

# Direktverkauf und kurze Lieferketten Produzenten und Konsumenten einander näherbringen



# Fédération romande des consommateurs (Westschweizer Konsumentenverband)

Von den Konsumenten und für sie gegründeter und finanzierter Verband.

Als gemeinnützig anerkannt - völlig unabhängig.

Drei Hauptaufgaben:

- **UNTERSTÜTZUNG/BERATUNG** des Konsumenten
- **INFORMATION** in klarer, objektiver und unabhängiger Form
- **VERTRETUNG** der Konsumenten gegenüber politischen und wirtschaftlichen Entscheidungsträgern

# Fédération romande des consommateurs

## Handlungsfelder

### 1. Vertretung der Konsumenteninteressen

- **Kantone:** kantonale Sektionen der FRC
- **Bund:** Zusammenschluss von Konsumentenorganisationen, politischen Instanzen, eidgenössischen Kommissionen, NGO-Netz
- **International:** Europäischer Verbraucherverband (BEUC), International Consumer Research and Testing (ICRT)

### 2. Information, Gehör und Beratung für Konsumenten

- **Informieren:** [frc.ch](http://frc.ch) und Zeitschrift *FRC Mieux Choisir*  
100 % ohne Werbung; unabhängige Tests und Umfragen
- **Interagieren:** Individuelle Beratung und Vorträge

# Kontext: Ernährung

- Angesichts von Globalisierung und Industrialisierung muss man wissen, was man isst, zum Ursprünglichen zurückfinden.
  - Herkunft = wichtigstes Auswahlkriterium für Lebensmittel\*
  - Wichtigste Erwartung an die Schweizer Landwirtschaft: naturnah produzierte Lebensmittel\*\*
  - Schweizer Produkte kaufen, um die schweizerische Landwirtschaft zu unterstützen\*\*\*
- Covid-19: Bedarf an gesunden Lebensmitteln, an Vertrauen
  - 62 % der Konsumenten wollen häufig Schweizer Produkte konsumieren (+ 9), 53 % regionale (+ 8)\*\*\*\*

\*Quellen: Eurobaromètre 91.3, Juni 2019; FRC Mitgliederumfrage, Uni NE 2012

\*\*Quelle: Hochschule Luzern, August 2015

\*\*\*Quelle: Pratiques de consommation en Suisse romande, Uni Neuenburg 2012

\*\*\*\*Quelle: Hochschule Luzern, April 2020

# Direktverkauf: die Vorteile für die Konsumenten



- Rückverfolgbarkeit bis zum Konsumenten
- Information über die Produktionsart
- Nicht genormte Produkte
- Lokale Sorten, Vielfalt
- Transparente Margen
- Saisonale Produkte
- Wenig verarbeitete Lebensmittel

# Lokale Versorgung: Ansätze für die Zukunft

- Den Direktverkauf näher zu den Lebens- und Durchgangsräumen der Konsumenten bringen
- Den Zugang auch ausserhalb der Arbeitszeit erleichtern
- Die Märkte bündeln, Dauermärkte einführen
- Dem Grosshandel Marktanteile abnehmen
- Die Erwartungen der Konsumenten berücksichtigen

# Schlussfolgerungen

- Die Konsumenten brauchen gesunde, rückverfolgbare, schmackhafte, natürliche, vertrauenswürdige Lebensmittel.
- Der Direktverkauf ist der Anfang einer Reaktion auf diese Erwartungen.
- Die Schweizer Landwirtinnen und Landwirte profitieren von einem Vertrauenskapital seitens der Konsumenten.
- Durch weitere Annäherung von Konsumenten und Produzenten lassen sich künftige Krisen bewältigen.

**DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT**