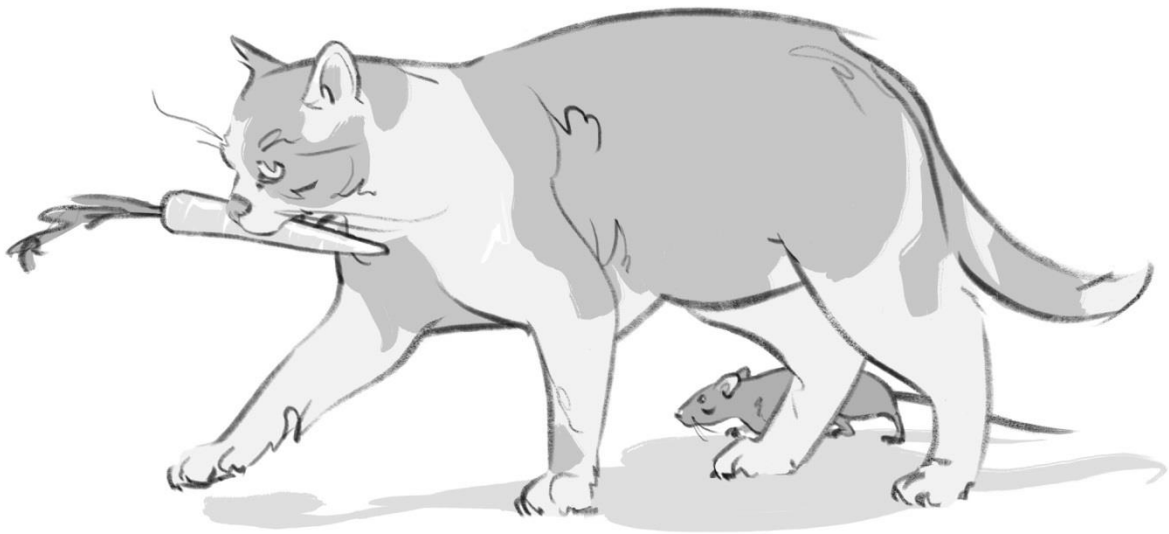




Referate der 2. Gastro-Tagung

„Essen mit Herz“



Kongresszentrum Hotel Arte, Olten
28. September 2018

Schweizer Tierschutz STS, Dornacherstrasse 101, Postfach, CH-4018 Basel
Telefon 061 365 99 99, Telefax 061 365 99 90, sts@tierschutz.com, www.tierschutz.com

**Die Referentinnen und Referenten der 2. STS-Gastro-Tagung
„Essen mit Herz“
vom 28. September 2018 im Hotel Arte, Olten**

Dr. sc. nat. Hansuli Huber
Geschäftsführer Fachbereich STS
hansuli.huber@tierschutz.com

Dr. sc. nat. Adrian Müller
Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL / ETH Zürich
adrian.mueller@fibl.org

Guido Wigger
Biolandwirt
werkstatt@wigger-obernau.ch

Renato Pichler
Swissveg
renato.pichler@swissveg.ch

Dipl. ing. agr. Sigrid Alexander
Ökologischer Landbau, Interne Qualitätsauditorin
QM-Beauftragte
sigrid_alexander@mac.com

Martina Clavuot-Brändli
Projektleiterin Lebensmittelsicherheit, GastroSuisse
martina.clavuot-braendli@gastrouisse.ch

Christian Keller-Hoehl
Supply Chain Operations Director, SV Group Schweiz
Christian.Keller-Hoehl@sv-group.ch

Melanie Hohl
Co-Geschäftsleiterin KAGfreiland
melanie.hohl@kagfreiland.ch

Guido Leutenegger
Betriebsinhaber Natur Konkret
g.leutenegger@naturkonkret.ch

Dipl. ing. agr. Cesare Sciarra
Leiter Kontrolldienst STS
cesare.sciarra@tierschutz.com

Diese Tagung wird durch die Eva Husi-Stiftung unterstützt

Inhalt

Dr. sc. nat. Hansuli Huber

Einleitung3

Dr. sc. nat. Adrian Müller

Kann Biolandbau die Welt ernähren?4

Guido Wigger

Natur und Tierwohl aus Überzeugung – genügt das?7

Renato Pichler

Orientierung im Label-Dschungel: Die V-Labels8

Dipl. ing. agr. Sigrid Alexander

Vom Kunstfleisch zum veganen Menü 10

Martina Clavuot-Brändli

Tierwohl in der Gastronomie – wo stehen wir? 12

Christian Keller-Hoehl

Umstellung auf Tierwohlfleisch: Ein Praxisbericht von SV Schweiz 14

Melanie Hohl

Bioqualität und Tierwohl..... 17

Guido Leutenegger

Das tierfreundlichste Angebot20

Dipl. ing. agr. Cesare Sciarra

Uninformierte Konsumenten treffen auf irreführende Werbung21

Dr. ing. agr. Hansuli Huber
Geschäftsführer Fachbereich

SCHWEIZER TIERSCHUTZ STS

Geschäftsstelle
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

Dr. sc. nat. Hans-Ulrich Huber, Geschäftsführer Fachbereich Schweizer Tierschutz STS, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung „Essen mit Herz“ vom 28. September 2018 in Olten

Die 3.4 Millionen Schweizer Haushalte geben jährlich rund 43 Milliarden Franken für Essen und nicht alkoholische Getränke aus; ein Drittel davon in Gaststätten. Die Erzeugung von Lebensmitteln und deren Qualität ist für viele Menschen von grossem Interesse. Nachdem zumindest in den entwickelten Staaten erstmal seit hunderttausenden von Jahren die Versorgung mit ausreichender Nahrung zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist, wir in Europa diesbezüglich gar in einer Luxus- und Überflussgesellschaft leben, rücken für Konsumenten zunehmend qualitative Aspekte in den Vordergrund. Der Spruch „Man ist, was man isst“ ist heute aktueller denn je. Was und wie (viel) wir essen, beeinflusst unser Wohlbefinden, unsere Gesundheit und hat Auswirkungen auf Umwelt, Tiere, Wasser, Böden und Luft.

Die zweite Fachtagung „Essen mit Herz“ des Schweizer Tierschutz STS geht diesen Zusammenhängen nach und zwar mit vier Schwerpunktthemen:

- Einblicke in die Lebensmittelerzeugung
- Vegan und vegetarisch
- Neues aus der Gastronomie
- Produkte aus tierfreundlicher Haltung

Dabei lassen uns neun namhafte Referentinnen und Referenten an ihrem Wissens- und Erfahrungsschatz teilhaben und stellen sich in der Diskussion Ihren Fragen und Anliegen.

Kann Biolandbau die Welt ernähren?

Dr. sc. nat. Adrian Müller, Departement für Sozioökonomie, Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) / ETH Zürich, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Zusammenfassung des Vortrags

1 Kontext

Wir alle wissen um den Zustand der Welt. Klimawandel, Biodiversität, Verschmutzung; die Landwirtschaft spielt eine grosse Rolle darin und es kann nicht weitergehen wie bisher: Aber was sind Alternativen dazu?

2 Lösung: Bio?

Ein Lösungsvorschlag für die heutigen Probleme in der Landwirtschaft ist die biologische Produktion, die eine Reihe von ökologischen Vorteilen bietet, insbesondere, wenn man die Umweltauswirkungen pro Fläche betrachtet. Die Hauptkritik daran ist, dass die Erträge zu tief seien, um damit die Welt vernünftig zu ernähren, ohne viel mehr Land zu verbrauchen. Zusätzlich wird die Frage gestellt, ob man eine flächendeckende Bioproduktion gut düngen könne. In der konventionellen Produktion können immer Mineraldünger von aussen zugeführt werden, in der biologischen Produktion stammen schlussendlich alle Dünger auch von den Flächen, was den Druck darauf weiter erhöht: Das Biosystem muss auf den Flächen den Ertrag für die Ernährung oder Futtermittel produzieren, und die Biomasse, die der Düngung dient.

100 % biologische Produktion würde somit viel mehr Land verbrauchen um dieselbe Produktionsmenge bereitzustellen als die konventionelle Produktion, es bleibt somit weniger Land für „unberührte“ Natur übrig. Des Weiteren sind die Umweltauswirkungen pro Kilogramm Produkt in vielen Bereichen bei der biologischen Produktion höher als bei der konventionellen. Ist Bio somit keine Lösung?

Dies wäre zu einfach gedacht: Die Umweltauswirkungen pro Kilogramm Produkt sind für viele Umweltaspekte, die einen regionalen Bezug haben, keine relevante Grösse – Verschmutzung von Ökosystemen und Gewässern, Biodiversitätsaspekte, etc. sind alle in einem räumlichen Kontext zu betrachten, und es kommt darauf an, ob die Auswirkungen der Landwirtschaft mit Bezug auf die Grenzen dieser räumlichen Kontexte tragbar sind oder nicht. Wir können mit Hochleistungskühen sehr viel Milch mit tiefen Umweltauswirkungen pro Liter produzieren, aber auf den paar Hektaren, auf denen diese Hochleistungskühe stehen sind die totalen Auswirkungen (z. B. Stickstoffüberschüsse) dann doch viel zu hoch für die Ökosysteme. Deshalb ist das Argument mit den Fussabdrücken pro Kilogramm Produkt mit Vorsicht zu geniessen (es sticht eigentlich nur bei den Treibhausgasen, die mit globalem Bezug betrachtet werden müssen).

Was wir also brauchen ist eine Landwirtschaft mit niedrigen Auswirkungen pro Hektare, die aber dennoch nicht mehr Land braucht.

3 Lösung: Bio plus Konsumveränderung!

Die Landwirtschaft „einfach“ auf Bio umzustellen, ohne auch andere Aspekte im Ernährungssystem zu verändern, ist somit keine nachhaltige Lösung, so wenig wie einfach mit der gängigen konventionellen Landwirtschaft weiterzumachen wie bisher. Was wir brauchen sind zusätzliche Strategien, die es erlauben, mit weniger Umweltauswirkungen pro Hektare zu produzieren, ohne mehr Land zu verbrauchen.

Dies erreichen wir primär dadurch, dass wir versuchen, das Gesamtsystem kleiner zu machen: Egal wie wir produzieren, führt eine tiefere Produktion zu weniger Umweltauswirkungen. Unsere Landwirtschaft und das Konsumverhalten heute sind insbesondere geprägt von hohen Anteilen tierischer Produktion mit hohem Ressourcenbedarf und von grossen Abfallmengen, mit entsprechend grossem, unnötigen Ressourceneinsatz. Somit haben wir zwei grosse Hebel, die wir nutzen können, um das Gesamtsystem kleiner zu machen: weniger tierische Produkte konsumieren und weniger Abfall produzieren.

Eine solche „Verkleinerung“ des gesamten Ernährungssystems öffnet den Raum, um darin weniger intensiv und somit mit tieferen Umweltauswirkungen pro Hektare und im Total zu produzieren, und dennoch alle ernähren zu können.

Wichtig bei Diskussionen über nachhaltige Landwirtschaft ist also insbesondere auch die zentrale Rolle des Konsums. Es macht keinen Sinn, nur über nachhaltige Produktion zu sprechen, ohne den Konsum zu betrachten (z. B. ist es sinnlos 30 % Abfall biologisch zu produzieren – es ist besser, möglichst viel von diesem Abfall gar nicht zu produzieren).

Es ist auch wichtig, nicht einseitig einzelne Aspekte besonders zu behandeln. So wichtig die Minderung des Klimawandels ist, er bleibt einer unter vielen Nachhaltigkeitsaspekten in der Landwirtschaft und das Ziel, möglichst wenig Treibhausgase zu emittieren, darf nicht auf Kosten von Biodiversitätszielen oder des Tierwohls gehen. So macht es z. B. Sinn, Grasland für die Produktion von Milch und Fleisch mit Wiederkäuern zu nutzen, auch wenn diese Produktion mehr Treibhausgase pro Kilogramm Milch und Fleisch emittiert als wenn man mit hohen Kraftfuttergaben produzieren würde. Mit angepassten Tierzahlen pro Hektare kann so aber gewährleistet werden, dass die Tragfähigkeit der Ökosysteme nicht überschritten wird (da z. B. keine übermässigen Nährstoffimporte über Kraftfutter stattfinden). Die Produktion ist aber entsprechend kleiner, was mit der oben erwähnten Reduktion tierischer Produkte in der Ernährung zusammenspielt.

4 Was können wir tun?

Wir können verschiedenen Leitgedanken folgen:

Zuerst einmal müssen wir uns bewusst machen, dass es um grosse Veränderungen geht, die nicht innerhalb weniger Jahre sondern eher über Jahrzehnte, oder ein / zwei Generationen, zu erreichen sind. Wir brauchen eine Politik der Grobsteuerung: Es geht nicht darum, Siloballenplastik zu rezyklieren (was z. B. ein Vorschlag des Bauernverbands dazu ist, wie das Sektorziel Landwirtschaft beim CO₂-Gesetz erreicht werden könnte); es geht darum, das Ernährungssystem fundamental umzustellen, z. B. in Richtung 50 % weniger Kraftfutter und 25 % weniger Dünger, geschlossene Kreisläufe (auch Klärschlamm), etc.

Solche Grobsteuerung kann natürlich nicht bei der Landwirtschaft alleine greifen. Sie muss mit Veränderungen im Konsum einhergehen, um zu vermeiden, dass die tiefere Produktion einfach durch Importe ersetzt wird: Es braucht eine Entwicklung hin zu weniger tierischen Produkten, weniger Kraftfutter, weniger Abfall auf der Konsumseite. Von den Tieren sollte wieder mehr gegessen werden – auch Innereien, oder andere, heute weniger geschätzte Stücke wie Hühnerflügel. Bei den Abfällen müssen sich Regulierungen und Ansprüche verändern; Ansprüche an Verfügbarkeit, Frische, Aussehen, etc., und regulatorisch sind Aspekte wie die Ablaufdaten zu diskutieren – um nur ein paar Beispiele zu nennen.

Auf Produktionsseite lassen sich die Ziele durchaus mit einer Förderung von Bio erreichen; nicht als Allheilmittel, aber als Vision, wie die Produktionsseite einer nachhaltigen Ernährung aussehen könnte, und weise kombiniert mit den genannten Veränderungen auf der Konsumseite.

Bei der Umsetzung dieser Aspekte könnten wir zumindest mal bei der Internalisierung externer Kosten ansetzen, also in Richtung von Politikinstrumenten wie einer Stickstoffsteuer auf Mineraldünger und importierten Futtermitteln, einer CO₂-Steuer auf allen fossilen Energieträgern (also auch Benzin!) und einer weitergehenden Pflanzenschutzregulierung arbeiten.

Gleichzeitig dazu und längerfristig brauchen wir aber eine gesellschaftliche Diskussion, die die Problematik der überschrittenen Grenzen handlungswirksam werden lässt. Sehr weit ausgreifend kann dies im Kontext unseres Verständnisses einer liberalen Gesellschaft betrachtet und über neue Visionen auf gesellschaftlicher Ebene angegangen werden (dabei bin ich mir durchaus bewusst, dass dies als naiv bezeichnet werden kann und dass es ein wenig verstaubt an die Utopien der Sechzigerjahre erinnern mag – aber ich denke, wir kommen nicht umhin, auf grosse Veränderungen hinzuarbeiten). Kurz gefasst könnte dies wie folgt aussehen: Die liberale Gesellschaft basiert heute auf drei Säulen, nämlich auf individueller Freiheit mit der Tugend des Mutes, der sozialen Gerechtigkeit mit der Tugend der Gerechtigkeit und dem Nichtschadensprinzip mit der Tugend der Klugheit; was fehlt ist die vierte Kardinaltugend, das Masshalten – das wäre die Suffizienz, das Bewusstsein für planetare Grenzen (oder auch regionale Ökosystemgrenzen, Tragfähigkeiten) und die Tugend des Masshaltens, um diese nicht zu überschreiten. Wir brauchen aber diesen vierten Wert, um den planetaren Grenzen in unserem Handeln Nachachtung zu verschaffen. Wir müssen also diesen neuen Aspekt des Masshaltens so verstehen, entwickeln und diskutieren, wie wir in der liberalen Gesellschaft die anderen drei Werte Freiheit und deren Grenzen und Gerechtigkeit behandeln. Wir müssen diesen Wert also als einen gleichwertigen zentralen Aspekt dessen, was eine liberale Gesellschaft im Kontext heutiger Technologien, der heutigen Anzahl Menschen und heutiger globaler Massenflüsse bedeuten soll verstehen. Dies wird nicht schnell gehen, es würde eher zwei Generationen dauern als ein paar Jahre, aber es ist der einzige Weg, der funktionieren kann, ohne von überregulierenden Institutionen gelähmt zu werden, in Ökodiktaturen abzugleiten oder nur wirkungslose Feinsteuerung und Augenwischerei zu betreiben.

5 Weiterführende Literatur

Muller, A., Schader, C., El-Hage Scialabba, N., Brüggemann, J., Isensee, A., Erb, K.-H., Smith, P., Klocke, K., Leiber, F., Stolze, M., Niggli, U., 2017, Strategies for feeding the world more sustainably with organic agriculture, *Nature Communications* 8:1290 | DOI: 10.1038/s41467-017-01410-w (frei zugänglich); zusammenfassendes Video dazu (mit deutschen Untertiteln): <https://www.youtube.com/watch?v=z4daLqmureU>

Muller, A., Huppenbauer, M., 2016, Sufficiency, liberal societies and environmental policy in the face of planetary boundaries, *Gaia* 25(2): 105-109 (frei zugänglich)

Muller, A., 2017, Für die Schweiz oder für die ganze Welt – nachhaltige Landwirtschaft bedeutet vor allem auch nachhaltigen Konsum, Agrarpolitikblog AECT ETH Zurich, 27.11.2017, <https://agrarpolitik-blog.com/2017/11/27/fuer-die-schweiz-oder-fuer-die-ganze-welt-nachhaltige-landwirtschaft-bedeutet-vor-allem-auch-nachhaltigen-konsum/>

Muller, A., 2017, Was Biolandbau beitragen kann, Zukunftsblog ETH Zurich 16.11.2017, <https://www.ethz.ch/content/main/de/news-und-veranstaltungen/eth-news/news/2017/11/was-biolandbau-beitragen-kann.html>;

Natur und Tierwohl aus Überzeugung – genügt das?

Guido Wigger, Biolandwirt, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Die Betrachtungen eines Produzenten von Bio-Weide-Rindfleisch.

(13,4 ha Landfläche, 34 % Biodiversitätsförderflächen, 34 Weiderinder und einige Kleintiere. 3270 kg Fleisch Jahresproduktionsmenge, 42 m² benötigte Landfläche pro Kilogramm Fleisch, 2,5 dl Treibstoff- und 1,37 KWh elektrischer Energieeinsatz pro Kilogramm Fleisch)

Der Mensch isst Fleisch und will Fleisch essen. Eine Tatsache! Nicht das Was, sondern das Wie und Wieviel muss uns alle interessieren.

Wirtschaftlich und ökologisch sinnvolle Produktion ist möglich, wenn folgende Voraussetzungen gegeben sind:

- a) Die zur Verfügung stehende Landfläche ist die Basis
- b) Der Ertrag aus der Landfläche dient als Futter für das Rindvieh (Gras, Heu und Silage, kein Kraftfutter)
- c) Erneuerbare Energien (Solar- und Wasserkraft) werden konsequent auf- und ausgebaut
- d) Der Nettoertrag muss die fortlaufende Produktion sicherstellen

Diese Voraussetzungen sind entscheidend für das Natur- und Tierwohl.

Eine konkrete Ertragsrechnung eines Graslandbetriebes zeigt folgende Ergebnisse:

1. Der Preis rechnet sich (noch) nicht.
2. Der Konsument muss einen Beitrag für das Natur- und das Tierwohl leisten.
3. Er kann dies in dreifacher Hinsicht tun:
 - Weg vom Billigkonsum
 - Hin zu höheren Preisen für den Leistungserbringer
 - Reduktion des Fleischverzehrs

Davon profitieren: die Natur, das Tier, der Produzent, der Konsument und damit letztlich unsere Nachwelt.

Ein herzhafter Preis für eine Produktion mit Herz

Intensität nicht in der Bewirtschaftung

Intensität im schonenden Umgang mit den Ressourcen

Orientierung im Label-Dschungel: Die V-Labels

Renato Pichler, Präsident & Geschäftsführer Swissveg, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Wer ist Swissveg?

Sie ist die grösste und älteste Interessenvertretung für vegetarisch und vegan lebende Menschen in der Schweiz (gegründet: 1993). 1996 startete Swissveg in der Schweiz das V-Label-Projekt. Heute werden weltweit Produkte und Dienstleistungen für dieses Label lizenziert.

Die V-Label-Kontrollen für die Schweiz werden bis heute von Swissveg durchgeführt. Auch die weltweite Koordination geht über Winterthur.

Neben diesem Projekt veröffentlicht Swissveg 4x jährlich das einzige Schweizer Magazin für die vegane Lebensweise (Veg-Info), brachte das international bekannte vegane Strassenfest Veganmania und die vegane Messe VeggieWorld in die Schweiz. Sie ist die Kompetenzstelle rund um die vegetarische und vegane Lebensweise.

Wer isst vegetarisch / vegan?

Die Zunahme der Nachfrage nach vegetarischen (inkl. veganen) Produkten hat nicht nur mit dem Anstieg der Anzahl Vegetarier / Veganer zu tun, sondern auch mit der stark steigenden Anzahl Konsumenten, die ab und zu solche Produkte wählen. Um repräsentative Zahlen der einzelnen Konsumentengruppen zu erhalten, hat Swissveg 2017 bei DemoScope eine Umfrage in Auftrag gegeben. Dabei bezeichneten sich 3 % als Veganer, 11 % als Vegetarier, 17 % als Flexitarier und 69 % als regelmässige Fleischesser. Rund ein Drittel der Schweizer Bevölkerung sind somit potentielle Kunden für spezielle vegetarische / vegane Produkte.

Das V-Label

Im Europäischen Festland hat sich in den vergangenen 20 Jahren das V-Label durchgesetzt. Praktisch alle grösseren Firmen und Supermarktketten im Lebensmittelbereich setzen auf das V-Label. Weshalb hat sich gerade dieses Label so stark durchgesetzt?

- Als einziges Label wird es von praktisch allen grösseren Vegan- und Vegetarierorganisationen Europas getragen. Dadurch wird es direkt von der Zielgruppe beworben und erfüllt auch die Ansprüche dieser Gruppen.
- Es wird auch von der Europäischen Vegetarier Union (EVU) gefördert.
- Es wird für die Kategorien „vegetarisch“ und „vegan“ vergeben (die Kategorie wird jeweils unterhalb des Labels vermerkt). So können Firmen bereits mit ihren vegetarischen Produkten einsteigen und später mit demselben Label auch vegane Produkte auf den Markt bringen. Doch auch für rein vegane Firmen bietet dieses Label durch seinen hohen Bekanntheitsgrad grosse Vorteile. In jedem Fall haben die Produzenten immer denselben Ansprechpartner.
- Es ist dezentral organisiert und somit global präsent und dennoch lokal verankert. Die Lizenzierungen können dadurch in der jeweiligen Landessprache vorgenommen werden. Missverständnisse durch Übersetzungen und unterschiedliche Kulturen können so verhindert werden. Die V-Label-Produkte werden im jeweiligen Land direkt von den veg. Organisationen beworben.

Neben dem V-Label gibt es die Veganblume und einige kleinere Labels. Wo liegt der Unterschied?

Veganblume: Wird ausschliesslich in England von der Vegan Society UK vergeben. Im Gegensatz zum V-Label ist hier Gentechnik erlaubt. Es wird nur für vegane Produkte vergeben. In England sehr verbreitet, ausserhalb Englands vor allem auf Kosmetika anzutreffen (das V-Label wird erst seit 2017 auch für Kosmetika vergeben).

EcoVeg: Ein sehr junges Label, das auf Initiative der Wirtschaft in Deutschland gestartet wurde. Es darf nur in Kombination mit dem Europäischen Biolabel für vegane Produkte vergeben werden. Deshalb belegt es vor allem einen kleinen Nischenmarkt. Das V-Label hat zusammen mit dem Biolabel dieselbe Aussagekraft, jedoch wird es von den meisten Fachorganisationen im vegetarischen und veganen Bereich unterstützt.

Bekanntheitsgrad der Labels in der Schweiz

Bei der DemoScope-Umfrage von 2017 wurde auch erfasst wie bekannt das V-Label und die Veganblume in der Schweiz sind. Die Resultate zur Frage „Kennen Sie das Label“?

	V-Label	Veganblume
Gesamtbevölkerung:	50 %	15 %
Vegetarier:	81 %	34 %
Veganern:	97 %	80 %

Nur bei Veganern ist die Veganblume recht bekannt, doch auch hier reicht sie bei weitem nicht an den Bekanntheitsgrad des V-Labels heran. Ähnliche Ergebnisse brachten eine Umfrage in Deutschland.

Weshalb ist das V-Label nicht auch ein Bio- und Fairtrade-Label?

Die Vegetarier- und Veganerorganisationen konzentrieren sich bei den Kontrollen und Reglementausarbeitung auf ihre Kernkompetenz. Für die Biokontrolle und die Fairtradekontrolle haben sich bereits gute Kontrollorganisationen mit guten Reglementen und Labels etabliert. Das V-Label ergänzt diese, um die Lücke bei vegetarisch / vegan zu schliessen. Es ist kein Ersatz für bereits etablierte Labels. Die Kontrolle bezüglich vegan bzw. vegetarisch unterscheidet sich stark von der Bio- und Fairtrade-Kontrolle. Zudem möchte wir auch kleinen Firmen, die sich ein Biolabel noch nicht leisten können, das V-Label nicht vorenthalten.

Zukunft

Da die Auswirkungen unserer heutigen auf Milch- und Fleischprodukten basierenden Ernährung in allen Bereichen (Umwelt, Gesundheit, Tierschutz) immer gravierender werden, wird auch künftig damit zu rechnen sein, dass sich der Markt an Produkten ohne tierische Zutaten ausweiten wird. Immer mehr fleisch- und milchverarbeitende Grossbetriebe bauen sich derzeit ein weiteres Standbein im veganen Markt auf. Und viele kleine Start-Ups setzen auf diesen Markt. Eine vegane Lebensweise wird künftig noch mehr als nachhaltig angesehen werden und neben bio und fairtrade ein wichtiges weiteres Element für nachhaltige Firmen darstellen. Gleichzeitig wird sich das V-Label durch seine neue Nutzung auch im non-food-Bereich und in der Gastronomie weiter durchsetzen. Auch die Nachfrage von aussereuropäischen Ländern nach dem seriös kontrollierten V-Label hat in den vergangenen Jahren stark zugenommen. Die Ausweitung des Labelgebietes wird dadurch nicht nur neue Produktkategorien umfassen, sondern auch weitere Kontinente, in denen erst einzelne Länder mit dem V-Label arbeiten.

Weitere Informationen:

V-Label: www.v-label.eu / Swissveg-Umfrage: www.swissveg.ch/label-umfrage

Vom Kunstfleisch zum veganen Menü

Dipl. ing. agr. Sigrid Alexander, Ökologischer Landbau, Interne Qualitätsauditorin / QM-Beauftragte, anlässlich der 2. STS-Gastrotagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Zusammenfassung

Die Schweizer Bevölkerung isst qualitätsbewusst: Nachhaltige Lebensmittel finden sich im alltäglichen Einkaufskorb. In der traditionellen Schweizer Küche kennt man nicht nur Fleisch und vegetarische Speisen: Auch vegane Komponenten oder ganze Menüs sind durchaus Bestandteil des Wochenplans. Die Vorzüge von Imitaten wie Laborfleisch sind jedoch fragwürdig. Nicht nur rechtliche Schranken verhindern derzeit ihre Ausbreitung in Europa. Was sie zu einer nachhaltigen Ernährung beitragen können, ist zu klären. Dagegen bietet die Vielfalt, lebendiger veganer Angebote zahlreiche Chancen für die Schweizer Gastronomie.

Schlüsselwörter

Nachhaltigkeit in mindestens drei Dimensionen, Ernährungssouveränität, Lebensmittel, Esskultur, Qualitätskriterien, Transparenz, Herkunft, Novel Food, Imitate Kunstfleisch, denaturiertes Essen, Gastronomie, authentische Küche, Alltagsernährung, vegane Speisen, Luxus Essen.

Diskussion

(1) Die Produktion von Lebensmitteln findet zunehmend anonymisiert statt: Sei es die Milch, die schon lange nicht mehr einfach ab Hof gekauft werden kann; die Erbse, die Kindern seit Jahren oft nur noch „aus der Dose kommend“ vertraut ist. Wenn künftig das Fleisch nicht mehr mit der Kuh auf der Weide assoziiert würde, sondern als gezüchtete Fasern aus geschlossenen Anlagen entnommen wird: dann wäre eine Alptraum-Version von Utopia wahr geworden. Die Kultur des Schweizer Essens würde sich mit Laborfleisch auf dem Teller wesentlich verändern. Promotoren solcher Änderungen findet man zunehmend auch im Grasland Schweiz.

(2) Auch wenn das Marketing der Milliardärgeförderten, internationalen Laborfleisch-Pioniere gerne die Veggi-Fahne hoch hält: Einen nachhaltigen Beitrag zur fleischreduzierten oder gar veganen Ernährung kann sie wohl nicht leisten. Die ökologischen Vorteile sind noch von keiner seriösen Stelle auf Basis wissenschaftlich fundierter Nachhaltigkeitskriterien umfassend begutachtet worden.

(3) Die Laborfleisch-Pioniere geben vor, das Problem einer Überflussgesellschaft lösen zu wollen. Dabei sind sie schlicht Ausdruck derselben: Entfremdet von dem eigentlichen Wert tatsächlicher Lebens-Mittel, leistet man sich den nächsten Luxus. Die Moral des „mit Essen spielt man nicht“ zeigt sich hier von einer besonders perfiden Seite. Die weiteren Beweggründe für diese Angebote sind offen zu legen.

(4) Die professionelle Kochgilde hat den Auftrag, Menschen außer Haus möglichst zügig, erschwinglich, verdaulich und im Idealfall auch noch lecker und gesund zu versorgen. Doch wer am öffentlichen Herd noch Spielräume für eigene Kreationen hat, verzichtet darauf auf Dauer nicht freiwillig: Eine anfängliche Neugierde mit E-Nummern-gepeppten, rotgefärbten Klumpen von Fasern zu experimentieren, wird sich wohl bald verlieren.

(5) Kommt nach dem sogenannten Vegan-Hype der angebliche Laborfleisch-Boom? Die zunehmenden Meldungen, wer alles in diesen Sektor einsteigt, weisen darauf hin. Wenn nun die ersten namhaften Schweizer Akteure bekannt werden, lässt das aufhorchen. Das Laborfleischinteresse erstaunt umso mehr, als dass Laborfleisch lebensmittelrechtlich derzeit nicht zugelassen ist: Es hat den Status „Novel Food“ und entsprechende Anträge sind hängig oder (vorerst) abgelehnt. Wenn diese große Hürde tatsächlich in den nächsten Jahren

genommen werden sollte, sind (trotzdem) weitere Grenzen gegeben. Das Bio-Musterland Schweiz würde z. B. eine bio-zertifizierte Variante nicht zulassen können.

(6) Auch vegane Lebensmittel müssen sich der Imitat-Diskussion stellen. Skeptiker sehen zudem Nachteile, die sich erst mittel- oder langfristig zeigen: sei es die Verdrängung knapper Regalmeter, der Erhalt der Bodenfruchtbarkeit, die Diversität der Agrar- und Lebensmittelkultur. Nicht zu vergessen sind gesundheitliche Aspekte. Der öffentliche Diskurs, um die besten Wege einer nachhaltigen Entwicklung muss sich durch eine große Varianz auszeichnen: *den* einen, *die* beste Ernährung, neue Tabus „wer wann was nicht essen darf“, neue Moralvorgaben wie der gute Esser der Zukunft auszusehen hat, sind kontraproduktiv.

(7) Vegane Ernährung ist eine Notwendigkeit; und sinnvoll, besonders wenn die Zutaten aus bio-zertifizierten Quellen stammen. Sie erfüllt die Bedürfnisse sensibilisierter Bevölkerungsgruppen: Gerade sie sind wichtige Botschafter in der Gestaltung einer klimafreundlichen Ernährungsweise. Vegane Ernährung kann auch in flexibler Form gelebt werden und erweitert die Vielfalt auf den Tellern von „Frau und Herr Schweizer“.

(8) Laborfleisch ist im wahrsten und übertragenen Sinne kein „Essen mit Herz“. Dieses findet sich aber sehr wohl durch eine kluge Kooperation der Akteure vom Feld bis auf den Teller. Ehrlichen, authentischen, kreativen veganen Angeboten gebührt auch in der Gastronomie ein Platz an vorderster Stelle. Die Vielfalt und die Frische, die Nachvollziehbarkeit der Herkunft und die Möglichkeiten, Einfluss zu nehmen auf die Qualitäten, sind beste Argumente. Das ökologische Utopia rückt näher, wenn bewusst gewählte vegane Komponenten, Speisen bis hin zu komplett umgestellten Speisekarten im Schweizer Alltag ganz normal werden.

Tierwohl in der Gastronomie – wo stehen wir

Martina Clavuot-Brändli, Projektleiterin Lebensmittelsicherheit, GastroSuisse, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

(Es gilt das gesprochene Wort)

Wer sind wir

Mit gegen 20'000 Mitgliedern, organisiert in 26 Kantonalverbänden und vier Fachgruppen, ist GastroSuisse der grösste gastgewerbliche Arbeitgeberverband in der Schweiz. Er vertritt wirtschaftspolitische Interessen des Gastgewerbes und engagiert sich für die Berufsbildung und die Qualität. Weiter bietet er ein umfangreiches Dienstleistungs- und Beratungsangebot an.

GastroSuisse spricht sich nach Möglichkeit gegen zusätzliche Auflagen aus. Zusätzlicher administrativer Aufwand aber auch Wettbewerbsnachteile sollten vermieden werden. Der Verband respektiert dabei die unternehmerische Freiheit seiner Mitglieder.

Herausforderungen im Alltag

Im Verbandsalltag gilt es verschiedene Herausforderungen zu meistern. So gibt es regionale Unterschiede betreffend Sprache aber auch in politischen Belangen. Auch die Mitglieder selber haben unterschiedliche Wünsche und Bedürfnisse- vom Kleinstbetreiber bis hin zu 5-Sterne- Hotels und vom Quereinsteiger bis zum Gastroprofi ist alles vertreten.

Die Branche ist in einem steten Wandel und neue, innovative Konzepte (Regionalität, Direktvermarktung, from Nose to Tail etc.) finden bei den Gästen Anklang. Daneben werden aber auch traditionelle Werte geschätzt und respektiert.

Das Angebot der Schweizer Gastronomie ist sehr vielfältig, wobei Schweizer Spezialitäten und die sogenannte gutbürgerliche Küche dominieren. Fleischgerichte stehen mit 20.5 % unverändert weit oben auf dem Speisezettel. Immer mehr Betriebe bieten aber auch vegetarische oder vegane Gerichte an.

Wie erwähnt hat Fleisch nach wie vor eine grosse Bedeutung beim Ausser-Haus-Konsum. Gäste reagieren aber zum Teil sehr stark auf Preise und sind nicht immer gewillt, für eine tierfreundliche Küche mehr zu bezahlen. Gepaart mit der Sorge der Gastronomen um eine tiefe Produktivität und Rentabilität entsteht eine Art Teufelskreis, den es zu durchbrechen gilt.

Hier setzen wir uns konkret für das Tierwohl ein

Der Verband engagiert sich in folgenden Bereichen für das Tierwohl:

- Berufsbildung: für den Kochberuf steht die nächste Reform auf 2021 an. Anpassungen unterliegen dem gesellschaftlichen Wandel und erfolgen hier im Bereich Ethik. Das Thema vegetarische Ernährung bekommt einen grösseren Stellenwert. Bereits heute behandeln einzelne Fachlehrpersonen und Instruktoren von überbetrieblichen Kursen das Thema Tierwohl vertiefter als im Lehrplan gefordert
- Gastro- Unternehmer- Ausbildung: Das Thema Tierwohl wird auf allen drei Stufen behandelt. Im Gastro Grundseminar G1 wird es explizit unterrichtet, während es in den in den Lehrgängen G2 (Gastro- Betriebsleiter mit eidg. Fachausweis) und G3 (Gastro-Unternehmer mit eidg. Diplom) als integratives Thema in den Unterricht eingebaut wird. Die Unterlagen zum G1 sind zurzeit in Überarbeitung und das Thema bekommt einen grösseren Stellenwert.

Die Gastro-Unternehmerausbildung wird jährlich von über 1500 Teilnehmenden besucht.

- Praxispartner beim Projekt Novanimal: Das Projekt sucht Innovationen für eine zukunftsorientierte Ernährung und Lebensmittelproduktion. Dabei geht es unter anderem um die Förderung einer vegetarischen Ernährung
- Kampagne „Gemeinsam für das Tierwohl“ zusammen mit dem Schweizer Tierschutz STS. Der Flyer wurde im letzten Herbst an alle Mitglieder verschickt
- Hochgenuss: diese jährlich stattfindende Grossveranstaltung rund um das Thema Kulinarik fördert und thematisiert nachhaltige Ansätze im Bereich Essen und Trinken. So kommen beispielsweise Kurt Brunner mit seinem Projekt „Huhn mit Bruder“ oder Martin Ott, Leiter der biodynamischen Landwirtschafts-Ausbildung, zu Wort

Ausblick

Essen ist ein sehr emotionales Thema und untersteht einem gesellschaftlichen Wandel. Politische Vorstösse und verschärfte Vorschriften werden auch in Zukunft einen schweren Stand haben.

Damit das Tierwohl vermehrt ins Bewusstsein rückt, muss in der Branche wie auch bei den Gästen ein Umdenken stattfinden. Wir setzen dabei auf Bildung, nach dem Prinzip der Freiwilligkeit.

GastroSuisse geht dafür gerne mit allen Anspruchsgruppen in den Dialog.

Umstellung auf Tierwohlfleisch: Ein Praxisbericht von SV Schweiz

Christian Keller-Hoehl, Supply Chain Operations Director, SV Group Schweiz, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Als Schweizer Marktführerin betreiben wir Mensen in Universitäten und Schulen sowie Mitarbeiterrestaurants. So kochen wir in der ETH Zürich, in der Universität Basel oder in der FHNW in Brugg-Windisch. Zu unseren Kunden zählen aber auch rund 250 Firmen und Unternehmen, von der ABB bis zur Zürich Versicherung. 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 rund 320 Betriebe in der ganzen Schweiz - und das mit 5'700 Mitarbeitenden.

Immer mehr unserer Gäste achten auf die Zusammensetzung und Herkunft ihres Essens. Aber auch unsere Kunden, die uns mit der Betriebsführung ihrer Mensen oder Mitarbeiterrestaurants beauftragen, legen zunehmend Wert auf ausgewogene Mahlzeiten aus nachhaltiger Produktion. Wir erkannten das schon früh und reagierten entsprechend. Mit einer Positionierung, die ein wertvolles Essen in vier Eigenschaften beschreibt: frisch, gesund, nachhaltig und inspirierend – verdichtet im Begriff „gluschtig“, den wir als Grundvoraussetzung betrachten.

Eine nachhaltige Betriebsführung – und das vom Einkauf bis zur Entsorgung – ist für die SV Group seit je her ein zentrales Element der Strategie. Bereits zu Beginn der 90er-Jahre richteten wir eine Umweltfachstelle ein, als erstes Catering-Unternehmen der Schweiz. Mit aller Konsequenz entwickelten wir unser Umweltengagement weiter: 2006 war das gesamte Unternehmen nach ISO 14001 zertifiziert. Zudem setzten wir auf eine effiziente und ökologische Logistik.

Umso ernüchternder war für uns das Resultat einer 2012 in Auftrag gegebenen Analyse zu unserem CO₂-Fussabdruck. Zu unserer Überraschung belasteten wir das Klima in erster Linie nicht durch die Logistik und nicht durch das Kochen, wie wir angenommen hatten, sondern durch den Warenkorb. Zwar konnten wir die Klimabelastung in der Logistik um 30 % reduzieren, doch achtmal mehr CO₂ als alle Transporte verursachte die Produktion der Lebensmittel. So entwickelten wir 2015 mit dem WWF Schweiz das Klimaschutzprogramm ONE TWO WE für eine klimafreundliche Ernährung. Wir lancierten neue kulinarische Konzepte, stellten Menus um und bilden seither unsere Köche im Kochatelier von Rolf Hiltl in der vegetarischen Küche weiter. Der Erfolg ist eindrücklich: Nach drei Jahren konnten wir 2016 unseren CO₂-Ausstoss um fast 10% senken.

Das Thema ökologische Nachhaltigkeit war nun definitiv in unserem Geschäftsmodell verankert. 2016 eröffnete sich ein neues Aufgabenfeld: Das Thema Tierwohl wurde zu einem weiteren Standbein, neben der CO₂-Thematik. Wir vereinbarten mit dem Schweizer Tierschutz STS eine Analyse unseres Warenkorbs. Wir erkannten Handlungsbedarf in Bezug auf Produkte aus tierfreundlicher Haltung. In den Vordergrund rückte eine zentrale Einsicht: Wenn wir mit tierischen Produkten Geld verdienen, haben wir gegenüber Tieren eine ethische Verpflichtung. Diese Verpflichtung müssen und wollen wir mit allen unseren Möglichkeiten wahrnehmen. Ein erster Schritt war unsere Entscheidung, keine Tierqual-Produkte mehr anzubieten. Stopfleber, Hummer, Froschschenkel und Co. verbannten wir seit März 2016 aus unseren Restaurants.

Im Detailhandel sind tierfreundliche Produkte bereits weit verbreitet. In der Gastronomie hingegen wurde das Thema artgerechte Tierhaltung bislang kaum beachtet. Auch uns war lange Zeit nicht bewusst, dass Schweizer Fleisch nicht automatisch aus Tierwohlhaltung

stammt. Als wir das erkannten, war für uns klar: Das müssen wir ändern. Bestärkt hat uns auch unsere Umfrage¹ von 2016, die interessante Resultate offenlegte:

- 31 % der Personen denken, dass sie in Zukunft weniger Fleisch essen werden
- 52 % sind der Meinung, dass betreffend Tierschutz in der Gastronomie zu wenig oder eher zu wenig getan wird
- 46 % der Personen wünschen beim Auswärtsessen mehr Informationen betreffend Tierschutz
- Für 75 % der Gäste kommt ein Mehrpreis für Tierwohl in Frage
- Am meisten Potenzial für Verbesserungen des Tierwohls sehen die Konsumenten beim Geflügel (53%), gefolgt vom Schwein (18 %)

Im August 2016 unterzeichneten wir mit dem Schweizer Tierschutz STS eine strategische Partnerschaft. Dies war ein wichtiger Schritt, denn wir haben unsere Nachhaltigkeitsstrategie stets so angelegt, dass wir mit erfahrenen Partnern wirksame Veränderungen und Verbesserungen herbeiführen können.

Unser gemeinsam mit dem Schweizer Tierschutz STS definiertes Ziel fordert uns heraus: Bis Ende 2019 wollen wir unseren Anteil an Fleischprodukten aus Tierwohlfleisch auf 80 % 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“.

Wir sind im Fahrplan. Bis heute, das heisst September 2018, stammen bereits 55 % unserer Fleischwaren aus tierfreundlicher Haltung. Bis Ende Jahr wollen wir den Anteil auf 65 % und bis Ende 2019 auf die anvisierten 80 % erhöhen. Bei Eiern, Eiprodukten und den 1,3 Millionen Litern Wiesenmilch ist das Ziel bereits erreicht. Alle Eier und Eiprodukte, die wir in unseren Betrieben verwenden und verkaufen, sind zu 100 % Schweizer Freiland Eier. Und in allen SV Restaurants bieten wir nur für uns produzierte Wiesenmilch nach IP-Suisse an.

Wir bereiten täglich rund 100'000 Mahlzeiten zu. Alleine der Fleischwarenkorb umfasst 700 Produkte. Eine Nachfrage nach derart hohen Mengen Tierwohlfleisch für die Gastronomie gab es bisher noch nie. Wir betraten tatsächlich Neuland. Wir reduzierten die Anzahl unserer Fleischlieferanten, installierten eine zentrale elektronische Bestellplattform für Fleischprodukte und schulten unsere 400 Küchenchefs.

Aufgrund der Planung unseres Logistikern und der Metzger konnten wir die Umstellung bis heute reibungslos durchführen. Zwar kostet uns Fleisch aus tierfreundlicher Haltung einen bestimmten Aufschlag pro Kilogramm mehr. Diese Mehrkosten egalisieren wir aktuell jedoch durch eine optimierte Logistik. Der Effekt: Für Kunden und Gäste entsteht kein Preisaufschlag.

Die vielen positiven Reaktionen freuen und motivieren uns, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Schade ist, dass unsere Auftraggeber keinen Anteil an die Mehrkosten für Fleisch aus Tierwohl mittragen wollen. Wir stemmen deshalb die Kosten für dieses Angebot vollumfänglich allein.

Um die Gäste über die Umstellung auf Tierwohl-Fleisch zu informieren, haben wir eine neue Gästekommunikation konzipiert, die in allen Betrieben lanciert worden ist. Stelen mit witz-

¹ Konsumentenbefragung durch amPuls Market Research AG vom 8.-12. Juli 2016 mit 500 Privatpersonen im Alter zwischen 18 und 79 Jahren in der Deutschschweiz

gen, wie aus Papier gerissenen Sujets und Begleittexte machen das Thema schmackhaft. Zudem greifen Schweizer Kulturschaffende wie Max Küng oder Lara Stoll in Kurzgeschichten verschiedene Themen auf. Damit vermitteln sie auf unterhaltsame Weise Wissenswertes rund um das Thema Nachhaltigkeit. Ein Problem ist, 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.

Das würde sich lohnen. Denn es gibt nur eines, das noch besser ist als der Genuss eines guten Essens: Der Genuss mit gutem Gewissen.

Über SV Schweiz

SV Schweiz gehört zur SV Group, beide mit Sitz in Dübendorf. Sie ist eine innovative Gastronomie- und Hotelmanagement-Gruppe und umfasst die fünf Geschäftsfelder Gemeinschaftsgastronomie, Hotel, öffentliche Gastronomie, Spital- und Heimgastronomie und Eventcatering. Das Unternehmen beschäftigt in Deutschland, Österreich und der Schweiz rund 8'500 Mitarbeitende. Unter der Marke SV Restaurant betreibt die SV Group 450 Personalrestaurants und Mensen – und zählt damit zu den führenden Anbietern im DACH-Raum.

SV Hotel ist in Deutschland und der Schweiz Franchisenehmerin des Weltmarktführers Marriott International. Das Unternehmen führt Hotels der Marken Courtyard, Residence Inn, Renaissance und Moxy. Im Portfolio sind zudem zwei kleinere, SV-eigene Hotels in Bern (La Pergola) und in Olten (Amaris).

Die SV Group geht zurück auf die Pionierin Else Züblin-Spiller. 1914 gründete sie den „Schweizer Verband Soldatenwohl“, eine Non-Profit-Organisation, die Soldatenstuben mit ausgewogener und preiswerter Verpflegung führte. Die ideellen Werte dieses Gründerverbands werden heute von der SV Stiftung weitergeführt. Die gemeinnützig ausgerichtete 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

Bioqualität und Tierwohl

Melanie Hohl, Co-Geschäftsleiterin KAGfreiland, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Leitung Projekte: Dr. Tanja Kutzer
Leitung Kampagnen: Pascal Girod

KAGfreiland ist sowohl eine Schweizer Nutztierschutz-Organisation, als auch ein Bio-Label. Wir setzen uns ein für ein artgerechtes Leben von Kühen, Schweinen, Hühnern, Hasen und Konsorten. Wir führen Kampagnen gegen Missstände in der Tierhaltung durch, zeigen mit Tierprojekten praxisorientierte Lösungen für das Tierwohl auf und versuchen die Öffentlichkeit und den Markt auf den Weg einer konsequenten, artgerechten Tierhaltung zu bringen. Dafür stehen wir mit unserem abgekürzten Namen. Dabei bleiben wir politisch und konfessionell neutral.

Wir kritisieren niemanden, sondern zeigen tierfreundlichere Alternativen auf. Um unsere Ziele zu verwirklichen, hat KAGfreiland die strengsten Bio-Richtlinien in der Schweiz erstellt. Dass diese Richtlinien real umzusetzen sind, beweisen rund 150 Vorzeige-Bauernhöfe, die unter unserem Label arbeiten und produzieren.

Dank mehr als 5'000 Mitgliedern und SpenderInnen ist es uns möglich, unsere Arbeit fortzuführen und neue Projekte zu realisieren. Es zeigt uns aber auch, dass wir mit unserem Anliegen nicht alleine sind! Heute ist unsere Arbeit wichtiger denn je. Denn obwohl in den letzten Jahren das Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Ernährung gestiegen ist, gäbe es ohne Organisationen wie KAGfreiland keine Weiterentwicklung in Sachen Nutztierschutz. Das ansteigende Ernährungsbewusstsein wiederum nützen wir für Projekte und Kampagnen. So lancierte KAGfreiland im Jahre 2016 die **Kampagne**

All of it – Genuss mit Hirn und Herz

Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten neigen vermehrt dazu, nur die besten und zartesten Fleischstücke zu konsumieren. „Minderwertiges Fleisch“ oder Innereien werden ins Ausland verkauft. Obwohl viele Teile der Nutztiere verzehrt werden können, werden sie zu Tierfutter oder anderen Rohstoffen verarbeitet. Studien zeigen zudem, dass in der Schweiz rund zwei Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen werden!

Dieser Zustand wird durch den gesteigerten Wohlstand verschlimmert. Solange sich der Normalverbraucher das edle Fleisch leisten kann, wird es auch gekauft. Dies führt allerdings zu einer Entfremdung von den Nutztieren. Es wird nichts gegessen, was nicht im Supermarkt abgepackt gekauft werden kann. Die Supermärkte wiederum bedienen diese Nachfrage und der Teufelskreis ist geschlossen. Dies hat aber auch zur Folge, dass die Wertschätzung und das Verantwortungsbewusstsein gegenüber den Nutztieren sinken.

Mit der Kampagne „All of It – Genuss mit Hirn und Herz“ rief KAGfreiland in Erinnerung, dass nicht nur Steak und Filet gegessen werden kann sondern dass auch andere, weniger beliebte Fleischstücke schmecken. Mit Hintergrundwissen, Rezepten, Filmclips, Restaurantwochen und Schlachttagen sensibilisierte KAGfreiland den Konsumenten für die Thematik und machte sie erlebbar. Unser Ziel den Konsumenten wieder zu einem überlegten Einkäufer zu ziehen, wurde nicht nur erreicht, sondern brachte den Menschen wieder näher an seine Ursprünge und steigerte die Wertschätzung gegenüber den Nutztieren.

2017 / 2018 Alpsäuli

Einen komplett anderen Ansatz zugunsten des Nutztierschutzes wählten wir für das Projekt „Alpsäuli“.

Mit dem Projekt „Alpsäuli“ wollen KAGfreiland und der Hof Biomonti in Scharans GR einen Weg aufzeigen, wie auch unter heutigen Bedingungen die Alping von Schweinen artgerecht erfolgen und so ein wertvoller Beitrag zur Ökonomie und Ökologie der Alpwirtschaft geleistet werden kann.

Heute werden Schweine nur noch vereinzelt auf der Alp gehalten. Die Tiere leben dort jedoch überwiegend in Ställen mit Beton-Auslauf und werden mit Getreidefütterung auf ihr Schlachtgewicht gebracht. An Weidegang ist meist nicht zu denken! Sie können das Raufutter nur bedingt verwerten und leiden aufgrund ihrer hellen Pigmentierung und dem wenig ausgebildeten Borstenkleid schnell unter Sonnenbrand. Zudem vertragen sie die raschen Klimawechsel im rauen Alpenklima nur schlecht. Dennoch wird diese Art der Tierhaltung als tierfreundlich angepriesen und die daraus entstehenden Produkte hochpreisig unter der Bezeichnung „Alpschwein“ vermarktet.

Deswegen startete KAGfreiland im Sommer 2017 das Pilotprojekt „Alpsäuli“. Wir sömmeren 20 Absetzferkel der Rasse Turopolje auf der Alp Selez in Uri. Auch ohne Zufütterung gelang es uns aufzuzeigen, dass die Haltung einer extensiven Schweinerasse im Alpgebiet auf Weideflächen möglich ist! Die Tiere blieben gesund und verursachten auf den Weideflächen keine übermässigen Schäden. Die Fleischqualität der Tiere konnte sowohl sensorisch, wie auch in Laboranalysen der Suisag überzeugen und wurde von Konsumenten bei einem öffentlichen Restaurantabend hoch gelobt. Aber eines müssen wir Ihnen nun doch beichten! Die hohe Nachfrage an Fleischprodukten konnten wir unmöglich abdecken.

Folglich wurden 2018 erneut 18 Turopolje-Jäger auf der Alp Selez gealpt. Um die Ökonomie der Mast zu verbessern, erhielten die Tiere in diesem Sommer zusätzlich rund 300 g Kraffutter pro Tier und Tag. Den überwiegenden Teil ihrer Nahrung beschaffen sich die Tiere auf der grosszügigen Weidefläche jedoch selbst und tragen nun dazu bei, die Alpenrosen-Vegetation auf natürliche Art und Weise zurückzudrängen, ohne jedoch die empfindliche Flora und Fauna zu schädigen. Alle Tiere sind bereits jetzt, lange vor ihrer bevorstehenden Schlachtung für die Direktvermarktung, Restaurantabende und Veranstaltungen reserviert.

Alle weiteren Details zum Projekt unter www.alpsäuli.ch/projekt

Das letzte Projekt, das ich Ihnen heute vorstellen möchte, trägt den Titel
2018 / 2019 Has im Gras

Obwohl Kaninchenfleisch in der Schweiz ein Nischenprodukt ist, stammen dennoch nur 43 % des konsumierten Fleisches aus Schweizer Produktion! Hinzu kommt, dass meist nur Bodenhaltung betrieben wird und sogar die Knospe fordert bei Kaninchen lediglich Haltungsbedingungen nach BTS. Das Marktpotential für Kaninchenfleisch aus biologischer, artgerechter Haltung scheint ist also definitiv gegeben! Diese Feststellung wurde durch Umfragen bestätigt.

In Zusammenarbeit mit HAFL Student Albert Fässler konzipierte KAGfreiland eine artgerechte, praxistaugliche und wirtschaftliche Kaninchenhaltung mit Weideauslauf. Es wurde ein mobiles Stallsystem entwickelt, das den Kaninchen einen grosszügigen Weideauslauf bietet und den Bedürfnissen der Kaninchen gerecht wird. Dabei sollte die Konstruktion aber auch rentabel sein. Da Kaninchen ähnlich wie Kühe Raufutterverwerter sind, lag der Gedanke nahe, sie auf kleineren Parzellen weiden zu lassen.

Ein erster Prototyp des mobilen Stallsystems wurde im Frühjahr 2018 realisiert und mit zwei Durchgängen Hybrid-Mastkaninchen belegt. Die Haltung von Mastkaninchen im mobilen Freilandstallsystem konnte erfolgreich umgesetzt werden. Es traten weder Erkrankungen noch Verluste während der Mast auf, und die Zuwachsraten halten dem Vergleich mit der üblichen Stallhaltung stand. Dazu beigetragen hat sicherlich auch eine spezielle Futtermischung der Futtermühle Alb Lehmann, welche nach Vorgaben von KAGfreiland entwickelt und Knospe zertifiziert wurde.

Die ökonomischen Aspekte der Bewirtschaftung wurden in der Bachelor-Arbeit von Albert Fässler erfasst und analysiert. Diese zeigen, dass der Arbeitsaufwand für die Bewirtschaftung noch reduziert und der Verkaufspreis der Schlachtkörper angehoben werden muss, um eine wirtschaftlich rentable Kaninchenproduktion in diesem System zu erreichen. Da es sich hierbei um kleine Änderungen handelt, sehen wir auch dieses Projekt als Erfolg an!

Weitere Informationen zum Projekt unter www.kagfreiland.ch/kampagnen/has-im-gras

Natur Konkret – das tier- und naturfreundlichste Label der Schweiz

Guido Leutenegger, Betriebsinhaber Natur Konkret, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Natürlich ist der Titel provozierend gewählt. Er kann als arrogant und überheblich interpretiert werden. Dies soll er aber keineswegs sein, sondern als Anregung und Denkanstoss verstanden werden.

Natur – Konkret ist ein eigenständiges Label, das sich auch extern kontrollieren lässt. Dem Label sind mehr als 80 Produzenten (Landwirte) „angeschlossen“.

Kernpunkte des Labels sind folgende Anforderungen:

- Wiederkäuerfutter (Rinder) nur mit Heu und Gras
- Keine Enthornung
- Mutterkuhhaltung (Kalb mindestens acht Monate bei der Mutter)
- Hühner und Schweine: Fütterung 100 % Bio, Weidehaltung und mobile Ställe
- Biodiversitätsförderflächen mindestens 15 %

Insbesondere zur Winterhaltung, die auch immer wieder zu Polemiken Anlass gibt, haben wir umfangreiche Untersuchungen mit dem Tierspital Zürich durchgeführt. Insbesondere zu den Themen Tierwohl und Klauengesundheit.

Fazit: Bei entsprechendem Management gibt es keine tierfreundlichere Haltungsform. Ebenso wurden umfangreiche Untersuchungen mit dem Institut für Lebensmittelsicherheit und Hygiene zu antibiotikaresistenten Keimen (ESBL) bei unseren Hühnern durchgeführt. Mit mehreren hundert Proben konnte der Zusammenhang zwischen Haltung und Rassenhühnern (keine Hybriden) aufgezeigt werden.

Resultat: Keine einzige positive Probe

Eigentlich müsste der Titel lauten:

Natur Konkret täglich auf der Suche nach noch tierfreundlicheren Haltungsformen!

Uninformierte Konsumenten treffen auf irreführende Werbung

Dipl. ing. agr. Cesare Sciarra, Leiter Kontrolldienst STS, anlässlich der 2. STS-Gastro-Tagung "Essen mit Herz" vom 28. September 2018 in Olten

Ausgangslage

Heutzutage zeigen sehr viele Konsumenten Interesse am Thema "Tierschutz". Praktisch in allen Konsumentenbefragungen bezüglich Lebensmitteleinkauf der letzten Jahre rangieren Tierschutzanliegen an sehr prominenter Stelle, wenn es darum geht, anzugeben, welche Kriterien für die Herstellung tierischer Lebensmittel als wichtig empfunden werden. Dabei liegen die Vorstellungen der Bevölkerung darüber, was für die Tiere am besten wäre, in der Regel gar nicht so weit daneben. Darüber, was Bauern bezüglich Tierhaltung heute leisten und darüber, was in einer praktisch tätigen Landwirtschaft unter gegebenen klimatischen, topologischen und wirtschaftlichen Bedingungen möglich ist, herrschen allerdings eher verschwommene Vorstellungen. Fundierte Informationsmöglichkeiten sind verstreut, trotz Internet schwer zu finden und werden oft auch kontrovers abgehandelt.

Nicht selten macht sich die Werbung die oben genannten Defizite bei den Konsumenten zunutze. Schöne Heidebilder werden für etwas benutzt, das in Wirklichkeit oft ganz anders aussieht. Aktuell hippe Schlagwörter wie "Tierwohl", "Nachhaltig" oder "Von hier" werden in manchen Werbekonzepten inflationär und immer häufiger, auch mit durchaus fragwürdiger Auslegung und ohne Bezug zu den Realitäten in Stall und Feld, verwendet.

Trotz einiger sehr löblicher Ausnahmen entsteht der Eindruck, dass in den letzten Jahren sowohl von Produzenten-, Verarbeiter- und Verkäuferseite – aber auch von Konsumentenseite her, immer weniger nach tatsächlich machbaren Möglichkeiten gesucht wird und stattdessen einerseits immer mehr und unter den heutigen wirtschaftlichen Bedingungen kaum erreichbare Forderungen gestellt und andererseits nicht zu erfüllende Versprechen über Tierwohlthaten abgegeben werden.

Dabei gibt es sie ganz klar, die pragmatisch sinnvollen Ansätze, die sowohl den Tieren etwas bringen als auch für die Vermarktung gut genutzt werden können. Wichtig ist dabei, dass fair und offen mit den tatsächlichen Gegebenheiten umgegangen wird und korrekt informiert wird.

Die Frage wird nur sein, wie man die Menschen, sowohl in ihrer Rolle als Konsumenten und Wähler als auch in ihren jeweiligen Rollen als Entscheidungsträger in der Industrie und im Handel oder als Politiker oder Influencer / Meinungsmacher, diese bereits bestehenden und entwicklungsfähigen Tierhaltungssysteme wieder nahe bringen kann.

Zunächst ein Überblick darüber, was ich unter pragmatisch sinnvolle Ansätze verstehe.

Pragmatisch sinnvolle Ansätze für vermarktbareren Nutztierschutz

Was steckt hinter Nutztierhaltungskonzepten, welche einerseits den Tieren bessere Lebensbedingungen ermöglichen sollen und sich andererseits von den Tierhaltern auch mit machbarem Aufwand umsetzen lassen? In erster Linie werden Erkenntnisse aus angewandter ethologischer Forschung, also aus der Beobachtung von natürlichen Bewegungsabläufen, angeborenen Verhaltensweisen, Wahlverhalten und z. B. Stressanzeigern zu Hilfe gezogen.

Dabei geht man nach folgendem Muster vor:

- Welche Verhaltensweisen und Bewegungsabläufe zeigen Tiere, wenn sie volle Entfaltungsfreiheit haben?

- Was passiert, wenn man die Entfaltungsfreiheit einzuschränken beginnt, um die wirtschaftliche Umsetzbarkeit auf Bauernhöfen zu ermöglichen, und bei welcher Einschränkung ist es den Tieren noch möglich, +/- alle natürlichen Verhaltensweisen zu zeigen, sich keine Verhaltensstörungen anzueignen und Schmerzen und Verletzungen zu vermeiden.
- Man kann so Haltungssysteme entwickeln, die sowohl helfen, Tiere vor Überforderung zu schützen, ohne ein "Tier-Paradies" sein zu wollen, als auch für die Bauern umsetzbar und für den Konsumenten bezahlbar sind.

Gute Beispiele für solche Entwicklungen sind Abferkelbuchten mit freier Bewegung für Sauen, welche sich flächenmässig gut bis auf etwa 6.5 m² reduzieren lassen, ohne dass die Sauen beim Abferkeln Anpassungsprobleme haben. Geht man darunter, dann fängt die Sau an, ihre Ferkel vermehrt zu erdrücken. Oder die Grösse und Form von Liegeboxen für Kühe, welche bei nur geringfügig abweichender Positionierung von Nackenrohren, Bügeln oder Seitentrennbügeln zu unnatürlichen Aufstehvorgängen, Verletzungen oder gar Festliegen führen können. Ähnliche Entwicklungen wurden oder werden z. B. auch bei Voliersystemen für Hühner mit Auslauf erarbeitet. Wobei allerdings die Grösse und Formgebung von Stalleinrichtungen alleine nicht ausreichen, damit die Tiere mit ihrer Umgebung zurechtkommen. Auch Beschäftigungsmaterialien, frische Luft, Fütterung und in grossem Mass die Zucht der Tiere spielen eine massgebliche Rolle dabei, wie gut es den Tieren geht. Und ganz besonders wichtig ist auch der Faktor Mensch, dass der Tierbetreuer Zeit zur Tierbetreuung und -beobachtung hat und über das nötige Können und Wissen verfügt, daraus die richtigen Schlüsse für's Management zu ziehen.

Die Anforderungen von Tierhaltungsetiketten oder auch der Tierhaltungsprogramme der Direktzahlungsverordnung der Schweizerischen Eidgenossenschaft stützen sich auf solche Erkenntnisse und versuchen – je nach ausgehandelten Kompromissen, politischer oder finanzieller Durchsetzungskraft – mehr oder weniger gut den Bedürfnissen der Tiere in der landwirtschaftlichen Praxis entgegenzukommen.

Pragmatisch sinnvolle Ansätze zur Abgeltung des Mehraufwandes der Bauern

Zusätzliche Anstrengungen bezüglich Tierschutz führen auf den Bauernbetrieben in der Regel zu Beginn zu Mehrinvestitionen. Vor allem aber führen sie zu täglich mehr Arbeitsaufwand, mehr Mitteleinsatz (Stroh, Futter etc.) und weniger Erlös, weil weniger Tiere pro Fläche und z. T. pro Zeiteinheit gehalten werden dürfen. Die genügende Abgeltung der Bauern ist ein ausserordentlich wichtiger Bestandteil für die Aufrechterhaltung guter Standards.

Auch hierzu wurde in der Schweiz ein meiner Meinung nach sehr gutes System entwickelt, mit zweistufiger Bezahlung der Mehraufwendungen für die Bauern: Privatrechtlich geregelte Preiszuschläge für die Einhaltung von Labelanforderungen einerseits und leistungsbezogene Direktzahlungen des Bundes andererseits.

Mit Label kann man am Markt einen Teil des Mehraufwandes herausholen. Label können gut für Werbung genutzt werden, die Hintergründe für den Mehrpreis können an die Produkte geknüpft und +/- aufgezeigt werden und Label, gerade solche, die Retailern gehören, fördern aufgrund der Konkurrenzsituation die Weiterentwicklung von tierschützerisch interessanten Produktionsstandards. Ideal ist auch, dass man als Konsument mit seinem Kaufverhalten das Angebot mit steuern kann. Aus sozialer Sicht haben privatrechtliche Label alleine aber den Nachteil, dass sich Geringverdiener das Labelangebot weniger leisten können und ohne ergänzende Massnahmen auch bei Interesse keinen Einfluss auf die Haltungsformen und Herkünfte tierischer Produkte nehmen könnten.

Bei den Programmen der Direktzahlungsverordnung hingegen handelt es sich um einen politisch-gesellschaftlichen Konsens: Unsere Gesellschaft unterstützt eine Mehrleistung im Nutztierschutzbereich unabhängig vom Markt. Deshalb wird ein Teil des Mehraufwandes der

Bauern aus Steuergeldern über leistungsabhängige Direktzahlungen finanziert. Die Finanzierung aus Steuergeldern bedeutet, dass ein Teil der gewünschten Mehrleistungen sozial abgedeckt abgegolten wird, da Vielverdiener sich über die Steuern mehr an den Zahlungen beteiligen als Geringverdiener.

Für mich wirken diese beiden Systeme am besten nur zusammen, und nicht einzeln. Fangen Verwerter und Produkteinkäufer an, nur noch die Direktzahlungsbestimmungen ohne zusätzliche Preiszuschläge als Grundlage für ihre Beschaffungen zu nehmen, so umgehen sie damit die strengeren Kontrollen und Warenflussprüfungen der privaten Label und entziehen ausserdem den Bauern einen Teil ihres benötigten Zusatzerlöses. Wird nur noch auf privatrechtliche Label gesetzt, muss der ganze Mehraufwand auf die Käufer überwältigt werden, mit entsprechend drastischen Negativfolgen für den Absatz tierschützerisch akzeptabler Produkte.

Fasst man die letzten beiden Kapitel zusammen, so lässt sich aus meiner Sicht folgendes sagen: Ist man tatsächlich interessiert daran, den Nutztierschutz in der Schweiz zu verbessern, so muss man zwingendermassen mit dazu beitragen helfen, dass die Konsumenten besser und differenzierter über die tatsächlichen Haltungsbedingungen unserer Nutztiere informiert werden, muss auf „Fake“-Werbung verzichten und muss mit dazu beitragen helfen, dass sowohl Zuschläge für gute Label als auch die leistungsbezogenen Direktzahlungen erhalten bleiben.

Ausgangslage in der Gastronomie

Die Ausgangslage ist im Gastrobereich schwieriger als im Detailhandel, denn wer sind in der Gastronomie eigentlich die „Konsumenten“? Sind es die Gäste gegenüber den Restaurants und Kantinen? Sind es die Köche, Restaurantbesitzer, Kantinenbetreiber gegenüber den Gastrozulieferern und CC-Märkten? Oder sind es die Gastrozulieferer gegenüber Schlachtbetrieben / Metzgereien? Im Gastrobereich gibt es deutlich mehr Stufen von Angebot und Nachfrage als beim Detailhandel.

Auch hier ist es so, dass das Interesse an tierschützerischen Kriterien immer relevanter wird. Ebenso fehlt es aber, noch viel mehr als im Detailhandel, auf allen Stufen an genügend Wissen und Informationen.

Werbung mit dem Thema Tierschutz begegnet man im Gastrogewerbe zurzeit erst spärlich. Wobei Werbung auf der Menükarte von Restaurants oder in den Auslagen und Onlineshops von Gastrozulieferern mit Aussagen wie „Natura...“, „aus der Region“, „vom Metzger nebenan“ deutlich am Zunehmen sind und bei unklarer Bezeichnung durchaus auch langsam in Richtung „unlautere“ Werbung gehen können.

Die am häufigsten gehörten Aussagen sind hier aber noch: «Tierschutz? Wird von meinen Kunden nicht nachgefragt» oder «Tierschutz? - wird von meinem Zulieferer nicht angeboten» Beide Aussagen erachte ich als falsch, denn die meisten Gastrozulieferer wären inzwischen durchaus in der Lage, tierische Produkte aus besseren Tierhaltungslabels in ihr Sortiment aufzunehmen und auf allen Stufen des Gastrogewerbes könnte man sich inzwischen mit gut positionierten und gut und fair beworbenen Labelprodukten gegenüber einem Teil seiner Kunden profilieren.

Umsetzbare Schritte im Gastrobereich

Gegenüber dem Gast im Restaurant würden meines Erachtens zurzeit schon nur gut sichtbare und glaubwürdige Fleisch-Deklarationen eine wichtige Profilierungschance gegenüber der Konkurrenz bieten, bei welcher meist nichts zu sehen ist und man als Gast bei Interesse mehrfach nachfragen muss - nicht selten sogar nach der gesetzlich vorgeschriebenen Herkunftsdeklaration des Fleisches. Stark helfen würde dabei das Setzen auf aus dem Detailhandel gut bekannten Label anstatt auf ominöse Bezeichnungen wie „Natura-Fleisch...“, „vom Dorfmetzger“ oder ähnlichen schlecht nachvollziehbaren Bezeichnungen. Ich hege hier

insbesondere bei kleinen und mittelgrossen Restaurant-Einkaufs-Kooperationen / Gastrokette grosse Hoffnungen bezüglich verbesserter Marktchancen bei starker Tierschutzausrichtung.

In der Grossgastronomie zeigt die SV Group vor, wie man mit gut kommunizierten Tierwohl-Angeboten gegenüber den Gästen in den Kantinen, aber auch gegenüber den Besitzern der Kantinen, in welchen die SV Group seine Dienstleistungen anbietet, punkten kann und eine bessere Nutztierhaltung unterstützen kann. Was private Firmen können, müssten staatliche Einkäufer, zum Beispiel in den Kantonen für die Kita- und Schulverpflegung, eigentlich auch fertig bringen können. Die Schweizerische Armee hat hier immerhin mit der Umstellung auf ausschliesslich Schweizer Fleischherkünfte gezeigt, dass auch im Tiefkostensegment etwas zu machen ist, wenn man nur will.

Und auch bei den Gastrozulieferern wären inzwischen Produkte aus tierfreundlicherer Haltung durchaus vorhanden. So werden zum Beispiel bei Transgourmet / Prodega oder auch bei TopCC zunehmend solche Produkte angeboten und beide Firmengruppen hätten aufgrund ihrer Zugehörigkeit zur Coop- bzw. zur Spar-Gruppe beste Zugriffsmöglichkeiten auf gute Labelprodukte. Diese Produkte werden aber meines Erachtens noch ausserordentlich schlecht vermarktet.

Wo wird der STS im Gastrobereich weiter arbeiten:

Über den Gastrokanal wird heute etwa die Hälfte der Lebensmittel tierischer Herkunft in der Schweiz verwertet. Um auch hier den Anteil von Produkten aus tierfreundlicherer Haltung an der Gesamtmenge zu erhöhen, werden wir vom STS in nächster Zeit auf folgende Punkte setzen:

Einkaufs-Kooperationen mit starker Tierschutzausrichtung

Gastroketten (grosse und kleine) sowie staatliche Einkäufer (Schulen etc.) haben grosses Potential, um Vorreiter in einem innovativen Gastromarkt mit starker Tierschutzausrichtung zu werden. Der STS wird deshalb verstärkt die Zusammenarbeit mit interessierten Unternehmen aus diesem Segment suchen.

Weitere Zusammenarbeit mit GastroSuisse

Dank der bereits gut laufenden Kontakte mit der GastroSuisse konnten erste grösser angelegte Informationsbestrebungen im Gastrobereich angegangen werden. Der Tierschutz-Informationsflyer ist das erste Beispiel für eine interessante Zusammenarbeit.

DNA-Herkunfts-Check der Proviande

Die Proviande ist seit dem Sommer 2018 dabei, den DNA-Herkunfts-Check einzuführen. Dieser Herkunfts-Check ist ein unabhängiges System zur Überprüfung der Herkunftsdeklaration von Schweizer Rinds- und Kalbfleisch. Künftig kann jederzeit nachgewiesen werden, dass Fleisch und Fleischprodukte mit Schweizer Herkunftsdeklaration auch wirklich von Tieren stammen, die in der Schweiz gehalten und geschlachtet wurden. Aufgrund der direkten Verknüpfung mit der Tierverkehrsdatenbank wäre indirekt auch das Nachvollziehen der Haltungsformen möglich, in welchen die entsprechenden Tiere Zeit ihres Lebens gehalten wurden. Besonders interessant ist die Tatsache, dass auch bei verarbeitetem Fleisch, z.B. beim Filet auf dem Teller des Gastes im Restaurant, noch nachvollzogen werden kann, von welchem Tier dieses stammt. Mit dem DNA-Herkunfts-Check können in Zukunft alle Marktteilnehmer entlang der Wertschöpfungskette von Fleisch beweisen, dass sie sorgfältig und verantwortungsbewusst handeln. Und natürlich können mit dem neuen Kontrollsystem Missbräuche bei der Deklaration einfacher und schneller aufgedeckt werden. Ein Nutzen, welcher auch für den Tierschutz ausserordentlich wichtig sein könnte. Zurzeit gibt es diesen Check allerdings nur für Tiere der Rindergattung.

„Vergleichsmodell Produktionsformen“ des Kontrolldienstes STS

Beim «Vergleichsmodell Produktionsformen» handelt es sich um ein einheitliches Bewertungsmodell pro Tierart, mit welchem verschiedenste Haltungsvorschriften und Produktions-

herkünfte bezüglich Tierschutzanforderungen direkt miteinander verglichen werden können. Mit diesem Modell wollen wir Transparenz schaffen durch Aufzeigen der Bezugsquellen und deren Tierschutzqualitäten verschiedener Anbieter auf dem Markt. Wobei mit Anbieter in diesem Fall sowohl Detailhändler als auch Gastrozulieferer, Gastroketten, Labelorganisationen, Importfirmen bis hin zu Produzentenorganisationen mit ihren jeweiligen Angeboten gemeint sind.

Dieses Vergleichsmodell ist eine Chance für Gastro-Unternehmen, um aufzuzeigen, dass sie tatsächlich ein besseres Angebot führen als andere. Es ist auch eine Chance für Gastrozulieferer, um ihr „Tierwohlangebot“ aufzuwerten und bewerben zu können. Es ist aber auch eine Möglichkeit für Erzeugerorganisationen oder Produktionsfirmen z. B. im Mastgeflügelsegment, um aufzuzeigen, welche „Tierwohlprodukte“ sie anzubieten haben.

Fazit:

Zusammenfassend ergeben sich für mich folgende Kernaussagen für die derzeitige Arbeit im Nutztierschutz allgemein und speziell im Gastrosegment:

- Mehr Transparenz und Informationen sind nötig zur Frage „Was ist guter Nutztierschutz“
- NO GO: Falsche Versprechungen in der Werbung
- Tierfreundliche Einkäufe im Gastrobereich:
 - Zurückgreifen auf gute Label, nicht auf die Direktzahlungsverordnungsprogramme alleine
 - Nach aussen ZEIGEN im Restaurant, was angeboten wird
- STS:
 - Vermehrt Einbezug und Unterstützung kleiner und mittlerer Gastrozulieferer und Gastrounternehmen sowie privater, aber auch staatlicher „Caterer“, bei der Umsetzung tierfreundlicherer Warenkörbe
 - Aufbau und Nutzung des Vergleichsmodells Produktionsformen für die Öffentlichkeitsarbeit
 - Unterstützung des DNA-Herkunfts-Checks der Proviande