

## **Bürgerinnenrat für Ernährungspolitik: Input IG Detailhandel**

Grösste Notwendigkeit für die Transformation hin zu einem nachhaltigen CH-Ernährungssystem:

- **Übermässiger Konsum tierischer Lebensmittel:** Produktion und Überkonsum tierischer Lebensmittel wirken sich negativ auf Umwelt und Gesundheit aus.
- **Zu viel Foodwaste auf allen Stufen:** Ein Drittel aller Lebensmittel landet im Abfall. Die für die Herstellung nötigen Ressourcen (Energie, Dünger, Pestizide etc.) wurden umsonst eingesetzt.
- **Bestehende, festgefahrene Strukturen:** Die Land- und Ernährungswirtschaft in der Schweiz und die damit verbundenen Konsummuster sind über Jahrhunderte gewachsen. Viele Arbeitsplätze hängen von diesen Strukturen ab; die Nutztierhaltung hat eine starke Tradition.

Grösste Hebel für die Transformation hin zu einem nachhaltigen CH-Ernährungssystem:

- **Weniger tierischer Lebensmittel essen**
- **Weniger Lebensmittel wegwerfen**
- **Offen sein für Innovationen, Aufklärung, Veränderungen**

Rolle des Detailhandels im Transformationsprozess:

- **Brücke** bilden zwischen Produktion/Verarbeitung (Angebot) und Konsumentinnen und Konsumenten (Nachfrage)
- Pflanzliche **Eiweissalternativen** weiter ausbauen («Erbseburger», Linsenpasta etc.)
- **Neue Produkte** entwickeln (industriell hergestelltes Fleisch aus Zellen; Lebensmittel aus Algen etc.), Potenzial neuer biotechnischer Methoden prüfen
- Konsumentinnen und Konsumenten transparent informieren: **Aufklärung und Deklaration** von Tierwohl, Umweltauswirkungen etc.
- Weiterhin eng mit Partnern aus der Landwirtschaft und Verarbeitung **zusammenarbeiten**, um gemeinsam neue Wege zu gehen

Offene Fragen, die sich der Detailhandel stellt:

1. Sollen wir der Kundschaft die völlige Wahlfreiheit lassen? Oder sollen wir selbst festlegen, was noch gegessen werden darf?
2. Wie begeistern wir Kundinnen und Kunden, Bauern, Verarbeiterinnen und letztlich auch uns selbst für neuen Methoden, Angebote und grosse Veränderungen?
3. Die Wünsche der Konsumentinnen und Konsumenten sind widersprüchlich: Fleisch vs. vegan; günstige Preise vs. gute Lieferantenpreise; grosse Auswahl vs. saisonal beschränktes Angebot. Auf wen sollen wir hören und unser Angebot ausrichten? Verlieren oder gewinnen wir Kundinnen und Kunden?