetzt werden können.

Ich als Tierschützer werde natürlich aufmerksam mithören und mit überlegen. Ich will wissen, ob das, was die Referentinnen und Referenten anpreisen, auch tatsächlich zu einer Verbesserung der Lebensumstände der Nutztiere führen kann oder ob die vorgestellten Ansätze mehr Worte als Taten sind. Wir beim STS erwarten ganz klar, dass in Zukunft auch die Gastronomie die richtigen Schritte unternimmt, damit unsere Nutztiere ein etwas besseres Leben führen können. Es wird Zeit, dass die Gastfreundschaft und die Freude am Geniessen, welche ich zu Beginn gepriesen habe, auch das bewusste Übernehmen von Verantwortung für unsere Mitgeschöpfe in den Ställen mit beinhaltet.

Zuletzt noch Folgendes: Falls Sie in meinem Referat und überhaupt im Tagungsprogramm die Themen Vegetarismus und Veganismus vermissen: Unsere Tagungen gestalten wir als Schwerpunkttagungen. Heute steht die Frage im Zentrum, wie man im Falle des Einkaufs von Produkten tierischer Herkunft durch verantwortungsvolle Produktewahl das Leid von Nutztieren verringern kann. Wie man durch bewussten Verzicht auf tierische Produkte Ähnliches bewirken kann, das werden wir gerne zu anderen Zeitpunkten thematisieren.

Und zuallerletzt: Am Schluss der heutigen Tagung werden Sie einen ersten Überblick über die Arbeiten des STS im Gastronomiebereich erhalten. Und Sie werden mehr über die Erwartungen des STS an die Gemeinschaftsgastronomie erfahren. Schauen Sie sich dazu gerne auch auf unserem Internetportal essenmitherz.ch um. Das Portal wurde eben um den Bereich Gastronomie erweitert. Sie finden dort mit jedem Monat mehr Informationen zu Tierwohlqualitäten einzelner Produkte. Aber Sie können auch Informationen zum Ausmass von Tierwohlleistungen von Unternehmen aus dem Detailhandel und der Gastronomie finden.

Absatzmarkt Gastronomie für die Landwirtschaft

Referat von Adrian Aebi, Vizedirektor Bundesamt für Landwirtschaft, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Schweizer Fleisch hat im Vergleich zu Importprodukten grundsätzlich ein gutes Image. Die jahrelangen Bemühungen der Tierhalter und die gesetzlichen Vorgaben zur Stärkung der Tiergesundheit zeigen Wirkung. Diese von den Konsumenten empfundenen Mehrwerte führen zu einer höheren Zahlungsbereitschaft.

Der grösste staatliche Einfluss auf den Schweizer Fleischmarkt hat der Grenzschutz. Er führt zu höheren Produzentenpreisen für Fleisch im Inland. Der Bund unterstützt die Landwirtschaft zudem mit Direktzahlungen für die gemeinwirtschaftlichen Leistungen und mit einzelnen Massnahmen im Bereich Produktion und Absatz (z.B. Marktentlastung, Absatzförderung Fleisch) und Tiergesundheitsprogrammen. Ein weiteres wichtiges Instrument ist die Förderung von Forschung (z.B. Agroscope), Bildung und Beratung.

Der Fleischkonsum in der Schweiz liegt seit 10 Jahren bei rund 51 kg pro Kopf und Jahr. Die Zusammensetzung der konsumierten Fleischarten hat sich in den letzten Jahren aber verändert. Bei Schweinefleisch ist der Pro-Kopf-Konsum rückläufig, macht aber immer noch 40 % aus. Zugenommen hat hingegen die Menge an Geflügelfleisch. Beim Rindfleisch ist der Pro-Kopf-Konsum relativ stabil, beim Kalbfleisch jedoch abnehmend. Im Durchschnitt der letzten Jahre dürfte der Anteil des Ausserhaus-Konsums von Fleisch bei rund 50 % liegen Tendenz steigend. Beim Kalbfleisch ist dieser Anteil mit rund zwei Dritteln am höchsten. Seit rund einem Jahr hat sich der Fleischkonsum vermehrt in die Haushalte verlagert. Der Fleischabsatz im Inland ist zudem auf Grund des stark reduzierten Einkaufstourismus gestiegen. Diese Corona-bedingte Entwicklung dürfte sich bald wieder korrigieren.

Landwirtschaftsbetriebe, die an den Tierwohl-Programmen «Besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme» («BTS»-Programm) oder «Regelmässiger Auslauf im Freien» («RAUS»-Programm) teilnehmen, werden vom Bund mit Direktzahlungen unterstützt. Die beiden Programme legen höhere Anforderungen an das Tierwohl fest als in der Tierschutzgesetzgebung verlangt ist. Die Beteiligung beispielsweise bei den Mastschweinen liegt bei rund 60 % des Bestandes auf den direktzahlungsberechtigten Betrieben. Aktuell liegt der effektive Absatz für Label-Fleisch bei den Schweinen aber nur bei ca. einem Drittel der Gesamtproduktion. Aufgrund des deutlich höheren Angebotes besteht aus Sicht der Produktion somit Vermarktungspotential für Label-Fleisch.

Vision für Label-Fleisch

Hotels, Gastronomie und Kantinen (HORECA) stehen auf Grund der Corona-Massnahmen enorm unter Druck. Die Einkaufspreise für Fleisch sind entsprechend wichtig. Zentral neben dem Preis ist aber auch die Qualität (Zartheit, Geschmack etc.) und vermehrt die Produktionsweise. Hier liegt aus Sicht der Schweizer Landwirtschaft Potential für einen höheren Anteil an Label-Fleisch. Label-Fleisch hat berechtigterweise einen höheren Preis, da die Produktion höhere Kosten verursacht. Demgegenüber profitieren die Umwelt und das Tier von besseren Lebensbedingungen. Umfragen zeigen, dass die verschiedenen Labels gut bekannt sind und nachgefragt werden. Bio Produkte haben beispielsweise in den vergangenen Monaten ihre Umsätze überproportional steigern können. Dies zeigt, dass beim Einkauf auf Labels geachtet wird. Warum nicht auch im HORECA-Kanal?

Die Bekanntheit der Labels könnte vermehrt auch von den HORECA-Betrieben genutzt werden. Über Regionalität, Tierwohl und Nachhaltigkeit lässt sich eine Differenzierung und damit Mehrwert für den Gast herbeiführen.

Die Schweizer Fleischbranche ist aktuell daran eine Mehrwertstrategie zu erarbeiten. Ein Ziel dieser Strategie muss sein, dass das in der Gastronomie verwendete Fleisch aus der Schweiz und mit einem möglichst hohen Anteil aus einer Label-Produktion mit mehr Tierwohl stammt. Davon würden alle profitieren.

Faire Entlöhnung für alle! Ihren Label-Produzenten als Chance sehen

Referat von Peter Anderhub, Anderhub Schweinezucht, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Betriebsspiegel

- Schweinezuchtbetrieb 220 Muttersauen
Label IPS
- Endprodukteprüfung für Suisag
- 22 ha LN Ackerbau
- Direktvermarktung von Schweinefleisch
- Coiffeurgeschäft Gabi
- 2 Pensionspferde

Arbeitskräfte: 3.5 Vollzeitstellen

Faire Preise für geleistete Arbeit

Um die anspruchsvolle Arbeit, im Umgang mit Tieren, in einer tierfreundlichen Labelhaltung 365 Tage seriös zu gewährleisten, braucht es eine genügend hohe Entschädigung für den geleisteten Mehraufwand! Leider wird auf diese Zuschläge von den Abnehmern Druck ausgeübt, und die derzeit erhaltenen Prämien ergeben keine faire Entschädigung für den Mehraufwand. Als Beispiel möchte ich anführen, dass die Labelentschädigung unfair unter den Zucht- und Mastbetrieben verteilt ist. Der grosse Arbeitsaufwand liegt bei den Zuchtbetrieben und diese erhalten nur 44 % und die Mastbetriebe 56 % vom Labelzuschlag. Um eine gerechte Verteilung zu erhalten, muss der Zuschlag bei der Zucht erhöht werden. Diese Erhöhung darf nicht auf Kosten der Mäster gehen und muss nach vorne abgewälzt werden. Wenn sich diesbezüglich nichts ändern wird, fangen die Züchter an, ihre Tiere selber aus zu mästen.

Es sollte, aus Imagegründen, auch ein grosses Interesse für den Abnehmer bestehen, dass ihre Labelbetriebe korrekt geführt werden. Mit zunehmendem Kostendruck entsteht hier zwangsläufig Gefahrenpotential.

Wenn man eine Labelprämie von 0.50 Fr. pro Kilogramm Schlachtgewicht nimmt, ergibt dies für eine tierfreundliche Haltung einen Mehrpreis pro Kilogramm Fleisch von rund 0.75 Fr. (Beim aktuellen Zuschlag 0.40 Fr. sind es 0.60 Fr.)! Es kann sich jeder selber Gedanken darüber machen, ob dieser Mehrpreis von 15 Rp. für ein 200 g Steak für mehr Tierwohl zu hoch ist. Selbstverständlich darf jede nachgelagerte Verarbeitungsbranche noch eine «anständige» Marche für sich beanspruchen, so dass man auch einen fairen Gewinn erzielen kann.

Ich appelliere, dass man vor allem in Branchen, wo die Margen sehr tief sind, aus der Spirale der Preisdrückerei ausbrechen muss. Nehmen sie Fleisch aus der Labelhaltung als Sprungbrett, um Ihre Preise fair zu optimieren.

Gute Betriebe suchen sich Alternativen, wenn die Margen über längere Zeit nicht mehr gerecht sind. Die Landwirtschaft wird zunehmend in allen Bereichen direkt an den Endkonsumenten gelangen, wenn sie durch zu tiefe Preise dazu gezwungen wird! Das müsste nicht sein.

Mein Ziel ist immer, dass es meinem Umfeld gut geht, dann geht es auch mir gut. Und mit diesem Miteinander im Arbeitsumfeld entsteht auch viel Freude und gegenseitige Unterstützung im Alltag!

Persönliche Erfahrungen

Von meinen Erfahrungen im Direktverkauf und dem Boom in der Direktvermarktung spüre ich, dass immer mehr Konsumenten den Produzenten und seine Haltung kennen wollen, oder zumindest wissen wollen, von wem das Fleisch kommt. Zudem wollen sie, dass ein angemessener Anteil des Mehrpreises auch zu demjenigen gelangt, der die Arbeit hat.

Billig geplantes Aktionsfleisch schadet enorm dem Image. Mit schlechter Qualität kann man keine lange Kundenbeziehung aufbauen.

Ich stelle immer wieder fest, dass sehr viele Konsumenten keine oder sehr wenig Ahnung von der Haltung der Tiere haben und können deshalb kaum QM von Label unterscheiden. Oft haben die Leute das Gefühl, dass Labelhaltung Standard sei und sind dann entsetzt, wenn sie Bilder von einem QM Betrieb sehen.

Es gibt immer mehr Konsumenten, welche zu Recht die Tierhaltung hinterfragen. Gerade bei jungen Leuten ist das Tierwohl immer wichtiger. Ich möchte hier eine gute Antwort und eine realistische Aufklärung bieten können, aus welchen Gründen ich dies alles so in meinem Betrieb umsetze.

Es ist mir bewusst, dass viele Menschen in ihrer Haltung sehr inkonsequent sind. Ich versuche aber als gutes Beispiel voranzugehen und probiere das was ich verlange oder wünsche, auch selber mit meinem Verhalten im Alltag ehrlich umzusetzen. Dieses Engagement wird von den Mitmenschen wahrgenommen und es hat einen positiven Einfluss. Dies sind nicht die kurzfristigen Gewinne, sondern die langfristigen Erfolge, die man erzielt.

Label-Produzenten als Chance nutzen

Ich sehe eine sehr gute Chance, um eine faire Preisgestaltung umzusetzen, indem sie direkt mit einem guten Labelbetrieb aus der Region zusammenarbeiten, welcher mit seinem Namen hinter seiner Haltung und seinen Produkten steht. Die Verarbeiter und Vertriebskanäle sind vorhanden und werden miteinbezogen.

So schafft man Transparenz, Vertrauen und somit eine gute Kundenbindung.

Gemeinsam kann der Konsument aufgeklärt, und die Verantwortung auf den jeweiligen Betrieb abgewälzt werden. Gerade in der Schweinebranche, der ein schlechtes Image anhaftet, ist ein Produzent, welcher mit seinem Namen hinsteht, umso wichtiger. Ich habe diesbezüglich sehr gute Erfahrungen gemacht!

Es gibt keine bessere und kostengünstigere Werbung!

Zusammenfassung

1. Faire Entlohnung für geleistete Arbeit
2. Label als Chance, aus der Billigpreisspirale auszubrechen
3. Gemeinsam beim Konsumenten Transparenz und Vertrauen schaffen

Gute Betriebe sind bereit für eine zukunftsorientierte Zusammenarbeit!

www.anderhub-schweine.com

Warum hat Jenzer-Natura-Qualität in einem preissensiblen Markt Erfolg?

Referat von Raffael Jenzer; Qualität und Ausbildung, Jenzer Fleisch + Feinkost AG, Arlesheim, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Wer sind wir?

Wir sind eine traditionelle Metzgerei mit eigener Produktion, geführt von der 4 + 5 Generation. Wir sind in Arlesheim, Kanton Baselland, 10 km von Basel. Aktuell können wir auf langjährige 70 Mitarbeiter setzen, davon sind noch 8 Lernende. Die Ausbildung ist uns sehr wichtig!

Ich selber bin gelernter Metzger, respektive heute Fleischfachmann, nun 22 Jahre alt und bin die 5. Generation der Firma Jenzer. Offiziell bin ich verantwortlich für die Ausbildung und Entwicklung der Produkte und Firma.

Engros-Verkauf ist der Hauptteil von unserer Firma: Wir beliefern von Spitälern bis hin zu Michelin Restaurants. Auslieferung machen wir maximal 20 km, denn ökologisch ist auch ökonomisch. Wir können und wollen auch nicht weiterwachsen, daher diese gesunde Beschränkung.

Dazu haben wir 3 Fachgeschäfte in Arlesheim, Reinach und Muttenz und 2 Partnergeschäfte in Riehen und Laufen, welche das komplette Sortiment von uns beziehen. Im Sommer ist der Partyservice für unsere Ladenkunden und einige Grossanlässe ein wichtiges Standbein. Wir grillieren gerne, machen da aber keine aufwändigen Menüs.

Das Leitbild sieht man anhand unseres Logo. Die Jenzer Wurst haben wir alleine schon seit meinem Grossvater als Logo. Die Wurst steht für die Familienehre die dahinter steht.

Wir versuchen unseren Kunden immer spezielle Ideen vorzustellen, welche nur wir als «verrückten Familienbetrieb» machen können. So lancierten wir z.B. vor 2 Wochen den speziellen Wochenhit «Abfallsack!?!», welcher alles Artikel aus tierischen Fetten oder Legehennen beinhaltet. Wir möchten immer mit der Zeit mitgehen, deshalb entwickelten wir im 2019 einen veganen Gemüseburger ohne Allergene und Zusatzstoffe. Wir versuchen Transparenz zu leben, da wir nichts zu verstecken haben. So haben wir seit 10 Jahren eine gläserne Produktion die jeder sehen kann.

Der nächste Bestandteil: Natura

Vor bald 30 Jahren kam meine Mutter ins Unternehmen und stellte als ehemalige Vegetarierin erste kritische Fragen wie: Woher kommen unsere Schweine und wie haben sie gelebt?

Da wir auf viele Fragen keine Antworten wussten, merkten wir, dass wir etwas für die Zukunft verändern müssen. Wir beschlossen dann im 1995 nur noch Fleisch aus artgerechter Tierhaltung zu verkaufen.

Wir stellten unseren kompletten Einkauf um: Dies bedeutete keine einzelnen Teilstücke mehr aus dem Handel, sondern ganze Tiere vom Bauern. So durften wir ganz neue Lieferanten suchen, welche unsere Gedanken unterstützten.

Seit diesem Jahr gibt es nur diese eine Linie, sprich wir haben keinen Label-Dschungel wie die Grossbetriebe mit den verschiedensten Label. Zu Natura gehört auch, in der Wurstproduktion die Zusatzstoffe zu reduzieren und somit möglichst natürliche und gesunde Produkte zu verkaufen.

In einem konventionellen Schweizer Schweinestall kann ein Schwein erst vor der Schlachtung das erste Mal Sonnenlicht gesehen haben. Unsere Freilandschweine in Witzwil, welche wir seit 15 Jahren ohne Antibiotika-Einsatz produzieren sehen die Sonne wann immer sie scheint.

Schlussendlich entscheidet im Detailhandel immer der Endkonsument. Jedoch hat die Gastronomie auch eine Mitverantwortung, da sie das Angebot mitbestimmt.

Links sehen wir Mobilställe für Freilandpoulet, rechts der klassische BTS Stall, wie er in der Schweiz Standard ist. BTS ist die Abkürzung für Besonders Tiergerechte Stallhaltung, was jeder anders interpretiert.

Nicht berücksichtigt habe ich die ganzen Importpoulet aus Ungarn, Deutschland und Brasilien, welche einen beachtlichen Teil des Schweizer Geflügelkonsums ausmachen.

Schweizer Lammfleisch gibt es viel zu wenig auf dem Markt, daher werden in grossem Stil Edelstücke importiert. Die Haltung von den Lämmern ist in den meisten Ländern der Welt sehr artgerecht. Hier muss man aber einen anderen Faktor berücksichtigen: den Transport. Woher kommt das Import-Lammfleisch? Australien und Neuseeland liegen am anderen Ende der Welt und ein Import dieses Fleisch ist Sünde am Klima. Wir empfehlen da das Irische Lamm, welches nur mit Lastwagen kommt.

Die Qualität, ein sehr wichtiger Parameter für uns:

NaturaPLAN ist das Konzept von Coop. Wir haben nicht einen Plan mit der artgerechten Tierhaltung, sondern wir möchten auch Qualität. Es sollte das beste Schweinskotelett sein, nicht trocken oder zäh. Ein BIO-Apfel darf schrumpelig sein, da er nicht gespritzt wurde. Dies darf beim Fleisch aus artgerechter Tierhaltung nicht sein, denn der Kunde möchte nicht nur ein gutes Gewissen haben. Der Küchenchef muss am Fleisch «fühlen», dass es eine andere Qualität von Fleisch ist.

Jeden Morgen überlegen wir uns, was wir besser machen können und nicht wie wir mehr Geld verdienen können. Wir haben das alte Bauernmotto, Geld verdienen ist die Frucht von Arbeit und kann nicht nur geerntet werden.

Als letzter Bestandteil etwas, das wir heute immer weniger sehen:

Mit den 3 verschiedenen Generationen können wir von den Gedanken aller profitieren. Von der 3. Generation, welche schon seit über 60 Jahre auf dem Beruf arbeitet, können wir von der Erfahrung profitieren. Die junge 5. Generation kann sich mit ihren innovativen Ideen profilieren und bringt so neue Energie ins Unternehmen.

Warum können wir auf dem schwierigen Engros-Markt überleben und viele andere nicht?

Wir begründen dies mit dem Motto des blauen Ozeans > bei ganz vielen dreht es sich nur um den Preiskampf, Konkurrenzkampf: wer ist billiger, wer ist besser, wer ist schneller. Wir sind nicht billiger, besser und schneller als die anderen > wir bieten etwas Einmaliges mit dem Natura-Konzept. Wir haben nur Fleisch aus artgerechter Tierhaltung vom Frischfleisch bis zur Salami.

Alle haben heute einen grünen Ast, da sie einen Mehrumsatz mit den „Grünen“ erzielen möchten, machen dies aber nicht ganzheitlich wie wir. Aufgrund dieser Qualitätsphilosophie haben wir keinen Aussendienst respektive Kaffeetrinker oder Telefonisten, sondern nehmen nur Bestellungen entgegen. Denn ein Koch steht auch nicht vor seinem Restaurant und sagt, er habe gut gekocht.

Zu Beginn der Menschheit hat immer das Angebot und die Jagd das Kaufverhalten bestimmt. Wenn zum Beispiel ein Wildschwein zerlegt wurde, gab es die ganze Woche Wildschwein und es wurde bis zum Schnörli und Nierli verwertet. Heute leben wir im Überfluss und können uns immer aussuchen, was wir gerne einkaufen und essen würden.

Wir wurden wählerisch. Die Lieferanten haben jeden Kundenwunsch möglich gemacht, auch wenn es die Natur nicht zulassen würde. Alles strebte immer nach mehr Umsatz, die ganzheitliche Verwertung der Tiere rückte in den Hintergrund.

Wir versuchen heute wieder zurückzukommen zum alten System, dass wir nur das verkaufen, was wir auch selber zerlegen können. Also das ganze Tier ganzheitlich verwerten. So kann nicht jedes Restaurant Filet vom Freilandsäuli auf die Karte nehmen, da wir Schweine nicht nur für Filets schlachten können. So gibt es pro Woche nur 80 Stück, welche für alle Kunden ausreichen müssen.

So empfehlen wir als Alternative dann zum Beispiel einer der verschiedenen Butchers Cuts wie z.B. das Secreto. Diese preisgünstigen Teilstücke vermarkten wir seit 5 Jahren aktiv, da wir so Schmorstücke zu edlen Kurzbratstücken aufwerten können. Mit der richtigen Garmethode wie z.B. dem sousvide garen, werden diese ebenso zart wie ein Filet. Speziell zu dem Filet gibt es zu sagen, dass wir in der Schweiz rund 4 x mehr Rindsfilets essen, als wir selber produzieren. Die fehlende Menge wird mit Importfleisch gedeckt.

Kosten: Wie viel darf Fleisch aus artgerechter Tierhaltung mehr kosten?

Ein Freilandschwein hat zum Beispiel 100 Mal mehr Platz als eines aus konventioneller Tierhaltung. Effektiv sind es im Schnitt rund 45 Rappen pro Teller. Wir bezahlen den Bauern für das Tierwohl einen Mehrpreis von rund 1.50/kg mehr, daher ist die Differenz im Schnitt 3.-/kg bei den Edelstücken.

Bei einer Portionengrösse von 150g sind die Mehrkosten zugunsten der besseren Tierhaltung daher nur 45 Rappen pro Teller. Diese Kosten muss man dem Gast direkt weiterverrechnen, sprich nicht den Faktor 3 oder 4 anwenden. Also 45 Rappen pro Teller und nicht multiplizieren mit dem Faktor. Sonst würde der Teller bis zu 2.- teurer werden. Ihr müsst die Mehrkosten für das Tierwohl direkt belasten.

Viele Restaurants schreiben heute in der Herkunftsdeklaration nur das nötigste. Wir empfehlen unseren Kunden, das Tierwohl auf der Karte als Verkaufsargument zu verwenden. Also Freilandschwein statt Schwein, Berner Oberländer Berglamm statt Lamm. So bestellt der Flexitarier ein Stück Naturafleisch, wo der Deckungsbeitrag pro Teller höher ist. Jeder Gastronom verkauft finanziell gesehen lieber einen Hauptgang mit Fleisch für 45.- statt einen Gemüseteller für 29.-.

Küchenchefs schreiben oft im stillen Kämmerlein ihre Karte und nehmen keine Rücksprache mit uns, was wir ihnen empfehlen können.

Vitello Tonnato: Jeder Küchenchef möchte im Sommer Vitello auf der Karte haben. Standardstück dazu ist das falsche Kalbsfilet. Er fragt dann all seine Metzger an, wer ihm den besten Preis dafür machen kann.

Wir haben dann mit ihm gesprochen und den Vorschlag gemacht, dass wir ihm den mageren Teil der Kalbsbrust sousvide vorgaren. Er wurde zart und perfekt rosa und kostet ihn heute 20.-/kg weniger. Ziel muss es sein nicht den Preis zu drücken, sondern preiswerte Stücke zu nehmen.

Bei der Gemeinschaftsverpflegung ist es heute so, dass der Einkauf vielfach in Submissionen von strategischen Einkäufern entschieden wird. Da dürfen wir einen Preis eingeben, können aber

nirgends noch ein Feld mit dem Label ankreuzen. So sind wir in diesem Markt fast gar nicht mehr vertreten.

SV-Group und ZFV schreiben beide auf der Homepage, dass ihnen das Tierwohl wichtig ist. Wir haben bisher noch nichts davon gespürt. Einige Küchenchefs würden gerne bei uns bestellen, haben dann aber selten die Entscheidungsfreiheit, wo sie einkaufen können.

Schlussfazit:

+45 Rappen pro Teller zugunsten des Tierwohls ist der Konsument bereit zu bezahlen, wenn man es richtig deklariert/kommuniziert. Die Gastronomie sollte eigentlich Interesse haben Flexitarier mit ihrem NATURA-Fleisch-Konzept zu überzeugen! Der Deckungsbeitrag pro Teller ist bei Vegi-Gerichten massiv tiefer. Auch wenn der Fleischkonsum in Zukunft sinkend sein wird, wenn man aber auswärts ist, gönnt man sich oft ein spezielles Stück Fleisch.

Im Sinne gegen Foodwaste möchten wir euch noch den Inhalt unseres Giveaways vorstellen:

Griebenschmalz ist ein Brotaufstrich, Schweineschmalz für einen Kuchenteig, Rindsfett für die besten Pommes, Trüffel, die Streichleberwurst mit Trüffel, Chicken Sticks von der Legehennen, ein Art Rohwurst: Schwarzwurst, ist die Blutwurst zum kalt oder warm essen mit extra viel Eisen.

Erfolge und Herausforderungen bei der Umstellung auf Tierwohl-Fleisch in der Gastronomie am Beispiel der SV Group

Referat von Dr. Dörte Bachmann, Leiterin Nachhaltigkeit, SV Group, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Als Schweizer Marktführerin betreiben wir Mensen in Universitäten und Schulen sowie Mitarbeiterrestaurants. Hinzu kommen unsere öffentlichen Restaurants, etwa die SPIGA Ristorante oder das Restaurant Güterhof in Schaffhausen. Zudem sind wir Hoteliers mit besten Citylagen für Geschäfts- und Städtereisende. Insgesamt führen wir mit 5'000 Mitarbeitenden rund 320 Betriebe in der ganzen Schweiz.

Die Förderung einer nachhaltigen Gastronomie spielt für die SV Group seit jeher eine wichtige Rolle. Wir sind uns dabei nicht nur unserer Verantwortung bewusst, sondern wissen auch, dass wir durch die Umsetzung der richtigen Massnahmen eine grosse Wirkung erzielen können. Dementsprechend verfolgen wir einen umfassenden Nachhaltigkeitsansatz und stellen uns den ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen, die durch die Produktion und den Konsum von Nahrungsmitteln entstehen. Wir wollen einen Beitrag zu möglichst vielen relevanten Themen leisten und berücksichtigen bei unseren Aktivitäten die gesamte Lieferkette sowie verschiedene Stakeholder. Nur so können wir den Ausbau unserer nachhaltigen Beschaffung, eine umweltfreundliche Logistik, ein klimafreundliches Angebot sowie eine transparente Auswertung unserer Aktivitäten sicherstellen. Essentiell ist zudem die Zusammenarbeit mit Experten und Partnerorganisationen. Mit ihnen bestimmen wir die wichtigsten Handlungsfelder und die wirkungsvollsten Massnahmen. Zudem vereinbaren wir Zielsetzungen und legen die Zielerreichung jährlich offen.

SV Schweiz verpflichtet sich zum Einkauf von Fleisch aus tierfreundlicher Haltung

Um einen Beitrag für eine klimafreundliche Gastronomie zu leisten, ist die SV Group seit 2013 Partner vom WWF Schweiz. Die Förderungen eines vegetarischen und veganen Angebots spielt dabei eine zentrale Rolle. Zudem stellt dies ebenso eine wirkungsvolle Tierwohl-Massnahme dar. Dennoch spielen Fleisch-, Milch und Eiprodukte weiterhin eine wichtige Rolle auf unseren Tellern und Produkte aus tierfreundlicher Haltung sollten zu einem weiteren Standbein in unserer Nachhaltigkeitsstrategie werden. Wenn wir mit tierischen Produkten Geld verdienen, haben wir gegenüber Tieren eine ethische Verpflichtung. Im August 2016 unterzeichneten wir mit dem Schweizer Tierschutz STS eine strategische Partnerschaft und definierten ambitionierte Ziele, um unseren Anteil an Fleischprodukten aus Tierwohlfleisch zu erhöhen. Die zentralen Begriffe dazu lauten BTS und RAUS. BTS steht für «Besonders tierfreundliche Stallhaltung» mit Kriterien für mehr Platz und eingestreute Liegeflächen. RAUS steht für «Regelmässiger Auslauf im Freien».

Kontinuierliche Erhöhung von Fleisch aus tierfreundlicher Haltung

Der Start für die Umstellung war Januar 2017. Hatten wir anfangs noch geplant, mit dem Ausbau des Tierwohl-Anteils in ausgewählten Restaurants zu starten, hat das Management der SV Group festgelegt, dass die Umstellung in allen Restaurants erfolgen soll. Denn nur so können wir einen wirkungsvollen Beitrag leisten. Gesagt, getan? Dabei muss man bedenken, dass wir täglich rund 100'000 Mahlzeiten zubereiten. Alleine der Fleischwarenkorbe umfasst 700 Produkte. Eine Nachfrage nach derart hohen Mengen Tierwohlfleisch für die Gastronomie gab es bisher noch nie. Wir betraten tatsächlich Neuland.

Zentral für die Umstellung war daher die Anpassung unserer Logistik. Bis Ende 2016 haben wir Fleisch von diversen Metzgern bezogen. Die Umstellung auf Fleisch aus tierfreundlicher Haltung

war aber nur umsetzbar durch die Zusammenarbeit mit einem nationalen Metzger. Die Bestellungen durften nur noch über unsere elektronische Bestellplattform erfolgen. Alle 400 Küchenchefs wurden zudem geschult und für das Thema Tierwohl sensibilisiert. Die Umstellung auf Tierwohl brachte zwar Änderungen für ihren Arbeitsablauf mit sich. Es stand aber ausser Frage, dass dies für einen nachhaltigeren Einkauf nötig ist und ist auf volle Akzeptanz gestossen. Die Umstellung der Logistik brachte zudem weitere Vorteile. Die Logistik wurde noch effizienter. Dadurch können wir weitere CO₂-Emissionen einsparen, aber auch Logistik- und Administrationskosten - ein wichtiger Aspekt, um die höheren Einkaufspreise abzufedern. Von Vorteil war ausserdem, dass wir nun eng mit unserem Metzger an der Entwicklung geeigneter Produkte arbeiten konnten. Zudem konnten wir unseren «gläsernen Warenkorb» weiterentwickeln. D.h. wir können für unser Auftraggeber transparent Auskunft geben, wie hoch der Anteil an Tierwohl-Fleisch in ihren Restaurants ist.

Und wo stehen wir heute? Innerhalb von 4 Jahren konnten wir den gesamten Fleischeinkauf von 0 % auf 70 % Fleisch aus tierfreundlicher Haltung steigern. Eine Menge auf die wir sehr stolz sind und die unseres Wissens einzigartig in der Gemeinschaftsgastronomie ist. Sogar im Corona-Jahr 2020 konnten wir diesen Wert halten, darauf sind wir besonders stolz. An dieser Stelle möchten wir uns auch bei unserem Metzger Geiser und unserer Logistikpartnerin Pistor bedanken. Aufgrund ihrer Planung konnten wir die Umstellung bis heute reibungslos durchführen. Zudem haben wir alle Eier und Eiprodukte auf Schweizer Freilandhaltung umgestellt und neben der bereits 2014 eingeführten IP-SUISSE Wiesenmilch 2019 auch den Naturjoghurt auf IP-SUISSE umgestellt.

Herausforderung Kommunikation und Preis

Während der Umstellung wurden wir aber auch mit Herausforderungen konfrontiert. Um die Gäste über die Umstellung auf Tierwohl-Fleisch zu informieren, haben wir eine neue Gästekommunikation konzipiert, die in allen Betrieben lanciert worden ist. Ein Problem ist allerdings, dass die meisten unserer Gäste die Begriffe BTS und RAUS nicht kennen. Während dieses Fleisch bei Migros unter dem Label «TerraSuisse» und bei Coop unter «Naturafarm» verkauft wird, sind BTS und RAUS praktisch unbekannt. Auch die Kommunikation von Zielsetzungen führte zu Verwirrungen. Zudem stellen wir häufig fest, dass die Gäste am Mittag unsere Kommunikation kaum wahrnehmen und wir sie dadurch auch nur begrenzt aufklären konnten. Eine Möglichkeit wäre die Erschaffung eines eigenen Tierwohl-Labels. Dies würde aber eher zu mehr Verwirrung unsere Gäste führen. Nicht umsonst spricht man häufig von einem Labelsalat. Für ein glaubwürdiges Label wäre es zudem nötig ähnlich wie bei «Naturafarm» oder «TerraSuisse» Kontrollen der Höfe durch den Schweizer Tierschutz zu etablieren. Ohne Vertragsproduzenten und aufgrund der grossen Anzahl an Produzenten, von denen das Fleisch durch unseren Metzger bezogen wird, ist dies praktisch nicht umsetzbar.

Das Fleisch aus tierfreundlicher Haltung kostet uns einen bestimmten Aufschlag pro Kilogramm mehr. Fleisch aus BTS-/RAUS-Haltung wird mit einem höheren Preis gehandelt. Zudem führt unser Metzger die BTS-/RAUS-Produkte zusätzlich zu den konventionellen Produkten. Die doppelte Führung der Produkte führt zu Mehrkosten. Den höheren Einkaufspreis konnten wir teilweise durch die optimierte Logistik abfedern. Alle weiteren Kosten wurden bisher durch uns getragen und konnten aufgrund fixer Menupreise in unseren Restaurants nicht an unsere Gäste weitergegeben werden. Schade ist ausserdem, dass nur sehr wenige Auftraggeber einen Anteil an den Mehrkosten für Fleisch aus tierfreundlicher Haltung mittragen wollten.

Ausblick

Ein verantwortungsvoller Einkauf ist (auch unter Berücksichtigung der Corona-Pandemie) ein strategischer Pfeiler der SV Group. Wir haben daher unsere Partnerschaft mit dem Schweizer Tierschutz STS um weitere vier Jahre verlängert. Wir werden weiter am Ausbau und der

Kommunikation unseres Engagements für mehr Tierwohl in der Gemeinschaftsgastronomie arbeiten. Neben der Erhöhung von Produkten aus tierfreundlicher Haltung geht dies selbstverständlich Hand in Hand mit dem Ausbau unserer vegetarischen und veganen Angebote. Gerade die Nachfrage nach pflanzenbasierten Fleischersatzprodukten erfreut sich zunehmender Nachfrage. Kontinuierlich testen wir verschiedene Produkte und entwickeln die passenden Rezepte dazu. Der Ersatz von Fleisch mag nicht für jeden in Frage kommen, stellt aber doch für viele eine Möglichkeit dar, sich pflanzlicher zu ernähren ohne die Essgewohnheiten anzupassen. Der grosse Leuchtturm in unserer Nachhaltigkeitsstrategie stellen aber die Empfehlungen der EAT Lancet-Kommision für eine *planetary health diet* dar. Eine Ernährungsweise, die sich durch Vielfalt und den respektvollen Umgang mit den uns zur Verfügung stehenden Ressourcen auszeichnet. Alle Lebensmittel, egal ob Gemüse, Fleisch oder Fisch, sind zugelassen, aber nur in der Menge, die gut für die Gesundheit des Menschen und den Planeten ist. Das ist Genuss mit gutem Gewissen.

Über die SV Group

Schweiz:

Die SV Group ist eine innovative Gastronomie- und Hotelmanagement-Gruppe mit Sitz in Dübendorf bei Zürich. Die Gruppe ist in mehreren Geschäftsfeldern tätig: Restaurants für Unternehmen und Schulen, Hotels mit verschiedenen Marken, öffentliche Restaurants mit unterschiedlichen Angeboten und Konzepten sowie gastronomischer Lieferservice und Catering. Die SV Group beschäftigt rund 7'000 Mitarbeitende, davon 5'000 in der Schweiz.

Die SV Group geht auf die 1914 gegründete Non-Profit-Organisation «Schweizer Verband Soldatenwohl» zurück. Else Züblin-Spiller errichtete landesweit Soldatenstuben und servierte dort ausgewogene und preiswerte Verpflegung. Die ideellen Werte der Gründerin werden heute von der SV Stiftung weitergeführt. Diese gemeinnützige Stiftung ist Mehrheitsaktionärin der SV Group und setzt ihre Dividende für Projekte im Bereich der gesunden Ernährung und für das Gemeinwohl ein.

sv-group.ch, sv-stiftung.ch

Tierwohl in der öffentlichen Gemeinschaftsgastronomie der Stadt Zürich

Dr. Yvonne Lötscher, Leiterin nachhaltige Ernährung, Stadt Zürich, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Die Stadt Zürich als Verpflegungsdienstleisterin

Mit rund 450 städtischen Verpflegungsbetrieben, die jährlich rund 7 Millionen Menus bereitstellen, ist die Stadt Zürich direkt am Ernährungssystem beteiligt. Zu den städtischen Verpflegungsbetrieben zählen die Stadtspitäler, Alters- und Pflegezentren, Personalrestaurants und Cafeterias, die schulische Betreuung und die Verpflegung in städtischen Kindertagesstätten. Die meisten städtischen Verpflegungsbetriebe sind Produktionsbetriebe und produzieren ihre Mahlzeiten vor Ort. Ausnahme sind einige Personalrestaurants und die schulische Betreuung. In letzterer werden die Mahlzeiten von einem Caterer kalt angeliefert und vor Ort regeneriert.

Anforderungen aus der Ernährungsstrategie

Der Stadtrat hat 2019 die Strategie nachhaltige Ernährung Stadt Zürich verabschiedet. Ein Ziel der Ernährungsstrategie der Stadt Zürich lautet, dass die Stadtverwaltung bis 2030 den Anteil nachhaltiger Produkte auf mindestens 50 Prozent erhöht und bei kritischen Produkten Mindeststandards einführen. Damit sind explizit auch Tierwohlstandards gemeint. Die Produktions- und Transportbedingungen beeinflussen verschiedene Faktoren, so z.B. die Treibhausgasemissionen, den Ressourcenverbrauch, die Arbeitsbedingungen der landwirtschaftlichen ProduzentInnen im In- und Ausland, das Tierwohl und letztlich auch den Preis eines Produktes. Kurz, sie beeinflussen die Umwelt, das Soziale und die Wirtschaftlichkeit.

Empfohlene Label zugunsten des Tierwohls

Für EinkäuferInnen ist es oft schwierig einzuschätzen, was einen echten Mehrwert in mehreren Dimensionen der Nachhaltigkeit bringt. Deswegen stützt sich die Stadt Zürich auf von unabhängigen Organisationen empfohlene Labels¹. Bei tierischen Produkten sind das Bio Knospe, Demeter, IP Suisse, AgriNatura, Fidelio, KAG Freiland, Natura-Beef und BTS/RAUS. Obwohl letzteres kein Label im eigentlichen Sinne ist tragen diese Haltungsnormen der Direktzahlungsverordnung zu einem besseren Tierwohl bei und werden entsprechend berücksichtigt. Alle empfehlenswerten Label sind für Vertragsprodukte direkt im Bestellsystem (B-to-B-Plattform) erkennbar, also auch für tierische Produkte. Die Quote wird auf Basis des Bestellverlaufs ausgewertet. Der Anteil Labelprodukte wird auf Basis des Preises ausgewertet. Werden Mahlzeiten bei einem externen Anbieter bezogen (derzeit in erster Linie schulische Betreuung), wird der Labelanteil direkt vom Anbieter ausgewertet.

Produkte die den Mindeststandards nicht entsprechen werden im Bestellsystem nicht als Vertragsartikel gelistet und dürfen auch bei Zusatzeinkäufen nicht erworben werden. Letzteres liegt in der Eigenverantwortung der Betriebe.

¹ Label mit der Bewertung «Empfehlenswert» oder höher gemäss Labelbewertung GUD basierend auf <https://www.konsumentenschutz.ch/label/>, regionale und saisonale Produkte. Dieses Ziel wird über die Richtlinien für ökologische Beschaffung operationalisiert. Referenzgrösse ist der Warenwert. Dort wird eine laufend aktualisierte Liste über gänzlich vermiedene Produkte geführt.

Umgang mit Zielkonflikten

Das Tierwohl ein wichtiges Anliegen, gleichzeitig strebt die Stadt Zürich mit der Ernährungsstrategie eine Reduktion der Umwelt- und Klimabelastung um 30 % an. Viele empfehlenswerte Labels schreiben für Nutztiere höhere Anforderungen an Haltung und teilweise Fütterung als der gesetzliche Minimalstandard vor, z.B. mehr Fläche pro Tier, weniger intensive und damit längere Mastdauer oder regelmässigen Auslauf. Gerechnet auf das Kilogramm Produkt haben solche Haltungsbedingungen jedoch oft eine Verschlechterung der Klima- und Umweltbilanz zur Folge.

Die Stadt Zürich nimmt hier die Haltung ein, dass das Tierwohl hoch gewichtet werden muss. Bei einer ausgewogenen Ernährung wird deutlich weniger Fleisch verzehrt als dies heute der Fall ist. Dieses soll dann bevorzugt aus verantwortungsvoller Produktion stammen.

Stand der Umsetzung

Der heutige Label-Anteil von ca. 12 % soll innerhalb der nächsten 10 Jahre auf 50 % gesteigert werden. Ein erster Schritt in Richtung Mindeststandards haben die städtischen Verpflegungsbetriebe 2020 gemacht. So werden nur noch Geflügelfleisch und Eier eingekauft welche mindestens nach Schweizer Tierschutzstandards hergestellt wurden. Auch hier darf nochmals betont werden, dass es sich um einen Mindeststandard handelt und der Anteil an Label-Produkten auch bei Eiern und Geflügel stetig ausgebaut wird.

Ziel für 2021 ist die Definition von neuen Mindeststandards in weiteren Produktgruppen und der Ausbau und Kennzeichnung des Sortiments mit relevanten Labelprodukten, insbesondere bei tierischen Produkten. Parallel dazu werden die Beschaffungsleitlinien überarbeitet. Dabei stützt sich die Stadt Zürich auch auf die Empfehlungen des BAFU. Ziel ist es, in der nächsten Ausschreibung belastbare Mindeststandards für alle tierischen Produkte festzulegen und einen deutlich höheren Anteil an Produkten aus verantwortungsvoller Tierhaltung einzukaufen.

Empfehlungen für die nachhaltige öffentliche Beschaffung im Bereich Ernährung

Referat von Ruth Freiermuth Knuchel, Leitung Fachstelle ökologische öffentliche Beschaffung, Bundesamt für Umwelt BAFU, Bern, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf den Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Einleitung

Die öffentliche Beschaffung ist in der Schweiz mit einem Beschaffungsvolumen von rund 41 Mia. Franken ein wichtiger Hebel zur Förderung nachhaltiger Produktionspraktiken. Aus ökologischer Sicht ist das Thema Ernährung besonders relevant. Eine umfassende Studie zur Umweltbelastung verschiedener Tätigkeitsfelder hat aufgezeigt, bei welchen Aktivitäten die grössten Umweltbelastungen auftreten. Die Ernährung verursacht beinahe ein Drittel der gesamten Umweltbelastung. Die beiden weiteren wichtigen Felder sind die Mobilität und das Wohnen.

Mit der Revision des Bundesgesetzes über das öffentliche Beschaffungswesen wurde der wirtschaftliche sowie der volkswirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltige Einsatz der öffentlichen Gelder im Zweckartikel verankert. Zudem wurde mit der Revision eine Harmonisierung der Gesetzgebung erreicht, sodass auf kantonaler Ebene der gleiche Zweck angestrebt wird. Damit der Auftrag zu mehr Nachhaltigkeit bei der Beschaffung von Lebensmitteln und Verpflegungsdienstleistungen berücksichtigt werden kann, hat das BAFU die Firma Beelong beauftragt Empfehlungen für die nachhaltige öffentliche Beschaffung im Bereich Ernährung zu erarbeiten.

Das Menüangebot und die Wahl der eingesetzten Produkte hat einen grossen Einfluss auf die Umweltwirkung der Ernährung. Diese Wahl hat auch einen Einfluss auf die Arbeitsbedingungen der Bäuerinnen und Bauern sowie auf unsere Gesundheit. Gerade in der Gemeinschaftsgastronomie kann ein wichtiger Beitrag zur gesunden Ernährung der Bevölkerung geleistet werden und eine Vorbildrolle eingenommen werden.

Aufbau der Empfehlungen

Die Empfehlungen umfassen 14 thematische Merkblätter. Diese sind in drei Gruppen aufgeteilt:

1. Nachhaltig einkaufen (7 Merkblätter)
2. Eine gesunde Ernährung anbieten (2 Merkblätter)
3. Den Betrieb nachhaltig bewirtschaften (5 Merkblätter)

Jedes dieser Merkblätter besteht aus zwei Seiten. Die erste Seite stellt die Herausforderung des Themas dar, gibt Handlungsempfehlungen und weist auf Werkzeuge hin. Die zweite Seite listet die jeweiligen Beschaffungskriterien und zeigt die möglichen Nachweise auf. Bei den Beschaffungskriterien werden zudem die drei Ambitionsniveaus Basis, gute Praxis und Vorbild aufgezeigt. Damit ist es möglich die Empfehlungen auch sukzessive einzuführen und das Ambitionsniveau den konkreten Umständen anzupassen.

Für jedes Thema und für jedes Kriterium wird die Relevanz aus Sicht der Nachhaltigkeit in drei Klassen angegeben.

Die Empfehlungen werden von einem Hintergrunddokument begleitet, welches zusätzliche Angaben für die Gewichtung der Kriterien enthält. Weiter steht eine beispielhafte Charta zur Verfügung,

welche für die eigene Verwendung angepasst werden kann. Sie kann für die Information der Lieferanten aber auch der Gäste genutzt werden.

Adressaten und Anwendungsbereiche der Empfehlungen

Die Empfehlungen richten sich an Einkäufer von Lebensmitteln, von Dienstleistungen der Gemeinschaftsgastronomie, von Geräten und von Reinigungsmitteln für professionelle Küchen. Sie richten sich speziell auch an Personen, die für die Beschaffungsstrategie verantwortlich sind.

Weiter sind die Empfehlungen hilfreich für Personen, die Menus planen, sowie Küchenchefs und Köche, Verantwortliche von Kantinen und Restaurants sowie das Catering-Personal in Krankenhäusern, Schulen, Universitäten, Kinderkrippen, Alters- und Pflegeheimen u.ä.

Diese Empfehlungen und Kriterien sind sowohl im öffentlichen als auch im privaten Einkauf anwendbar. Die Kriterien sind so formuliert, dass sie in einem Ausschreibungsverfahren verwendet werden können. Wenige Ausnahmen sind gekennzeichnet. Sie eignen sich aber auch für die freihändige Vergabe.

Prioritäre Handlungsfelder

Wie eingangs erklärt, ist die Ernährung einer der drei Konsumbereiche, welche den grössten ökologischen Fussabdruck aufweisen. Dabei sind insbesondere die Art und Menge der proteinhaltigen Lebensmittel entscheidend. Daher behandelt das erste Merkblatt das Thema «Proteine variieren und tierische Produkte reduzieren». Wie aus dem Umweltbericht des Bundesrates von 2018 hervorgeht ist der Fleisch- und Fischkonsum für mehr als 6 Prozent der gesamten Umweltbelastung der Schweiz verantwortlich. Die nationale Ernährungserhebung menuCH zeigt, dass die 18- bis 75-Jährigen in der Schweiz pro Woche durchschnittlich 777 Gramm Fleisch essen, was mehr als das Dreifache der empfohlenen Menge darstellt. Würde sich die Bevölkerung in der Schweiz gemäss den Empfehlungen der Schweizer Lebensmittelpyramide ernähren und maximal 2-3 Mal pro Woche 100–120 Gramm Fleisch konsumieren, so würde damit ein namhafter Beitrag sowohl an die Gesundheit als auch an die Ziele der verschiedenen Strategien im Bereich Umwelt und Klima sowie der Agenda 2030 der nachhaltigen Entwicklung geleistet. Die durch den Fleisch- und Fischkonsum verursachte Umweltbelastung könnte konkret um rund 70 Prozent und die gesamte Umweltbelastung der Ernährung um rund 20 Prozent reduziert werden. Die öffentliche Beschaffung kann in diesem Thema eine wichtige Vorbildrolle einnehmen und in den öffentlichen Verpflegungsstätten dafür sorgen, dass das Angebot den Empfehlungen der schweizerischen Gesellschaft für Ernährung entspricht.

Die wichtigsten Empfehlungen sind daher:

- Abwechseln zwischen tierischen und pflanzlichen Proteinen (z.B. Hülsenfrüchte).
- Tierische Produkte vermindern: höchstens 2- bis 3-mal pro Woche Fleisch anbieten, gemäss Empfehlung der Schweizerischen Lebensmittelpyramide.
- Gemäss den Empfehlungen der Schweizerischen Lebensmittelpyramide ist eine Höchstmenge von 120 Gramm Fleisch pro Portion einzuhalten.
- Vegetarische und vegane Gerichte klar und attraktiv als solche kennzeichnen, und den Preis in der Regel im Vergleich zum Fleischgericht tiefer ansetzen.
- Köche im Bereich der vegetarischen Küche ausbilden und das Personal für die Belastung von Umwelt und Gesundheit durch zu hohen Konsum von tierischen Produkten sensibilisieren. Wird als Ambitionsniveau gute Praxis oder Vorbild gewählt, so wird bei der Beschaffung der Verpflegungsdienstleistung beispielsweise die Anforderung betreffend die anzubietende Fleischmenge pro Menü weiter reduziert (100 resp. 80 Gramm) und der Anteil an vegetarischen und veganen Gerichten weiter ausgebaut.

Die Vermeidung von Lebensmittelabfällen ist ein wichtiges Ziel der Strategie Nachhaltige Entwicklung. So soll die Nahrungsmittelverschwendung pro Person bis 2030 halbiert werden. Bei der Beschaffung von Verpflegungsdienstleistungen sollen darum folgende Empfehlungen umgesetzt werden:

- Regelmässig die Menge an Lebensmittelabfällen messen, ihre Quelle identifizieren und Reduktionsziele festlegen.
- Resten und Tellerrückgaben vermeiden, indem die den Vorgaben der Schweizerischen Gesellschaft der Ernährung entsprechenden Mengen gekauft, gekocht und serviert werden.
- Keine Teller zu Demonstrationszwecken anrichten.
- Tellerservice anstelle von Buffets bevorzugen, da Buffets allgemein mehr Lebensmittelabfälle erzeugen.

Die weiteren, besonders relevanten Empfehlungen betreffen den Einkauf von Produkten aus nachhaltiger Produktion und fairem Handel sowie das Verbot der Verwendung von gefährdeten Fischarten. Damit ein Betrieb auch langfristig hohe Anforderungen an die Nachhaltigkeit erfüllt, ist es zudem bei der Beschaffung von Verpflegungsdienstleistungen wichtig, ein Monitoring einzufordern.

Empfehlungen mit Bezug zum Tierschutz

In Bezug zum Tierschutz steht die Reduktion der konsumierten Menge an tierischen Produkten im Vordergrund. Zudem soll gemäss dem Merkblatt zum Thema Einkauf von nachhaltig produzierten Lebensmitteln folgende Empfehlung umgesetzt werden:

- Produkte mit einem Bio-Label bevorzugen, das von offiziellen Leitfäden empfohlen wird (zum Beispiel Bio Knospe, EU-Bio oder gleichwertige).
- Fische mit einem glaubwürdigen Label bevorzugen (zum Beispiel MSC, ASC, Bio Knospe oder gleichwertige).
- Tierische Produkte (Fleisch, Eier, Milchprodukte) aus Haltungsbedingungen bevorzugen, welche die Achtung natürlicher Ressourcen und ein hohes Tierwohl garantieren (zum Beispiel aus BTS/RAUS-Programmen, zertifiziert mit Label empfohlen durch offizielle Leitfäden oder gleichwertige).
- Auf Produkte aus Batteriehaltung ganz verzichten und Freilandhaltung oder artgerechte Haltebedingungen bevorzugen.

Je nach gewähltem Ambitionsniveau empfehlen wir für Fleischprodukte, dass 80-100 Prozent der verwendeten Menge aus tierfreundlicher Produktion stammen soll. Dabei wird auf Haltungsbedingungen gemäss BTS/RAUS abgestützt resp. auf Labels, welche mindestens diese Anforderung erfüllen. 100 Prozent des Fleisches soll den Vorgaben gemäss ÖLN oder äquivalenten Anforderungen entsprechen. Milchprodukte müssen minimal den Branchenstandard „grüner Teppich“ erfüllen, je nach Ambitionsniveau werden zudem Punkte vergeben, wenn zwischen 80-100 Prozent der Milchprodukte mindestens die Vorgaben von IP Suisse erfüllen.

Zudem sollen bei der Bewertung von Offerten mehr Punkte vergeben werden für Anbieter, die einen höheren Anteil an zertifizierten Bioprodukten in ihrem Menüangebot verwenden.

Beim Fisch empfehlen wir, dass 80-100 % der eingesetzten Fische ein empfohlenes Label tragen wie z.B. MSC oder ASC. Zudem sind bedrohte Arten auszuschliessen und die servierte Menge sehr stark zu reduzieren. Hierbei wird nicht nur an die Menüs, sondern auch an Salate oder Sandwiches gedacht.

Mehrkosten durch den Einkauf von tierischen Produkten aus nachhaltiger Haltung können durch die Einsparungen bei der Portionengrösse und durch die Vermeidung von Lebensmittelverlusten gemindert werden.

Schritte zur Umsetzung

Die Empfehlungen wurden Ende 2020 fertiggestellt und publiziert. Einzelne Städte orientieren sich für ihre Ausschreibungen bereits daran. Beim Bund selber konnten sie noch nicht in einer Ausschreibung angewendet werden. Zudem überarbeitet das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen aktuell die Qualitätsstandards für die Gemeinschaftsgastronomie und orientiert sich dabei hinsichtlich Nachhaltigkeit an diesen Empfehlungen.

Die Empfehlungen stehen auf der neuen Wissensplattform für nachhaltige Beschaffung WöB (www.woeb.ch) zur Verfügung.

Schluss

Die Empfehlungen für eine nachhaltige öffentliche Beschaffung im Bereich Ernährung können auch im privaten Einkauf verwendet werden. Durch die drei Ambitionsniveaus haben die Einkäufer einen strategischen Spielraum und das Entwicklungspotential ist aufgezeigt. Die öffentliche Beschaffung hat mit dem neuen Beschaffungsrecht und den strategischen Vorgaben aus der Strategie Nachhaltige Entwicklung 2020-2030 sowie der Beschaffungsstrategie der Bundesverwaltung den Auftrag nachhaltig zu beschaffen. Damit sind auch Anliegen des Tierschutzes zu berücksichtigen.

Erkenntnisse aus den Umfragen und Forderungen des STS

Referat von Marion Zumbrunnen, Projektleiterin Kompetenzzentrum Nutztiere STS, Aarau, anlässlich der 3. Gastro-Tagung «Vom Stall in die Mensa: Mehr Erfolg mit Tierwohl auf der Menükarte» des Schweizer Tierschutz STS vom 28. Mai 2021

Unser Wunsch als Schweizer Tierschutz STS ist die Verbesserung des Tierwohls für die Nutztiere. Diesen Wunsch teilt ein grosser Teil der Konsumierenden mit uns. Während wir die Konsumierenden im Detailhandel bezüglich der Produktauswahl mit dem Onlineportal www.essenmitherz.ch und dem Rating auf den Verpackungen im Regal (www.rating.tierschutz.com) direkt ansprechen, sind die Entscheidungsebenen in der Auswärtsverpflegung um einiges vielfältiger. Oft entscheidet das Angebot vor Ort darüber, was gegessen wird, sei es in der Kita, am Mittagstisch der Schulen, in der Mensa, der Kantine des Arbeitgebers, im Spital oder Alterswohnheim. Wer entscheidet dort und nach welchen Kriterien wird über den «virtuellen Einkaufskorb» entschieden?

Gemäss Schätzungen von 2014 geht etwa 50 % des Fleischkonsums von Haushalten über den Gastronomiekanal. Insbesondere für tierische Produkte ist, neben dem privaten Einkaufskorb, der Ausserhaus-Konsum entscheidend. Wir wünschen uns, dass die Gäste auch im Restaurant oder der Betriebskantine aktiv nachfragen, woher das Fleisch stammt, dass dort auf ihren Tellern landet. Damit diese Antwort aus unserer Sicht öfter erfreulich ausfällt, muss sich etwas auf allen Entscheidungsebenen ändern. Diese Entscheidung ist nicht nur eine des einzelnen Gastes, sondern städtische oder bundeseigene Betriebe entscheiden mit ihrem Einkaufsverhalten oft für viel mehr Mahlzeiten pro Tag und damit auch über wesentlich grössere Einkaufsmengen. Wer trifft die Entscheidungen und wie viel Beachtung erhält dabei das Tierwohl? Wer übernimmt die Mitverantwortung für das Leben der Nutztiere hinter dem Produkt auf dem Teller?

Bewertung essenmitherz.ch

Für die Bewertung von tierischen Produkten am Markt haben wir auf unserer Webseite essenmitherz.ch (www.essenmitherz.ch) ein eigenes Bewertungssystem für das Tierwohl hinter den Produkten aufgestellt. Bisher insbesondere für die Produktsortimente im Detailhandel der Schweiz.

Ist dieses übertragbar auf die Produkte in der Gastronomie? Unsere klare und eindeutige Antwort: Ja. Denn die dahinterliegenden Produktherkünfte sind meist identisch. Die Produkte stammen von ähnlichen Produzenten, die Tiere werden an denselben Schlachthöfen getötet, sowohl für die Fleischproduktion für den Detailhandel wie auch für die Gastronomie. Der Umgang mit Produktionsinformationen und Labelauszeichnungen unterscheidet sich aber. Labelprodukte sind in der Gastronomie weniger sichtbar und ebenso sind die Entscheidungen für oder gegen bestimmte Produktionsbedingungen damit weniger sichtbar.

Dagegen möchten wir im Rahmen des Projektes essenmitherz.ch etwas unternehmen. Um positive Bemühungen auch im Bereich der Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung besser sichtbar zu machen, haben wir im letzten Jahr unsere Umfragen zu den Tierwohl-Anteilen am Markt auch auf die Gastronomie ausgedehnt. Damit bestehende Bemühungen aufgezeigt werden können, gibt es dazu eine leicht adaptierte Bewertung der Produkte nach essenmitherz.ch.

Abweichend von essenmitherz.ch gibt es eine zusätzliche Bewertungsstufe für den Bereich Gastronomie. Die Bewertungsstufe C+ wurde eingeführt, um bestehende Bemühungen, welche über die Schweizer Herkunft bzw. die Schweizer Tierschutzgesetzgebung hinausgehen, sichtbar und damit vergleichbar zu machen.

Folgende Bewertungsstufen gibt es:

A	«Bevorzugen», wenn solche Produkte zu haben sind: Sehr gute Vorgaben
B	«Empfehlenswert», man darf zugreifen aus Sicht des STS: Gute Vorgaben
C+	Schweizer Tierschutzgesetz plus darüber hinaus gehende Bemühungen, beispielsweise durch Tierwohlprogramme wie BTS und/oder RAUS
C	Basierend auf Schweizer Tierschutzgesetz, ungenügende Vorgaben.
D	Schlechte bis gar keine Vorgaben

Einige Beispiele und Erklärungen für die Bewertungsstufen:

A: Label und Tierhaltungsprogramme, welche sich durch besonders gute Vorgaben für die Haltung von Nutztieren auszeichnen. Zum Beispiel mit Weidehaltung und der Möglichkeit, arttypische Verhaltensweisen auszuleben.

Bio-Weiderind; Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung, Schweizer Freilandpoulets (z.B. Naturafarm), Schweizer Bio-Pouletfleisch, Zweinutzungshühner, Freilandhaltung bei Schweinen, Schweizer Bio-Eier, Milch von Cowpassion oder KAG Freiland

B: Seriöse Tierhaltung-Label mit guten Vorgaben, die unter anderem regelmässigen Auslauf ins Freie, eingestreute Liegeflächen und mehr Bewegungsfreiheit für die Tiere bedeuten.

IP-Suisse (verschiedene Produkte), Bio Suisse (je nach Tierart), Freilandeier und Bio-Milch

C+: Vorgaben gemäss den Bundesprogrammen BTS = Besonders tierfreundliche Stallhaltungssysteme und/oder RAUS = Regelmässiger Auslauf im Freien;

EU-Bio als Vorgaben der EU > CHTschG, werden ebenfalls als C+ bewertet.

Die Teilnahmen an den Bundesprogrammen bedeuten eine deutliche Verbesserung für das Tierwohl gegenüber den gesetzlichen Mindestanforderungen (Schweizer Tierschutzgesetz, CH-TschG). Mit dem bewussten Einkauf von Produkten aus diesen Tierhaltungen kann deren Attraktivität gefördert werden.

Jedoch sind die Tierhaltungsangaben BTS/RAUS betreffend Rückverfolgbarkeit vom Produkt zur Tierhaltung nicht vergleichbar mit Label-Produkten, da diese nicht zur Auszeichnung am Endprodukt geschaffen wurden.

C: Beinhaltet die meisten Produkte mit Haltung nach Schweizer Tierschutzgesetz.

Suisse Garantie und regionale Label ohne weitere tierschutzrelevanten Vorgaben werden ebenfalls mit C bewertet.

D: Mehrheitlich Produkte aus der EU oder aus Übersee, falls keine zusätzlichen Anforderungen nachgewiesen werden können. Reine Stallhaltung mit wenig Abwechslung und kaum Beschäftigungsmöglichkeiten.

Deshalb bewerten wir bei den Eiern und Pouletfleisch auch das Schweizer Tierschutzgesetz ohne BTS mit D. In der Praxis verfügen allerdings die allermeisten Mastpoulets (96 %) in der Schweiz über erhöhte Flächen und bodendeckende Einstreu im Stall dank Haltung nach BTS und werden entsprechend als C+ bewertet.

Umfragen

Unsere Umfragen richteten sich 2020 an die verschiedenen Entscheidenden über Angebot und Nachfrage in der Gemeinschaftsgastronomie.

Auf der Angebotsseite waren dies einerseits Unternehmen des Grosshandels, als Pendant der Retailer in der Gastronomie. Andererseits, ebenfalls entscheidend für das Angebot, sind die grossen Gastronomie-Unternehmen, welche Verpflegungsdienstleistungen beispielsweise in Unternehmungen, Altersheimen, Spitälern, Universitäten und Schulen anbieten. Teil derer Angebot ist auch ihre Unternehmenshaltung bezüglich Nachhaltigkeit sowie, für uns besonders wichtig, betreffend Tierwohl.

Auf Seite der Nachfragenden gäbe es sehr viele möglichen Ansatzpunkte. Wir haben uns konzentriert auf den Bereich der Städte als Gemeinden bzw. den Bund als Arbeitgeber, welche für die Bevölkerung und auch Arbeitnehmenden über das Produkt auf dem Teller entscheiden. Unsere Umfrage ging deshalb an die sechs grössten Schweizer Städte sowie an die Schweizer Armee und die Schweizerische Bundesbahnen AG (SBB). Eine weitere Ausdehnung auf weitere bundesnahe Arbeitgeber wäre erwünscht, gestaltete sich aktuell aber schwierig.

Umfrage Grosshandel

Es wurden die wichtigsten Unternehmen aus dem Bereich Grosshandel für die STS-Umfrage 2020 angeschrieben. Das Einholen entsprechender Auskünfte im Tabellen-Format und Datenauswertungen durch den STS sind für den Bereich Retailer im Detailhandel bereits etabliert und sollten mittelfristig auch im Gastro-Grosshandel umsetzbar sein. Die Rückmeldungen von Seiten Grosshandel waren aber leider ausschliesslich negativ betreffend einer aktuellen Auskunft zu ihrem Angebot.

Teilweise sind die aktuell fehlenden oder negativen Rückmeldungen sicherlich mit dem, besonders für den Bereich Gastronomie, schwierigen Jahr 2020, erklärbar. So waren und sind leider Gastronomiebetriebe und die Mittagsverpflegung durch die Massnahmen gegen die Pandemie mit am stärksten betroffen. Dass also in einem Jahr, voll von unerwarteten Schwierigkeiten und Umplanungen sowie Kurzarbeit, die Ressourcen für eine zusätzliche Datenauswertung begrenzt waren, ist verständlich.

Jedoch behindern die aktuell fehlenden Angaben die nötige Transparenz, um das Angebot im Grosshandel einschätzen und bewerten zu können.

In Zukunft erwarten wir, dass auch die Unternehmen des Grosshandels eine Auswertung der Produkturnsätze nach Herkunfts- und Label-Angaben ermöglichen und somit einen transparenten Einblick in ihr Angebot gewähren.

Ähnlich wie nachfolgend im Kapitel der Gastronomie-Unternehmen, soll daraus zukünftig eine Darstellung des Angebots und des Anteils der Tierwohlprodukte am Angebot möglich sein.

Ausserdem erhoffen wir uns, dass bei der zukünftigen Auswahl des Angebots auch der Aspekt Tierwohl vermehrt Beachtung findet. Für Fragen zum Tierschutz und Ausrichtung des Sortiments mit dem Anspruch an mehr Tierwohl-Anteile im Sortiment stehen wir gerne als Austauschpartner zur Verfügung.

Umfrage Gastronomie-Unternehmen

Bereits etwas mehr Einblick erhalten haben wir auf Ebene der Gastronomie-Unternehmen. Fünf grosse Player wurden angefragt. Die Unternehmen SV Group, Menu and More und die ZFV Unternehmungen haben unseren Fragebogen beantwortet, inklusive Daten-Tabelle. Seitens Compass-Group haben wir zumindest einen ausgefüllten Fragebogen erhalten, Zahlen gibt das Unternehmen gemäss Weisung Gesamt-Konzern vorerst keine bekannt. Die Eldora Groupe konnte aus mehreren Gründen die Umfrage nicht beantworten.

Neben den bereits erwähnten, nachvollziehbaren aktuellen Gründen wurde jedoch auch genannt, dass die Einkäufe nicht zentral erfasst werden und somit auch nicht zentral ausgewertet werden können. Eine bewusste Unternehmenszielsetzung und Auswertung des Einkaufsverhaltens für die einzelnen Restaurants und Küchen wäre hier aus unserer Sicht ein erster wichtiger Schritt hin zur Förderung von Produkten aus besserer Tierhaltung.

Die erhaltenen Angaben ermöglichen uns einen Einblick in das aktuelle Angebot der Unternehmen und dienen der Transparenz. Ein betreffend Tierwohl gut bewertetes Angebot ist ein Wettbewerbs-vorteil für diejenigen Unternehmen, welche sich um mehr Tierwohl bemühen.

Umfrage Nachfrage Gemeinschaftsgastronomie

Im Bewusstsein, dass auch die Nachfrage-Seite das Angebot wesentlich beeinflusst, hat uns auch interessiert, über welche Informationen Schweizer Städte und bundesnahe Arbeitgeber zu Ihren Mittagsverpflegungs-Angeboten verfügen. Angeschrieben wurden die Städte Basel, Bern, Genf, Lausanne, Winterthur und Zürich. Ausserdem als Bundes- oder bundesnahe Arbeitgeber die Schweizer Armee und die SBB. Als Auftraggeber der SV Group konnten wir ausserdem die Universität Basel als einzelnen Nachfrager innerhalb der Stadt Basel anschreiben.

Folgende Auswertungen oder Teilauswertungen zu deren Einkaufskorb waren möglich:

Auswertung von Einkaufsdaten möglich:

- **Universität Basel:** Auftrag vergeben an SV Group, mit Auswertung des Tierwohl-Angebots
- **Stadt Zürich:** Auftrag Mittagsverpflegung an Schulen vergeben an Menu and More, Teilauswertung des Tierwohl-Angebots

Eine Auswertung für den Einkauf via Bestellplattform, in Erarbeitung.

Teilauswertungen im Auftrag der Stadt vorhanden:

- **Stadt Lausanne:** Auswertung des Jahres 2019 durch Beelong im Rahmen des Plans nachhaltige Gemeinschaftsgastronomie (RCD plan restauration collective durable) vorhanden. Diese haben noch begrenzte Aussagekraft betreffend Tierwohl, zeigen jedoch bereits erkennbare und auswertbare Bemühungen.
- **Stadt Genf:** Auswertung durch Beelong einiger Schulküchen. Nicht von allen städtischen Betrieben liegen Daten vor. Wir konnten jedoch mit dieser begrenzten Datenbasis zumindest eine Teilauswertung mit ersten Aussagen erstellen.

Auftrag extern vergeben. Angefragte verweisen auf Angebot des Gastro-Unternehmens:

- **Stadt Winterthur:** Teilauftrag für Mittagsverpflegung an den Schulen und schulergänzenden Betreuung: Einkauf durch Menu and More
- **SBB:** Verweisen auf Herkunftskontrolle durch den Caterer ZFV Unternehmungen

Auskunft über Vorgaben, jedoch bisher keine Auswertung der Einkäufe (möglich):

- **Schweizer Armee:** Klare und kontrollierte Vorgaben betreffend Schweizer Herkunft. Darüber hinaus gehend sind die Einkäufe aktuell nicht auswertbar.
- **Stadt Basel:** Vorgaben im Rahmen von Ausschreibungen, Diese sind aber nicht einheitlich, keine Auswertung möglich.
- **Stadt Bern:** Einkauf von Einzelbetrieben nach Richtlinien der Stadt Bern, zurzeit nicht auswertbar. Teilauswertung Zieglerküche (Grossküche für mehrere Betriebe) angedacht, jedoch bisher nicht vorliegend.

Ebenfalls im vergangenen Jahr erarbeitet wurden die Empfehlungen für die nachhaltige öffentliche Beschaffung im Bereich Ernährung im Auftrag des BAFU. Auch diese Empfehlungen sehen Zielsetzungen und Kontrollen der Zielerreichung anhand der Einkaufsmengen vor, und setzen damit ähnliche Auswertungsmöglichkeiten voraus wie unsere Umfragen.

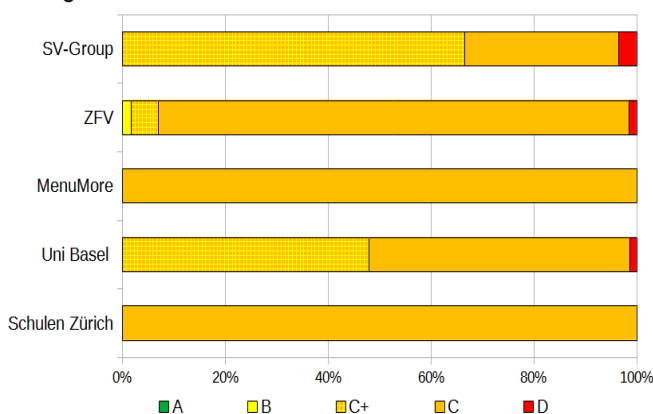
Wir begrüssen dies als Stossrichtung und würden uns freuen, wenn in deren Umsetzung insbesondere auch die Bewertungen betreffend Tierwohl stark genug beachtet und entsprechend ausgewertet werden.

Resultate der Umfragen

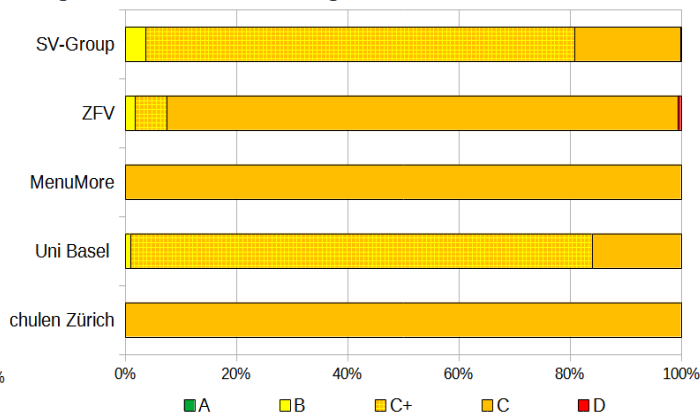
Auswertbare Daten haben wir von den drei Unternehmen: SV Group, Menu and More und ZFV-Unternehmungen erhalten. Die Nachfrageseite der Universität Basel sowie der Schulen der Stadt Zürich konnten ausserdem ebenfalls ausgewertet werden, da diese Aufträge an die SV Group (Uni Basel) respektive Menu and More (Schulen Zürich) vergeben sind. Die Unternehmen haben eine entsprechende separate Auswertung erstellt.

Grafiken – Vergleich der Unternehmen/Nachfrager pro Produktart

Vergleich Rindfleisch frisch 2019

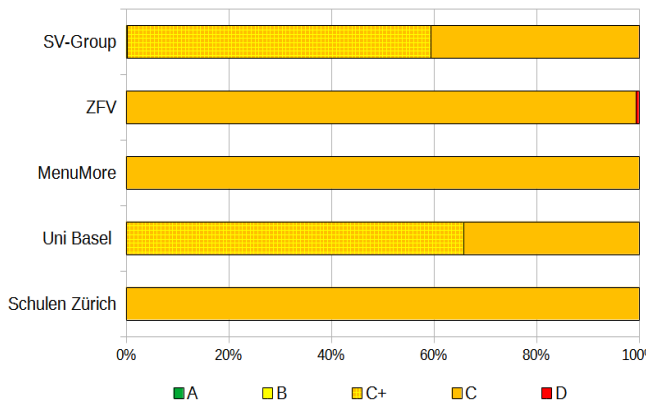


Vergleich Rindfleisch tiefgefrohren 2019

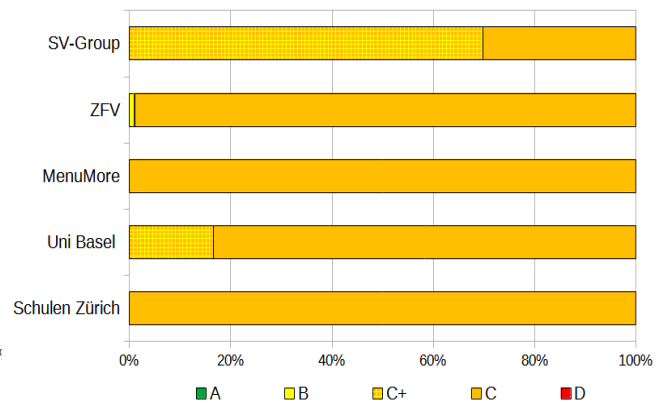


Die grössten Unterschiede bezüglich Mengen gibt es beim Anteil der Produkte mit Bewertung C+; also von Tieren, die nach BTS und/oder RAUS Vorgaben der Bundesprogramme gehalten werden. Die SV Group hat beim Rindfleisch einen beachtlichen Anteil an BTS und RAUS Produkten erreicht, sowohl beim Frischfleisch, als auch bei den tiefgekühlten Produkten. Diese Produkt-Anteile finden sich entsprechend auch beim Auftrag der Universität Basel wieder. Ausserdem ist durchaus erkennbar, dass auch Label-Produkte, zumindest in kleinen Mengen, bereits platziert werden können: Bio und IP Suisse Produkte bei den ZFV-Unternehmungen sowie IP Suisse Produkte bei der SV Group.

Vergleich Schweinefleisch frisch 2019

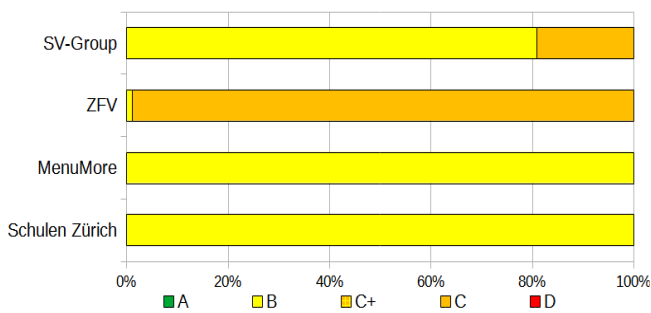


Vergleich Kalbfleisch frisch 2019

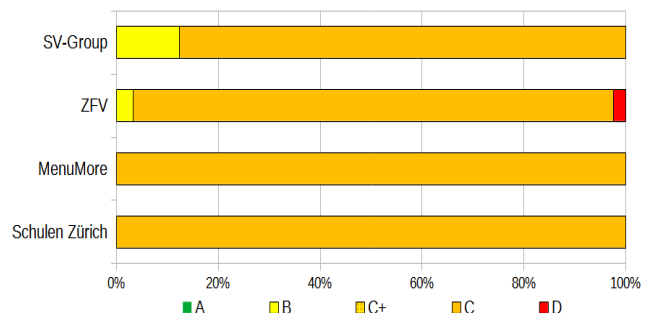


Ebenso können bei Schweinefleisch und Kalbfleisch grosse Anteile aus Haltungen mit BTS und/oder RAUS - Tierhaltungen bezogen werden. Die Label-Anteile sind dort sehr gering.

Vergleich Konsummilch 2019

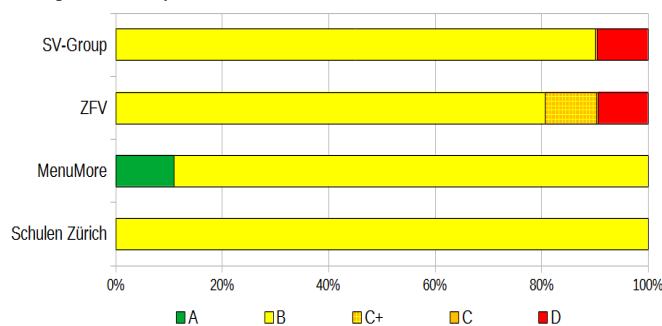


Vergleich Joghurt 2019

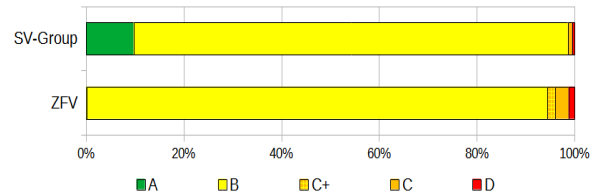


Bereits stark vertreten sind Label-Produkte bei der Milch. Sowohl IP Suisse als auch Bio Suisse sind insbesondere bei der Konsummilch stark vertreten. Bei Milchprodukten wie beispielsweise beim Joghurt ist der Anteil an Labelherkünften noch deutlich geringer.

Vergleich Eierprodukte 2019



Vergleich Schaleneier 2019



Bei den Eiern ist es sowohl bei den Eierprodukten als auch bei den Schaleneiern möglich, auf Freilandhaltung (Bewertung B) und Labelprodukte zu setzen. Den Anteil der Bio-Eier sehen sie als mit A bewertete Produkte. Wichtig und eine positive Meldung ist hier der dominierende Anteil der Freilandhaltungs-Eier im Warenkorb.

Weitere Informationen der Nachfrageseite

Die Seite der Nachfragenden für Gastro-Dienstleistungen lässt sich zurzeit noch nicht überall gleichwertig zur Angebotsseite (Gastrounernehmen) auswerten und darstellen. Dennoch sind auch so sehr starke Unterschiede zwischen den verschiedenen angeschriebenen Nachfragern von Gastro-Dienstleistungen festzustellen.

Entscheidend ist aus unserer Sicht eine bewusste Auswahl und Vergabe der Beschaffungsaufträge durch grössere Verpflegungsbetriebe. Dabei ist für das Tierwohl besonders wichtig, dass klare Ziele und Definitionen bezüglich gewünschtem Produktstandard (Tierwohlstufe) und (Mindest-) Anteilen von Tierwohl- respektive Labelprodukten für die Beschaffung festgelegt werden. Nur wo der Einkauf von Tierwohl-Produkten gefordert und bezahlt wird, kann dies von den Einkaufenden auch umgesetzt werden.

Dazu gehört auch eine entsprechende Auswertungs- oder Kontrollmöglichkeit für die Umsetzung der Vorgaben. Hierzu gibt es verschiedene Möglichkeiten.

Eine Möglichkeit ist die, Auswertung und Reporting durch das beauftragte Gastrounernehmen durchführen zu lassen, wie es die SV Group bei der Universität Basel oder Menu and More für die Schulen in Zürich tun. Wo mehr als ein Gastrounernehmen oder mehrere Einzelbetriebe für die Umsetzung im Einkauf verantwortlich sind, können ebenfalls Berichte eingefordert werden, technische Möglichkeiten von Bestellplattformen genutzt werden oder, wie beim Beispiel von Genf und Lausanne, eine externe Erfassung und Auswertung beauftragt werden.

Alternativ kann auch eine strikte Kontrolle der Umsetzung von Mindestanforderungen durch den Nachfrager selber die Umsetzung sicherstellen. Als Beispiel könnte hier die Umstellung der Schweizer Armee (seit 2015) auf ausschliesslich Produkte Schweizer Herkunft genannt werden. Die Forderung bezüglich Herkunft ist im entsprechenden Einkaufs-Reglement und in den Lieferverträgen festgehalten und wird entsprechend kontrolliert. Die Mindestanforderung Schweizer Tierschutzgesetz lässt sich damit gut abbilden und einfordern. Darüber hinaus gehende Bemühungen zur Erhöhung von Anteilen an Produkten aus betreffend Tierwohl besseren Tierhaltungen (BTS/RAUS oder Label-Produkte) lassen sich in diesem System aber nicht abbilden.

Wir erhoffen uns, auch unterstützt durch die Empfehlungen des BAFU, dass sich öffentlich-rechtliche Nachfrager von Verpflegungsangeboten zukünftig stärker damit auseinandersetzen, woher Produkte tierischer Herkunft bezogen werden und welche Tierwohl-Standards diese erfüllen. Mit dem Wunsch, dass klare und nachverfolgbare Ziele auch und explizit für den Anforderungs-Bereich Tierwohl gesetzt werden.

Weitere Erkenntnisse aus den Fragebögen

Zusätzlich zu den Mengenabfragen haben wir in den versendeten Fragebögen, sowohl an die Gastrounernehmen als auch an die Nachfragenden, einzelne Fragen zur Priorisierung von Kriterien beim Einkauf, Vermarktungsmöglichkeiten und Bedingungen für mehr Labelfleisch im Einkauf gestellt.

Eine Priorisierung der folgenden Kriterien beim Einkauf: (Zahlen 1-10; 1 = spielt keine Rolle, 10 = ist das Allerwichtigste) erfolgte wie folgt:

	Durchschnitt Antworten Unternehmen	Spannweite Antworten Unternehmen	Durchschnitt Antworten Nachfrager	Spannweite Antworten Nachfrager
Angebot/Verfügbarkeit	10	10	9	8-10
<i>Art der Tierhaltung/ Tierwohl/ Label-Produkte</i>	8.25	6-10	6.66	3-10
Eigene Strategie / Firmenphilosophie	9.5	8-10	7	1-10
Vorgabe Vertragspartner	6	1-8		
<i>Herkunft (Schweiz, Ausland, Regionalität)</i>	8.75	7-10	6.33	2-10
Nachfrage der Konsumierenden / Gäste	7.5	6-8	6.66	6-8
Preis	8.75	7-10	7.66	4-10
Qualität	10	10	8	5-10

Auf die Frage: «Unter welchen Bedingungen würden Sie **mehr Labelfleisch einkaufen?**» wurden folgende Antworten angekreuzt:

Antwortmöglichkeiten:	Unternehmen x-mal (von 4)	Nachfragende x-mal (von 3)
Preis für Labelfleisch günstiger	3	2
Bessere Verfügbarkeit von Label-Angeboten	2	2
Labelfleisch bessere Qualität als Fleisch aus konventioneller Haltung	0	0
Gäste mehr Labelfleisch verlangen würden	2	1
Gäste bereit wären mehr zu bezahlen	4	2
Verlangen der Auftraggeber nach entsprechendem Angebot	4	-
Politik und Gesellschaft ein entsprechendes Angebot verlangen	-	2

An Angebot und Verfügbarkeit kann und muss sicher Seitens Angebot gearbeitet werden. Dies bedingt aber eine entsprechende Nachfrage seitens der Auftraggebenden und Gäste. Wo die Nachfrager, welche über das Angebot für die Gäste bestimmen öffentlich-rechtliche Institutionen sind wäre es deshalb wichtig, dass Politik und Verantwortliche ein solches Angebot verlangen und einfordern. Denn, dass der Wunsch nach mehr Tierwohl in der Gesellschaft ein wichtiges Anliegen ist zeigen Umfragen immer wieder.

Keine Möglichkeit aus unserer Sicht ist, dass der Preis für Labelprodukte günstiger wird. Mehr Tierwohl kostet auch mehr, denn Tierhaltende müssen für die Mehrkosten in Haltung und Management bezahlt werden. Dennoch zeigen die Antworten, dass auch die Preis-Frage eine wichtige Rolle spielt. Wo Ziele betreffend Nachhaltigkeit und Tierwohl formuliert werden, müssen auch entsprechende Verhandlungen zur Deckung der Mehrkosten für Tierwohlprodukte geführt werden.

Forderungen STS für mehr Tierwohl in der Gemeinschaftsgastronomie.

Tierwohl Qualität kostet! Die Kosten für mehr Tierwohl müssen in die Diskussion und Planung des Einkaufs mit einbezogen werden, zugunsten des Tierwohls.

Grosshandel:

- Sichtbar machen und Information über Tierwohl-Hintergründe von Produkten
- Einblick und Auskunft über das verfügbare Sortiment im Angebot
- Tierwohlprodukte aus Detailhandel auch für die Gastronomie verfügbar machen

Gastronomie-Unternehmen

- Tierwohl-Produkte zum Thema machen bei Kunden / Nachfragern von Gastro-Dienstleistungen
- Tierwohl-Anteile steigern
- Auswertung der Tierwohl-Anteile beim Einkauf für Kunden und öffentliche Interessen

Nachfragende Gemeinschaftsgastronomie

- Kenntnis und Transparenz, was im «eigenen Einkaufskorb» liegt
- Beschaffungsziele setzen, explizit betreffend Tierwohl-Anteile
- Kontrollierbare und nachverfolgbare Ziele im Beschaffungsalltag
- Bereit sein, die meist geringen Mehrkosten für tierfreundlichere Produkte pro Menu, zu akzeptieren und allenfalls einen Teil davon auch an die Gäste im Restaurant weiterzugeben.

Wir hoffen auf rege Diskussionen und aktive Teilnahme aller Beteiligten bei Verbesserungen von Angebot und Nachfrage im Sinne des Tierwohls.

Quellen

- Eigene Umfragen: Bericht in Erarbeitung
- STS Webseite essenmitherz.ch (www.essenmitherz.ch)
- Agrarbericht 2015 , Ausser-Haus-Konsum in der Schweiz <https://2015.agrarbericht.ch/de/markt/marktentwicklungen/ausser-haus-konsum-in-der-schweiz>
- Nachhaltige Verpflegung auf dem Campus 16. Juli 2020 <https://www.unibas.ch/de/Aktuell/News/Uni-Campus/Nachhaltige-Verpflegung-auf-dem-Campus.html>
- Lausanne: Plan Restauration collective durable <https://www.lausanne.ch/portrait/durabilite/developpement-durable/developpement-durable/ville-durable/production-consommation/politique-alimentaire/restauration-collective-durable.html>
- Schweizer Armee: Truppenrechnungswesen Verpflegung <https://www.vtg.admin.ch/de/mein-militaerdienst/dienstleistende/truppenrechnungswesen/verpflegung.html#ui-collapse-530>
- «Ernährungs- und Qualitätsrichtlinien für die Mahlzeitenherstellung in familienergänzenden Betreuungseinrichtungen der Stadt Bern» <https://www.bern.ch/themen/kinder-jugendliche-und-familie/kinderbetreuung/ernaehrungsrichtlinien-bern>
- Bundesamts für Umwelt - Empfehlungen für die nachhaltige Beschaffung öffentliche Beschaffung im Bereich der Ernährung – 2020 <https://www.bafu.admin.ch/dam/bafu/de/dokumente/wirtschaft-konsum/fachinfo-daten/gemeinschaft-gastronomie-empfehlungen-nachhaltige-oeffentliche-beschaffung.pdf.download.pdf>