

# **Das Image von Fleisch in den Privat- und Grosshaushalten der Schweiz**



Ergebnisse der Repräsentativbefragung des  
Marktforschungsinstitutes Dichter Research, Zürich,  
im Auftrag von Proviande, Bern 2006

(Zusammenfassung)

## Teil 1

# Das Image von Fleisch in den Privathaushalten der Schweiz

### Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ausgangslage</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Die Befragten</b>	<b>4</b>
2.1	Methodik	4
2.2	Befragte	4
<b>3</b>	<b>Konsum von Fleisch</b>	<b>4</b>
3.1	Konsum allgemein	4
3.2	Änderung des Essverhaltens in den letzten 5 Jahren	4
3.2.1	Änderung des Fleischkonsums allgemein	5
3.2.2	Häufigkeit des Fleischkonsums	6
3.3	Qualität von Fleisch	7
3.3.1	Bedeutung des Begriffs Qualität	7
3.3.2	Bedeutung des Begriffs Schweizer Fleisch	8
3.3.3	Beurteilung von Fleischsorten	8
3.4	Tierwohl und Tierschutz	8
3.5	Einkauf von Fleisch	10
3.5.1	Einkaufsorte	10
3.5.2	Kaufkriterien	10
3.5.3	Einkauf im Ausland	10
3.6	Labels und Produktdeklaration	10
3.6.1	Beachtung der Produktdeklaration	10
3.6.2	Vertrauen in die Produktdeklaration	10
3.6.3	Bedeutung der Herkunft von Fleisch	11
3.6.4	Bekanntheit und Bedeutung der Labels	11
3.7	Einstellungen zum Thema Ernährung und Fleisch	12
3.7.1	Auseinandersetzung mit dem Thema Ernährung	12
3.7.2	Wichtigkeit von Fleisch in der Ernährung	12
3.7.3	Zubereitung und Einkauf von Fleisch	12

## Teil 2

# Das Image von Fleisch in den Grosshaushalten der Schweiz

### Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Methodik</b>	<b>13</b>
1.1	Befragte und ihre Betriebe	13
<b>2</b>	<b>Speisekarte</b>	<b>13</b>
2.1	Fleischangebot	13
2.2	Veränderungen im Verkauf	14
2.2.1	Speisekartenänderung aufgrund der Vogelgrippe	15
2.2.2	Präferierte Fleischsorten	15
2.2.3	Durchführung von Spezialitätenwochen	16
2.3	Einkauf von Fleisch	16
2.3.1	Einkaufsort	16
2.3.2	Kauffrequenz	16
2.3.3	Kaufkriterien/Wichtigkeit Schweizer Herkunft	16
2.3.4	Einkauf von Importware	17
2.3.5	Einkauf aus Spezial- und Labelprogrammen	17
2.3.6	Kompromisse beim Einkauf	17
2.4	Qualität von Fleisch	18
2.4.1	Qualität von Schweizer Fleisch	18
2.4.2	Qualitätsunterschiede zwischen ver- schiedenen Frischfleischsorten	18
2.5	Produktdeklaration	18
2.5.1	Weitergabe der Produktdeklaration	18
2.5.2	Interesse bei Gästen	18
2.6	Thema Ernährung	18
2.6.1	Interesse an gesunder Ernährung	18
2.6.2	Ausgewogener Speiseplan	18
2.6.3	Wichtigkeit von Fleisch	19

## Teil 1: Privathaushalte

### 1 Ausgangslage

Mit der vorliegenden Studie wurde zum vierten Mal seit 1987 in der Schweiz eine repräsentative Erhebung zum Thema Fleisch durchgeführt. Die Studie schafft eine verbesserte Grundlage für die Marketing-Kommunikation, aber auch für Produktion und Preispolitik. Denn zusammen mit den Vorgängerstudien lässt sich nun die Entwicklung der imagerlevanten Faktoren über einen Zeitraum von 20 Jahren beobachten. Zur besseren Vergleichbarkeit mussten sich die Fragen der aktuellen Studie teilweise mit den früheren Erhebungen decken. Ebenso, um die Einstellung zu Fleisch sowie die Konsumgewohnheiten im Zeitablauf erfassen zu können. Dennoch konnten auch aktuelle Fragen aufgegriffen werden, wie zum Beispiel zu den Auswirkungen der Vogelgrippe.

### 2 Die Befragten

#### 2.1 Methodik

Es wurden insgesamt 800 persönliche Interviews zu Hause bei Frauen und Männern im Alter zwischen 15 und 74 Jahren durchgeführt, in der deutschen und französischen Schweiz. Die Interviews wurden vom 1. März bis zum 17. März 2006 erhoben und dauerten im Durchschnitt zwischen 30 und 40 Minuten.

Die vorliegende Stichprobe von 800 Befragten wurde repräsentativ gezogen. Gegenüber der letzten Erhebung entfällt die Übergewichtung der Westschweiz und der Mehrpersonenhaushalte. Der Einfluss dieser Korrektur fällt jedoch bezüglich der Vergleichbarkeit mit den vorangegangenen Erhebungen nicht ins Gewicht.

#### 2.2 Befragte

Die befragten 800 Personen stammen zu drei Vierteln aus der deutschen Schweiz und zu einem Viertel aus der Westschweiz, sie sind je zur Hälfte Männer und Frauen, die Altersgruppen sind repräsentativ verteilt.

71% der Befragten wohnen in städtischen Gebieten und in der Agglomeration. Gut die Hälfte sind voll erwerbstätig, signifikant häufiger Männer. Frauen arbeiten klar häufiger Teilzeit. 64% leben in Ein- oder Zweipersonenhaushalten, die übrigen in Drei- oder Mehrpersonenhaushalten. Bei knapp einem Fünftel leben Kinder im Haushalt, bei 14% leben Jugendliche bis 18 Jahre mit im Haushalt.

Gegenüber der letzten Untersuchung ist der Anteil der Westschweiz geringer wie auch derjenige der Drei- oder Mehrpersonenhaushalte. Damit sind beide Segmente repräsentativ gegenüber der gesamten Schweizer Bevölkerung vertreten.

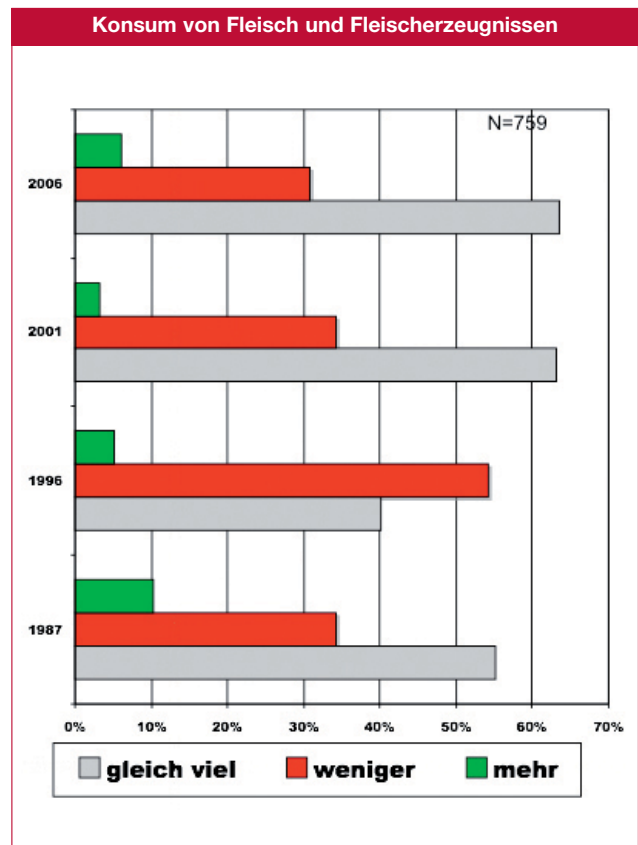
## 3 Konsum von Fleisch

### 3.1 Konsum allgemein

95% aller Interviewpartner geben an, zumindest gelegentlich Fleisch oder Fleischerzeugnisse zu konsumieren. Der Anteil der Vegetarier beträgt 5%, was einer leichten, aber nicht signifikanten Steigerung gegenüber 2001 entspricht. Wie bereits 2001 ist der am häufigsten genannte Grund, sich rein vegetarisch zu ernähren, die negative Haltung gegenüber der Tierhaltung. Auch Befragte mit einem tiefen durchschnittlichen Einkommen (< 4000 Franken) sind häufiger Vegetarier, neu ist auch die jüngste Altersgruppe zwischen 15 und 29 Jahren stark vertreten (8,7%). Keine grossen Unterschiede sind bezüglich des Geschlechts festzustellen. 5,7% der Frauen und 4,5% der Männer essen kein Fleisch. Neben der Tierliebe sind es der Geschmack von Fleisch, den sie nicht mögen, oder sie sind bereits als Vegetarier aufgewachsen. Vegetarier werden die Befragten also nicht wegen Einzelereignissen wie z.B. der aktuellen Vogelgrippe oder BSE.

### 3.2 Änderung des Essverhaltens in den letzten 5 Jahren

Wie bereits in der Untersuchung von 2001 gibt es nach wie vor eine Gruppe von kritischen Fleischkonsumenten, die sich durch ihre Einstellung gegenüber Fleisch, ihre Haltung zur Tierhaltung und ihre Einschätzung der Produktdeklaration von den übrigen Befragten unterscheiden. Sie haben ihren Fleischkonsum in den letzten



5 Jahren signifikant häufiger verändert: Interviewpartner, die der Produktdeklaration stärkere Beachtung schenken, Fleisch in der heutigen Ernährung für unwichtiger halten, weniger Vertrauen in die Produktdeklaration haben, die Tierhaltung negativer beurteilen, mehr Informationsmaterial wünschen und intensiveres Interesse an Ernährung zeigen.

### 3.2.1 Änderung des Fleischkonsums allgemein

Generell gesehen essen 31% der Interviewpartner weniger Fleisch oder Fleischerzeugnisse als 2001. Es sind – neben den bereits genannten kritischen Personen – häufiger Frauen als Männer und eindeutig häufiger die ältesten Befragten (60–74 Jahre). Wie in der Untersuchung 2001 verzichteten auch heute Einpersonenhaushalte deutlich häufiger auf Fleisch als Mehrpersonenhaushalte. Tendenziell haben weniger Personen ihren Fleischkonsum reduziert. Rund 15% verzichteten auf Schweinefleisch, Rindfleisch, Wurst und Salami, während 14% häufiger Geflügel konsumieren. 1996 waren diese Werte etwas anders verteilt. Damals gaben nur 40% an, noch gleich viel Fleisch zu essen wie vor fünf Jahren, hingegen schränkten damals 55% ihren Fleischkonsum im befragten Zeitraum ein.

Die unten stehende Grafik zeigt die Abhängigkeit der Konsumänderung von der Konsumhäufigkeit. Wer täglich Fleisch isst, hat seinen Konsum in den letzten 5 Jahren sogar noch gesteigert. Dagegen hat seinen Konsum

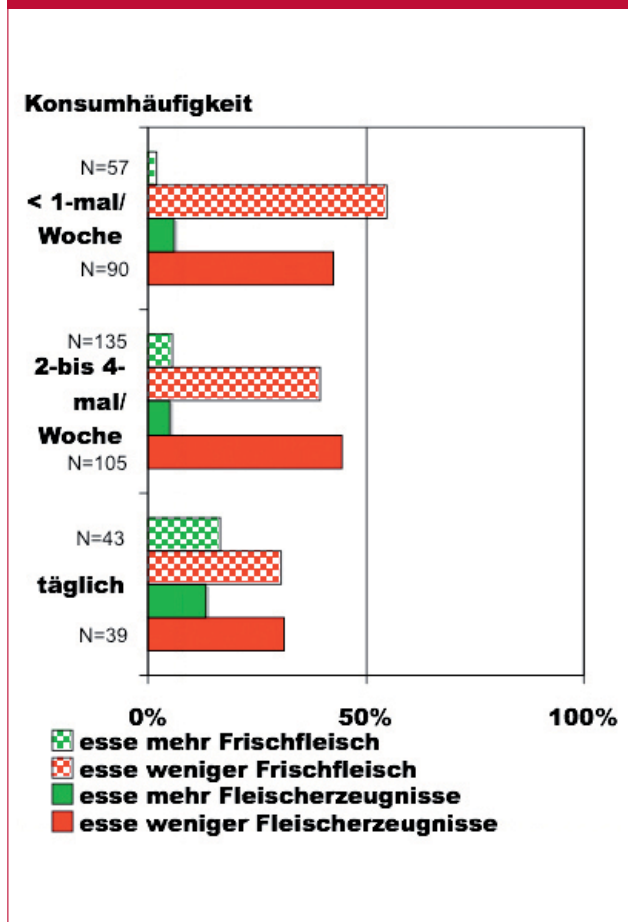
nochmals eingeschränkt, wer weniger als einmal pro Woche Fleisch isst.

Die Paneldaten der regelmässigen Erhebungen in den Privathaushalten, welche IHA Hergiswil im Auftrag von Agromarketing Suisse (AMS) durchführt, zeichnen ein ähnliches Bild. Zwischen 2001 und 2005 nahm der Gesamtkonsum an Frischfleisch (exkl. Fisch und Geflügel) in den Privathaushalten um gut 7% zu.

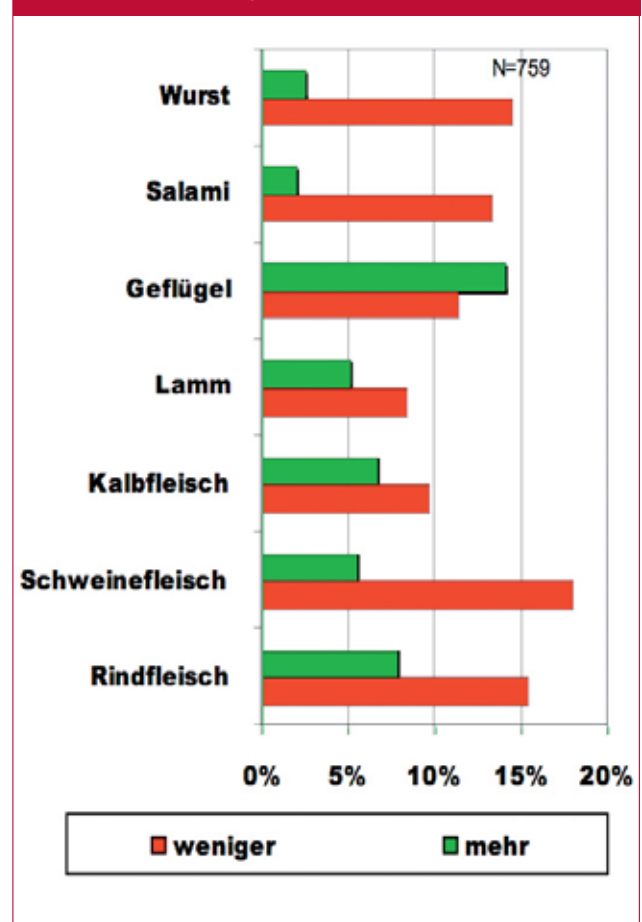
Die Konsumverlagerung weg von Rindfleisch, Schweinefleisch und Wurst hin zum Geflügel, wie in der Studie von 2001 festgestellt, ist 2006 nicht mehr zu beobachten. Rund 15% (n=112) der Befragten veränderten zudem ihren Konsum von Geflügelfleisch. 14% dieser Interviewpartner essen kein Geflügel mehr, 45% konsumieren weniger Geflügel (Vogelgrippe, Geschmack) und 41% essen mehr davon (fettarm, gesünder).

Konsumzu- und -abnahme sind klar ausgeglichener als in der letzten Untersuchung. Bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten ist der Fleischkonsum bezüglich der einzelnen Fleischsorten in den letzten 5 Jahren unverändert geblieben. 55% konsumieren Pferdefleisch/Fohlenfleisch, etwas häufiger zu Hause als im Restaurant. Hauptsächliche Gründe, Pferdefleisch/Fohlenfleisch nicht zu essen, sind Pferdefreundschaften, der Respekt vor diesen Tieren und der Geschmack, der nicht passt (süsslich).

Konsum von Fleisch und Fleischerzeugnissen im Verhältnis zur Konsumhäufigkeit im Vergleich zu vor 5 Jahren



Konsum von Fleischsorten und Fleischerzeugnissen im Vergleich zu vor 5 Jahren



### 3.2.2 Häufigkeit des Fleischkonsums

Der Fleischkonsum in der Schweizer Bevölkerung ist auch in der vorliegenden Untersuchung weiterhin ausgeprägt. Gegenüber 2001 sind kaum Veränderungen festzustellen. 80% essen mehr als einmal wöchentlich Frischfleisch und 77% mehr als einmal pro Woche Fleischerzeugnisse. Letzteres ist eine signifikante Steigerung gegenüber 2001. Dies kommt daher, dass die grösste Gruppe zugenommen hat: diejenigen, die 2 bis 4-mal pro Woche Fleischerzeugnisse essen.

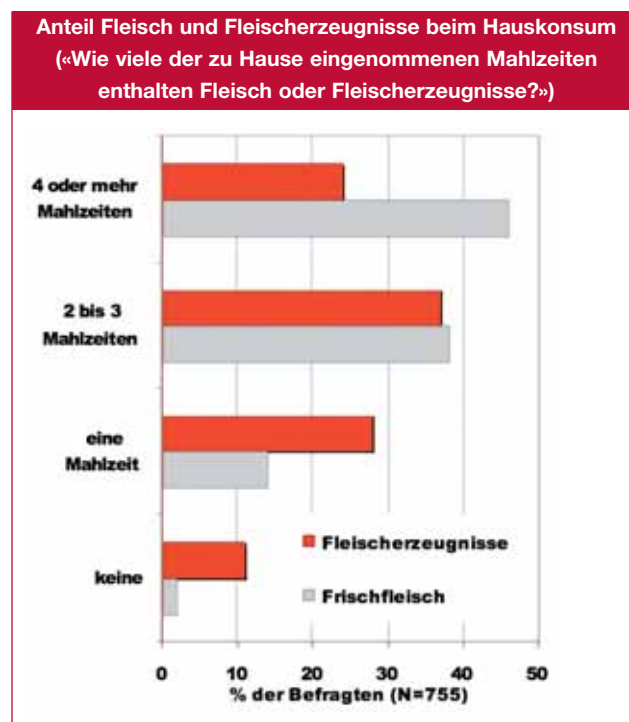
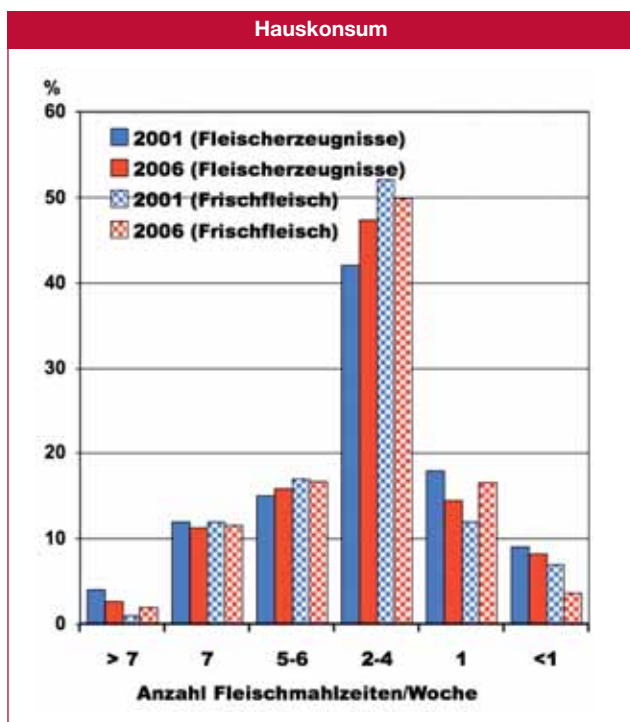
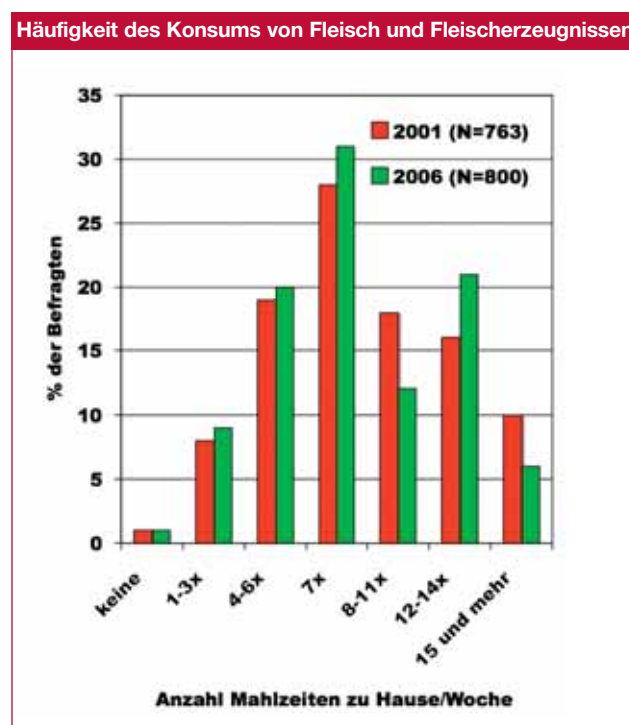
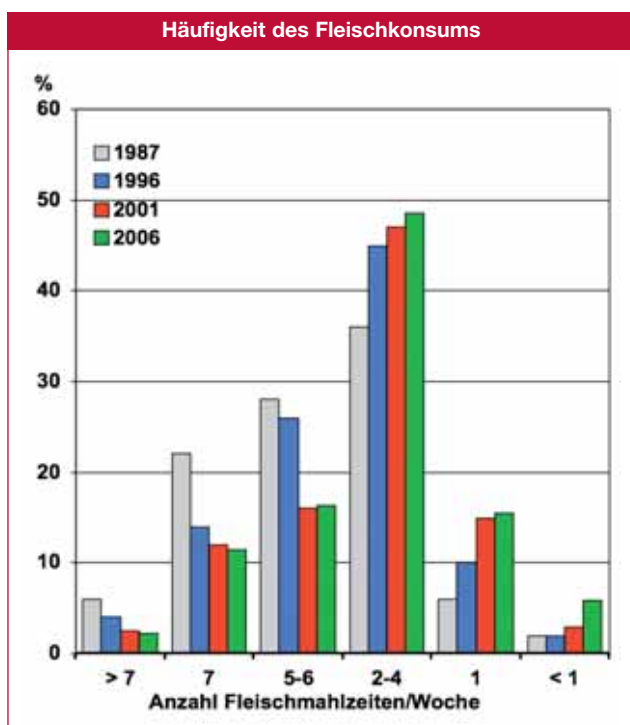
Wie bereits die letzte Untersuchung zeigte, konsumieren Frauen etwas seltener Fleisch oder Fleischerzeugnisse als Männer. Auch Personen, die alleine wohnen, essen seltener Fleisch als Personen in Mehr-

personenhaushalten. Personen, die sich intensiv mit dem Thema Ernährung auseinandersetzen, konsumieren nach wie vor signifikant seltener Frischfleisch und Fleischerzeugnisse.

#### 3.2.2.1 Hauskonsum

Unverändert gegenüber 2001 essen 70% der Interviewpartner mindestens 7-mal pro Woche zu Hause. Analog zum Auswärtskonsum finden sich hier Unterschiede hinsichtlich der Berufstätigkeit. Vollzeit-Erwerbstätige essen seltener zu Hause als Teilzeit- oder Nicht-Erwerbstätige.

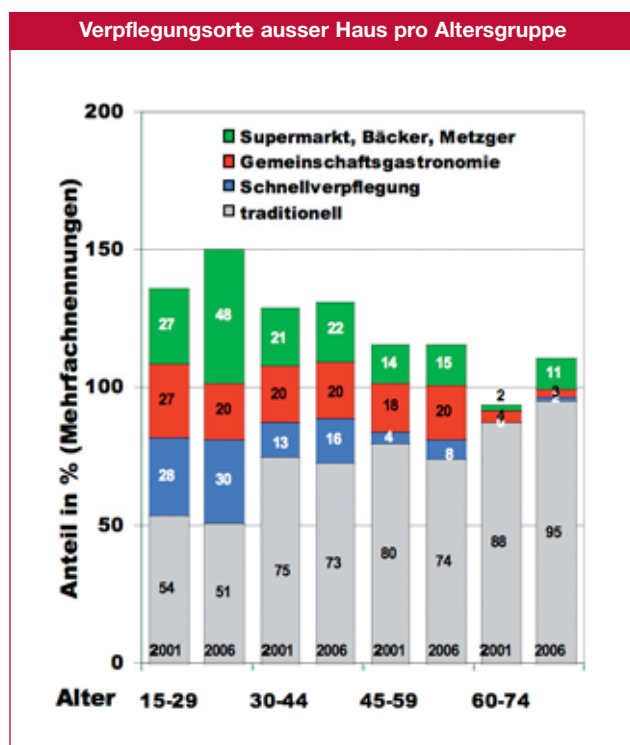
Der Anteil von Frischfleisch und Fleischerzeugnissen ist beim Hauskonsum auch in der vorliegenden Untersuchung deutlich höher als beim Auswärtskonsum.



Zwei und mehr Mahlzeiten bestehen bei 84% aus Frischfleisch, bei 61% aus Fleischerzeugnissen. Besonders wichtige Kriterien beim Essen zu Hause sind Genuss, Abwechslung und Gesundheit. Gegenüber den Ergebnissen von 2001 sind keine signifikanten Veränderungen festzustellen.

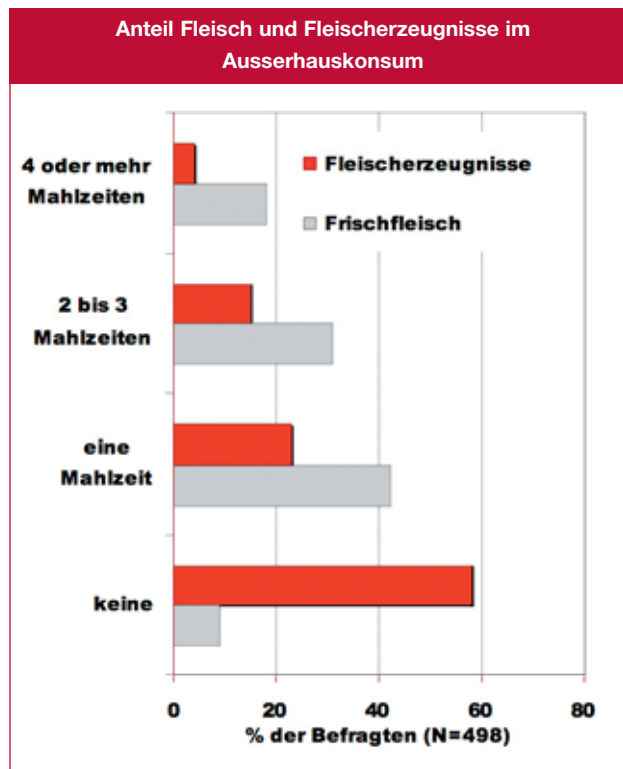
### 3.2.2.2 Auswärtskonsum

34% der Befragten gehen nie auswärts essen. Das sind signifikant weniger als noch in der Untersuchung 2001. Der Auswärtskonsum findet hauptsächlich in Restaurants statt. Fast Food wird fast ausschliesslich von jüngeren Befragten bevorzugt. Die grosse Mehrheit der Gäste im Restaurant ist zwischen 30- und 74-jährig. Die jungen Konsumenten (unter 29) verpflegen sich meist am Imbissstand oder kaufen beim Supermarkt etc. selbst ein. Die Kantine wird von allen Altersgruppen besucht, ausser von den 60- bis 74-Jährigen. Der Auswärtskonsum hängt wiederum stark von der Erwerbstätigkeit ab. In der Mehrzahl wird im beruflichen Umfeld auswärts gegessen, insbesondere in der Deutschschweiz und von den jüngsten Befragten. Vollzeit-Erwerbstätige essen zu 36% fünfmal pro Woche oder häufiger auswärts, während es bei Teilzeitbeschäftigten gerade noch 12% und bei nicht erwerbstätigen Befragten lediglich 6% sind. Männer, bis 44 Jahre alte Interviewpartner, Befragte mit hohem Einkommen und Personen aus Einpersonenhaushalten essen eindeutig häufiger auswärts.



Ein Drittel isst ausschliesslich in der Freizeit auswärts, insbesondere Frauen und ältere Interviewpartner. Beim Auswärtskonsum enthalten im Durchschnitt knapp 2 Mahlzeiten Frischfleisch, bei Fleischerzeugnissen sind es deutlich weniger: 58% der Mahlzeiten enthalten keine.

Die regelmässig im Auftrag von Proviande durchgeführte Panelumfrage «Essen und Trinken ausser Haus»



der Firma amPuls, Market Research, in Stans, untersucht die tatsächlichen Essensfälle und zeigt ein praktisch identisches Bild. Zusätzlich kann mit Hilfe der Panelumfrage festgestellt werden, dass lediglich 27% aller ausser Haus bestellten Mahlzeiten Fleisch enthalten.

Beim auswärtigen Essen ist den Befragten die genussreiche Verpflegung am wichtigsten, gefolgt von der Abwechslung und dem gesundheitlichen Aspekt. Der gesundheitliche Aspekt wird von Frauen und in der Westschweiz als wichtiger erachtet. Schnelle und preiswerte Verpflegung sind insbesondere den jüngsten Befragten wichtig. Diese Ergebnisse unterscheiden sich nicht von denen aus dem Jahre 2001.

## 3.3 Qualität von Fleisch

### 3.3.1 Bedeutung des Begriffs Qualität

Qualität bedeutet beim Fleisch für gut die Hälfte der Interviewpartner in erster Linie «gutes», «frisches Fleisch». Knapp ein Drittel setzt Qualität mit zartem, magerem, nicht zu fettigem Fleisch gleich, für knapp ein Viertel ist der gute Geschmack ausschlaggebend. Rund 10% verbinden mit Qualität ferner eine artgerechte Haltung der Tiere, ein gutes Aussehen, eine klar definierte Herkunft sowie Schweizer Fleisch. Letzteres besonders in der Deutschschweiz.

Gegenüber 2001 wurden der Geschmack und die Zartheit signifikant bedeutender. Dagegen verlor die artgerechte Haltung an Bedeutung, das heisst, sie wurde vielerorts bereits erreicht. Fleisch und Fleischerzeugnisse aus der Schweiz werden qualitativ nach wie vor als leicht besser bezeichnet als ausländisches Fleisch: Auf einer 7er-Skala erreicht die durchschnittliche Zustimmung zu dieser Aussage den leicht besseren Wert von 4,6 (2001: 4,4).

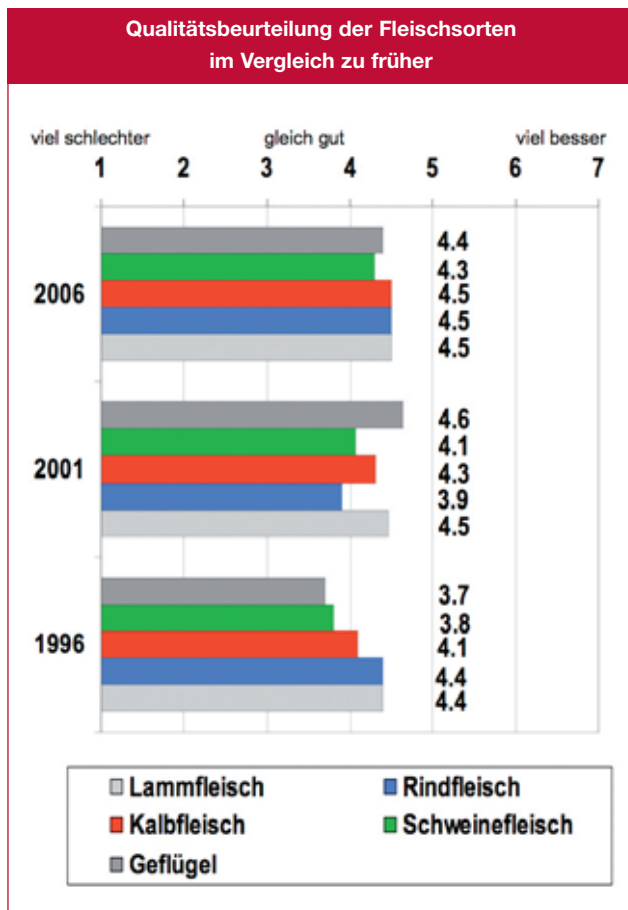
### 3.3.2 Bedeutung des Begriffs Schweizer Fleisch

Das Image von Schweizer Fleisch wird klar positiv bewertet. Dies bestätigt die Resultate der Untersuchung 2001. Der Begriff Schweizer Fleisch steht für Markenzeichen, Qualität, artgerechte Tierhaltung, Vertrauen in die Kontrollen und Frische. Grosses Vertrauen in Schweizer Fleisch haben nach wie vor ältere Personen, Befragte, die sich intensiv mit Ernährung auseinandersetzen, und Interviewpartner, welche die Tierhaltung positiv beurteilen. Wiederum sind zwischen kritischen Konsumenten und den übrigen Befragten bezüglich des Images von Schweizer Fleisch keine Unterschiede festzustellen: Schweizer Fleisch geniesst in allen befragten Segmenten einen guten Ruf.

### 3.3.3 Beurteilung von Fleischsorten

Der Mehrheit der Befragten schmecken Frischfleisch und Fleischerzeugnisse gleich gut wie früher. Die Mehrheit der Interviewpartner lehnt die beiden Aussagen ab: «Frischfleisch schmeckt mir nicht mehr so gut wie früher» und «Fleischerzeugnisse wie Würste, Schinken, Salami schmecken mir nicht mehr so gut wie früher». Dabei schneiden Fleischerzeugnisse wie schon 2001 etwas schlechter ab als Frischfleisch. Westschweizer, ältere Befragte, fleischkritische Verbraucher und Personen, die sich intensiv mit Ernährung beschäftigen, stimmen diesen beiden Aussagen häufiger zu.

Wie in den vorangegangenen Fleischstudien wurden die Befragten gebeten, die Qualität verschiedener Fleischsorten im Vergleich zu früher zu beurteilen. 2001



belegten Schweine- und Rindfleisch die letzten Plätze, Geflügel den ersten. Nun haben sich aus Sicht der Befragten die Qualitäten der Fleischsorten untereinander in positiver Weise angeglichen. Rind-, Kalb- und Lammfleisch erhalten die gleichen Qualitätsbewertungen, dicht gefolgt von Geflügel und Schweinefleisch.

### 3.4 Tierwohl und Tierschutz

Aussagen zum Thema Tierhaltung werden in fast allen Bereichen signifikant positiver beurteilt als in den letzten Studien. Jedoch nahm die Bedeutung der Tierhaltung in Bezug auf Qualität, Konsumverhalten usw. deutlich ab. Bedeutendste Rolle bei der Aufklärung von Tierhaltungsfragen wird weiterhin den Medien zugesprochen. 65% stimmen der Aussage zu: «Ich finde es gut, dass die Medien mich über Missstände in der Tierhaltung aufklären.» Dies sind allerdings signifikant weniger als 2001 (>70%). Tiefere Zustimmungen erhielten ferner folgende Aussagen:

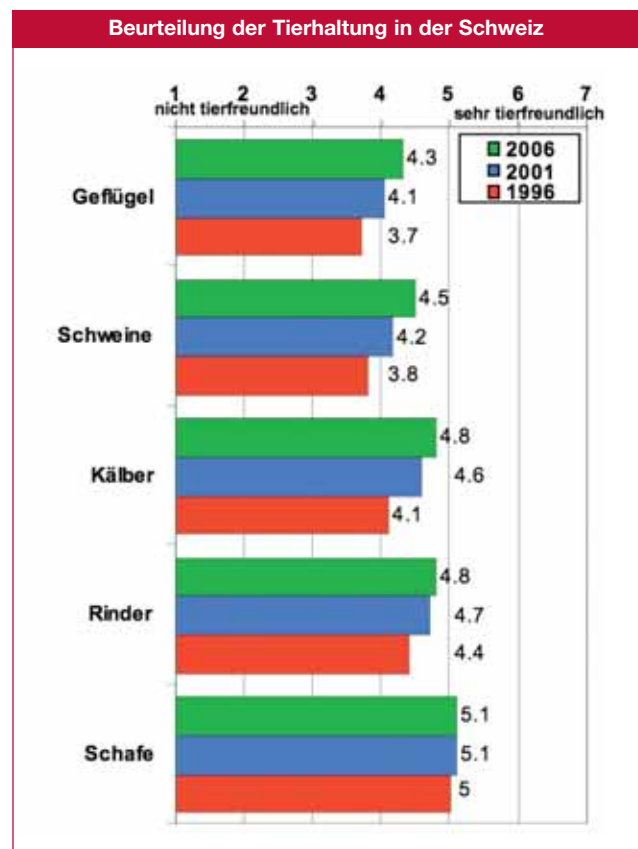
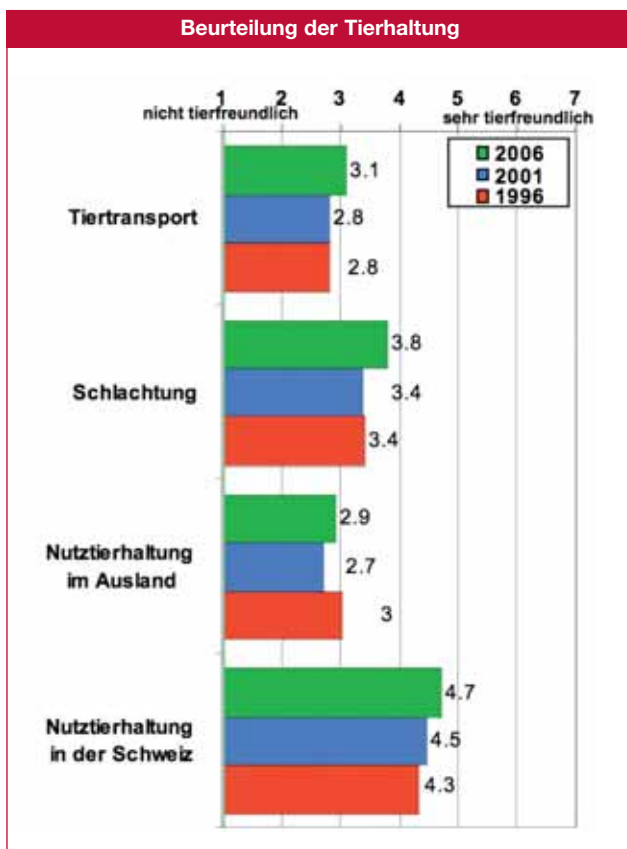
Aussagen	Anteil Ja 2001	Anteil Ja 2006
Fleisch stammt aus Tierhaltungen, die in Bezug auf die Tierfreundlichkeit sehr verschieden sein können.	55% 5,57	54% <sup>1</sup> 5,43 <sup>2</sup>
Produkte aus besonders tierfreundlicher Haltung sind qualitativ besser.	59% 5,65	50% 5,32
Über die heutige Tierhaltung habe ich schon intensiv nachgedacht.	52% 5,2	39% 4,68
Ich beschäftige mich heute mehr mit Tierhaltungsfragen als früher.	47% 4,89	33% 4,68
Meine Wahl beim Kauf von Lebensmitteln hat einen grossen Einfluss auf die Art der Tierhaltung.	40% 4,68	36% 4,68
Ich kaufe regelmässig Fleisch aus besonders tierfreundlicher Haltung, wie Natura Beef, Engagement Migros, Agri Natura, Coop Naturaplan usw.	39% 4,47	32% 4,16
Das schweizerische Tierschutzgesetz ist zu wenig streng	29% 4,54	30% 4,16

<sup>1</sup> Anteil der Befragten, die der Aussage zustimmen

<sup>2</sup> Mittelwert der Einschätzungen auf einer Skala von 1–7 (stimme zu / stimme überhaupt nicht zu)

Die Hälfte der Befragten lassen sich auch weiterhin den Genuss von Fleisch nicht durch Tierschutzfragen verderben. 38% der Interviewpartner sind der Meinung, dass der Staat für die tierfreundliche Haltung verantwortlich ist. Das positivere Bild gegenüber der Tierhaltung lässt annehmen, dass sich da aus Sicht der Befragten in den vergangenen Jahren einiges bewegt hat. Die geringere Zustimmung zu den aufgeführten Teilaspekten zeigt sich auch darin, dass die Befragten zu 42% der Meinung sind, Tiere würden heute in konventioneller Tierhaltung artgerechter gehalten als früher (Mittelwert 5,1 auf einer 7er-Skala). 30% finden, bei Schweizer Fleisch sei der Unterschied zwischen Bio-Fleisch und Fleisch aus konventioneller Produktion kaum noch relevant (Mittelwert 4,4). Tierschutzfragen werden von Personen mit intensivem Interesse am Thema Ernährung klar kritischer beurteilt. Ebenso von Konsumenten, welche die Produktdeklaration beachten. Die Schweizer Tierhaltung insgesamt wird auf der vorgegebenen 7er-Skala durchschnittlich etwas besser beurteilt als 2001 (Wert 4,2 gegenüber 3,9).

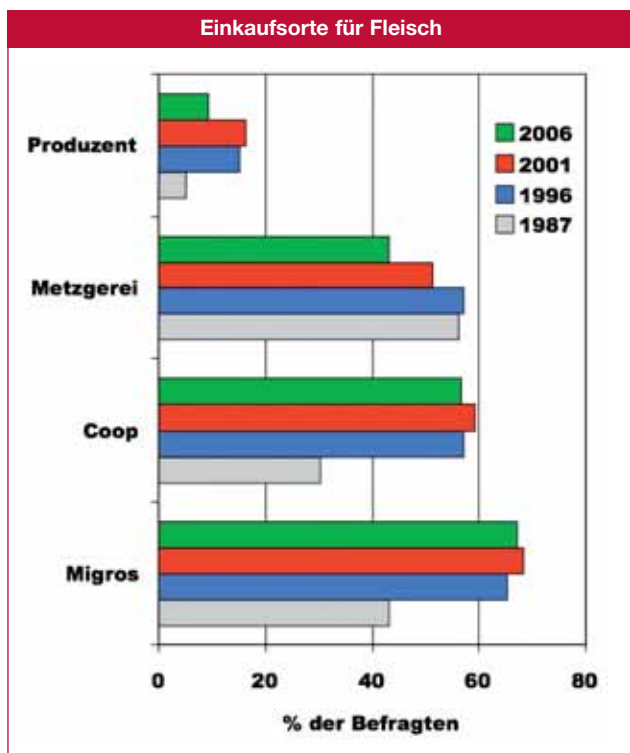
Gesamthaft hat sich das Tierwohl, wie es subjektiv wahrgenommen wird, gegenüber 2001 leicht verbessert. Die Tierhaltung in der Schweiz wird von 21% besser beurteilt (2001: 16%). Die inländische Nutztierhaltung erhält einen Wert von 4,7 (2001: 4,5). Bezogen auf die Tierarten sind überall Verbesserungen festzustellen, die Schafhaltung wurde unverändert positiv beurteilt. Die Einschätzung von Tierschlachtung und -transport hat sich nicht verändert. Die Nutztierhaltung im Ausland wird besser beurteilt als 2001, allerdings auf tiefem Niveau. Fragen zur Tierhaltung allgemein in der Schweiz und im Ausland sowie Fragen zum Transport und zur Schlachtung von Tieren werden in der Westschweiz eindeutig positiver eingeschätzt.



### 3.5 Einkauf von Fleisch

#### 3.5.1 Einkaufsorte

Fleisch und Fleischerzeugnisse werden an mehreren Einkaufsorten eingekauft, hauptsächlich aber in der Migros und bei Coop, und zwar in gleicher Masse wie noch 2001. Signifikant weniger häufig wird in der Metzgerei (43%) und direkt beim Bauern (9%) eingekauft. Vor allem die Landbevölkerung sowie Befragte, die sich intensiv mit Ernährung beschäftigen, kaufen häufiger beim Bauern ein. Eine Zunahme verzeichneten 2006 Denner (7,6%), Carrefour (5,1%) und Convenience-Shops wie Tankstellen (5%).

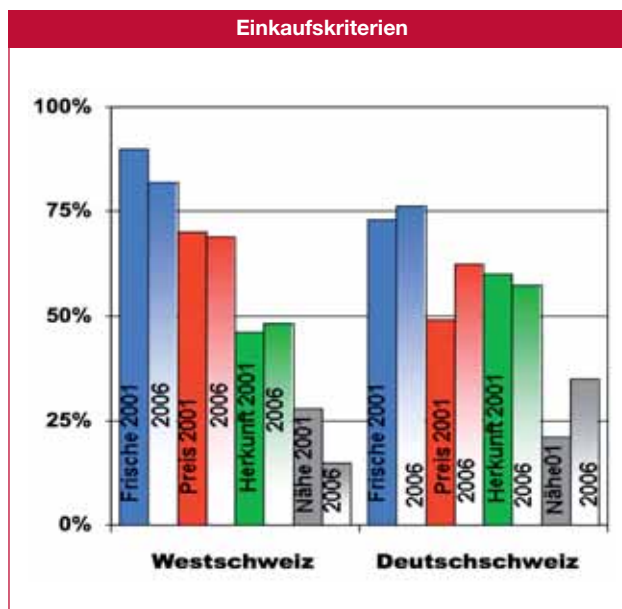


#### 3.5.2 Kaufkriterien

2001 wurden die Kaufkriterien für Frischfleisch und Fleischerzeugnisse gemeinsam erhoben, 2006 getrennt. Allerdings zeigte sich, dass die Hauptkriterien für beide Fleischgruppen die gleichen sind. Beim Einkauf von Frischfleisch ist dies für die Mehrheit der Befragten die Frische, gefolgt vom Preis und der Herkunft/Produktdeklaration. Ferner sind für rund einen Viertel Standort und Beratung wichtige Kriterien. In der Westschweiz wird auf Frische und Preis noch mehr Wert gelegt als in der Deutschschweiz. In der Deutschschweiz spielt die Herkunft tendenziell eine wichtigere Rolle, allerdings wird 2006 deutlich mehr auf den Preis geachtet.

Auch beim Einkauf von Fleischerzeugnissen steht die Frische für die Mehrheit der Befragten an erster Stelle, gefolgt vom Preis. Knapp der Hälfte ist die Herkunft wichtig und gut einem Viertel der Standort, die Nähe zum Geschäft. Auch bei Fleischerzeugnissen sind die Westschweizer klar preissensibler.

Die preislichen Unterschiede zwischen Fleisch aus Bioproduktion gegenüber Fleisch aus konventioneller Produktion sind für eine knappe Mehrheit (52%) zu gross, insbesondere in der Westschweiz.



#### 3.5.3 Einkauf im Ausland

Der Einkauf im Ausland hält sich im gleichen Mass wie in der Untersuchung 2001. 75% (2001: 77%) gaben an, so gut wie nie im Ausland Fleischprodukte einzukaufen. Durchschnittlich häufiger kaufen die Westschweizer und Personen mit Kindern ihr Fleisch im Ausland ein. Klar wichtigster Grund dafür bleibt der Preis. Die Einkäufe im Ausland werden von 43% der Befragten geplant, 40% kaufen spontan bei einem Auslandsaufenthalt ein.

### 3.6 Labels und Produktdeklaration

#### 3.6.1 Beachtung der Produktdeklaration

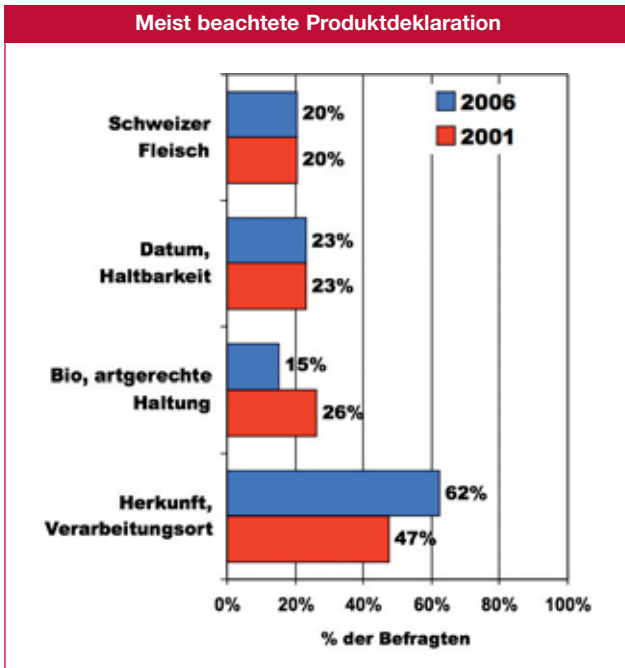
Gegenüber der letzten Untersuchung 2001 achten signifikant weniger Personen (55%) auf die Produktdeklaration. Deutlich mehr Beachtung findet die Produktdeklaration bei Frauen, älteren Befragten, Befragten mit hohem Einkommen, am Thema Ernährung intensiv Interessierten sowie Konsumenten, die Informationsmaterial kennen oder sich noch mehr Informationen wünschen.

In erster Linie beachtet wird bei der Produktdeklaration die Herkunft. Rund ein Fünftel schaut zudem auf die Haltbarkeit. Die artgerechte Haltung ist für 15% wichtig, sie wird deutlich weniger häufig genannt als 2001. Heute beurteilen 70% der Befragten die Produktdeklaration im Fleischbereich als ausreichend. Das sind deutlich mehr (+10%) als 2001. 23% konnten diese Frage nicht beurteilen, nur 7% wünschten sich eine bessere Deklaration. Unzufrieden sind häufig Personen mit besonderem Interesse an der Ernährung.

#### 3.6.2 Vertrauen in die Produktdeklaration

81% vertrauen der Produktdeklaration. Dies ist deutlich mehr als 2001. Das Vertrauen steigt, je positiver die Einstellung zur Tierhaltung ist.

Kritische Stimmen sind noch vorhanden, aber statistisch nicht mehr signifikant nachzuweisen. Der häufigste Grund für das noch bestehende Misstrauen bleibt das «Belogen-Werden».



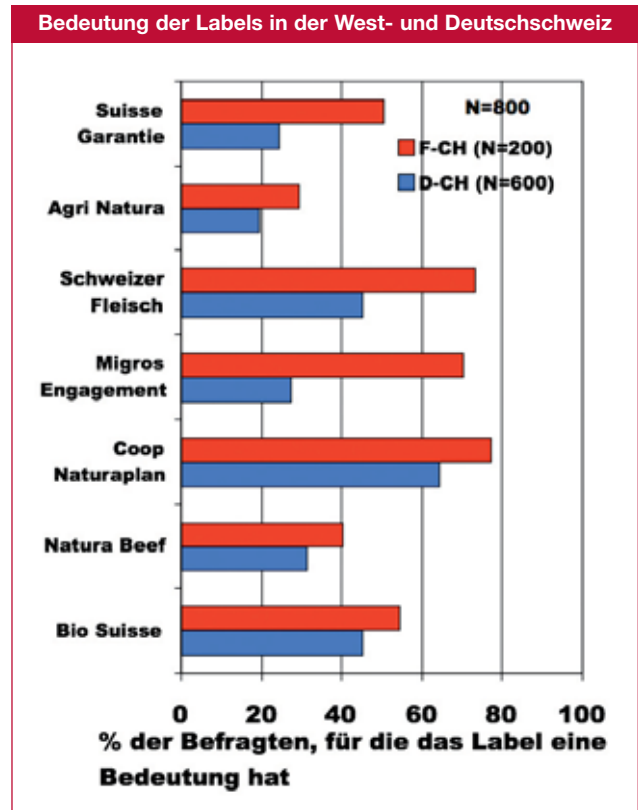
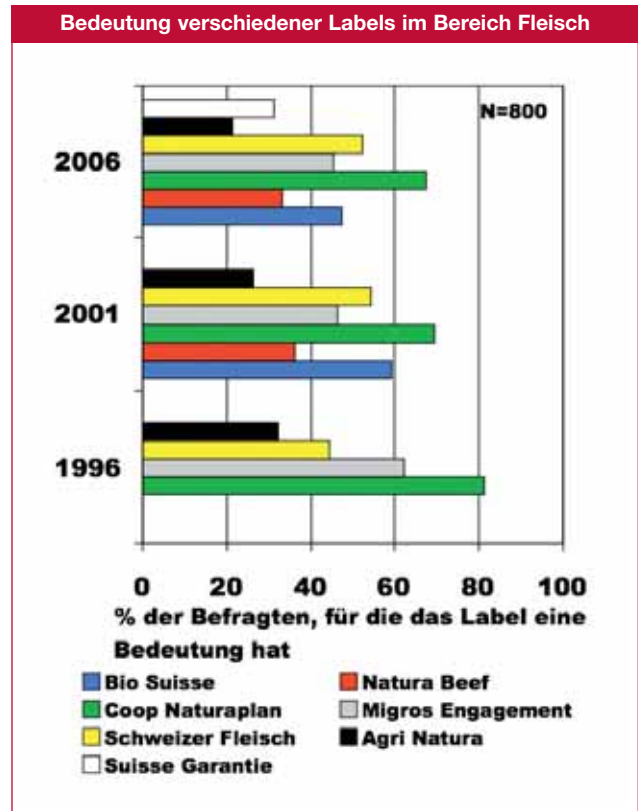
### 3.6.3 Bedeutung der Herkunft von Fleisch

Für knapp die Hälfte der Interviewpartner zählt bei der Herkunft von Fleisch besonders, ob es aus dem In- oder Ausland stammt. Signifikant wichtiger ist dies für Frauen, die älteste Altersgruppe, Personen mit verändertem Fleischkonsum sowie Personen, die Produktdeklarationen beachten, sich intensiv mit Ernährung beschäftigen und mehr Informationsmaterial wünschen. Die Herkunft von Fleisch ist jedoch deutlich weniger bedeutend als noch 2001. Weniger wichtig ist auch, aus welcher Region das Fleisch stammt. Dementsprechend ist die Verunsicherung geringer, nicht zu wissen, wo das Fleisch produziert wurde. Ausgeprägter ist diese Verunsicherung in der Westschweiz, bei Personen, die sich intensiv mit Ernährung beschäftigen, und solchen, die mehr Informationsmaterial wünschen.

### 3.6.4 Bekanntheit und Bedeutung der Labels

Aus der Vielfalt der Labels im Bereich Fleisch wurden den Befragten neun vorgelegt. Dazu wurde gefragt, ob diese eine Bedeutung hätten und wenn ja, welche. Im Vergleich mit den Ergebnissen von 2001 zeigt sich, dass alle Labels leicht bis signifikant an Bedeutung eingebüsst haben. Für die meisten der Befragten eine Bedeutung hat Coop Naturaplan, gefolgt von «Schweizer Fleisch» (einen Platz gewonnen), BioSuisse, Engagement Migros, Natura Beef, Suisse Garantie, Agri Natura, IP-Suisse und Fidelio.

Generell haben die meisten Labels in der Westschweiz mehr Bedeutung als in der Deutschschweiz. Coop Naturaplan steht in erster Linie für biologisches, natürliches und gesundes Fleisch; «Schweizer Fleisch» für Schweizer Produkt und Schweizer Qualität; Bio Suisse für biologische Erzeugnisse, für Fleisch, Gemüse, Obst ohne Zusatzstoffe; Engagement Migros steht für die Garantie guter Qualität; Natura Beef, Agri Natura, IPSuisse und Fidelio für artgerechte, natürliche Tierhaltung und Suisse Garantie für Schweizer Produkte.



### **3.7 Einstellungen zum Thema Ernährung und Fleisch**

#### **3.7.1 Auseinandersetzung mit dem Thema Ernährung**

Wie bereits aus dem bisherigen Bericht und auch aus der Untersuchung von 2001 klar hervorgeht, hat die Auseinandersetzung mit dem Thema Ernährung einen deutlichen Einfluss auf das Konsumverhalten sowie auf die Einstellung gegenüber Fleisch und Fleischerzeugnissen.

Gegenüber 2001 hat die Anzahl Konsumenten, die sich intensiv mit dem Thema Ernährung auseinandersetzt, deutlich abgenommen – auf einen Viertel aller Befragten. Es sind wiederum Personen, die weniger Fleisch konsumieren, ihren Fleischkonsum verändert haben, häufiger Produktdeklarationen beachten, die Tierhaltung eher negativ beurteilen und Fleisch in der heutigen Ernährung eher unwichtig finden. Soziodemografisch sind es eher Frauen, ältere Personen und neu Personen mit hohem Einkommen in eher ländlicher Umgebung. Der Anteil ist in der Westschweiz etwas geringer als in der Deutschschweiz. Dieser Typ Konsument ist gegenüber 2001 zwar weniger häufig aufgetreten, in sich aber grösstenteils stabil geblieben.

#### **3.7.2 Wichtigkeit von Fleisch in der Ernährung**

Die Wichtigkeit von Fleisch in der Ernährung ist gegenüber 2001 signifikant gestiegen – auf 75%. Als Gründe dafür werden angegeben: die Kraft und Energie, die Fleisch gibt, der Genuss beim Essen, die ausgewogene Ernährung sowie die wichtigen Inhaltsstoffe. Männer halten Fleisch in der Ernährung für wichtiger als die Frauen. Fleisch wird wie 2001 hauptsächlich dann für unwichtig gehalten, wenn man Alternativen zum Fleisch schätzt. Die wenigsten bezeichnen Fleisch als ungesund.

##### **3.7.2.1 Fleisch als Genuss**

Fleisch bedeutet – im gleichen Ausmass wie 2001 – für 67% der Befragten Genuss. Noch häufiger ist dies der Fall bei Männern, bei Personen, die täglich Fleisch essen, die Fleisch in der Ernährung als wichtig empfinden und die der Tierhaltung positiv gegenüberstehen. Die Aussage: «Vollkornprodukte, Gemüse und Salat sind geschmacklich besser als Fleisch» erhält nur von 19% Zustimmung. Häufiger in der Westschweiz, von Frauen sowie von Personen, die wenig Fleisch konsumieren und sich intensiv mit Ernährung beschäftigen. Gegenüber 2001 ist die Zustimmung zu dieser Frage signifikant tiefer ausgefallen. Für 53% gehört Fleisch zu einem festlichen Anlass und für 41% überhaupt zu einem richtigen Essen. Nur 37% stimmen zu, dass man Gäste genauso gut mit einem vegetarischen Menü verwöhnen kann. Fleisch für einen festlichen Anlass wird häufiger von älteren Befragten und Personen mit hohem Einkommen präferiert. Vegetarische Menüs für Gäste können sich eher Frauen vorstellen. Fleisch zu einem festlichen Anlass wird in der vorliegenden Untersuchung deutlich mehr genannt, während die Verwöhnung mit einem vegetarischen Menü klar weniger oft als zutreffend erachtet wird. Dieses Ergebnis unterstreicht einmal mehr, wie beliebt Fleisch in der Schweiz immer noch ist.

#### **3.7.2.2 Gesundheitlicher Nutzen und Gefahren von Fleisch**

Neben der genussorientierten Einstufung von Fleisch wird ihm auch ein hoher gesundheitlicher Aspekt zugeschrieben: Für 48% ist es notwendig für eine vollwertige Ernährung, 45% glauben, es brauche Fleisch, um fit zu bleiben. Beide Aspekte sind stabil, ihnen wird im gleichen Umfang zugestimmt wie 2001. Häufiger dieser Ansicht sind Männer und Personen mit hohem Einkommen. 37% finden ferner, dass der Fettgehalt von Fleisch und Fleischgerichten wichtig ist. Zu dieser Gruppe zählen besonders ältere Befragte, Personen, die Produktdeklarationen beachten, sowie Konsumenten, die sich intensiv mit Ernährung beschäftigen.

51% der Befragten sind über den Antibiotika-Einsatz in der Tiermedizin beunruhigt. Chemische Zusätze in der Fleischverarbeitung befürchten 47%. Doch die Beunruhigung durch beide Aspekte ist signifikant geringer als 2001. Genannt werden diese Gründe besonders häufig von Konsumenten, welche die Produktdeklarationen beachten oder sich intensiv mit Ernährung beschäftigen.

Rinderwahnsinn beunruhigt lediglich noch 19% – deutlich häufiger in der Westschweiz, aber auch dort signifikant seltener als 2001 (42%). 36% erachten die von den Behörden getroffenen Massnahmen gegen BSE als vertrauenswürdig, signifikant mehr als 2001. Ein eindeutiges Indiz für die kleiner gewordene Verunsicherung gegenüber Fleisch. Zurzeit (März 2006) beunruhigt die Vogelgrippe 27% der Interviewpartner, insbesondere in der Westschweiz. Die von den Behörden getroffenen Massnahmen bezüglich Vogelgrippe sind nur für 26% vertrauenswürdig.

#### **3.7.3 Zubereitung und Einkauf von Fleisch**

«Fleisch ist schnell, problemlos und einfach in der Zubereitung.» Dieser Aussage stimmen 46% der Befragten zu. 49% sind einverstanden mit: «Beim Einkaufen weiss ich genau, welches Fleisch für welchen Zweck geeignet ist.» Gegenüber 2001 sind lediglich leichte Veränderungen feststellbar. Wiederum sind es ältere Personen, die beide Aussagen bejahen. Vor allem Frauen wissen häufiger, wie Fleisch zubereitet werden kann.

## Teil 2: Grosshaushalte

### 1 Methodik

#### 1.1 Befragte und ihre Betriebe

Insgesamt wurden in der Grosskonsumentenerhebung 200 Personen mittels persönlicher Face-to-Face-Interviews in ihren Betrieben befragt. Entsprechend der repräsentativen Privatkonsumentenbefragung fanden drei Viertel der Interviews in der deutschen Schweiz und ein Viertel in der Westschweiz statt. Der Westschweizer Anteil nahm gegenüber 2001 ab und ist somit repräsentativ. Die Interviews wurden vom 1. März bis zum 17. März 2006 erhoben und dauerten im Durchschnitt zwischen 20 und 30 Minuten. In der vorliegenden Stichprobe von 200 Befragten wurden die Region und die Art des Gastronomiebetriebes quotiert. Enthalten sind 40% Restaurants, 30% Cafés/Tea Rooms, 20% Hotels und 10% Betriebe mit Gemeinschaftsverpflegung. Interviewpartner waren (Chef-)Köche (31%), Wirte, Geschäftsführer (58%) sowie Food and Beverage Manager (11%). Die Befragten waren zwischen 20 und 70 Jahre alt und hauptsächlich männlich (63%).

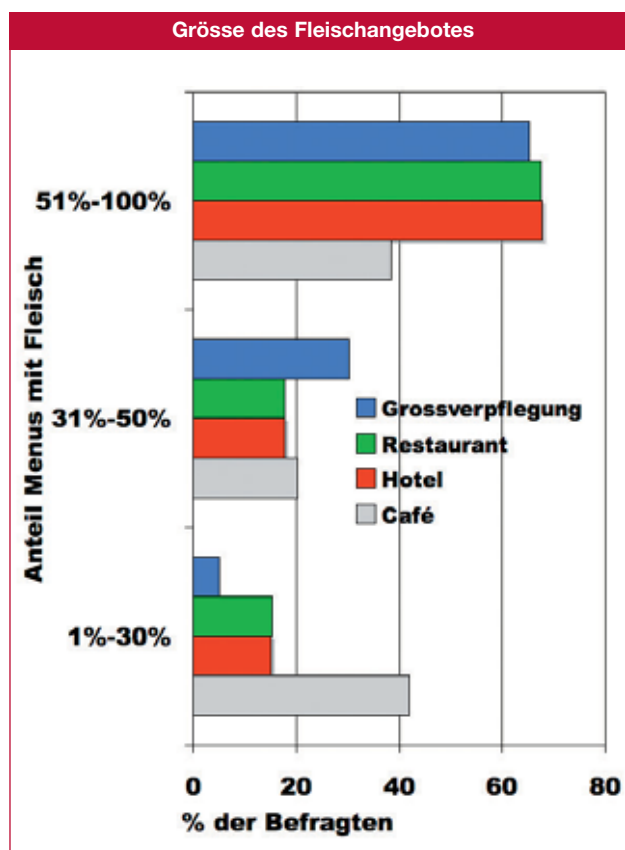
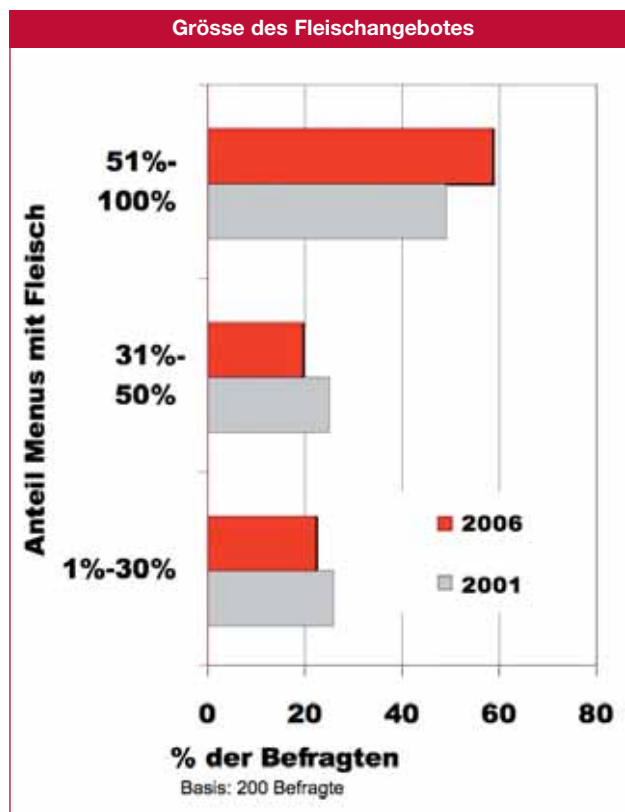
4% der Betriebe haben bis 25 Sitzplätze, 19% bis 50, 15% bis 75, 25% bis 100, 24% bis 200 und 13% über 200 Sitzplätze. Hotels, Betriebe für Gemeinschaftsverpflegung und Restaurants verfügen über mehr Sitzplätze als Cafés. Das Gästepublikum ist gut durchmischt, 39% eher junges Publikum bis 40 Jahre und 55% älteres Publikum über 40 Jahre. 6% der befragten Betriebe haben ein gemischtes Publikum. Älteres Publikum findet man eher in Hotels.

### 2 Speisekarte

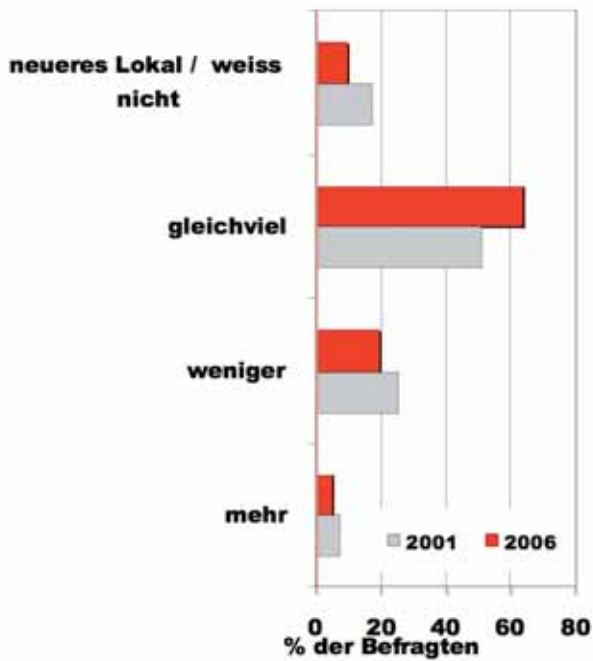
#### 2.1 Fleischangebot

Der prozentuale Anteil von Fleischangeboten auf der gesamten Speisekarte ist in Gastronomiebetrieben im gleichen Masse ausgeprägt wie bereits 2001. Er beträgt im Durchschnitt 56%. Davon ist wiederum der Anteil von Menüs mit Frischfleisch höher (70%) als der Anteil von Menüs mit Fleischerzeugnissen (30%).

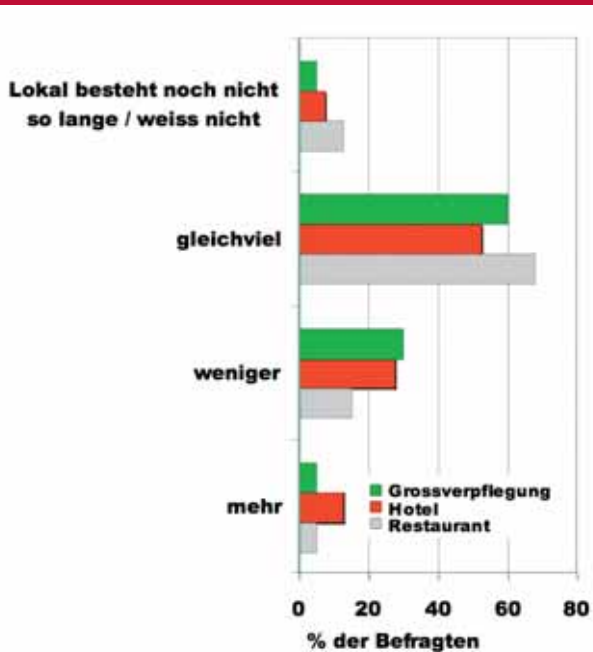
Insgesamt werden gemäss der vorliegenden Untersuchung in Hotels häufiger Menüs mit Fleischprodukten serviert. Der Anteil an Frischfleischmenüs ist in der Westschweiz, in Hotels und in Betrieben, die Fleisch aus Spezialprogrammen einkaufen, deutlich ausgeprägter. Dagegen kommen Menüs aus Fleischerzeugnissen signifikant mehr vor in Cafés, in Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung sowie in Betrieben, die einen ausgewogenen Speiseplan als nicht wichtig erachten und die Ernährung mit Fleisch heute als unwichtig ansehen.



**Verkauf von Fleischgerichten im Vergleich zu vor 5 Jahren insgesamt**



**Verkauf von Fleischgerichten im Vergleich zu vor 5 Jahren nach Art des Betriebs**



## 2.2 Veränderungen im Verkauf

63% der Gastronomen geben an, heute gleich viele Fleischgerichte zu verkaufen wie vor fünf Jahren, 19% servieren weniger und 6% mehr Fleischgerichte.

In Hotels und Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung werden eher weniger Fleischgerichte aufgetischt: Dies gilt ebenso für Betriebe, die ihre Speisekarte aufgrund der Vogelgrippe geändert haben, wie für Betriebe, welche die Ernährung mit Fleisch heute als unwichtig erachten.

Wie bereits 2001 servieren Befragte, die ihr Fleisch aus Spezial-/Labelprogrammen beziehen, mehr Fleischgerichte als fünf Jahre zuvor. Daraus kann geschlossen werden, dass diese Angebote von den Konsumenten doch verstärkt angenommen werden.

Als Grund für die Abnahme des Fleischverkaufs nennen die Gastronomen hauptsächlich den häufigeren Verzehr von fleischlosen Menüs, die grössere Anzahl von Vegetariern, wirtschaftliche Gründe und die Vogelgrippe.

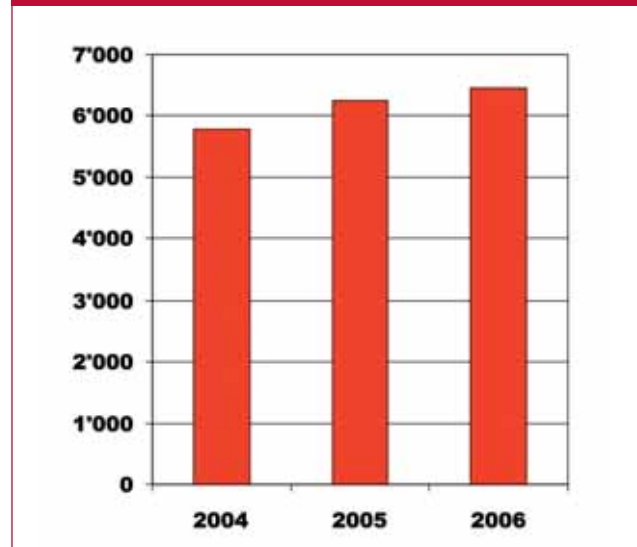
Gegenüber 2001 werden nicht mehr Fleischgerichte serviert. Die Anzahl derjenigen, die gleich viele Fleischgerichte servieren wie vor fünf Jahren, ist dagegen signifikant gestiegen.

Im Gegensatz zur Dichter-Studie befasst sich die Erhebung «Essen und Trinken ausser Haus» der Firma amPuls, Market Research, in Stans, mit den tatsächlich konsumierten Menüs.

Laut der amPuls-Erhebung werden in der Schnellverpflegungs-, der Verkehrs- sowie der Vergnügungsgastronomie häufiger Fleischmenüs bestellt als in der Fullservice- oder der Betriebs- und Gemeinschaftsgastronomie.

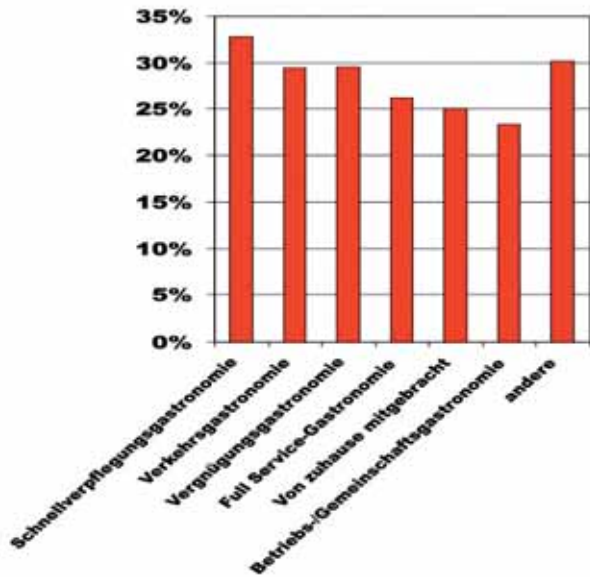
Gemäss der amPuls-Erhebung ist die Tendenz der bestellten Fleischmenüs steigend. Gaben die befragten Personen im Jahr 2004 noch knapp 5'800 Fleischmenüs an, so waren es im Jahr 2006 über 6'400 Fleischmenüs.

**Anzahl servierte Fleischmenüs absolut**



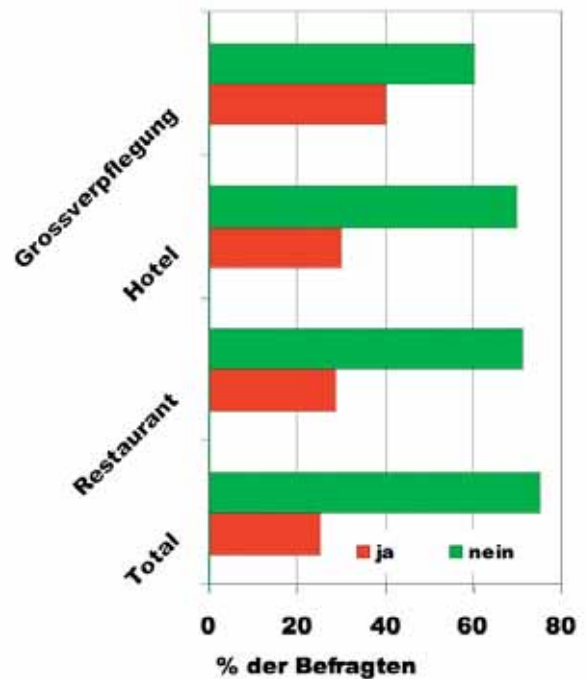
Quelle: amPuls

Anteil konsumierte Fleischmenüs 2006 nach Konsumart



Quelle: amPuls

Einfluss der Vogelgrippe-Diskussion auf das Angebot



### 2.2.1 Speisekartenänderung aufgrund der Vogelgrippe

Die Diskussionen wegen der Vogelgrippe hatten in 75% aller befragten Betriebe keinen Einfluss auf die Speisekarte. Am ehesten veränderten Betriebe in der Westschweiz und solche mit Grossverpflegung die Speisekarte.

Die Änderung bestand in der Reduktion der Geflügelangebote: 44% nahmen diese ganz von der Karte, 48% reduzierten sie und 8% offerierten mehr vegetarische Menüs.

### 2.2.2 Präferierte Fleischsorten

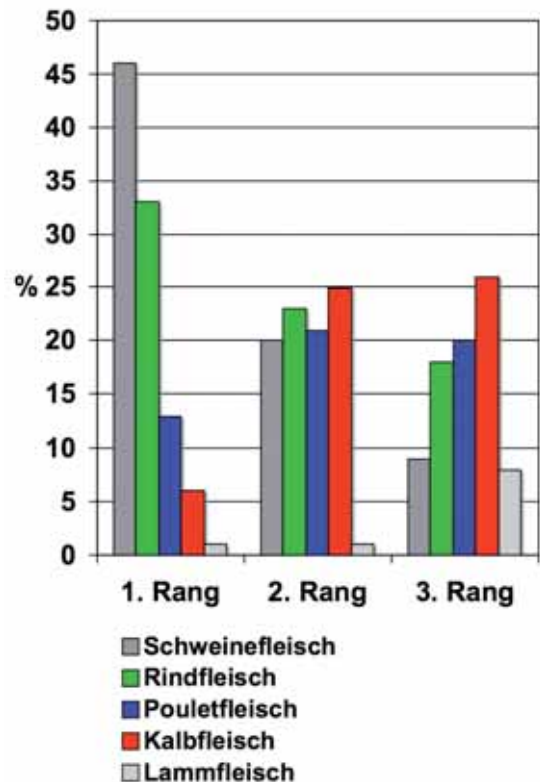
Gefragt wurde nach der Rangfolge: «Welche Fleischsorten in absteigender Reihenfolge werden in Ihrem Betrieb am meisten verwendet?»

Schweinefleisch ist unverändert die beliebteste Fleischsorte, gefolgt von Rindfleisch. Schweinefleisch belegt den ersten Rang klar häufiger in der Deutschschweiz sowie in Betrieben, die keinen Wert auf einen ausgewogenen Speiseplan legen.

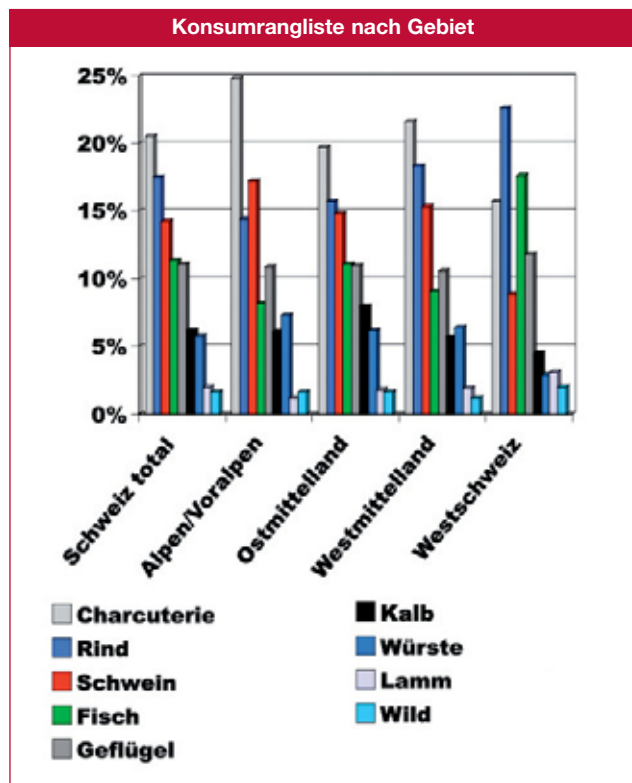
Rindfleisch liegt wie bereits 2001 in der Westschweiz auf dem 1. Platz – sogar klar. Zudem ist Rindfleisch klar häufiger Nummer eins, wenn den befragten Gastronomen die Herkunft des Fleisches sowie die Ernährung mit Fleisch unwichtig sind. Ebenso in Hotels, bei Befragten, die ihr Fleisch aus Spezial-/Labelprogrammen beziehen und einen ausgewogenen Speiseplan bevorzugen. Rindfleisch wird ferner deutlich häufiger auf den ersten Rang gesetzt als 2001. Als Grund für die Präferenz von Rindfleisch nennen die Befragten hauptsächlich die grosse Nachfrage respektive Beliebtheit und die gute Qualität.

Kalbfleisch erzielt die besten Werte im zweiten und dritten Rang, beides signifikant deutlicher als in der Untersuchung 2001. Für Schweinefleisch spricht – wie 2001 – vor allem der günstige Preis, besonders in der Deutschschweiz.

Rangfolge der verwendeten Fleischsorten



Laut der amPuls-Erhebung werden vor allem Charcuterieprodukte (20,5%), Rindfleisch (17,5%), Schweinefleisch (14,2%), Fisch (11,4%) und Geflügel (11,1%) ausser Haus konsumiert. Weniger beliebt sind Kalbfleisch (6,2%) und Würste (5,8%). Lamm (2%) und Wild (1,6%) kommen ausser Haus selten auf den Tisch. Bestätigt wird auch die Vorliebe der Westschweiz für Rindfleisch, welches mit einem Anteil von 22,6% auf Platz eins der Konsumrangliste steht.



Quelle: amPuls

### 2.2.3 Durchführung von Spezialitätenwochen

Spezialitätenwochen werden 2006 signifikant häufiger durchgeführt als noch 2001: 36% bieten sie an. Deutlich häufiger sind diese Wochen in Hotels und Restaurants anzutreffen sowie in Betrieben, die ihre Speisekarte aufgrund der Vogelgrippe geändert haben.

Zu 71% ist das Echo auf diese Anlässe positiv. Am häufigsten werden spezielle Länder- und Themenwochen sowie Wildwochen angeboten. Wer auf solche Anlässe verzichtet, begründet dies hauptsächlich damit, dass keine Nachfrage bestehe oder dies nicht zum Betrieb passe.

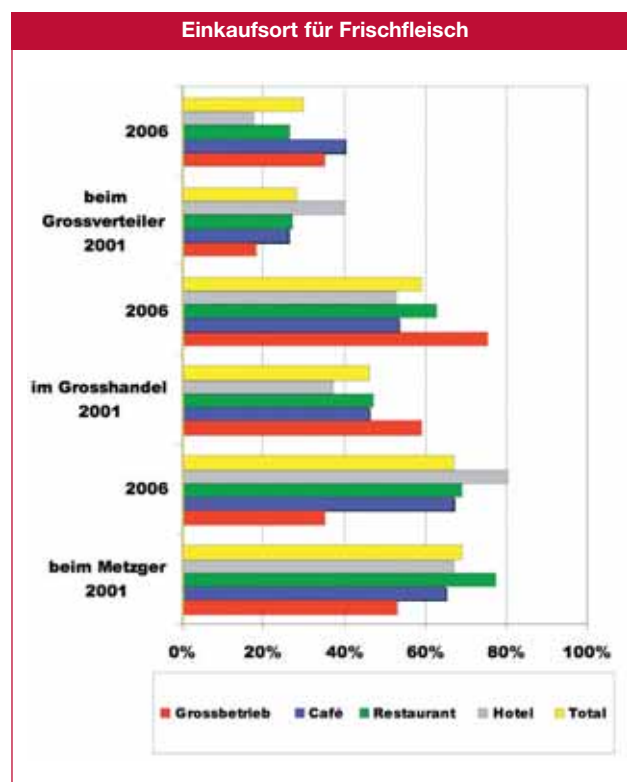
## 2.3 Einkauf von Fleisch

### 2.3.1 Einkaufsort

In der Mehrzahl der Fälle beziehen die Gastronomen ihr Fleisch aus verschiedenen Quellen. Wie 2001 zur Hauptsache vom Metzger (67%), gefolgt vom Grosshandel (59%) und vom Grossverteiler (30%). Damit hat der Einkaufsort Grosshandel deutlich an Bedeutung gewonnen. Beim Metzger und Grossverteiler wird unverändert

häufig eingekauft. Hotels kaufen Fleisch signifikant häufiger beim Metzger ein. In der Westschweiz und in Cafés wird häufiger beim Grossverteiler eingekauft. Die Gemeinschaftsverpflegung bevorzugt häufiger den Grosshandel.

Die Fleischsorte hat bei der Mehrzahl der Befragten keinen Einfluss auf die Wahl des Einkaufsortes. Das kommt 2006 noch deutlicher zum Ausdruck als in der Untersuchung von 2001. In der Westschweiz hat die Fleischsorte klar häufiger Einfluss auf die Wahl des Einkaufsortes.



### 2.3.2 Kauffrequenz

Die Gastronomen kaufen gleich häufig wie 2001 Fleisch ein, in der Mehrheit mehrmals wöchentlich, und das auch gleich häufig wie 2001. Insbesondere Hotels und Betriebe, die ihr Fleisch aus Spezial-/Labelprogrammen beziehen, kaufen mehrmals wöchentlich ein.

### 2.3.3 Kaufkriterien/Wichtigkeit Schweizer Herkunft

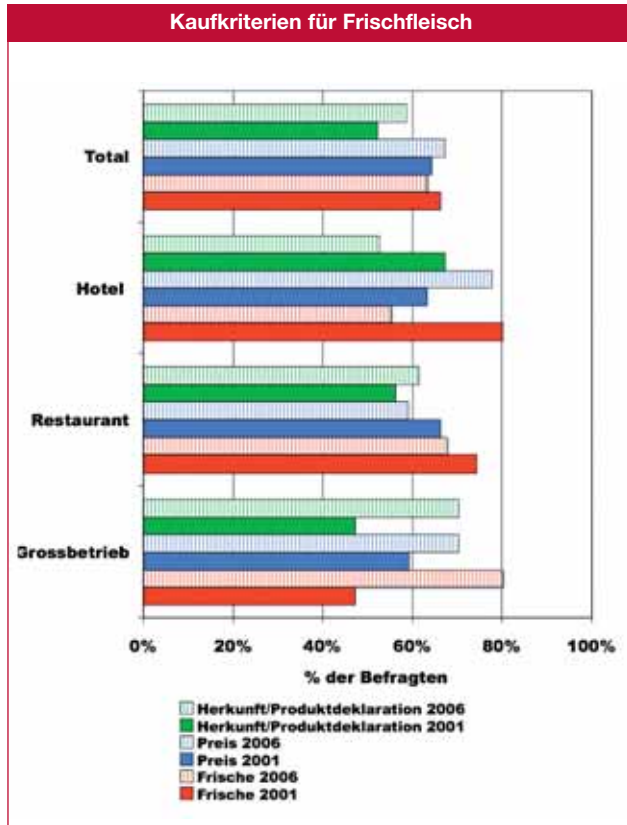
Die wichtigsten Kriterien beim Einkauf sind weiterhin der Preis und die Frische, gefolgt von Herkunft, Lebensmittelsicherheit und Qualität. Gegenüber 2001 ist die Herkunft/Produktdeklaration als Kaufkriterium signifikant wichtiger geworden.

Der Preis ist in Hotels deutlich häufiger ein Kaufkriterium, während die Frische und die Herkunft/Produktdeklaration bei Frauen und in Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung klar wichtiger ist.

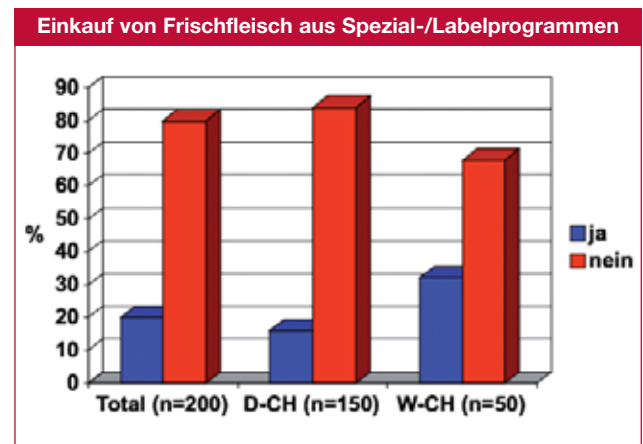
Wichtiger geworden sind der Preis (58%) und die Herkunft/Produktdeklaration (78%) für die Mehrheit der Befragten, die diese Kriterien als wichtige Kaufkriterien

erachteten. Dafür ist die Frische für die Mehrheit dieser Interviewpartner (52%) als Kaufkriterium gleich wichtig geblieben.

Die Wichtigkeit der Schweizer Herkunft von Frischfleisch ist gegenüber 2001 signifikant gestiegen. Für 77% ist diese ziemlich bis sehr wichtig, insbesondere in Cafés/Tea Rooms, in Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung und in Betrieben, die ihre Speisekarte aufgrund der Vogelgrippe geändert haben. Für Hotels gilt dies weniger.



programmen finden sich häufiger in der Westschweiz, in Hotels und tendenziell öfter in Betrieben, die Wert auf einen ausgewogenen Speiseplan legen. Als Grund für den Einkauf von Frischfleisch aus Spezial-/Labelprogrammen wird am häufigsten die gute, beste Qualität, die Herkunft des Fleisches und das Vertrauen in die Lieferanten genannt. Der Anteil des Einkaufs von Frischfleisch aus Spezial-/Labelprogrammen am Gesamteinkauf liegt bei den Befragten, die Frischfleisch aus solchen Programmen beziehen, signifikant höher als 2001 – bei durchschnittlich 60%.



### 2.3.4 Einkauf von Importware

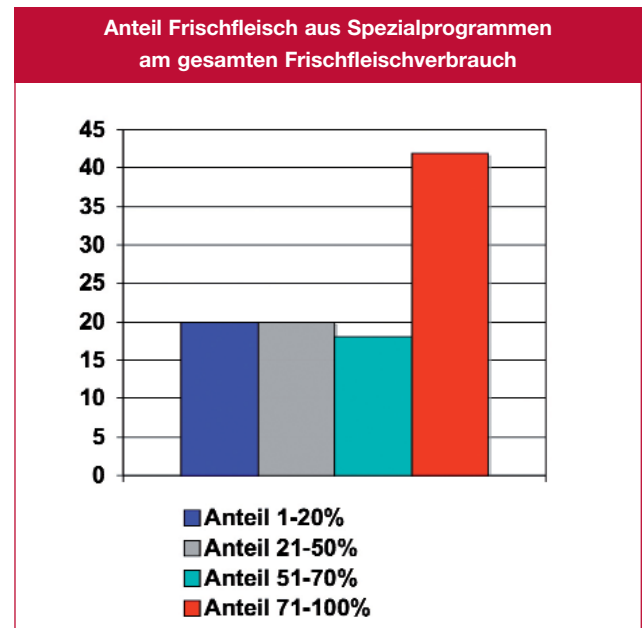
Die stärkere Bedeutung der Schweizer Herkunft von Fleisch zeigt sich bei den Importen: 62% der befragten Gastronomen kaufen zum Teil Importware ein, 2001 waren es noch 71%. Importware kaufen häufiger Hotels und Westschweizer Gastronomen ein.

Der Anteil der Importware am gesamten Fleischeinkauf ist weiterhin nicht sehr ausgeprägt. Bei 17% liegt der Anteil derjenigen, die über die Hälfte des gesamten Fleischeinkaufes importieren (2001: 14%). Auch dieser Anteil ist in der Westschweiz höher und in Betrieben, denen die Fleischherkunft unwichtig ist.

### 2.3.5 Einkauf aus Spezial- und Labelprogrammen

Tendenziell etwas geringer ist der Anteil derjenigen Befragten geworden, die Frischfleisch aus Spezial-/Labelprogrammen einkaufen (20% gegenüber 26% 2001). Das Programm, das in diesem Zusammenhang am häufigsten genannt wird, ist wiederum Swiss Prime.

Einkäufer von Frischfleisch aus Spezial-/Label-



Basis: alle Bezüger von Fleisch aus Spezialprogrammen. N= 40

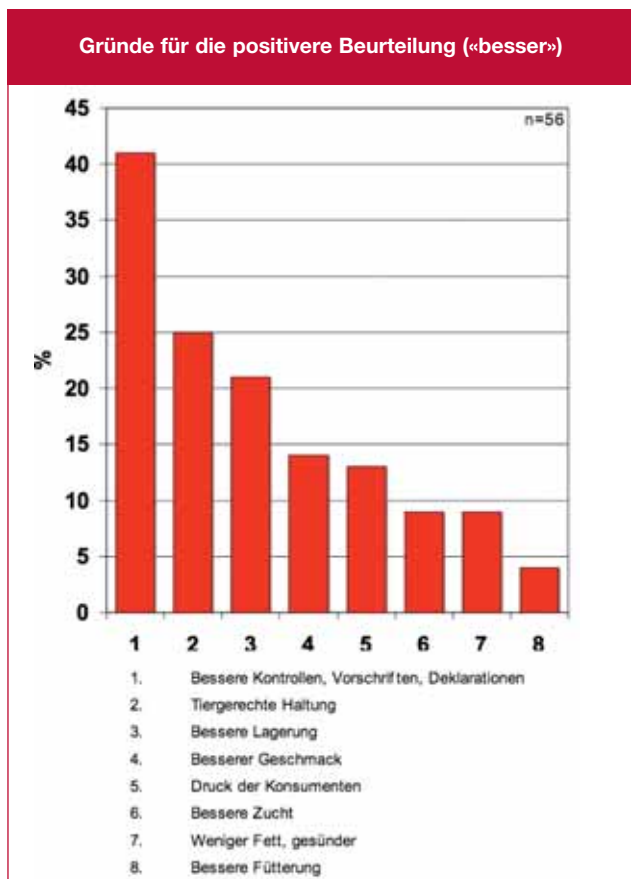
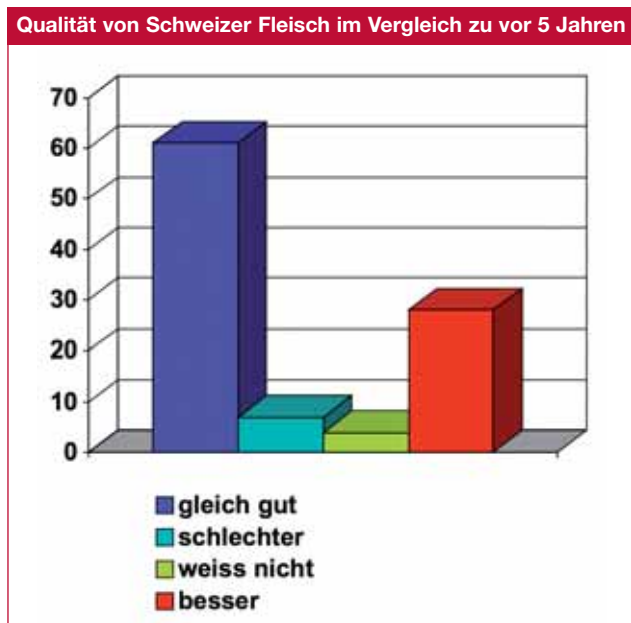
### 2.3.6 Kompromisse beim Einkauf

Wie 2001 müssen lediglich 13% ab und zu Kompromisse beim Fleischeinkauf eingehen. Dies sind häufiger Befragte aus Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung und Personen, die Wert auf einen ausgewogenen Speiseplan legen. Probleme sind in diesem Zusammenhang wiederum am häufigsten der Preis und die Lieferbarkeit.

## 2.4 Qualität von Fleisch

### 2.4.1 Qualität von Schweizer Fleisch

Die Qualität von Schweizer Fleisch wird von den Befragten insgesamt weiterhin als sehr gut eingeschätzt. Auf einer Siebner-Skala (1 = gar nicht gut, 7 = sehr gut) erhält Schweizer Fleisch die Durchschnittsbewertung 6,25. Besonders gut beurteilt wird Schweizer Fleisch in Betrieben mit Gemeinschaftsverpflegung, in der Deutschschweiz und von Gastronomen, denen die Fleischherkunft wichtig ist.



### 2.4.2 Qualitätsunterschiede zwischen verschiedenen Frischfleischsorten

Qualitätsunterschiede zwischen den verschiedenen Fleischsorten werden von 54% der Befragten festgestellt, signifikant weniger häufig als 2001. Folgende Betriebe stellen deutlich häufiger Unterschiede zwischen den Fleischsorten fest: Hotels, Befragte mit hoher Kauffrequenz (mehrmals wöchentlich), Befragte, die vorwiegend Fleisch aus Spezial-/Labelprogrammen einkaufen, und Betriebe, die ihre Speisekarte aufgrund der Vogelgrippe geändert haben.

Wie 2001 sind die wenigsten (7%) der Meinung, dass Schweizer Fleisch generell schlechter ist als vor fünf Jahren. Reduzierte Qualität und schlechtere Aufzucht werden diesbezüglich am häufigsten genannt. 28% (gleich wie 2001) sehen eine qualitative Verbesserung von Frischfleisch und führen das auf bessere Kontrollen, Vorschriften und Deklaration sowie tiergerechtere Haltung und bessere Lagerung zurück.

## 2.5 Produktdeklaration

### 2.5.1 Weitergabe der Produktdeklaration

Informationen zur Deklaration der Fleischprodukte finden sich zu 54% in der Speisekarte (2001: 63%), 16% geben sie mündlich, aber nur auf Anfrage weiter, und 9% mündlich ohne Anfrage.

Nach wie vor steht die Produktdeklaration in der Westschweiz deutlich seltener auf der Speisekarte, wird dafür aber häufiger mündlich weitergegeben. Informationen in der Speisekarte finden sich signifikant häufiger in Restaurants.

### 2.5.2 Interesse bei Gästen

Die Nachfrage seitens der Gäste ist nach wie vor eher gering. Noch weniger Gäste als 2001, nämlich 22%, fragen häufig oder manchmal nach der Deklaration. Das hängt allerdings wohl damit zusammen, dass die Informationen bereits in der Speisekarte stehen.

## 2.6 Thema Ernährung

### 2.6.1 Interesse an gesunder Ernährung

Das Interesse an gesunder und ausgewogener Ernährung ist 2006 deutlich stärker vorhanden: 68% bezeichnen es als stark (2001: 51%). Besonders Befragte mit hoher Kauffrequenz (mehrmals wöchentlich), Befragte, die vorwiegend Fleisch aus Spezial-/Labelprogrammen einkaufen, Betriebe, die auf einen ausgewogenen Speiseplan Wert legen, und Betriebe, die ihre Speisekarte aufgrund der Vogelgrippe-Diskussionen geändert haben.

### 2.6.2 Ausgewogener Speiseplan

Ausgewogene Menüs auf dem Speiseplan beachten die Gastronomen in der gleichen Art und Weise wie 2001: 62% achten nach eigener Einschätzung uneingeschränkt darauf, gut ein Viertel teilweise und lediglich 11% gar nicht.

Besonderen Wert auf die Ausgewogenheit ihrer Angebote legen Restaurants, Betriebe mit Gemeinschaftsverpflegung, Befragte, die vorwiegend Fleisch aus Spezial-/Labelprogrammen einkaufen, und Betriebe, die ihre Speisekarte aufgrund der Vogelgrippe geändert haben.

### **2.6.3 Wichtigkeit von Fleisch**

Die Bedeutung von Fleisch in der heutigen Ernährung ist gegenüber 2001 signifikant gestiegen. 86% erachten Fleisch in der heutigen Ernährung als wichtig. 2001 waren noch 72% der Gastronomen dieser Meinung. Wichtiger ist die Bedeutung bei Befragten aus der Gemeinschaftsverpflegung sowie aus Restaurants. In Hotels und Cafés/Tea Rooms wird sie etwas weniger hoch eingestuft.

Die Gründe für die Wichtigkeit von Fleisch bleiben unverändert: Die Gastronomen betonen am häufigsten die Bedeutung des Genusses und dass Fleisch «einfach dazugehört». Ferner weisen sie auf den Nährstoffgehalt von Fleisch hin und damit auf dessen gesundheitlichen Aspekt.

Personen, die Fleisch für unwichtig halten, verweisen wiederum auf die vorhandenen Alternativen.



**Proviande**

*Die Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft  
L'interprofession suisse de la filière viande*

[www.proviande.ch](http://www.proviande.ch)



*Finkenhubelweg 11 • Postfach • 3001 Bern  
Finkenhubelweg 11 • Case postale • 3001 Berne*

[www.schweizerfleisch.ch](http://www.schweizerfleisch.ch)