



3. Nationale Ackerbautagung
Qualitätsanforderungen aus Sicht
Detailhandel – heute und in Zukunft
Extrakt für Intranet

Christian Guggisberg, Leiter Beschaffung Food
Murten, 27. Januar 2016

Inhalte

- Worauf achten Konsumenten beim Einkauf?
- Weshalb kaufen Kunden bei Coop?
- Was bewegt die Konsumenten?
- Was ist den Konsumenten wichtig?
- Wie erkennen Konsumenten die Qualität?
- Wie hoch ist die Bedeutung von Bio-Produkten?
- Wie sage ich's den Kunden – Bedeutung der Labels?
- Was stellt Coop für Qualitätsanforderungen – heute und in Zukunft?
- Fazit

Worauf achten Konsumenten beim Einkauf?

Top3-Antworten

1. *Guter Geschmack/ Frische*
2. *Gute Qualität*
3. *Preis-/ Leistung*

Frage: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte beim Einkauf von Lebensmitteln?

Basis: 1001 Personen

*Quelle: Studie "Regional – eine Frage des guten Geschmacks";
März 2015*

Weshalb kaufen Kunden bei Coop?

Basis: 2013: 4'658 Kanalbesuche/ in %

Top3-Antworten

1. *Standort*
2. *Gewohnheit*
3. *Hat Produkte, die ich mag*

Quelle: Coop Marktforschung 2014

Was bewegt die Konsumenten?

– **Food safety**

- Mehr als 50% der Konsumenten machen sich beim Einkauf Gedanken zur Lebensmittelsicherheit.
- Pflanzenschutzmittel werden besonders kritisch beurteilt.
- Eine klare und unmissverständliche Deklaration ist sehr wichtig.

– **Herkunft**

- Informationen sollen sich neben dem Produktinhalt auch auf die Herkunft beziehen.

Quelle: Coop Marktforschung 2014

Pflanzenschutzmittel-Rückstände in Lebensmitteln

„Wahrnehmung von Pflanzenschutzmitteln und Lebensmittelrisiken“

1. Pflanzenschutzmittel werden **generell als riskant und schädlich für Mensch und Umwelt** eingestuft.
2. Die Einschätzung der **gesundheitlichen Gefährdung** ist von der landwirtschaftlichen Produktionsweise abhängig.
3. Die Bevorzugung von Produkten aus dem **ökologischen Landbau** korreliert mit Geschlecht und Alter: Frauen und Ältere betrachten Pflanzenschutzmittel kritischer als Männer und Jüngere.
4. Verbraucher sehen Pflanzenschutzmittel-Rückstände als **hohes Lebensmittelrisiko**.
5. Die **Risikowahrnehmung ist stark von den Medien gesteuert** – weniger von persönlichen Erfahrungen.

Methode: Telefonische Befragung von 1'003 Personen ab 14 Jahren in Deutschland.

Quelle: Deutsche Studie, 2009

Pflanzenschutzmittel-Rückstände in Lebensmitteln

„Umgang mit Pflanzenschutzmitteln“

1. Es besteht bei 50 Prozent der Verbraucher eine **Präferenz für ökologisch produzierte Lebensmittel**.
2. Medienberichte und andere Ereignisse mit Pflanzenschutzmitteln haben nur bei einer Minderheit der Bevölkerung zu konkreten **Verhaltensänderungen** geführt.
3. **Kinder im Haushalt** beeinflussen das Kaufverhalten zugunsten ökologisch produzierter Lebensmittel.
4. Pflanzenschutzmittel werden laut eigenem Bekunden im **eigenen Garten** kaum angewendet.

Methode: Telefonische Befragung von 1'003 Personen ab 14 Jahren in Deutschland.

Quelle: Deutsche Studie, 2009

Pflanzenschutzmittel-Rückstände in Lebensmitteln

„Wissen zu Pflanzenschutzmitteln“

1. Zwei Drittel der Bevölkerung gehen davon aus, dass **keinerlei Rückstände** von Pflanzenschutzmitteln in Lebensmitteln enthalten sein dürfen.
2. Immerhin 40 Prozent der Verbraucher gehen davon aus, dass konventionell produzierte Produkte ein **gesundheitliches Risiko** in sich tragen.
3. **Äpfel und Trauben** werden bei offener Abfrage am häufigsten von allen Obst- und Gemüsesorten mit Pflanzenschutzmitteln in Verbindung gebracht.

Methode: Telefonische Befragung von 1'003 Personen ab 14 Jahren in Deutschland.

Quelle: Deutsche Studie, 2009

Lebensmittelsicherheit

Beunruhigung über Themen zur Lebensmittelsicherheit

Frage: Inwieweit sind Sie persönlich über die folgenden Themen beunruhigt oder nicht beunruhigt? 5er Skala, wobei 1 für "nicht beunruhigt" und 5 für "beunruhigt" steht.

Basis: 1016 Personen / Skalenwerte 4+5

Top3-Antworten

- 1. Antibiotikaresistenzen*
- 2. Chemikalien in Lebensmitteln*
- 3. Gentechnisch veränderte Lebensmittel*

Was ist den Konsumenten wichtig

- Klare, wahrheitsgetreue Deklaration – "es ist drin was draufsteht"
- Herkunft (insbesondere Schweiz und Region)

Quelle: Coop Marktforschung 2014

Schweizer Herkunft (Coop Retail, 2015)

Milchprodukte, Käse und Eier

97%
Produktion /
Verarbeitung in CH

90%
Rohstoffe aus CH

Fleisch (inkl. Bell)

95%
Produktion /
Verarbeitung in CH

81%
stammt aus CH

Frische Früchte und Gemüse

70%
stammt aus CH

(nur Früchte &
Gemüse, die in CH
angebaut werden)

Brot- und Backwaren

94%
Produktion /
Verarbeitung in CH

73%
Rohstoffe aus CH

Wie erkennen Konsumenten die Qualität?

Synonyme für Qualität:

- ...ein frisches Aussehen
- ...das Haltbarkeitsdatum
- ...**die Herkunft**
- ...der Anbieter
- ...das Gütesiegel / Label
- ...der Hersteller
- ... Eindruck der Verpackung
- ...**Infos bzgl. Produktionskette**
- ...die Marke
- ... geringe Anzahl Zutaten
- ...**klare Nährwertdeklaration**
- ...ein eher hoher Preis



Wie hoch ist die Bedeutung von Bio-Produkten?

"Bio ist eine Erfolgsgeschichte: Seit 20 Jahren hält der Boom um Nahrungsmittel aus biologischer Landwirtschaft an. Doch der Erfolg birgt neue Gefahren. Durch das Wachstum des ehemaligen Nischenmarktes verliert die Marke Bio an Schärfe und Positionierung. Food-Skandale und Greenwashing bedrohen das Vertrauen der Kundschaft in die Anbieter. Und Labels wie Fair Trade, Slow Food, Premium, Vegan und Regional graben Bio das Wasser ab."

Quelle: "Das nächste Bio – Die Zukunft des guten Konsums" (GDI, 2014)



Kaufmotive Bio-Lebensmittel

Frage: Wenn Sie ein Bio-Lebensmittelprodukt kaufen, welcher von den folgenden 4 Aspekten ist für Sie persönlich am wichtigsten und welcher Aspekt ist am wenigsten wichtig? Basis: 975 Personen, die mindestens selten Bio-Lebensmittel kaufen

Top3-Antworten

- 1. Das Bio-Produkt ist frisch*
- 2. Das Bio-Produkt kommt aus der eigenen Region*
- 3. Das Bio-Produkt kommt aus der Schweiz*

Konsummotive Bio-Lebensmittel

Frage: Welcher von den folgenden 4 Aspekten ist für Sie persönlich beim Konsum von Bio-Lebensmitteln am wichtigsten und welcher Aspekt ist am wenigsten wichtig?

Filter: Personen, die mindestens selten Bio-Lebensmittel kaufen

Top3-Antworten

- 1. Bio-Lebensmittel enthalten keine Rückstände v. Schadstoffen*
- 2. ...fördere ich artgerechte Tierhaltung*
- 3. Bio-Lebensmittel sind natürlich*

Wie sage ich's den Kunden?

Obwohl immer wieder von Label-Salat/ Label-Wildwuchs die Rede ist, geniessen viele Labels im Detailhandel hohe Akzeptanz und verzeichnen jährlich steigende Umsätze.

Herkunft

- Schweizer Produkte
- Regionale Produkte
- Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung
- Convenience



Wie sage ich's den Kunden?

- **Weniger ist mehr – Einfachheit/Natürlichkeit**

Slow Food

pro
specie
rara

- **Vegetarische Produkte**

Karma

- **Produkte, die eine Geschichte erzählen**

Pro Montagna+

coop
FINE FOOD

Das grösste Label - Naturaplan

(Umsatzanteile Naturaplan 2014)



Top3

1. *Brot/ Backwaren*
2. *Fisch/ Seafood*
3. *Früchte & Gemüse*

Das kleinste Label - Unique



Labelverständnis (n=127).

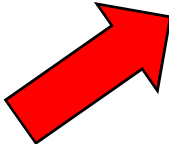
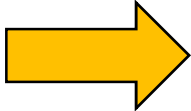
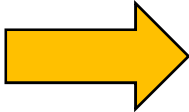
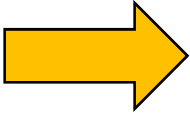
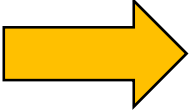
Frage: Für was stehen diese Labels für Sie? Welche zusätzlichen Leistungen bieten die Produkte dieser Labels Ihrer Meinung nach.

Top3-Antworten

1. *Krummes, missgebildetes Gemüse/ Ausschussware*
2. *Keine Verschwendung von Lebensmitteln/
Abfallvermeidung*
3. *Gute, tolle Idee*

Was stellt Coop für Qualitätsanforderungen – heute und in Zukunft

Innere Werte

- Höchstmögliche Lebensmittelsicherheit 
- Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben 
- Einhaltung der Fremd- und Inhaltstoffverordnung (FIV)
 - Unterschreitung der Toleranz und Grenzwerte 
 - BIO - frei von Rückständen chem./synthetischen Pflanzenschutzmitteln (PSM) und nicht zugelassener Hilfsstoffe
- Einhaltung der "guten Agrarpraxis" (GAP) 
- GVO-Freiheit bei allen Lebensmitteln 

strenger 

gleich 

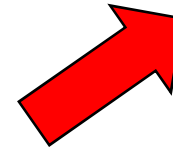
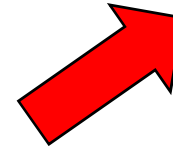
weniger streng 

Was stellt Coop für Qualitätsanforderungen – heute und in Zukunft


Innere Werte


- Reduktion der Anzahl eingesetzten PSM
 - z.B. Früchte und Gemüse
 - z.B. Blumen

- Reduktion des Antibiotika-Einsatzes
 - z.B. Kalbfleisch



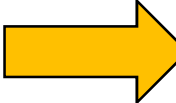
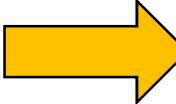
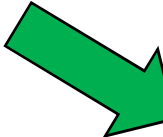
strenger 

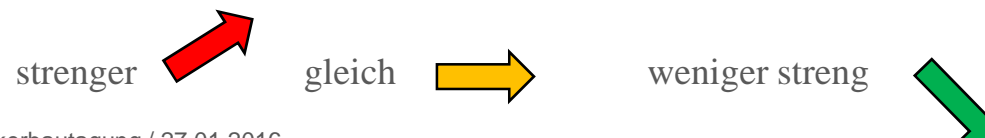
gleich 

weniger streng 

Was stellt Coop für Qualitätsanforderungen – heute und in Zukunft

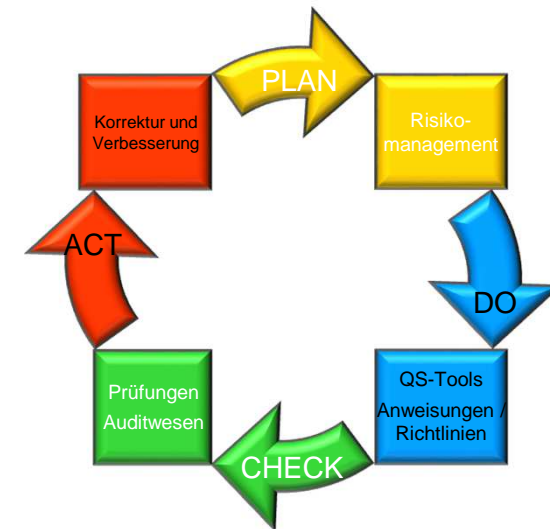
Äussere Werte

- Branchenstandards 
- Eigene Spezifikationen (generell) 
- Eigene Spezifikationen (situativ)
 - z.B. Früchte und Gemüse
 - Kalibrierung
 - Aussehen 



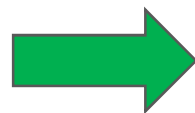
Qualitätsmanagement Coop

- Konzentration auf Kernprozesse
- gesamte Warenkette
- Definiert Qualitätsstandards
- Prüfungen im eigenen Zentrallabor und Audits eigener Experten "vom Feld bis ins Regal"
- Kontrolliert die Rückverfolgbarkeit aller Warenströme
- Vermeidung von Qualitätsproblemen und Einleiten von Korrekturmaßnahmen
- Zentrale Einheiten:
 - Q-Center in Pratteln
 - QS-Beschaffung in Pratteln
 -> Bezug Neubau 2017



Fazit

- Qualität ist zentral beim Kaufentscheid und gibt Vertrauen
- PSM-Rückstände werden als kritisch betrachtet/ Trend zu Bio hält an.
- Fehlende Qualität zerstört Vertrauen.
- Der Detailhandel und die Landwirtschaft leben vom Vertrauen.



**Qualität und Lebensmittelsicherheit
sind unser oberstes Gebot!**