



Kampagne
Schweinehaltung in der Schweiz
Schlussbericht

Inhaltsverzeichnis

1.	Hintergrund	3
2.	Ziele.....	3
3.	Massnahmen	3
3.1	Animierte Videos zur Schweinehaltung.....	3
3.2	Vortrag an der STS-Tagung <i>Essen mit Herz</i>	5
3.3	Standauftritt am <i>Slow Food Market</i> in Zürich.....	5
3.4	Flyer für Restaurantgäste und GastwirtInnen.....	5
3.5	Unterstützung des Buchprojekts <i>Fleisch</i> von Anna Pearson	5
3.6	Unterstützung des Aufbaus der B2B-Plattform <i>Diversitas</i>	6
3.7	<i>KAGmagazin</i> -Schwerpunktheft 5/18 zur Kampagne.....	6
3.8	KAGfreiland-Website mit Hintergrundinformationen	6
4.	Kosten und Finanzierung	7
5.	Ausblick	7
6.	Projektteam.....	7

Die Kampagne

Schweinehaltung in der Schweiz 2018-2019

Schlussbericht vom Januar 2020

1. Hintergrund

Rund 2.75 Millionen Schweine werden in der Schweiz jährlich gezüchtet, gemästet und geschlachtet. Ihre Haltung, vor allem in der konventionellen Landwirtschaft ohne BTS und RAUS, ist ungenügend, rund 60 Prozent von ihnen kommen laut dem letzten Agrarbericht des Bundes nie ins Freie. Es fehlt insbesondere an Auslauf, Platz und Beschäftigungsmaterial. Zudem sind viele der modernen Rassen überzüchtet. Als Konsequenz leiden die Schweine unter Verhaltensstörungen, Atemwegserkrankungen, Kreislaufbeschwerden und Stressanfälligkeit. Die 2018 in Kraft getretenen gesetzlichen Verschärfungen bei der Perforierung des Bodens und beim Platzangebot ändern daran letztlich nichts. Auf diese Zustände machte KAGfreiland mit ihrer «Schweine-Kampagne» aufmerksam, um damit Veränderungen des Konsumverhaltens anzustossen.

2. Ziele

Die Kampagne sprach als Zielgruppe jüngere, urbane KonsumentInnen im Alter von 25-50 Jahren an; eine Gruppe, die sich bereits mehr oder weniger stark mit der Herkunft ihres Essens beschäftigt und bei welcher Nachhaltigkeit, Tierwohl und Regionalität einen hohen Stellenwert haben. Dabei sollten auch KonsumentInnen ausserhalb des KAG-Mitgliederpools angesprochen und erreicht werden.

Folgende Ziele wurden für die Kampagne festgelegt:

- Konsumentinnen und Konsumenten der Zielgruppe wissen mehr über die Haltungsansprüche von Schweinen und die entsprechenden Missstände in der Schweiz.
- Sie kennen Label mit guter Schweinehaltung und deren Auswirkungen auf die Fleischqualität.
- Sie werden bestärkt, Fleisch aus nachhaltiger und tierfreundlicher Produktion bewusst und in reduziertem Mass zu konsumieren.
- Sie fragen im Restaurant nach der genauen Herkunft des Fleisches.
- Der Bekanntheitsgrad von KAGfreiland in der Zielgruppe steigt.

3. Massnahmen

3.1 Animierte Videos zur Schweinehaltung

In Zusammenarbeit mit der Illustratorin und Gamedesignerin Melanie Vetterli wurden insgesamt sechs animierte Kurzfilme realisiert. Der Stil ist verspielt und humorvoll; so werden die unschönen Realitäten der Schweinehaltung gezeigt und beim Namen genannt, ohne zu schockieren. Gleichzeitig wird Sympathie und Respekt für das Nutztier Schwein geweckt. Die Texte in kritisch-lakonischem, aber freundlichem Ton wurden von KAGfreiland verfasst und von einem professionellen Sprecher vertont. Hinterlegt ist bei allen Videos eine kurze Blasmusiksequenz im Stil einer Zirkusmusik.

Die animierten Videos nehmen zwei Aspekte des Themas auf:

1. Aus dem Leben eines Mastschweins

Die Kurzfilme von 1.5 bis 2.5 Minuten Dauer erläutern das Thema mit animierten Bildern und Off-Stimme. Die Grundbotschaft wird zum Schluss der Filme eingeblendet: "Pro Jahr werden in der Schweiz mehr als 2.5 Millionen Schweine gemästet. Wir sollten ihnen ein gutes Leben ermöglichen."

- **Stationen eines Schweinelebens:** 2 Min 27 Sekunden
Botschaft: Das Leben eines Mastschweins ist von der Geburt bis zur Schlachtung vorgezeichnet. Jede Station ist optimiert und auf Leistung getrimmt. Sehen Sie hier also das Leben eines Mastschweins im Schnelldurchlauf... Es wird die Geschichte von Olaf, einem Mastschwein, von der künstlichen Zeugung bis zum Schinken auf dem Teller gezeigt.
- **Freiheit:** 1 Min 34 Sekunden
Botschaft: Die Schweinehaltung ist in der Schweiz trotz international führenden Standards längst nicht artgerecht, zumindest in der konventionellen Haltung, die immer noch weit verbreitet ist. Wir zeigen Ihnen, wie ein Schweizer Mastschwein lebt und wie es gerne leben würde... Die konventionelle Stallhaltung wird der Freilandhaltung gegenübergestellt.

2. Was Sie schon immer über Schweine wissen wollten

Die Kurzclippings von unter 1 Minute Dauer kommen ohne gesprochenen Text aus. Vertont sind lediglich einige Lautäusserungen der Schweine. Die Grundbotschaft aller Kurzclippings wird als Text eingeblendet: "In der Schweiz werden gerade jetzt fast 1.5 Millionen Schweine gehalten. Wir sollten ihnen ein gutes Leben ermöglichen."

- **Die Nase:** 44 Sekunden
Schweine haben eine super Trüffelspürnase.
- **Schwimmer:** 34 Sekunden
Schweine sind ausgezeichnete Schwimmer.
- **Schlamm:** 48 Sekunden
Suhlen schützt vor Insekten und Sonne.
- **Schach:** 46 Sekunden
Ein Quietschball reicht nicht als Beschäftigung. Schweine sind hochintelligent!

Die Filme wurden über folgende Kanäle gestreut:

- Instagram (3 Kurzfilme, total 166 Aufrufe)
- Facebook (2 Kurz- und 2 Langfilme, 2 x bezahlte Streuung, total 9'855 mal angesehen)
- Youtube (alle Filme, total 1199 Aufrufe bis 9.1.2020)
- Newsletter (Links in 2 NL, total 78 Klicks)
- Webseite (alle Filme, keine Zahlen)

Ausserdem wurden die Filme an den Standauftritten am *Slow Food Market* vom 16.-18. November 2018 in Zürich sowie am *Filme für die Erde-Festival* vom 20. September 2019 in St. Gallen auf einem Monitor dem Publikum gezeigt. Aus Videostills wurden zudem vier Grusskarten mit den Sujets "Viel Glück" (Schwimmer), "Alles Liebe zum Geburtstag und ganz viel Schwein" (Schlamm), "viel Erfolg" (Schach) sowie "Sauviel Glück im neuen Jahr" (Freiheit) gestaltet und als Kartenset Mitgliedern und SpenderInnen zum Kauf angeboten. Die Videos sind weiterhin auf der KAGfreiland-Website sowie auf Youtube verfügbar und werden bei KAGfreiland-Auftritten eingesetzt.

3.2 Vortrag an der STS-Tagung *Essen mit Herz*

KAGfreiland beteiligte sich mit einem Referat zum Thema Bio-Qualität und Tierwohl an der 2. Gastro-Fachtagung *Essen mit Herz* des Schweizer Tierschutz STS, die am 28. September 2018 in Olten stattfand.

3.3 Standauftritt am *Slow Food Market* in Zürich

KAGfreiland nahm vom 16. bis 18. November 2018 am *Slow Food Market - Messe des guten Geschmacks* in der Messe Zürich teil. Sie war dort Teil einer Gemeinschafts-Plattform von Bio Suisse und bot Schinken vom Alp-Weideschwein an, der vor Ort mit einer professionellen Handrad-Schneidmaschine tranchiert wurde. Das Probiererli diente als Aufhänger, um den Besuchern die Vorzüge der Weidehaltung und die Missstände in der konventionellen Schweizer Schweinehaltung zu erläutern. Das Angebot stiess auf reges Interesse.

Weiter wurden am KAGfreiland-Stand die animierten Videos auf einem Monitor gezeigt und das Publikum mit einem Wettbewerb eingeladen, sich die Filme genau anzusehen. Rund 50 BesucherInnen nahmen am Wettbewerb teil, besonders auch Kinder fühlten sich angesprochen. Weiter verteilten wir Infomaterial über die Arbeit von KAGfreiland sowie Grusskarten und führten viele aufschlussreiche Gespräche. In den drei Messetagen konnten einige hundert Publikumskontakte realisiert werden.

3.4 Flyer für Restaurantgäste und GastwirtInnen

Im Gastrobereich ist Fleisch aus tierfreundlicher Haltung nach wie vor wenig verbreitet. Nur ganz wenige Restaurants bieten Label-Fleisch an, und KonsumentInnen fragen zuwenig danach. Um Restaurantgäste zu motivieren, nach der Herkunft des Fleisches zu fragen, produzierten wir einen Flyer im Postkartenformat unter dem Titel "Woher stammt mein Burger?" Er enthält eine "Anleitung zum Reden über die Herkunft von Fleisch" und gleichzeitig eine Mitteilungskarte an die GastwirtInnen, mit welcher die Gäste ihren Wunsch nach tierfreundlich produziertem Fleisch dem Personal abgeben oder mit dem Trinkgeld hinterlassen können.

Die Karte wurde dem KAGmagazin 4/19 mit einem begleitenden Text beigeheftet sowie am Filme für die Erde-Festival in St.Gallen unter dem Publikum verteilt. Einige Dutzend Karten wurden von KAGmagazin-LeserInnen nachbestellt, und die Idee wurde von der österreichischen Partnerorganisation Bio Austria für deren Mitgliederzeitschrift adaptiert.

3.5 Unterstützung des Buchprojekts *Fleisch* von Anna Pearson

Mit der Foodbloggerin und Kochbuchautorin Anna Pearson arbeitete KAGfreiland bereits im Rahmen der Kampagne *All of it* zusammen. Anna Pearson plant ein grösseres Kochbuchprojekt mit dem Arbeitstitel *Fleisch*. Das Buch soll nicht nur Rezepte enthalten, sondern grundsätzlich sensibilisieren für das Produkt Fleisch, seine Herstellung, Verarbeitung und Zubereitung, und besonders für den Einfluss der Tierhaltung auf die Qualität des Endprodukts Fleisch, wie auch die ökologischen Zusammenhänge. Begleitend zum Buch ist eine Website mit Rezepten, Veranstaltungen und ProduzentInnen-Infos vorgesehen, ausserdem Postkarten als Give-Away mit der Präsentation wenig bekannter Fleischstücke/Cuts und den passenden Rezepten dazu.

KAGfreiland hat eine finanzielle Unterstützung des Buchprojekts zugesagt und wird an dessen Entstehung, Bewerbung und an Begleitmassnahmen mitwirken. Mitte 2019 fand eine Besprechung mit Anna Pearson statt, an der sie informierte, dass die Finanzierung des umfangreichen Vorhabens mehr Zeit brauchte als geplant und daher die Erscheinung des Buches neu auf Ende 2020 geplant ist. Den von KAGfreiland zugesagten Beitrag werden wir zweckgebunden zurückstellen.

3.6 Unterstützung des Aufbaus der B2B-Plattform *Diversitas*

Die vom Unternehmer Tobias Zihlmann initiierte Business-to-Business-Plattform www.diversitas.ch will die Spitzengastronomie mit ProduzentInnen hochwertiger Lebensmittel direkt verknüpfen. Auf der Plattform sollen exklusive Produkte für die Gastronomie zu attraktiven Bedingungen von ProduzentInnen direkt angeboten werden; diese stellen sich mit ihrer Philosophie und ihrer Arbeitsweise sowie ihren Produkten auf der Plattform persönlich vor. Als Pilotversuch wurde bisher eine geschlossene Facebook-Gruppe gegründet, auf der erste Kontakte und Geschäfte realisiert werden. KAGfreiland konnte ein Angebot von natura beef von einem Toggenburger KAGfreiland-Betrieb auf der Plattform platzieren. 2020 soll die Web-Plattform öffentlich lanciert werden. KAGfreiland unterstützt Diversitas als Partnerorganisation und bietet ihren ProduzentInnen den Zugang für das Angebot ihrer Produkte.

3.7 KAGmagazin-Schwerpunktheft 5/18 zur Kampagne

Die Ausgabe des KAG-Mitgliedermagazins vom November 2108 wurde mit dem Titel SAUWOHL?! der Kampagne gewidmet. Das Heft enthielt folgende Beiträge zur Kampagne:

- Editorial zu den animierten Videos
- Sauwohl?!: Missstände in der Schweinehaltung
- Geschmack der Weite: KAGfreiland am *Slow Food Market* in Zürich
- Faszination Alpsäuli: Interview mit Andres Weber, Agronomiestudent ETH und Praktikant bei KAGfreiland im Alpsäuli-Projekt
- Vergessene Tradition mit Zukunft? Zu Besuch bei den Waldweideschweinen in Schwäbisch Hall.
- Eber eben: die Ebermast funktioniert. KAGfreiland machts vor.
- Buchtipps: Schweine - ein Portrait.

3.8 KAGfreiland-Website mit Hintergrundinformationen

Auf der KAGfreiland-Website wurde eine Kampagnenseite mit Hintergrundinformationen zu den folgenden Themen aufgeschaltet:

- Missstände: Die Probleme in der Schweizer Schweinehaltung werden ausführlich dargelegt, mit Link zu den Rechtsgrundlagen.
- Weidehaltung: Varianten der Freilandhaltung von Schweinen, ihre Vor- und Nachteile. Zu bestellen: Merkblatt Freilandschwein, gemeinsam erarbeitet und publiziert mit Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL und Bio Suisse.
- Über das Hausschwein: Ausführlicher Steckbrief des seit rund 9000 Jahren domestizierten Nutztiers.
- *Sauwohl*-Filme: die animierten Videos stehen zur Ansicht mit einführenden Kommentaren.

4. Kosten und Finanzierung

Die Kosten für die zweijährige Kampagne beliefen sich auf CHF 38'988.95.-, wovon drei Viertel durch Beiträge von Stiftungen und projektbezogene Einzelspenden gedeckt werden konnten. Ein Viertel wurde in Eigenleistung von KAGfreiland erbracht.

Projektaufwand und Finanzierung 2018-2019	Aufwand CHF	Ertrag CHF
Konzeption, Planung, Koordination, Fundraising, Evaluation; Arbeitsaufwand KAGfreiland	7806.25	
Produktion Filme	12'091.45	
Standaktion Slow Food Messe	2'285.55	
Rückstellung für Buch "Fleisch"	5000.00	
Druckmaterial	989.40	
Öffentlichkeitsarbeit inkl. KAGmagazin	10'774.80	
Spesen	41.50	
Total Projektaufwand	38'988.95	
Unterstützung durch Stiftungen		21'000.00
Einzelspenden zweckgebunden		7665.00
Übertrag aus Alpsäuli-Projekt		862.83
Total Projektertrag		29'527.83
Eigenleistung KAGfreiland		9461.12
Total Finanzierung		38'988.95

5. Ausblick

Mit den aufgeführten Massnahmen wird die Kampagne *Schweinehaltung in der Schweiz* Ende 2019 offiziell abgeschlossen. Die Ergebnisse in Form von Texten auf der Website, Kurzfilmen und Gastro-Flyer bleiben weiterhin verfügbar. Weitergeführt werden auch die Unterstützung der Plattform *Diversitas* und des Buchprojekts *Fleisch* von Anna Pearson.

6. Projektteam

- Pascal Girod *Kampagnenleitung bis Januar 2019*
- Christine Fehr *Kampagnenleitung ab Februar 2019*
- Dr. Tanja Kutzer *Tierhaltung & Tierprojekte*
- Melanie Vetterli *Illustration und Film*
- Unterstützung aller Mitarbeitenden der Geschäftsstelle *Ideen und Mithilfe am Slow Food Market*