

ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
DEPARTEMENT LIFE SCIENCE UND FACILITY MANAGEMENT
INSTITUT FÜR UMWELT UND NATÜRLICHE RESSOURCEN

**Naturparkwirte: Verstärkte Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette Fleisch
im regionalen Naturpark Schaffhausen**



Bachelorarbeit

von Siegrist Jasmin

Bachelorstudiengang 2013, Umweltingenieurwesen

Biologische Landwirtschaft und Hortikultur

Abgabetermin 06.04.2017

1. Korrektorin:

Sonja Trachsel, ZHAW Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen, Grüntal, 8820

Wädenswil

2. Korrektorin

Lisa Landert, Verein Regionaler Naturpark Schaffhausen, Hauptstrasse 50, 8217 Wilchingen

Naturparkwirte: Verstärkte Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette Fleisch im regionalen Naturpark Schaffhausen

Bachelorarbeit

Impressum

Bild Titelseite: Sicht auf die Landschaft im Regionalen Naturpark Schaffhausen
Quelle: Eigenes Bild, aufgenommen in Rüdlingen, Kanton Schaffhausen im März 2017

Schlagworte (Keywords)

Regionaler Naturpark Schaffhausen, Wertschöpfungskette, Warenfluss, Fleisch, Naturparkwirte
Label

Zitiervorschlag

Siegrist, J. (2017): Naturparkwirte: Verstärkte Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette Fleisch im regionalen Naturpark Schaffhausen, Bachelorarbeit, Umweltingenieurwesen. Wädenswil: Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW)

Adresse

Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW)
Institut für Umwelt und Natürliche Ressourcen
Grüntal, Postfach; 8820 Wädenswil

Zusammenfassung

Ein zentrales Ziel des Regionalen Naturparks Schaffhausen ist die Stärkung der regionalen Wertschöpfung in Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus. Da sich der Park noch in der Errichtungsphase befindet, welche in diesem Jahr abgeschlossen wird, ist über die Wertschöpfungsketten im Naturpark noch sehr wenig bekannt. Zudem variieren der Anteil und die Sichtbarkeit von regionalen Produkten in der Gastronomie sehr stark innerhalb des Parkgebietes, was eine gezielte Förderung der regionalen Wertschöpfung zusätzlich erschwert. Im Rahmen dieser Arbeit wird die regionale Wertschöpfungskette Fleisch und Fleischprodukte stellvertretend für die zahlreichen Wertschöpfungsketten im Naturpark analysiert. Es wird zudem die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure – den Besitzern von Metzgereien und Gastronomiebetrieben - anhand von Interviews mit diesen beurteilt.

Bei der Förderung der regionalen Wertschöpfung geht es hauptsächlich darum, den Absatz von Produkten aus der Region zu stärken. Eines der grössten Hindernisse stellen dabei die Grenzen der künstlich erschaffenen Region Naturpark Schaffhausen dar. Für die Metzgereien ist es sehr schwierig, das Fleisch nach der Herkunft auf Gemeindeebene zu unterscheiden. Eine Erweiterung der ursprünglichen Herkunftsregion Naturpark Schaffhausen ist daher praktisch unumgänglich.

Die regionale Verfügbarkeit von Rohmaterial ist im Allgemeinen ziemlich gut, mehr als die Hälfte stammt aus dem Parkgebiet und weitere rund 25% aus dem Gebiet Culinarium Ost. Jedoch ist bei Geflügel- und Pferdefleisch aktuell keine Versorgung innerhalb des Naturparks möglich, daher muss in diesen beiden Bereichen eine weiterführende Analyse gemacht werden.

Die Zusammenarbeit zwischen Metzgereien und Gastronomiebetrieben wird unterschiedlich bewertet und die Abhängigkeiten der beiden Akteure voneinander sind sehr ungleich. Durch die Einführung des Labels Naturparkwirte soll die Verhandlungsposition der Metzgereien verbessert und die Abhängigkeit derjenigen der Gastronomen angeglichen werden. Dadurch wird, wie von beiden Akteuren gewünscht, die Zusammenarbeit intensiviert und beide Akteure wären bestrebt, einheitlich vor dem Kunden aufzutreten und gegenseitig Werbung zu machen, da beide direkt vom Erfolg des anderen profitieren könnten.

Abstract

One essential goal of the regional nature park Schaffhausen is to strengthen the regional value creation in agriculture, trade and tourism. As the park's establishment phase will only be completed by the end of this year, little is known about the value chain in the nature park. This and the fact that the amount and visibility of regional products vary very strong among the restaurants in the park make it quite difficult to specifically support the regional value creation in the nature park.

In the course of this paper the regional value chain of meat and meat products, representative for the various value chains in the nature park, will be analyzed closely. Additionally, the cooperation of the involved actors - the owners of butcheries and restaurants - will be assessed based on interviews conducted with them.

Strengthening the regional value creation has a lot to do with increasing the sales of regional products. Among the greatest obstacles to this are the borders of the artificially created Region of the nature park Schaffhausen. It is almost impossible for butcheries to distinguish meat from one municipality to meat from another one. It is therefore nearly inevitable to widen the region of origin of the park.

The regional availability of raw material is generally quite good, more than half of it originates from the park area, and another 25% come from the region Culinarium Ost. However, poultry and horsemeat from the park area are not available. Further analysis is needed on this topic.

While the cooperation between butcheries and restaurants is perceived differently, the dependencies from one another vary as well. The implementation of the label Naturparkwirte is supposed to strengthen the position of butcheries in negotiations and to lower their dependency from restaurants. As wished by both actors their cooperation would then be intensified and they would both be urged to appear uniformly in front of customers and promote each other's businesses as they would also benefit from each other's success.

Inhalt

Zusammenfassung	3
Abstract	4
1 Einleitung.....	7
2 Hintergrundinformationen zum Regionalen Naturpark Schaffhausen und der regionalen Wertschöpfung.....	8
2.1 Regionaler Naturpark Schaffhausen	8
2.2 Regionale Wertschöpfung.....	10
2.3 Grundmodell Wertschöpfungskette	12
2.4 Relevante Akteure entlang der Wertschöpfungskette.....	13
2.4.1 Landwirtschaftsbetriebe	14
2.4.2 Metzgereien.....	15
2.4.3 Gastronomiebetriebe	15
2.4.4 Ausgewählte Betriebe für Experteninterview.....	16
3 Material und Methoden	17
3.1 Experteninterview	17
3.1.1 Erstellen des Leitfadens.....	17
3.1.2 Vorgehensweise bei der Auswahl der Interviewpartner.....	17
3.1.3 Erprobung Leitfaden	18
3.1.4 Durchführung des Interviews	18
3.1.5 Transkription.....	18
3.2 Datenanalyse des Experteninterview	18
4 Ergebnisse.....	19
4.1 Zusammenarbeit.....	19
4.1.1 Metzgereien.....	19
4.1.2 Gastronomiebetriebe	20
4.2 Regionale Wertschöpfungskette / Warenfluss.....	20
4.2.1 Metzgereien.....	20
4.2.2 Gastronomie	25

4.3	Naturparkwirte Richtlinien	26
5	Diskussion und Schlussfolgerung	27
	Literatur	32
	Abbildungsverzeichnis	34
	Tabellenverzeichnis	35

1 Einleitung

Zur Erhaltung der Schweizer Natur- und Kulturlandschaft gibt es zahlreiche Pärke, welche unter dem Label Schweizer Pärke vereinigt sind. Der Regionale Naturpark Schaffhausen ist einer von drei sogenannten Parkkandidaten (Netzwerk Schweizer Pärke, 2017). Ein zentrales Ziel des Parkes ist die Stärkung der regionalen Wertschöpfung in Landwirtschaft, Gewerbe und Tourismus (Naturpark Schaffhausen, 2014). Da sich der Park noch in der Errichtungsphase befindet, welche in diesem Jahr abgeschlossen wird, ist über die Wertschöpfungsketten im Naturpark noch sehr wenig bekannt. Zudem variiert der Anteil und die Sichtbarkeit von regionalen Produkten in der Gastronomie sehr stark innerhalb des Parkgebietes. Dies macht es sehr schwierig die regionale Wertschöpfung gezielt zu fördern und zu stärken.

Im Rahmen dieser Arbeit wird die regionale Wertschöpfungskette Fleisch und Fleischprodukte stellvertretend für die zahlreichen Wertschöpfungsketten im Naturpark analysiert. Es wird zudem die Zusammenarbeit der beteiligten Akteure beurteilt. Die Datengrundlage hierfür wird durch Interviews mit Experten aus den Bereichen Metzgereien, Gastronomiebetrieben und allenfalls Landwirtschaftsbetrieben geschaffen.

Damit können die Bedürfnisse der Gastronomen und Metzgereien ermittelt und entsprechende Vorschläge zur Verbesserung der Zusammenarbeit entlang der gesamten regionalen Wertschöpfungskette Fleisch und Fleischprodukte gemacht werden. Resultierend aus diesen Erkenntnissen werden anschliessend Richtlinien für ein Label Naturparkwirte entworfen, welches dazu beitragen soll, einen hohen Anteil an regionalen Produkten und eine Verbesserung deren Sichtbarkeit in der Gastronomie zu realisieren. Nach dem Vorbild der Naturparkwirte im Naturpark Südschwarzwald, sollen so ab Mitte 2017 erste Gastronomen mit dem Naturparkwirte-Label ausgezeichnet werden können. Die vorliegende Arbeit ist damit ein wichtiger Meilenstein in der Erarbeitungsphase des Labels Naturparkwirte im Regionalen Naturpark Schaffhausen.

2 Hintergrundinformationen zum Regionalen Naturpark Schaffhausen und der regionalen Wertschöpfung

2.1 Regionaler Naturpark Schaffhausen

Der Regionale Naturpark Schaffhausen zeichnet sich durch seine vielfältige Landschaft aus (Abbildung 1). Die Hügel des Reiats und des Randens, die Rheinlandschaft und die Ebene des Klettgaus formen unterschiedlichste und wertvolle Lebensräume. Die Reben und die verschiedenen Ackerbauflächen widerspiegeln die Vielfalt und Verbundenheit mit der Landwirtschaft (Naturpark Schaffhausen, 2014). Mit diesen landwirtschaftlichen und natürlichen Werten erfüllt der Regionale Naturpark Schaffhausen gemäss dem Label Schweizer Pärke die erste Voraussetzung für einen Park. Die zweite Voraussetzung betrifft die Beteiligung der Bevölkerung. Einerseits muss der Anstoss für einen Park aus der Bevölkerung stammen und andererseits muss die Beteiligung während der einzelnen Phasen der Entstehung eines Parkes von der Bevölkerung und den Interessensgruppen sichergestellt sein. Des Weiteren sind die beteiligten Gemeinden entscheidend in die Trägerschaft eingebunden (Netzwerk Schweizer Pärke, 2017). Der Ursprung der Idee des Regionalen Naturpark Schaffhausens geht auf verschiedene regionale Interessensvertreter mit der Vision „Leben in einzigartigen, intakten Landschaften“ zurück. Zusammen verfolgten sie mit weiteren Visionen gemeinsamen das Ziel der Parkerrichtung.



Abbildung 1: Blick aufs Schaffhauserland (Bergtrotte Osterfingen, 2017)

Ausserdem mussten sich alle Gemeinden mit einer Volksabstimmung zum Regionalen Naturpark Schaffhausen bekennen. Im Trägerverein sind, wie vom Label Schweizer Pärke gefordert, Akteure verschiedener Gemeinden eingebunden zusammen mit Verbänden und anderen Organisationen (Naturpark Schaffhausen, 2014). Insgesamt sind 13 Gemeinden im Kanton Schaffhausen und zwei

Gemeinden in Deutschland Teil des Regionalen Naturparks Schaffhausen, welcher sich über eine Fläche von mehr als 200 km² erstreckt. Abbildung 2 zeigt das gesamte Parkgebiet bestehend aus den folgenden Gemeinden(Naturpark Schaffhausen, 2014)(Naturpark Schaffhausen, 2014): Beringen, Buchberg, Gächlingen, Hallau, Löhningen, Neunkirch, Oberhallau, Rüdlingen, Schaffhausen, Schleithem, Thayngen, Trasadingen, Wilchingen, Osterfingen, Jestetten (D) und Lottstetten (D). Nicht Mitglieder des Parkes sind folgende Gemeinden im Kanton Schaffhausen: Bargaen, Siblingen, Merishausen, Beggingen, Neuhausen, Dörfingen, Buch, Ramsen, Hemishofen, Stein am Rhein, Lohn, Stetten und Büttenhardt. Mit Hilfe des Regionalen Naturparks Schaffhausen sollen die wichtigen Lebensräume erhalten und aufgewertet werden. Zudem leistet der Park wichtige Unterstützung im Bereich der regionalen und nachhaltigen Wirtschaft (Naturpark Schaffhausen, 2014; Netzwerk Schweizer Pärke, 2017).

Übersicht Regionaler Naturpark Schaffhausen

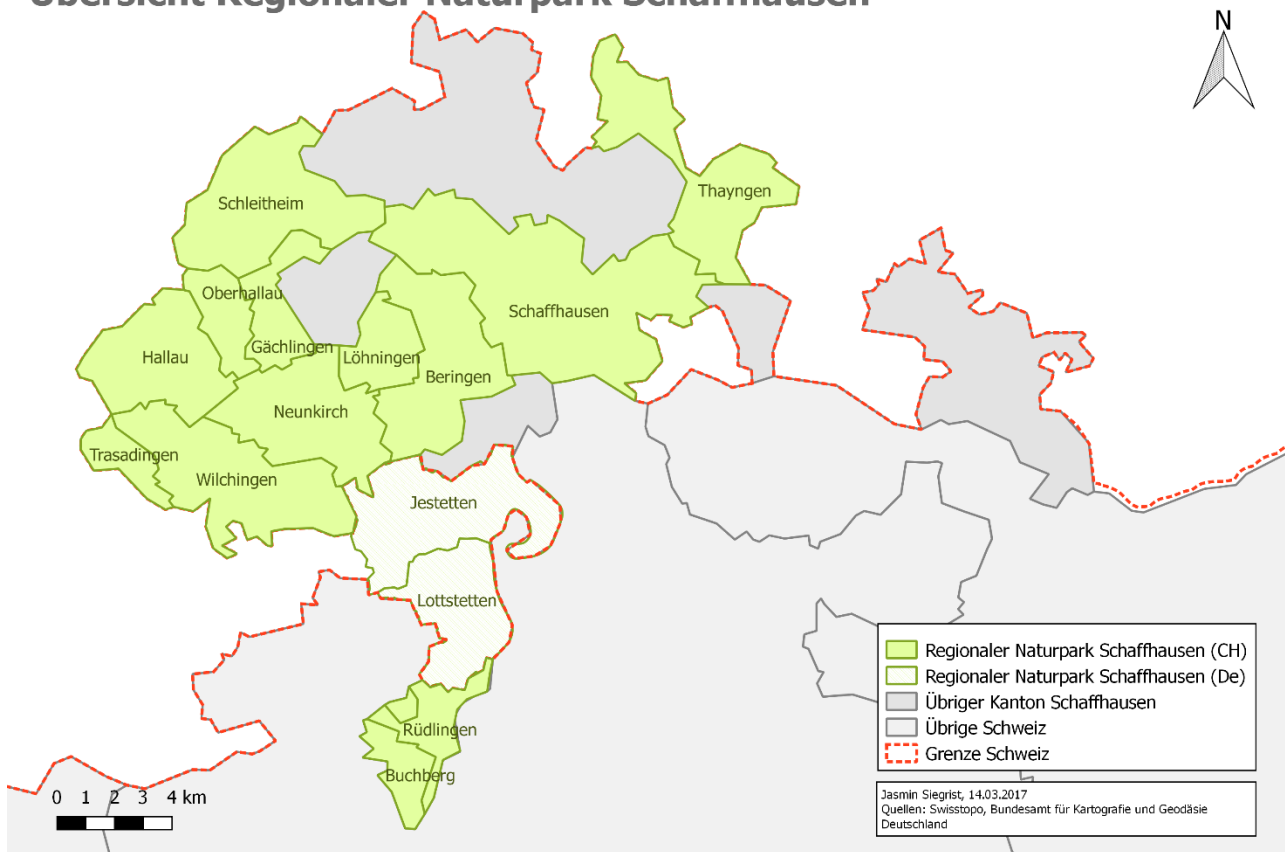


Abbildung 2: Parkperimeter Regionaler Naturpark Schaffhausen gemäss (Bundesamt für Landestopografie, 2016)

2.2 Regionale Wertschöpfung

Die regionale Wertschöpfung bezieht sich auf eine definierte und abgrenzende Region, welche sich aus einem inhaltlich, strukturellen oder funktionalem zusammenhängenden Gebiet zusammensetzt. Ein solches Gebiet kann aus verschiedensten Faktoren wie Sprachen, Kultur, Klima definiert werden (Bätzing, n.d.). In der vorliegenden Arbeit wird mit vier verschiedenen Regionen in Bezug auf die Fleischherkunft gearbeitet (Abbildung 3).

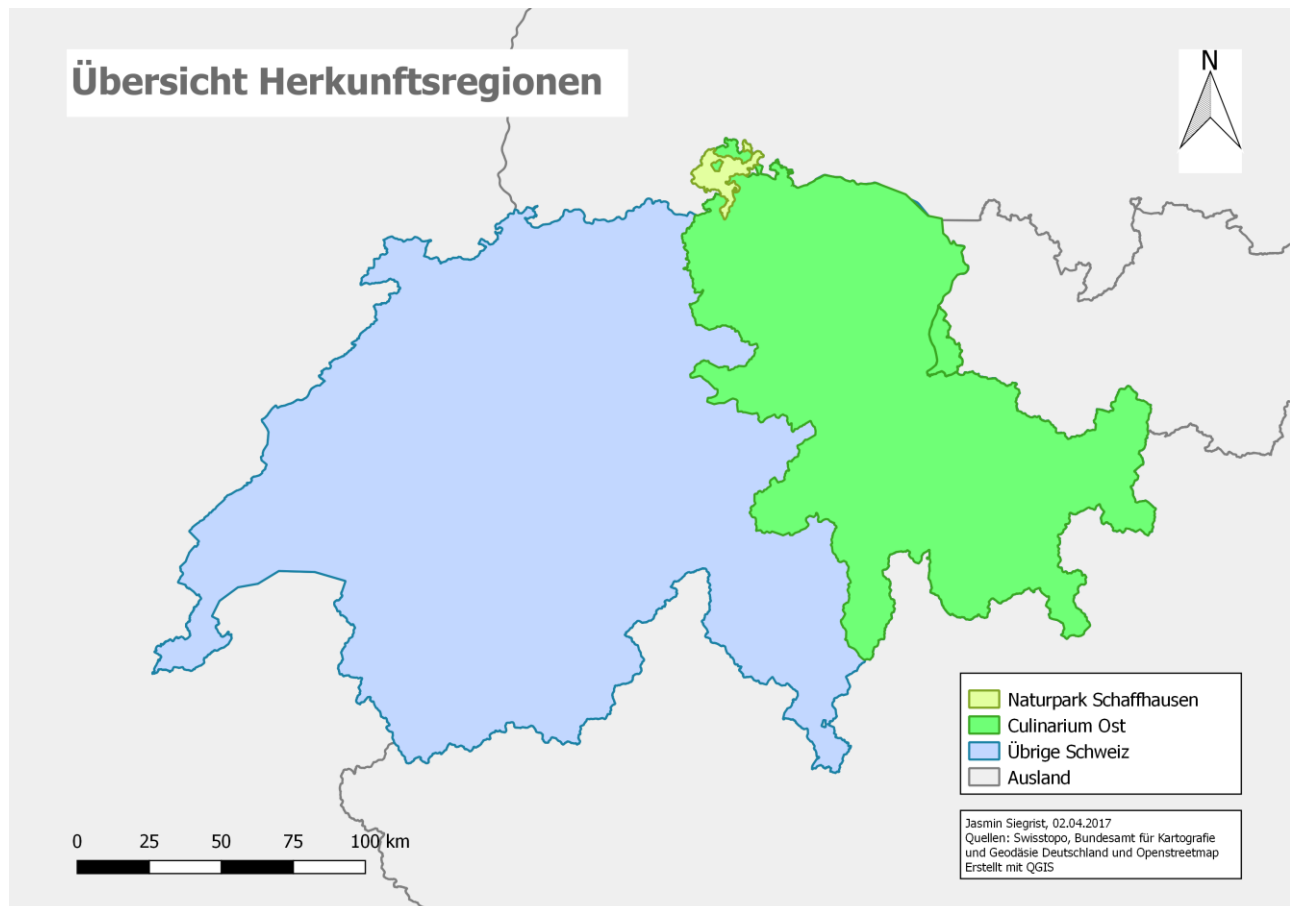


Abbildung 3: Übersicht Herkunftsregionen gemäss (Naturpark Schaffhausen, 2014, Trägerverein Culinarium, 2016)

Die geographisch kleinste Region bildet die neue und künstlich erschaffene Region „Regionaler Naturpark Schaffhausen“, welche sich innerhalb der politischen Region des Kantons Schaffhausen und einem kleinen Teil Deutschlands, auf die 15 Gemeinden begrenzt (Naturpark Schaffhausen, 2014). Die nächst grössere Region, welche zugleich auch sämtliche Schweizer Gemeinden des Naturparkes Schaffhausen umfasst, heisst Culinarium Ost. In dieser, ebenfalls künstlich definierten, Region sind die Kantone St.Gallen, Thurgau, Schaffhausen, Appenzell (Innerrhoden und Ausserrhoden), Zürich, Schwyz, Graubünden und Glarus zugehörig, sowie das Fürstentum Liechtenstein (Trägerverein Culinarium, 2016). Die nächste Region „Übrige Schweiz“ ergibt sich aus der Landesgrenze der Schweiz, ohne die beiden Regionen Culianrium Ost und Naturpark

Schaffhausen. Schliesslich wird für sämtliches Fleisch ausserhalb der Schweiz das grosse Gebiet „Ausland“ verwendet. In dieser Arbeit liegt der Fokus auf dem neu entstandenen Gebiet „Naturpark Schaffhausen“ und dem daraus entstandenen neuen Wirtschaftsraum, in dem die Wertschöpfung gesteigert werden soll.

In der nachhaltigen Entwicklung und Förderung der Region Naturpark Schaffhausen sind die regional produzierten Lebensmittel eine wichtige Stütze. Eine wichtige Eigenschaft dieser regionalen Lebensmittel ist der hohe Grad an einem geschlossenen und regionalen Stoff- sowie Wirtschaftskreislauf über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg (Lindenthal, 2015). Zum Wirtschaftskreislauf zählen sämtliche Aspekte der Produktion, des Konsums bis hin zur Entsorgung. Als Nettowertschöpfung wird die gesamte Unternehmerische Leistung verstanden abzüglich den Vorleistungen und Abschreibungen (Abbildung 4) (Rütter et al., 2002). Diese Nettowertschöpfung ist zugleich das Einkommen aller beteiligten Unternehmen (Kraus, 2015). Sauerborn (1996) geht davon aus, dass die Stärkung einer regionalen Wertschöpfung dann erfolgt, wenn die externen Inputs möglichst tief gehalten werden, die Outputs wiederum möglichst in der Region bleiben. Dies bedeutet, dass für die Produktion möglichst viele Ressourcen, seien dies Rohmaterialien, Dienstleistungen etc. vorzugsweise aus der Region stammen. Denn dadurch profitieren sämtliche Unternehmen in der Region, die diese Ressourcen verkaufen können. Wiederum sollen die produzierte Güter und Dienstleistungen in der Region verkauft werden, damit die Versorgung in der Region gewährleistet ist, und wiederum weniger ausserhalb der Region gekauft werden muss.

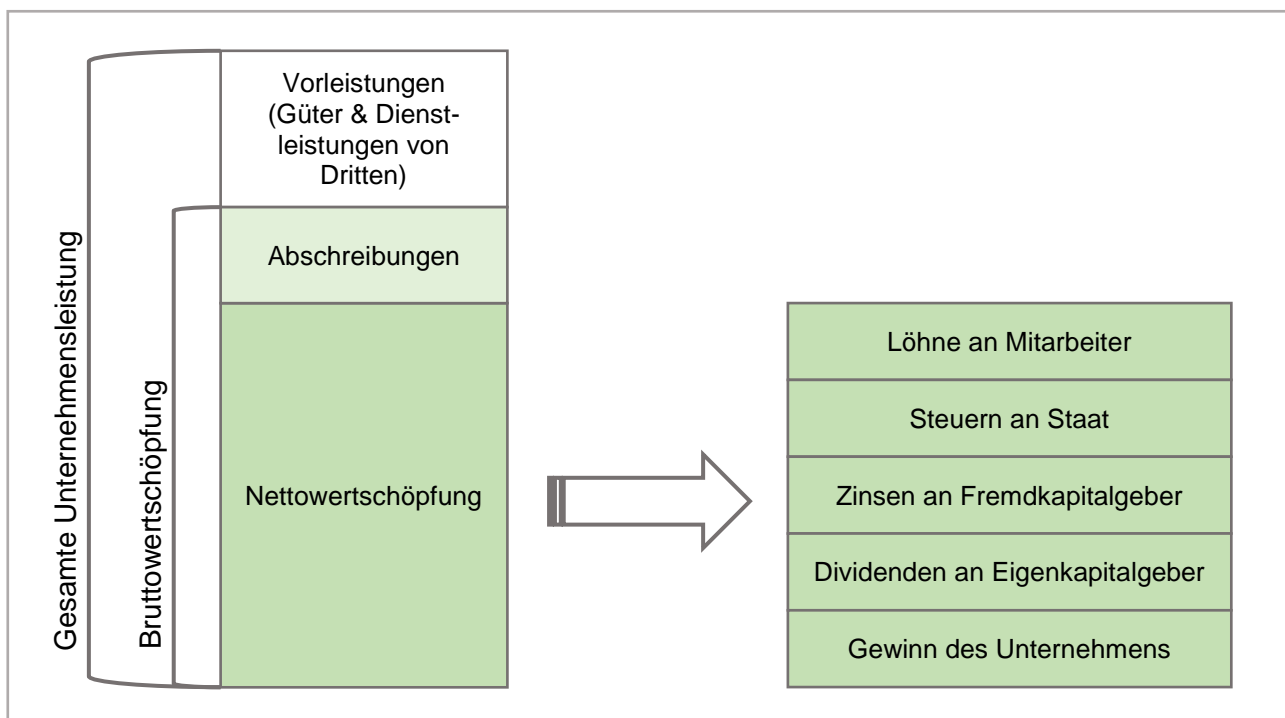


Abbildung 4: Definition Brutto- und Nettowertschöpfung gemäss (Rütter et al., 2002)

Diese Stärkung der regionalen Wertschöpfung gemäss Sauerborn (1996) soll im Naturpark Schaffhausen durch die Einführung des Label Naturparkwirte gefördert und unterstützt werden. Dieses Label, nach dem Vorbild des Südschwarzwald Naturparks, in Kooperation mit dem Schaffhauser Gastroverband eingeführt werden.

Ein Naturparkwirt ist verpflichtet, regionale Produkte in seiner Gastronomiestätte zu verwenden und diese zu typischen regionalen Gerichten zu verarbeiten. Die Gerichte sollen in Verbindung mit der Einzigartigkeit der Region stehen und dem Gast ein Stück deren Kultur widerspiegeln. Ganzjährlich soll die Speisekarte aus einem vorgegebenen Anteil regionaler Zutaten beziehungsweise Gerichten bestehen, wobei jeweils die Hauptzutaten aus dem regionalen Naturpark Schaffhausen stammen. Im Sinne der Transparenz sollen die Herkunftsinformationen dementsprechend im Menu aufgelistet werden. Gemeinsam können so die Einkommenssituation sowie die Wertschöpfungskette für Landwirte und Gastronomen verbessert und hochwertige Menus aus der Region angeboten werden (Verein der Naturparkwirte im Südschwarzwald, 2015). Zusammen mit ausgewählten Betrieben aus der Praxis sollen in dieser Arbeit die Rahmenbedingungen für die Zertifizierung als Naturparkwirt erarbeitet werden, um zukünftig nach diesen Prinzipien handeln zu können. Im nachfolgenden Kapitel werden die Vorgehensweise und die eingesetzten Methoden eingehen beschrieben.

2.3 Grundmodell Wertschöpfungskette

Durch die Verwendung von Wertschöpfungsketten werden definierte Produktgruppen isoliert aus dem komplexen, ökonomischen Gebilde dargestellt. Eine spezifische Analyse einer solchen Wertschöpfungskette ist deutlich übersichtlicher und für beteiligte Akteure besser verständlich (Kraus, 2015). In Abbildung 5 ist eine vereinfachte lineare Wertschöpfungskette von der Produktgruppe Fleisch dargestellt inklusive Beispielen für verschiedene Stufen der Wertschöpfungskette wie beispielsweise die Produktion (Erklärung von Bern, 2011). Diese vereinfachte Wertschöpfungskette dient als Grundmodell dieser Arbeit, da sie einerseits sämtliche relevanten Akteure enthält und sich andererseits sehr gut Individualisieren lässt. Dies bedeutet, dass dieses Grundmodell nach Bedarf einerseits gut erweitert werden kann aber anhand der Ergebnisse aus den Experteninterviews noch weiter spezifiziert werden kann auf die Region Naturpark Schaffhausen.

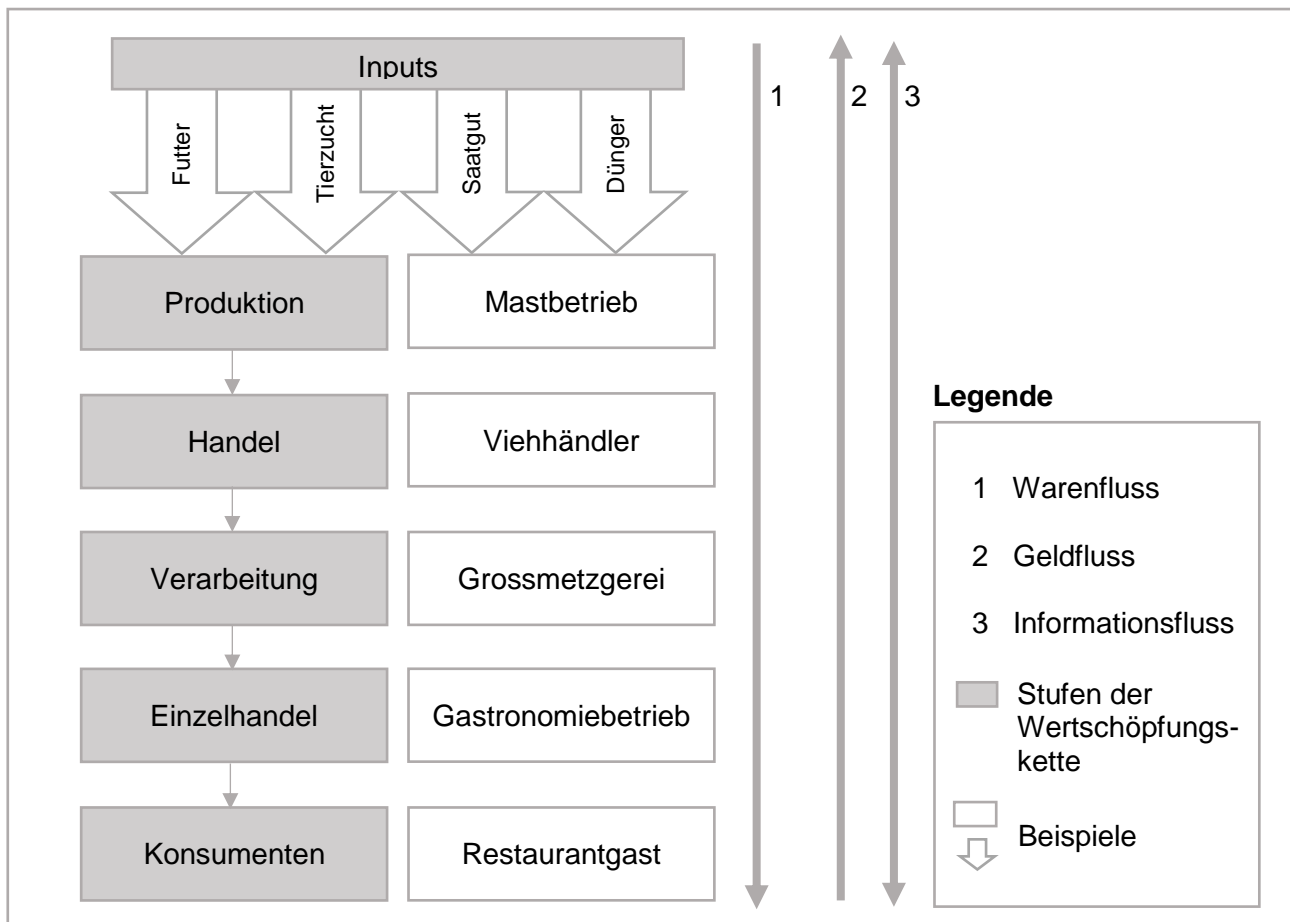


Abbildung 5: Vereinfachte Wertschöpfungskette von Nahrungsmitteln gemäss (Erklärung von Bern, 2011)

2.4 Relevante Akteure entlang der Wertschöpfungskette

Die Zusammenarbeit innerhalb der drei verschiedenen Stufen Produktion, Verarbeitung und Absatz beziehungsweise Gastronomie entlang der gesamten Wertschöpfungskette Fleisch soll im Regionalen Naturpark Schaffhausen gestärkt werden. In einem ersten Schritt werden die Akteure der einzelnen Stufen separat betrachtet. In der Abbildung 6 ist das gesamte Fleischangebot für Konsumenten rund um den Regionalen Naturpark Schaffhausen dargestellt. Die Karte zeigt sämtliche Akteure, welche im und angrenzend an das Parkgebiet ihre Produkte direkt zum Verkauf anbieten, das heisst Landwirtschaftsbetriebe mit Direktverkauf, Metzgereien und Gastronomiebetriebe (Naturpark Schaffhausen, 2014; Schweizer Fleisch-Fachverband, n.d.; Verband Gastro Schaffhausen, n.d.).

Übersicht Betriebe Fleisch und Fleischprodukte

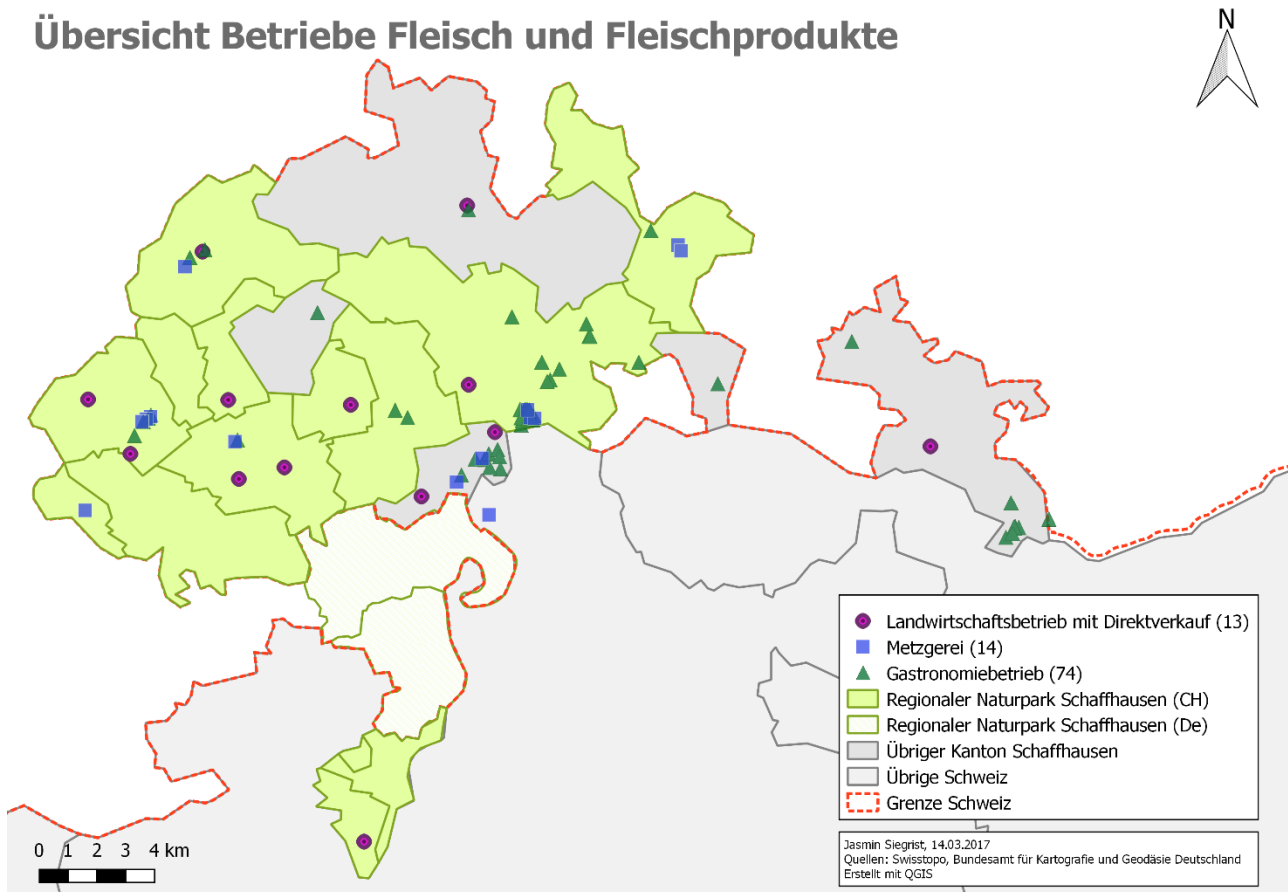


Abbildung 6: Gesamtangebot Fleisch und Fleischprodukte im und um den Regionalen Naturpark Schaffhausen, aus aufgeführten Quellen des Kapitels 2.3.

2.4.1 Landwirtschaftsbetriebe

Die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe im Kanton Schaffhausen liegt im Jahr 2015 bei 573 Betrieben (Bundesamt für Statistik, 2016b). Der Anteil von Betrieben, welche Milch- oder Fleischproduktion betreiben, liegt bei circa 67 % (Stand 2014) und ergibt folglich rund 380 Betriebe mit Tierhaltung. Nach Abzug der rund 100 Milchbetriebe ergibt dies ungefähr 280 Mastbetriebe im Kanton Schaffhausen (Kanton Schaffhausen Landwirtschaftsamt, 2015). Für das Parkgebiet des Regionalen Naturparks Schaffhausen gibt es keine exakten Daten. Klar ist aber, dass die Vielfaltigkeit der landwirtschaftlichen Betriebe, welche Fleisch und Fleischprodukte produzieren, gross ist. Das Angebot umfasst unter anderem Rind-, Kalb-, Schwein-, Truten-, Wild- und Lammfleisch bis hin zu speziellen Tierrassen wie beispielsweise Galloway, Büffel oder Limousin bei den Rindern oder Wollschwein anstelle des klassischen Mastschweins. Insgesamt gibt es im Gebiet des Regionalen Naturpark Schaffhausens 13 Betriebe, welche einen Direktverkauf betreiben und ihre Produkte unter verschiedenen Labels wie Bio Suisse, Bio Natura-Beef, Natura-Beef, KAG Freiland und IP Suisse anbieten (Naturpark Schaffhausen, 2014). In der nachfolgenden

Analyse werden diese Direktvermarkter nicht genauer betrachtet, da sie nicht oder nur sehr begrenzt mit der Gastronomie zusammenarbeiten und die Zusammenarbeit mit den verschiedenen Metzgereien hauptsächlich im Bereich Lohnarbeit stattfindet. Lohnarbeit bedeutet, dass die Metzgereien die Tiere zerlegen, verarbeiten und die Fleischprodukte anschliessend wieder an die Direktvermarkter zurückgeben, welche die Produkte dann selber verkaufen.

2.4.2 Metzgereien

Es gibt ca. 14 Metzgereien im Kanton Schaffhausen (Schweizer Fleisch-Fachverband, n.d.) wobei sich 11 im Parkgebiet befinden. Von diesen 11 Metzgereien besitzen nicht alle den Zugang zu einem eigenen oder gemeinsam mit anderen Metzgereien genutzten Schlachtaus. Die Metzgereien ohne diesen Zugang, beziehen ihr Fleisch von einer Grossmetzgerei, welche direkt mit einem grossen Schlachthof zusammen arbeitet. Der grösste Teil der Fleischmenge einer Grossmetzgerei gelangt entweder in andere industrielle Fleischverarbeitungsbetriebe oder wird vor Ort selbst verarbeitet für Produkte welche in den Detailhandel oder in die Gastronomie gelangen. Ein kleiner Teil gelangt zu Metzgereien, wie sie sich im Naturpark Schaffhausen befinden. Das Fleisch kann entweder in Tierhälften beziehungsweise Tiervierteln oder in Form von gezielten Fleischstücken oder Produkten bezogen werden. Im Naturpark Schaffhausen und im Kanton Schaffhausen gibt es keine solche Grossmetzgerei, jedoch gibt es einige im Gebiet Culinarium Ost, in der Region St.Gallen.

2.4.3 Gastronomiebetriebe

Im ganzen Kanton Schaffhausen liegt die Anzahl der Gastronomiebetriebe bei rund 200 (Stand 2013) (Bundesamt für Statistik, 2016a). Innerhalb des Regionalen Naturparks Schaffhausen und in den angrenzenden Gemeinden befinden sich über 70 verschiedene Gastronomiebetriebe. Die Auswahl ist gross und reicht von traditionellen Schaffhauser Gerichten über italienische Küche bis hin zu asiatischen Spezialitäten (Naturpark Schaffhausen, 2014; Verband Gastro Schaffhausen, n.d.)

2.4.4 Ausgewählte Betriebe für Experteninterview

Für die Experteninterviews wurden von den aufgeführten Betrieben in Abbildung 6 folgende Betriebe aus Schweizer Gemeinden ausgewählt (Tabelle 1):

Tabelle 1: Ausgewählte Betriebe für Experteninterviews

Gastronomiebetriebe	Metzgereien
Restaurant Bergtrotte 1584 in Osterfingen	Breu Metzg in Neunkirch
Restaurant Steinenkreuz in Rüdlingen	Metzgerei Baumann in Wilchingen
Gasthof Post in Schleithelm	Herren-Metzgerei GmbH in Schaffhausen
Annegreth's Schützenstube in Schaffhausen	Müller Fleisch in Schleithelm
	Metzgerei Steinemann in Thayngen

Die Hintergründe zur Auswahl dieser Betriebe und das Vorgehen sind im Kapitel 3 Material und Methoden unter Punkt 3.2.2 Auswahl der Interviewpartner genauer beschrieben.

3 Material und Methoden

3.1 Experteninterview

3.1.1 Erstellen des Leitfadens

Das Definieren und die Strukturierung der Interviewfragen erfolgte gemäss Mieg & Brunner (2001). Anhand der Fragen sollten die Bedürfnisse der jeweiligen Betriebe erfasst worden sein, sowie auch deren Erwartungen an die Angebote der vorgelagerten Betriebe der Wertschöpfungskette. Grundstruktur des Leitfadens bildeten die Blöcke Einstiegsfragen, Hauptteil mit Frageblöcken zu den Themen aktuelles Fleischangebot und Beschaffung, Zusammenarbeit mit Landwirten und Metzgereien sowie Labelrichtlinien Naturparkwirte. Anschliessend folgte der Abschluss mit Ausblick, Rückmeldungen und Dank. Der Entwurf für die Labelrichtlinien Naturparkwirte wurde ergänzend zum Leitfaden im Voraus zugeschickt (Verein Schweizer Regionalprodukte, 2016, Verein der Naturpark-Wirte im Südschwarzwald, 2015).

Der Leitfaden Gastronomie (Anhang A), der Entwurf der Richtlinien (Anhang B) und der Leitfaden für die Metzgereien (Anhang C) sind im Anhang ersichtlich.

3.1.2 Vorgehensweise bei der Auswahl der Interviewpartner

Die Auswahl der neun Interviewpartner erfolgte durch die Verantwortlichen des Regionalen Naturparks Schaffhausen. In einem ersten Schritt hatte man sich für Metzgereien und Gastronomiebetriebe entschieden, um die aktuelle Verfügbarkeit von Fleisch zu eruieren. Hätten die Interviews ergeben, dass eine allgemeine Fleischknappheit im Parkgebiet vorherrscht, wären zusätzlich Landwirtschaftsbetriebe mit Betriebszweig Fleischproduktion interviewt worden.

Als Grundvoraussetzung für die Metzgereien und Gastronomiebetriebe galt die lokale Tätigkeit im Gebiet des Regionalen Naturpark Schaffhausens. Das wichtigste Auswahlkriterium bei den Gastronomiebetrieben war die Bereitschaft sich mit dem Regionalen Naturpark Schaffhausen auseinanderzusetzen. Im Speziellen wurde bei den Metzgereien darauf geachtet, dass Betriebe mit und auch solche ohne eigenes Schlachthaus berücksichtigt werden konnten. Im Allgemeinen wurde versucht, sowohl Betriebe aus den ländlichen Gemeinden wie auch Betriebe aus der Stadt Schaffhausen, allesamt innerhalb des Parkgebietes miteinzubeziehen. Die ausgewählten Betriebe wurden in einem ersten Schritt durch den Regionalen Naturpark Schaffhausen kontaktiert, um so deren Bereitschaft für ein Interview abzuklären. Anschliessend wurde direkt telefonisch oder per E-Mail ein passender Termin vereinbart.

3.1.3 Erprobung Leitfaden

Vor den eigentlichen Experteninterviews wurde der Leitfaden an zwei Personen aus dem eigenen Bekanntenkreis erprobt. So konnte die Qualität des Leitfadens noch weiter erhöht werden. Vereinzelt wurden Fragen noch präzisiert und überflüssige Fragen weggelassen. Die Struktur der Fragen wurde belassen. Die Erprobung hat zudem ergeben, dass ein Interview bei den Gastronomiebetriebe ungefähr 60 bis 90 Minuten dauert und bei den Metzgereien 45 bis 60 Minuten.

3.1.4 Durchführung des Interviews

Die Experteninterviews wurde gemäss Mieg & Brunner (2001) durchgeführt. Hierfür wurde ein ruhiger Ort im Betrieb des Experten ausgewählt. Die Interviewfragen wurden den Interviewpartnern bereits eine Woche vor dem Durchführen des Experteninterviews zur Ansicht zugestellt. Es wurde mit den Experten die Vereinbarung getroffen, dass sämtliche Daten anonymisiert werden. Bei den Interviews mit den Gastronomiebetrieben war jeweils eine Verantwortliche des Regionalen Naturparks Schaffhausen anwesend hinsichtlich der zukünftigen Weiterführung der angesprochenen Thematik der Naturparkwirte.

3.1.5 Transkription

Sämtliche durchgeführten Interviews wurden mit Einverständnis der Experten aufgezeichnet und anschliessen transkribiert. Das Gespräch wurde vom Dialekt in die Schriftsprache übersetzt und es wurde auf sämtliche nonverbale Aussagen sowie die Art wie etwas gesagt wurde verzichtet. Es wurden keine spezifischen Regeln zum Vorgang des Transkribierens befolgt, sondern die Standartorthographie verwendet.

3.2 Datenanalyse des Experteninterview

Als erstes wurden die Daten aufgegliedert in die drei Teilbereiche: Wertschöpfungskette beziehungsweise Warenfluss, Zusammenarbeit und Naturparkwirt Richtlinien. Im Bereich Wertschöpfungskette und Warenfluss wurde bei den Metzgereien die prozentualen Anteile sowohl des Einkaufs- sowie des Verkaufskanal berechnet und bei den verschiedenen Einkaufskanälen konnte zusätzlich nach der Herkunft unterschieden werden. Im Teilgebiet Zusammenarbeit wurden alle Antworten zu den einzelnen Teilbereichen zugeordnet, aufgeteilt nach Gastronomiebetriebe und Metzgereien. Konnte eine Aussage nicht zugeordnet werden, so wurde sie unter Zusätzlichen Äusserungen aufgelistet. Bei den Metzgereien gab es die beiden Kategorien Zusammenarbeit mit Produzenten und Zusammenarbeit mit Gastronomiebetrieben. Bei der Gastronomie gab es lediglich die Kategorien Metzgereien. Die Auswertungstabelle ist im Anhang D zu finden. Im nächsten Kapitel werden die erhobenen Daten aufgezeigt.

4 Ergebnisse

4.1 Zusammenarbeit

Die Resultate aus den insgesamt neun Interviews mit fünf Metzgerei und vier Gastronomiebetrieben haben nachfolgendes ergeben:

4.1.1 Metzgereien

Die Zusammenarbeit im Regionalen Naturpark Schaffhausen mit den Produzenten wurde von den Metzgereien positiver bewertet als diejenige mit den Gastronomiebetrieben. Die Anzahl der Produzenten aus dem Naturpark, mit welchen die Metzgereien direkt zusammenarbeiten, ergab Werte von 0 bis mehr als 20 Betriebe pro Jahr. Als Vorteile der Zusammenarbeit mit den regionalen Produzenten wurde die Flexibilität beispielsweise bei der Nachbestellung von Tieren angesehen (Tabelle 2). Aber auch der kurze Transportweg für die Tiere stand hier im Fokus und die allgemein höher eingeschätzte Qualität. In Bezug auf die Zusammenarbeit mit den regionalen Gastronomiebetrieben wurde als Vorteil angesehen, dass mit einem Teil der Gastronomie langjährige Geschäftsbeziehungen bestehen. Positiv wurde auch bewertet, dass pfannenfertige Produkte die nötige Wertschätzung erhalten und dementsprechend besser vergütet werden. Grösstenteils resultierte die Zusammenarbeit in regelmässigem Absatz. Der grosse Preisdruck durch die Gastronomiebetriebe wurde von sämtlichen Interviewpartnern als die grösste Herausforderung angegeben. Zudem war die Absatzmenge der Zusammenarbeit teils auf sehr tiefem Niveau und die Zusammenarbeit wurde als sehr einseitig empfunden. Das gemeinsame Auftreten gegenüber der Kunden wurde als nicht befriedigend beurteilt. Jedoch wurde von einzelnen Interviewpersonen festgestellt, dass das Bewusstsein im Sinne der Vollverwertung eines Tieres in den letzten Jahren in der Gastronomie angestiegen ist.

Tabelle 2: Beurteilung der Metzgereien über die Zusammenarbeit mit Produzenten und Gastronomiebetriebe

Vorteile / Positiv	Nachteile / Verbesserungsfähig
Flexibilität im Einkauf	Hoher Preisdruck im Verkauf
Kurzer Transportweg, Qualität	(einseitige) Zusammenarbeit teils auf sehr tiefen Niveau mit Gastronomie
Langjährige Zusammenarbeit / regelmässiger Absatz	Gemeinsamer Auftritt gegenüber Kunden
Beobachtung einer Steigerung des Bewusstsein „Vollverwertung“ der Gastronomie	

Aus Sicht der Metzgereien soll in Zukunft die Herkunft aber auch der Verarbeitungsstandort mehr Beachtung erhalten, nicht nur der Preis soll im Fokus stehen. Der Kontakt zwischen Metzgern und insbesondere neuen Gastronomen in der Region soll verbessert werden und die Zusammenarbeit auf Augenhöhe stattfinden. Der Auftritt gegenüber Kunden soll transparent und gemeinsam stattfinden. Gastronomiebetriebe, welche bereits jetzt viel regionales Fleisch verwenden, sollen mehr Werbung damit machen. Abschliessend wurde der Wunsch geäussert, auch innerhalb der Metzgerbranche und mit anderen Produzenten den Austausch zu suchen, damit Synergien genutzt werden können.

4.1.2 Gastronomiebetriebe

Die Zusammenarbeit mit den Metzgereien wurde als positiv wahrgenommen und die hohe Qualität des Fleisches geschätzt. Die gegenseitige Werbung beim Kunden wurde als verbesserungsfähig eingestuft. Die Gastronomen erwähnten zudem, dass sie unter grossem Preisdruck stehen vor allem bei den Tagesmenüs. Daher sind sie bei der Zusammenarbeit mit den Metzgereien im Preis eher unflexibel, hingegen bei der Zusammenstellung der Tagesmenüs können sie den Metzgern eher entgegenkommen. Hat der Metzger beispielsweise einen Überschuss an Rindshackfleisch, könnte der Gastronomie dies mit entsprechender Information einbauen in seine Menuplanung. Damit dieses System aber funktioniert, muss die Kommunikation beziehungsweise der Informationsfluss von den Metzgern verbessert werden. Zudem wurde auch bemängelt, dass die Metzger nicht von sich aus mit neuen, innovativen Ideen auf die Gastronomie zukommen beispielsweise mit einer speziellen Rinderrasse, sondern die Metzger eher passiv sind. Von den Metzgereien wird in Zukunft mehr Innovation und Spezialitäten erwartet und die gegenseitige Werbung beim Kunden soll verbessert werden.

4.2 Regionale Wertschöpfungskette / Warenfluss

Neben der Verfügbarkeit und Zufriedenheit bezüglich des aktuellen Warenflusses wurden auch Fragen zu den spezifischen Bezugsquellen und Verkaufskanälen gestellt.

4.2.1 Metzgereien

Die Metzgereien gaben an, zwei Drittel der eingekauften Fleisch- und Tiermenge direkt von Produzenten, das andere Drittel von Grossmetzgereien zu beziehen (Abbildung 7). Alle Metzgereien beschafften das Geflügelfleisch von einer Grossmetzgerei, da keine Schlachtungsmöglichkeit im Parkgebiet vorhanden ist. Die Metzgereien haben angegeben mit dem aktuellen Stand der Warenbeschaffung, sowohl direkt von Produzenten als auch via Grossmetzgereien, zufrieden zu sein. Jedoch wurde erwähnt, dass beim Fleisch von

Grossmetzgereien nicht spezifiziert werden kann, ob das Tier aus dem Regionalen Naturpark Schaffhausen stammt oder nicht.

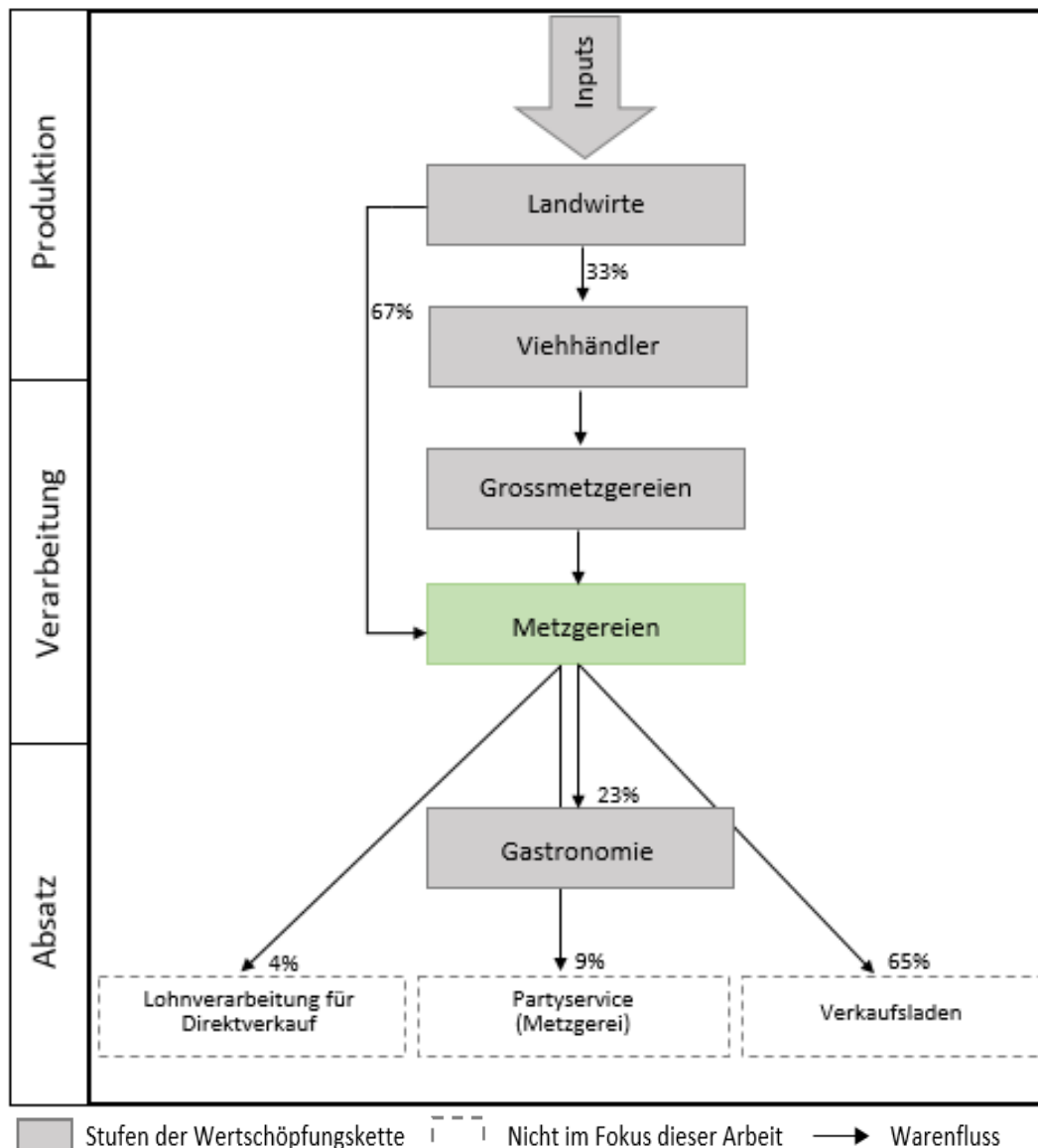


Abbildung 7: Warenfluss Fleisch gemäss Angaben der interviewten Metzgereibetriebe

Bei Metzgereien, welche Tiere direkt vom Produzenten beziehen, wurde eine ähnliche Problematik geäussert. Betroffen war hier insbesondere Fleisch aus der Gemeinde Siblingen und weiteren Gemeinden im Kanton Schaffhausen. Die Rückverfolgbarkeit von einem einzelnen Tier aus einer spezifischen Gemeinde ist unmöglich beziehungsweise eine Vermischung mit Fleisch aus anderen Gemeinden unumgänglich. Im Verkauf der Metzgereien gelangen rund 23% der gesamten Fleischmenge in die Gastronomie, 4% gehen zurück an den Produzenten, 9% werden im Partyservice benötigt und mit 65% macht der Verkaufsladen den grössten Anteil aus.

In Bezug auf die eingekaufte Fleischmenge konnten folgende Herkunftsangaben eruiert werden (Abbildung 8). Sämtliches Fleisch aus dem Naturpark Schaffhausen, 54% der totalen

Fleischmenge, wird direkt vom Produzenten an den Metzger innerhalb des Parkgebietes geliefert. 24% Fleisch stammt aus dem Gebiet Culinarium Ost, wobei 13% dieser Menge direkt vom Produzenten an die Metzgereien geht. Die anderen 11% gelangen via Viehhändler zu einer Grossmetzgerei, ebenfalls im Culinarium Ost Gebiet und schliesslich zum Metzger im Parkgebiet. 17 % des Fleisches aus anderen Gebieten der Schweiz gelangen via Viehhändlern zu Grossmetzgereien und schlussendlich zur Metzgerei im regionalen Naturpark. Das importierte Fleisch macht einen Anteil von 5 % aus und stammt aus Ländern wie Neuseeland, Australien, USA, Österreich etc.

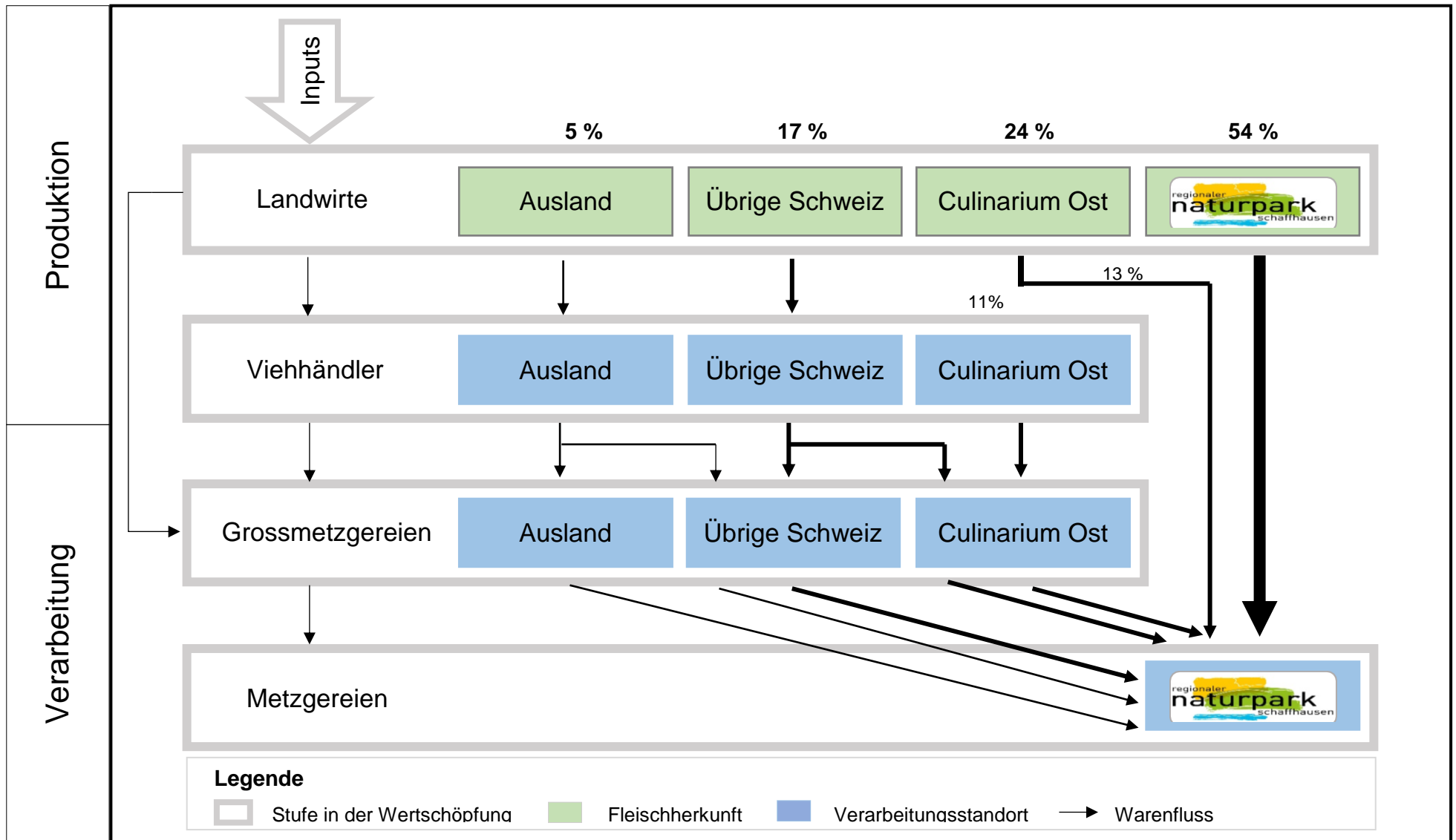


Abbildung 8: Warenfluss Fleisch spezifiziert nach der Herkunft und Verarbeitungsstandort

In einem weiteren Schritt wurde auf Stufe der Fleischart die Herkunft eruiert. Eine quantitative Aussage in Form von Prozentanteilen ist in diesem Zusammenhang nur sehr schwer zu machen. Einerseits gibt es im Laufe eines Kalenderjahres grosse Schwankungen andererseits waren die Angaben nicht vollständig oder nur grobe Schätzungen. In der Tabelle 3 sind die Anzahl Nennungen der Metzgereien in X= ganze Tiere und /= Teilstücke abgebildet. Beispielsweise wurde von drei Metzgereien angegeben, dass sie das Schweinefleisch aus dem Naturpark Schaffhausen beziehen, weiter wurde dreimal die Aussage gemacht, dass Schweinefleisch aus dem Gebiet Culinarium Ost bezogen wird. Zusätzlich wurde von zwei Metzgereien Teilstücke aus der übrigen Schweiz bezogen. Mit Ausnahme von Geflügel, wird sämtliches Fleisch aus der übrigen Schweiz und Ausland in Form von Teilstücke bezogen. Das heisst, man bestellt nur benötigte Stücke eines Tieres. In den anderen beiden Herkunftskategorien werden die kompletten Tiere bezogen und verwertet.

Während Rindfleisch bei allen vier Herkunftskategorien vertreten war, sowohl ganze Tiere aber auch Teilstücke, wurden beim Lammfleisch entweder ganze Tiere aus dem Parkgebiet bezogen oder Teilstücke importiert. Kalbfleisch und Schweinefleisch sehen sehr ähnlich aus, während beim Kalbfleisch vor allem Edelstücke aus der übrigen Schweiz bezogen werden, sind es beim Schweinefleisch neben den Edelstücken aber auch Wurstfleisch für die Wurstproduktion im Sommer. Sowohl Geflügel als auch Pferdefleisch wurde nur aus einer Herkunftskategorie bezogen, insbesondere beim Geflügel ist dies mit vier Nennungen sehr eindeutig. Wildfleisch stammte entweder aus dem Parkgebiet oder dem Culinarium Ost Gebiet direkt von Jägern oder es werden Teilstücke importiert aus angrenzenden Ländern.

Tabelle 3: Herkunftsnennungen der verschiedenen Fleischarten

Fleischart	Ausland	Übrige Schweiz	Culinarium Ost	Naturpark Schaffhausen
<i>Geflügel</i>		XXXX		
<i>Schwein</i>		//	XXX	XXX
<i>Rind</i>	//	//	XX	XXX
<i>Kalb</i>		//	XX	XXX
<i>Lamm</i>	//			XX
<i>Wild</i>	/		X	X
<i>Pferd</i>			X	

X Ganzes Tier

/ Teilstücke

4.2.2 Gastronomie

Die Gastronomie hatte sich grundsätzlich positiv geäußert zum aktuellen Warenfluss Fleisch, vor allem in Bezug auf den Grundbedarf. Bei grösseren Mengen Fleisch für einen Anlass, bei dem nur ein bestimmtes Stück Fleisch gewünscht ist, musste allerdings mehrheitlich ausgewichen werden auf Verarbeiter ausserhalb des Naturparks. Allgemein wurde die Verfügbarkeit vor allem von Geflügel aber auch von Lammfleisch als zu knapp beurteilt (Abbildung 9). Letzteres wurde bis anhin fast ausschliesslich aus der übrigen Schweiz bezogen. Das Geflügelfleisch stammte zu einem kleinen Teil aus dem Gebiet Culinarium Ost, hauptsächlich aus der übrigen Schweiz und ebenfalls ein kleiner Teil aus dem Ausland. Rindfleisch wurde im Vergleich zu anderen Fleischarten am häufigsten aus dem Parkgebiet bezogen, rund ein Drittel stammte aus dem Gebiet Culinarium Ost. Das Kalbfleisch hingegen stammte häufig aus der übrigen Schweiz oder zu einem kleineren Anteil auch aus dem Gebiet Culinarium Ost und noch weniger aus dem Parkgebiet. Das Schweinefleisch war sehr ausgeglichen zwischen allen drei Kategorien innerhalb der Schweiz. Wildfleisch setzt sich aus Einzeltieren innerhalb des Naturparks und der grossen Menge aus dem Culinarium Ost Gebiet zusammen. Die Herkunftsnamen konnten nicht quantifiziert werden aber ergeben eine gute Übersicht, bei welchen Fleischarten in der Gastronomie bereits heute einen regionalen Beschaffung stattfindet.

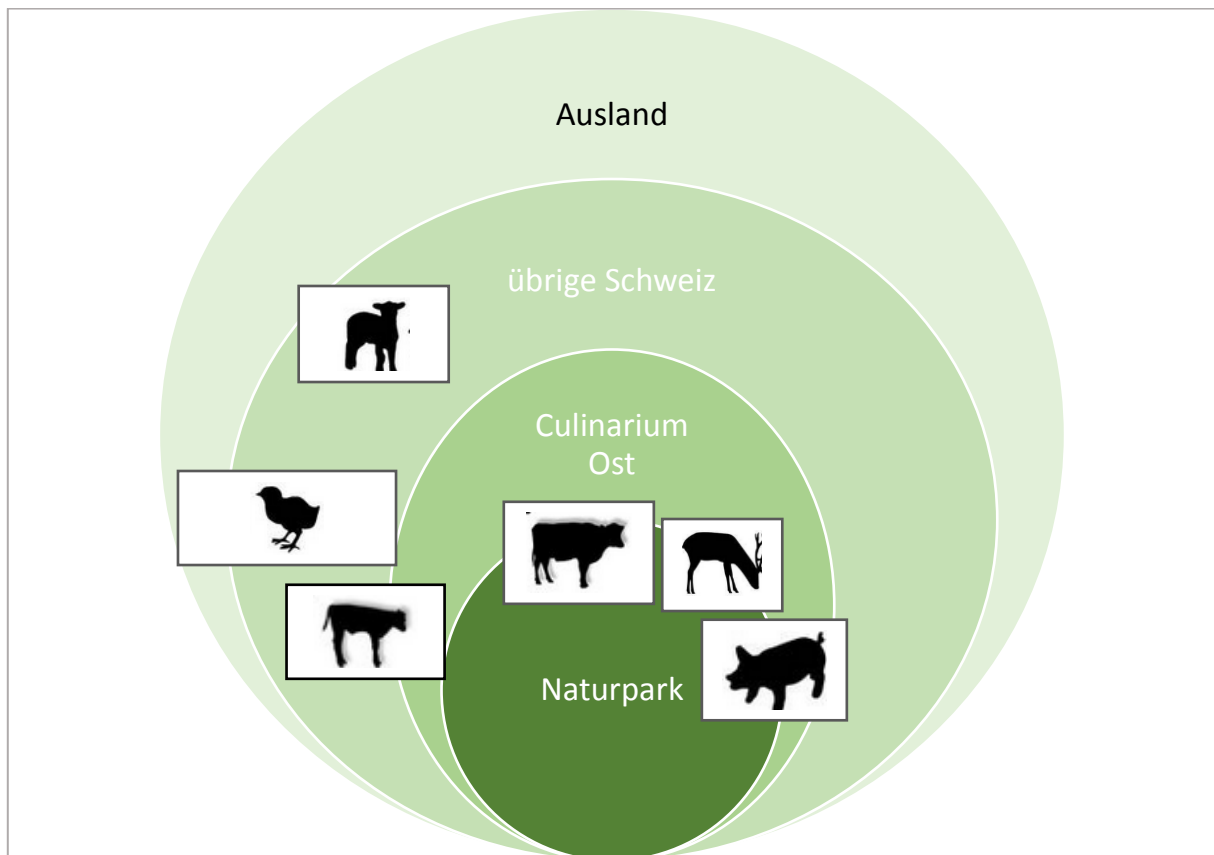


Abbildung 9: Fleischherkunft der interviewten Gastronomiebetriebe

4.3 Naturparkwirte Richtlinien

Bezüglich einem Naturparkwirte Label war bei den Interviewpartner in der Gastronomie grundsätzliche Bereitschaft bis hin zu klarer Befürwortung zu erkennen. Hauptargument war die verbesserte Kommunikationsmöglichkeit gegenüber dem Kunden. Beim vorgelegten Entwurf der Richtlinien machten die Gastronomen nachfolgende zentrale Aussagen:

- Milchprodukt kaum verfügbar in ganzer Region mit Ausnahme eines kleinen Angebots in der Gemeinde Siblingen, ausserhalb des Parkgebietes
- Keine eigene Mühle, welche Getreide des Naturparks selbst verarbeitet
- Kein Mineralwasser verfügbar innerhalb des Parkperimeters
- Klare Bevorzugung der Variante mit einzelnen Komponenten eines Gerichtes aus dem Naturpark anstelle eines kompletten Gerichtes mit sämtlichen Zutaten aus dem Naturpark.
- Die Machbarkeit wurde bei Fleisch und Fleischprodukten durchschnittlich höher bewertet, mit Ausnahme von Lamm und Geflügelfleisch, im Gegensatz zu Beilagen und anderen Menukomponenten.

5 Diskussion und Schlussfolgerung

Ein wichtiger Baustein einer erfolgreichen regionalen Wertschöpfung ist die Zusammenarbeit aller beteiligten Akteure. Die Resultate der Interviews zeigen auf, dass einerseits die aktuelle Zusammenarbeit der Metzgereien und Gastronomiebetriebe unterschiedlich bewertet wird und andererseits die Zusammenarbeit in ganz unterschiedlichen Ausmass stattfindet. Die grosse Abhängigkeit der Metzgereien gegenüber den Gastronomiebetrieben war bei einigen Interviews deutlich spürbar.

Diese Abhängigkeit lässt sich gut anhand des Beispiels Preisdruck aufzeigen. Der Metzger möchte gerne etwas in die Gastronomie liefern und legt seine Offerte vor. Der Gastronom ist mit dem Angebot grundsätzlich einverstanden, jedoch fordert er einen tieferen Preis. Nun hat der Metzger die Auswahl, möchte er liefern und geht auf die Forderung ein oder behält er das Fleisch und versucht es im Verkaufsladen abzusetzen. Verzichtet der Metzger auf die Zusammenarbeit so kann der Gastronom auf andere Metzgereien zurückgreifen in der Region, ausserhalb der Region, auf Schweizer oder auf importiertes Fleisch. Falls er spezifisch etwas benötigt könnte er im Notfall immer noch einen höheren Preis zahlen als kalkuliert und bei den Beilagen des Gerichtes versuchen etwas einzusparen. Der Metzger hingegen ist darauf angewiesen, dass ihm der Gastronom sein Fleisch zu einem sich für ihn lohnenden Preis abkauft, um nicht die gesamte Menge im eigenen Verkaufsladen absetzen zu müssen. Um diesen Ungleichgewicht entgegen zu wirken, gibt es folgende Möglichkeit:

Die Gastronomen im Naturpark nach dem Label Naturparkwirte zertifiziert und verpflichten sich damit einen definierten Anteil regionaler Produkte anzubieten.

Mit diesem Label können die Gastronomen sich von anderen Gastronomiebetrieben abheben, wären aber verpflichtet einen Anteil der Zutaten aus der Region zu beziehen. Somit würde die Abhängigkeit der Gastronomen auf die Metzgereien im Naturpark auf ein gesundes Mass ansteigen und die Verhandlungsposition der Metzgereien würde sich deutlich verbessern. Da dem Gastronomen nur eine begrenzte Anzahl Metzgereien zur Verfügung stünden, müssten zusammen Lösungen und Ideen gesucht werden und die Zusammenarbeit wäre dadurch deutlich intensiver. Beide Akteure wären bestrebt, einheitlich vor dem Kunden aufzutreten und gegenseitig Werbung zu machen, da beiden direkt vom Erfolg des anderen profitieren könnten. Bereits heute wird dies von beiden Parteien gewünscht.

Das Label hat in den Interviews Zuspruch der Gastronomen erhalten und sämtliche Inputs und Hinweise wurden aufgenommen und falls relevant in die Richtlinien aufgenommen. Anschliessend wurde der definitive Vorschlag für das Label erstellt (Anhang E).

Neben einer funktionierenden Zusammenarbeit der beteiligten Akteure ist ein möglichst hoher Anteil an regionalen Ausgangsstoffen zentral für die regionale Wertschöpfung. Bereits heute stammt mehr als die Hälfte des verarbeiteten Fleisches in den Metzgereien im Parkgebiet aus dem Regionalen Naturpark Schaffhausen. In Anbetracht dessen, dass Geflügelfleisch nicht aus Park bezogen werden kann, ist dieser Wert noch höher zu gewichten. Rind-, Kalb- und Schweinefleisch wurde gemäss Angaben der Metzger im Vergleich zu anderen Fleischarten wie Lamm- und Wildfleisch am meisten aus dem Parkgebiet bezogen. Nicht aus dem Parkgebiet bezogen, obwohl Schlachtungsmöglichkeiten vorhanden sind, wird einzig das Pferdefleisch.

Die Herkunftsnennungen der Metzgereien für die einzelnen Fleischarten haben deutlich veranschaulicht, dass aus dem Naturpark und dem Gebiet Culinarium Ost fast ausschliesslich ganze Tiere bezogen werden. Der Grundbedarf an Fleisch der Metzgereien wird aus ganzen Tieren im Sinne der Vollverwertung aus der Region bezogen. Wird neben dem Grundbedarf zusätzliches Fleisch benötigt aufgrund von saisonalen Schwanken, Grossmengen einzelner Teilstücke oder bestimmter Edelstücke werden Teilstücke aus der Schweiz oder dem Ausland bezogen. Da die Vollverwertung von Schweinen in der Sommersaison fast unmöglich ist aufgrund der grossen Menge spezifischem Wurstfleisch die für die Wurstproduktion benötigt wird, ist der Zukauf von Teilstücken die einzige Möglichkeit der Nachfrage gerecht zu werden. Damit zukünftig regionale Geflügelproduzenten berücksichtigt werden können und Geflügelfleisch aus dem Naturpark angeboten werden kann, sind folgende Schritte notwendig:

In einem ersten Schritt wird die Produktion innerhalb des Parkgebietes analysiert. Stellt sich heraus, dass trotz des fehlenden Schlachtangebots, eine ansehnliche Geflügelmast betrieben wird, kann gemäss den Richtlinien Verein Schweizer Regionalprodukte (2016), Artikel 3, Absatz 2, eine Ausnahmegewilligung für die Schlachtung und Verarbeitung ausserhalb des Naturparkes stattgegeben werden.

In Bezug auf die Pferdefleischbeschaffung, sollen folgenden Punkte geklärt werden:

Es wird eine Analyse zur aktuellen Mastproduktion im Naturpark gemacht. Dabei sollte ersichtlich werden ob es einen Unterbruch entlang der Wertschöpfungskette zwischen Produzent und Verarbeitung gibt oder ob die Pferdemaast als unattraktiv gilt und daher in diesem Bereich neue Anreize geschaffen werden müssen.

Eine grosse Herausforderung für die Metzgereien mit eigenem Schlachthaus sind die verschiedenen Herkunftsregionen einer Fleischart. Denn keine Fleischart wird exklusiv aus dem Parkgebiet bezogen sondern wird in ähnlichem Masse aus dem Gebiet Culinarium Ost bezogen. Hinzu kommt, dass die beiden Herkunftsregionen zeitgleich auftreten. Der Metzger hat beispielweise Schweinefleisch aus dem Naturpark und aus dem Gebiet Culinarium Ost gleichzeitig

in der Verarbeitung oder in einem so geringen zeitlichen Abstand, dass es zu einer Vermischung während der Verarbeitung, Lagerung oder Verkauf kommen kann.

Die Metzgereien ohne ein eigenes Schlachthaus, welche ihre Tiere von einer Grossmetzgerei beziehen, haben dort mit einer ähnlichen Problematik zu kämpfen. Für die eine zuverlässige Herkunftsangabe müssen die Grossmetzgereien die gelieferten Tiere unterscheiden können nach Naturpark Schaffhausen und Culinarium Ost. Bei Culinarium Ost handelt es sich um ein aus mehreren Kantonen zusammengesetztes, sehr grosses Gebiet, welches von durch Kantongrenzen begrenzt wird. Da es sich dabei um eine gebräuchliche administrative Einheit handelt und da durch den Zusammenschluss vieler Kantone nur wenige Unterscheidungen notwendig sind, ist diese Region für eine industrielle Verarbeitung einfach kennzeichnbar. Betrachtet man die Region Naturpark Schaffhausen, welche ein Teil im Kanton Schaffhausen ist, aber nur etwa die Hälfte der Gemeinden umfasst, so muss in einem ersten Schritt nach einem einzigen Kanton unterschieden werden und in einem zweiten zusätzlich noch auf der Ebene der Gemeinden.

Hinzu kommt, dass die Grossmetzgereien diese Unterscheidung bereits im Einkauf machen müssten. Denn nur so kann sichergestellt werden, dass die von den Metzgereien im Naturpark bestellten Mengen in der geforderten Herkunfts-kategorie von den Grossmetzgereien geliefert werden können.

Damit die Herkunftsproblematik der Metzgereien in Zukunft verbessert werden kann, gibt es unter anderem folgende zwei umsetzbare Massnahmen:

- *Einzelne umliegende betroffene Gemeinden wie beispielweise die Gemeinde Siblingen, welche nicht dem Naturpark angehören, werden akzeptiert und anerkannt für die Zusammenarbeit innerhalb des Naturparks.*
- *Sämtliche Gemeinden im Kanton Schaffhausen werden zukünftig für die Zusammenarbeit anerkannt.*

Bei der ersten Massnahme werden nur für die Zusammenarbeit relevante Gemeinden in das Parkgebiet aufgenommen. Somit würde das ursprüngliche Parkgebiet so weit wie möglich belassen werden. Jedoch müsste vor der Erweiterung von einzelnen Gemeinden in sämtlichen Produktgruppen Befragungen durchgeführt werden mit beteiligten Akteuren. Einerseits bedeutet dies einen hohen Aufwand und andererseits wäre eine ständige Änderung der Gemeinden, beispielsweise aufgrund Saisonalitäten und zu kleinem Angebot, unumgänglich. Um diese ständige Änderung der beteiligten Gemeinden, unter anderem für eine transparente Kommunikation, abfangen zu können würden wohl trotzdem nicht einzelne Gemeinde sondern alle potenziell mögliche Gemeinden bewilligt werden müssen.

Bei der zweiten Massnahme wird der Naturpark in Bezug auf das erlaubte Herkunftsgebiet auf alle Gemeinden des Kantons Schaffhausen erweitert. So könnte die Problematik der ständigen

Anpassung der ersten Massnahme umgangen werden und eine klare Kommunikation wäre möglich. Zusätzlich könnten auch die Metzgereien, welche von Grossmetzgereien abhängig sind, profitieren. Denn die Umsetzbarkeit der Herkunftskennzeichnung von Grossmetzgereien ist bei dieser Massnahme deutlich höher. Ein Nachteil ist, dass beide Massnahmen dem ursprünglichen Gedanken der künstlich definierten Region Naturpark Schaffhausen und deren Kommunikation sowie Information an die Bevölkerung widersprechen.

Meiner Meinung nach sollte der Gedanke der Förderung der regionalen Wertschöpfung für sämtliche Akteure im Naturparkgebiet im Fokus stehen. Somit wäre die erste Massnahme ein Widerspruch gegen dieses Prinzip. Metzgereien ohne Schlachtungsmöglichkeiten wären zukünftig rein durch die Tatsache, dass ihnen kein Schlachthaus zur Verfügung steht benachteiligt. Hinzu kommt, dass neben der Benachteiligung der Metzgereien im Parkgebiet gleichzeitig Gemeinden ausserhalb des Parkgebietes durch die Spezialregelung profitieren könnten.

In der zweiten Massnahmen wären sämtliche Akteure des Naturparkes berücksichtigt und somit die Unterstützung gleichermassen gegeben für Förderung der regionalen Wertschöpfung. Im Vorfeld sind Abklärungen und eventuell sogar eine vertragliche Regelung mit den betroffenen Grossmetzgereien zu tätigen, damit die Herkunftsregion Kanton Schaffhausen garantiert werden kann. Mit einer klaren Handhabung der Gemeinden ausserhalb des Naturparkes, welche neu auch zur Herkunftsregion zählen, kann der Nutzen des Naturparkes für diese Gemeinden auf einem geringen Niveau gehalten werden. Beispielsweise werden diese Gemeinden weder auf der Homepage noch auf sonstigen offizielleren Dokumenten, Medienberichte usw. aufgeführt. Sie werden lediglich in der Definition der Naturpark Region Schaffhausen erwähnt.

Die angewandte Methode Experteninterview hat sich als geeignet herausgestellt. Die teils sehr individuellen Informationen eines Betriebes haben schlussendlich zu einem guten Überblick der Gesamtsituation beigetragen. Aufgrund der Anzahl der durchgeführten Interviews sind die Resultate vor allem im Bereich Gastronomie nicht generell gültig. Bei den Metzgereien wurde fast mit der Hälfte der vorhandenen Betriebe ein Interview durchgeführt und die Resultate sind somit aussagekräftiger in Bezug auf die Situation im gesamten Regionalen Naturpark Schaffhausen.

Aufgrund der Tatsache, dass nicht alle interviewten Metzgereien mit den interviewten Gastronomiebetrieben zusammenarbeiten und umgekehrt, sind die Resultate nicht vollständig verknüpfbar und deckend. So kann es beispielsweise vorkommen, dass ein Metzger angibt Wildfleisch zu importieren, aber keiner der vier Gastronomiebetriebe ausländisches Wildfleisch verkauft. In diesem Fall kann dieses Fleisch trotzdem in die Gastronomie gelangen, nämlich durch einen Gastronomiebetrieb, welcher nicht interviewt wurde im Rahmen dieser Arbeit. Das Fleisch muss somit nicht zwingend im Verkaufsladen der Metzgerei angeboten werden.

Aufgrund der ausgewählten beteiligten Akteuren Metzgereien und Gastronomiebetrieben konnte kein Überblick erhalten werden, wie gross die tatsächlich produzierten Fleischmengen im regionalen Naturpark sind und somit das gesamte Potential im Naturpark. Dies müsste in einem weiteren Schritt der Datenerhebung gemacht werden.

Literatur

- Bätzing, W. P. D. (n.d.). Zum Begriff und zur Konzeption von “ Region ” aus der Sicht der Geographie. *Arbeit*, 2–4.
- Bundesamt für Landestopografie. (2016). *Perimeter Regionaler Naturpark Schaffhausen*.
- Bundesamt für Statistik. (2016a). *Landwirtschaft und Ernährung Taschenstatistik 2016*. Neuchatel. Retrieved from www.bfs.admin.ch
- Bundesamt für Statistik. (2016b). Landwirtschaftsbetriebe, Beschäftigte, Nutzfläche nach Kanton. Retrieved March 4, 2017, from <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/landforstwirtschaft/landwirtschaft.assetdetail.262915.html>
- Erklärung von Bern. (2011). Agropoly: Wenige Konzerne beherrschen die weltweite Lebensmittelproduktion, 1–18.
- Kanton Schaffhausen Landwirtschaftsamt. (2015). *Zahlen und Fakten zur Schaffhauser Landwirtschaft*.
- Kraus, F. (2015). *Nachhaltige Regionalentwicklung im Biosphärenreservat Rhön*.
- Lindenthal, S. (2015). Regionale Bio-Lebensmittel - Bewertung der sozio- ökonomischen Vorteile für die Region aus Sicht der Nachhaltigkeit am Beispiel Frischmilch in Österreich Einleitung und Zielsetzung Methode, (FAO 2013), 2013–2016.
- Mieg, H. A., & Brunner, B. (2001). Experteninterviews. Professur für Mensch-Umwelt-Beziehungen, ETH Zürich.
- Naturpark Schaffhausen. (2014). Regionaler Naturpark Schaffhausen. Retrieved January 2, 2017, from <http://www.naturpark-schaffhausen.ch>
- Netzwerk Schweizer Pärke. (2017). Netzwerk Schweizer Pärke. Retrieved February 17, 2017, from <http://www.paerke.ch/de/schweizerpaerke/uebersicht.php>

Rütter, H., Stettler, J., Amstutz, M., Birrer, D., Breiter, M., Lasesser, C., ... Schmid, F. (2002).
Volkswirtschaftliche Bedeutung von Sportgrossanlässen in der Schweiz.

Sauerborn, K. (1996). *Die Regionalisierung der Wirtschaft als Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung. Ergebnisse aus dem Forschungsprojekt "Nachhaltige Regionalentwicklung Trier."*

Schweizer Fleisch-Fachverband. (n.d.). Metzgerei Verband - Mitglieder. Retrieved January 2, 2017, from <http://metzgerei.ch/de/verband/fleischfachgeschaefte.php>

Trägerverein Culinarium. Richtlinien Regionalmarken Teil A Anhang 12.4 (2016).

Verband Gastro Schaffhausen. (n.d.). Gastrosh. Retrieved February 18, 2017, from <http://www.gastrosh.ch/index.dna?rubrik=2&lang=1&a=%2588X%2519%258C%25BB%25D6W%25AC&b=736743.4242263953>

Verein der Naturpark-Wirte im Südschwarzwald. (2015). Naturpark - Wirte, 44.

Verein Schweizer Regionalprodukte. Richtlinien für Regionalmarken Teil B1 (2016).

Abbildungsverzeichnis

Eigenes Bild: [Titelbild], aufgenommen im März 2017 in Rüdlingen, Kanton Schaffhausen

Bergtrotte Osterfingen. (2017). [Abb 1] *Bergtrotte*. Retrieved from
<http://www.bergtrotte.ch/genussregion/>

Eigene Darstellungen: [Abb. 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9] erstellt im März 2017 in Zürich

Abbildung 1: Blick aufs Schaffhauserland (Bergtrotte Osterfingen, 2017)	8
Abbildung 2: Parkperimeter Regionaler Naturpark Schaffhausen gemäss (Bundesamt für Landestopografie, 2016)	9
Abbildung 3: Übersicht Herkunftsregionen gemäss (Naturpark Schaffhausen, 2014, Trägerverein Culinarium, 2016).....	10
Abbildung 4: Definition Brutto- und Nettowertschöpfung gemäss (Rütter et al., 2002).....	11
Abbildung 5: Vereinfachte Wertschöpfungskette von Nahrungsmitteln gemäss (Erklärung von Bern, 2011)	13
Abbildung 6: Gesamtangebot Fleisch und Fleischprodukte im und um den Regionalen Naturpark Schaffhausen, aus aufgeführten Quellen des Kapitels 2.3.	14
Abbildung 7: Warenfluss Fleisch gemäss Angaben der interviewten Metzgereibetriebe.....	21
Abbildung 8: Warenfluss Fleisch spezifiziert nach der Herkunft und Verarbeitungsstandort	23
Abbildung 9: Fleischherkunft der interviewten Gastronomiebetriebe	25

Tabellenverzeichnis

Eigene Darstellungen: [Tab. 1, 2, 3, 4, 5, 6] erstellt im März 2017 in Zürich

Tabelle 1: Ausgewählte Betriebe für Experteninterviews	16
Tabelle 2: Beurteilung der Metzgereien über die Zusammenarbeit mit Produzenten und Gastronomiebetriebe	19
Tabelle 3: Herkunftsnennungen der verschiedenen Fleischarten	24
Tabelle 4: Vorschlag Richtlinien bezüglich Getränke Vorgaben	55
Tabelle 5: Vorschlag Richtlinien bezüglich regionalen Komponenten.....	56
Tabelle 6: Vorschlag Richtlinien bezüglich den Frühstück Komponenten.....	56

Anhangsverzeichnis

Anhang A: Leitfaden Gastronomie.....	37
Anhang B: Richtlinien Naturparkwirte.....	40
Anhang C: Leitfaden Metzgereien.....	45
Anhang D: Auswertungsraster Interview.....	50
Anhang E: Vorschlag Richtlinien.....	54
Anhang F: Poster.....	57
Anhang G: Plagiatserklärung.....	58

Anhang A: Leitfaden Gastronomie

Leitfaden Experteninterview, Gastronomiebetrieb

Einstiegsfragen

- Begrüssung und Dank für die Bereitschaft fürs Interview, Frage bezüglich Tonaufnahme, Daten werden anonymisiert, in der Arbeit nicht erkennbar, welche Aussage von welchem Betrieb stammt.
- Kurze Info zur Bachelorarbeit und grober Beschrieb um was es geht
- Wie beurteilen Sie allgemein die aktuelle Zusammenarbeit mit den regionalen Verarbeitern? (sehr intensiv, positiv, sehr gering, keine Zusammenarbeit) Welche Gründe gibt es dafür?

Hauptteil mit Frageblöcken zu Themen und Unterthemen

- Damit ein Überblick über die IST Situation gewonnen werden kann, würde ich gerne mit Ihnen Ihr aktuelles Fleischangebot anschauen.
(Siehe Tabelle unten)
- Sind Sie zufrieden mit der aktuellen Warenbeschaffung? Weshalb ja / nein?
- Wo würden Sie gerne etwas ändern bei der Warenbeschaffung? Wo ist dies aus welchen Gründen nicht möglich? Welcher Posten und weshalb?

Landwirte/Metzgereien im Naturpark Schaffhausen

- Wie schätzen Sie die aktuelle Abstimmung zwischen Angebot und Nachfrage zwischen NP Landwirten/Metzgereien und NP Gastronomiebetriebe ein?
- Wo liegen aus Ihrer Sicht die grössten Unterschiede zwischen Fleisch und Fleischprodukten von NP Schaffhausen Produzenten und nationalen / internationalen Produzenten? (Preis, Verfügbarkeit, Menge, Qualität usw.)
- Welches sind die grössten Schwierigkeiten beim regionalen Einkauf von Fleisch / im NP Schaffhausen?
- Aktuelle Situation mit der Zusammenarbeit NP Produzenten/Metzgereien: Wo gab es bis anhin Probleme, wo sehen Sie Vorteile?
- Welche Entwicklung erhoffen Sie sich, damit zukünftig die Zusammenarbeit zwischen Ihnen und den Metzgereien/Produzenten im NP Schaffhausen intensiviert werden kann?
- Ist aus Ihrer Sicht wünschenswert, dass Betriebe mit einem gewissen Prozentsatz an Zutaten (Fleisch, aber auch alle andere Lebensmittel) aus dem NP Schaffhausen, zukünftig ein Label erhalten? Wieso?
- Bei welchen Lebensmitteln sehen Sie die grösste Schwierigkeit einen hohen Anteil an Zutaten aus dem NP Schaffhausen zu erreichen? (Fleisch, Gemüse usw.)
- Konkrete Richtlinien besprechen, Meinung bezüglich Machbarkeit
(*Siehe zusätzliche Beilage „Entwurf Richtlinien Naturparkwirt“, regionaler Naturpark Schaffhausen*)

Ausstieg mit Rückblick / Ausblick und Dank

- Fragen / Rückmeldungen des Experten
- Klärung weiteres Vorgehen
- Dank und Verabschiedung

Anhang B: Richtlinien Naturparkwirte

Entwurf, Richtlinien Naturparkwirt, regionaler Naturpark Schaffhausen

Allgemein

- Diese Richtlinien stützen sich auf den Richtlinien für Regionalmarken Teil B Branchenspezifische Vorgaben für Gastronomie und wurden ergänzt mit weiteren Vorgaben aus den Richtlinien für die Mitglieder des Vereins Naturparkwirte im Südschwarzwald (S).

Ziele

- Diese Richtlinien sind die Grundlage für Transparenz und Glaubwürdigkeit der Gastronomiebetriebe. Durch unabhängige Zertifizierungsstellen wird das Label „Naturparkwirt“ vergeben und auf wichtige Punkte wie Kennzeichnung und Rückverfolgbarkeit geprüft.

Geltungsbereich

- Geltend für alle Gastronomiebetriebe im regionale Naturpark Schaffhausen, welche sich mit dem Label „Naturparkwirt“ ausweisen.
- Die Gastronomiebetriebe können sich selbst in Bezug auf ihre Unternehmensstruktur und ihres Engagements mit einem kleinen, mittleren oder grossen Angebot qualifizieren
- Die Verantwortung für die Umsetzung dieser Bestimmungen liegt beim Unternehmen.

Allgemeine Informationen

- Diese Richtlinien werden auch im Internetauftritt der Naturparkwirte veröffentlicht.
- Alle Mitglieder werden auf der Naturparkwirte Homepage inkl. Verlinkung auf eigene Homepage erwähnt.

Anforderungskriterien

Allgemeine Vorgaben

- Es muss dargelegt werden können, dass während der Lagerung und der Verarbeitung keine Vermischung und Verwechslung mit Zutaten in Nicht-Regionalmarkenqualität stattfinden kann.
- Zugekaufte Convenience-Produkte in Regionalmarken-Qualität dürfen verwendet werden
- Der Betrieb ist damit einverstanden, dass die Einhaltung der Richtlinien von einer unabhängigen Kontrollkommission im Betrieb jeweils jährlich auf Voranmeldung überprüft wird. Die Überprüfung dient der Qualitätssicherung. Für die Kontrolle müssen, die eigens

gekennzeichneten Lieferscheine und Sondervereinbarungen über den Bezug von Rohwaren separat abgelegt und nachweisbar sein (S)

Identifikation

- Das Prädikat „Naturparkwirt“ wird vom Betrieb als Ergänzung zum Hotel- bzw. Restaurantnamen in allen Mitteilungen und Auftritten nach außen benutzt und zwar in Verbindung mit dem offiziellen Logo des Naturparks. (Wegweiser, Angebote, Presseinfos, Werbeanzeigen, Sponsoring, auf Messen und auf Printmedien) (S)
- Auf der Homepage des Betriebes muss das Naturparkwirte-Logo prominent verankert sein. (S)
- Das offizielle Schild „Naturparkwirt“ muss gut sichtbar am Eingangsbereich des Hotels / Restaurants angebracht sein, bei mehreren Eingängen möglichst an jedem einzelnen. (S)
- Soweit möglich soll die offizielle Fahne des Naturparks Südschwarzwald beim Betrieb angebracht sein. (S)
- Das Gesamtverzeichnis der Naturparkwirte wird stets an der Rezeption und in den Aufenthaltsräumen ausgelegt. (S)
- Informationen über den Naturpark und die Aktionen des Vereins der Naturparkwirte werden an herausragender Stelle im Gästebereich oder Foyer des Betriebes präsentiert. Hierfür kann vom Verein Informationsmaterial erworben werden (S)
- Das Personal ist in der Lage, die Idee der Naturparkwirte zu erklären und die Naturpark-Gerichte spezifisch anzubieten (S)
- Das Mitarbeiter-Team kennt die Grundsätze der Philosophie der Regionalmarke
- Die Regionalgerichte, die regionalen Komponenten und die Getränke sind gemäss den Vorgaben der Regionalmarke gekennzeichnet.
- Die Grundsätze der Regionalmarken-Philosophie sind entweder in der Speisekarte aufgeführt oder für die Gäste ersichtlich angebracht.

Vorgaben Getränke

- Je nach Betriebsgrösse ist eine Mindestanzahl an Getränken ganzjährig anzubieten.

	Kleines Angebot	Mittleres Angebot	Grosses Angebot
1. Mineralwasser	1	1	1
2. Alkoholfreie Getränke (Säfte, Limonaden, Sirup etc.)	1	2	3
3. Alkoholische Getränke (vergorener Saft/Most, Edelbrand, Likör, Bier etc.)	1	2	3
4. Flaschenweine oder Schaumweine	2	4	6
5. Flaschenweine im Offenausschank	1	1	1
6. Tee in Regionalmarken-Qualität, wenn kein Angebot in der Region zumindest mit Herkunft Schweiz.	e	e	e

Vorgaben Speisen

- Werden Gerichte mit Naturpark-Produkten auf der Speisekarte angeboten, sind diese als Regionalgericht erkennbar zu machen. In diesen Gerichten dürfen dann keine Waren zum Einsatz kommen, die der Naturpark-Philosophie widersprechen, z.B. frische Erdbeeren im Winter oder Ähnliches.
- Wesentliches Merkmal eines Naturparkwirtes ist das ganzjährige Angebot regionaltypischer Speisen, deren Rohstoffe aus der Gebietskulisse des Naturparks stammen. Entweder wird eine eigene Naturparkwirt-Speisekarte angeboten oder alternativ mindestens ein Drittel der angebotenen Speisen diesen Kriterien entspricht. Konkret heißt das, dass ganzjährig mindestens 6 Speisen oder eben 30 % aller angebotenen Speisen regionale Gerichte sind.

Eine Mindestanzahl der Gerichte muss über das ganze Jahr in Regionalmarkenqualität angeboten werden.

	Kleines Angebot	Mittleres Angebot	Grosses Angebot
1. A la carte	2	3	5
2. Vegetarische Gerichte	e	1	2
3. Süsse Gerichte	e	1	2

- Die Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs müssen zu mindestens 60% aus der entsprechenden Region stammen. Fleisch, Geflügel, Fisch auf gekennzeichneten Gerichten stammen immer aus der entsprechenden Region. Der Massenanteil zum Zeitpunkt der Verarbeitung ist ausschlaggebend
- Für gastronomische Betriebe ohne à-la-carte-Geschäft gelten die Kriterien analog: Es müssen ebenfalls 30 % der angebotenen Speisen aus dem Naturpark gefertigt sein. Dabei

kann zwischen Vorspeisen, Suppen, Zwischengerichten, Hauptspeisen und Desserts/Käse gewechselt werden.

- Die Gerichte weisen eine regionaltypische Bezeichnung auf, die ggf. erläutert wird.

Einzelne regionale Komponenten

- Zusätzlich können einzelne Komponenten in Regionalmarkenqualität gekennzeichnet werden. Dies ist hauptsächlich im Bereich der Mittagsmenüs und der Bankette gedacht. Beispiele für Komponenten sind: Rindsbraten, Bohnen, Salat, usw. Bei Komponenten mit mehreren Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs (z.B. Dessert, Kartoffelstock, Suppe usw.), muss mindestens der Hauptbestandteil zu 100% und total ein Anteil von mind. 60% der Zutaten aus der entsprechenden Region stammen.

Frühstück

Wenn ein Frühstück angeboten wird, müssen im Minimum folgende Produkte in Regionalmarkenqualität gekennzeichnet werden:

	Kleines Angebot	Mittleres Angebot	Grosses Angebot
• Milch	e	ja	ja
• Molke-Drink	e	e	e
• Tafelbutter (Ausnahme: Tafelbutter in der Schale ist nicht regional verfügbar)	e	e	ja
• Joghurt oder Sauerrahm oder Quark	e	2	3
• Eier	ja	ja	ja
• Käsesorten	1	2	4
• Konfitüren	e	e	1
• Honig	e	1	1
• Früchte	e	1	2
• Anzahl Brotsorten	e	e	1

Transparenz / Kontrollen

- Die Lieferanten der Produkte sollen über die Speisekarte nachvollziehbar sein. Wenn dies nicht möglich ist, sollen entsprechende Auskünfte für den interessierten Gast auf Wunsch verfügbar sein, aus denen er die Quellen erfahren kann.
- Zur Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit müssen Speisekarten, Zutatenlisten/Rezepturen und Rechnungen/Lieferscheine datiert bis zum nächsten Audit aufbewahrt werden.
- Lieferanten, die nicht Lizenznehmer der Regionalmarken sind oder über keine Herkunftsbescheinigung verfügen, können für Regionalgerichte nicht berücksichtigt werden,

solange sie selbst nicht zertifiziert sind oder eine Herkunftsbescheinigung unterschrieben haben, welche von der Regionalmarkeninhaberin oder der Zertifizierungsstelle bestätigt wurde.

- Vor der Erstellung von individuellen Werbematerialien, Broschüren, usw. mit Aussagen zur Regionalmarke ist ein Gut zum Druck bei der Zertifizierungsstelle einzuholen.
- Die ersten Speise- und Weinkarten mit Aussagen zur Regionalmarke werden zur Ansicht an die Zertifizierungsstelle eingeschickt. Spätere Anpassungen unterliegen nur dann der Genehmigungspflicht, wenn auf der Speisekarte
- Aussagen zur Regionalmarke geändert werden.
- Wesentliche personelle und organisatorische Änderungen im Unternehmen, die die Umsetzung des Regionalmarken Programms betreffen, müssen gemeldet werden.
- Für die langfristige Planung und die Berichterstattung werden von den Betrieben zur statistischen Erfassung vier Kennzahlen benötigt. Diese werden zusammen mit dem Auditor geschätzt:
 - Umsatzangaben über die Produkte, welche bei der Regionalmarke angemeldet sind.
 - Angabe der Beschäftigten inkl. Betriebsleiter in Stellenprozent.
 - Anzahl zuliefernde Landwirtschaftsbetriebe.
 - Angabe der Distanz zum weitesten entfernt liegenden Zulieferanten von Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs in Regionalmarkenqualität.

Anhang C: Leitfaden Metzgereien

Leitfaden Experteninterview, Metzgerei

Einstiegsfragen

- Begrüssung und Dank für die Bereitschaft fürs Interview, Frage bezüglich Tonaufnahme, Daten werden anonymisiert, in der Arbeit nicht erkennbar welche Aussage von welchem Betrieb stammt.
- Kurze Info zur Bachelorarbeit und grober Beschrieb um was es geht
- Wie beurteilen Sie allgemein die aktuelle Zusammenarbeit mit den regionalen Landwirten und Gastronomen? (sehr intensiv, positiv, sehr gering, keine Zusammenarbeit) Welche Gründe gibt es dafür?

Hauptteil mit Frageblöcken zu Themen und Unterthemen

- Damit ein Überblick der IST Situation gewonnen werden kann, würde ich gerne mit Ihnen Ihren aktuellen Warenfluss anschauen. Falls entscheidende Unterschiede zwischen einzelnen Fleischarten bestehen, bitte entsprechend notieren.
(*Siehe nachfolgende Tabelle*)

Zukauf

- Woher beziehen Sie Ihr Rohmaterial und wie hoch ist der jeweilige Anteil verglichen an der gesamten Einkaufsmenge?
 - Grossmetzgerei%
 - Direkt vom Produzenten (CH)%
 - Direkt von Produzenten (Culinarium Ost)%
 - Direkt von Produzenten (NP Schaffhausen)%
- Falls direkt von Produzenten: Wie viele Produzenten sind es ca. pro Jahr im NP Schaffhausen und welche?

- Sind Sie zufrieden mit der aktuellen Warenbeschaffung? Weshalb ja / nein?
- Wo würden Sie gerne etwas ändern? Wo ist es aber z.B. aufgrund von Preis, Verfügbarkeit nicht möglich?

Landwirte im Naturpark Schaffhausen

- Wie schätzen Sie die aktuelle Abstimmung von Angebot und Nachfrage zwischen Ihnen und den NP Landwirten ein?
- Wo liegen aus Ihrer Sicht die grössten Unterschiede zwischen NP Schaffhausen Produzenten und nationalen / internationalen Produzenten? (Preis, Verfügbarkeit, Menge, Qualität usw.)
- Welches sind die grössten Schwierigkeiten beim regionalen Einkauf von Fleisch / Fleischprodukten im NP Schaffhausen?
- Aktuelle Situation mit der Zusammenarbeit NP Produzenten: Wo gab es bis anhin Probleme, wo sehen Sie Vorteile?
- Welche Entwicklung erhoffen Sie sich, damit zukünftig die Zusammenarbeit zwischen Ihnen und den Produzenten im NP Schaffhausen intensiviert werden kann?

Verkauf

- Durch welche Verkaufskanäle verkaufen Sie alles Fleisch und wie hoch ist der jeweilige Anteil verglichen an der gesamten Verkaufsmenge?
- | | |
|---|--------|
| <input type="radio"/> Verkaufsladen |% |
| <input type="radio"/> Gastronomie (CH) |% |
| <input type="radio"/> Gastronomie (Culinarium Ost) |% |
| <input type="radio"/> Gastronomie (NP Schaffhausen) |% |
| <input type="radio"/> Lohnarbeit* |% |
| <input type="radio"/> Partyservice |% |
| <input type="radio"/> |% |

* Fleisch geht wieder zurück an den Produzenten

- In welchen Verkaufskanal gelangt das importierte Fleisch hauptsächlich?
- Wird bewusst darauf geachtet, dass Fleisch aus dem NP Schaffhausen auch wieder im NP Schaffhausen verkauft wird? Weshalb ja / nein? Oder wohin gelangt es?

Gastronomiebetriebe im Naturpark Schaffhausen

- Wie schätzen Sie die aktuelle Abstimmung zwischen Angebot und Nachfrage zwischen Ihnen und den NP Gastronomiebetriebe ein?
- Aktuelle Situation mit der Zusammenarbeit NP Gastronomiebetriebe: Wo gab es bis anhin Probleme, wo sehen Sie Vorteile?
- Welche Entwicklung erhoffen Sie sich, damit zukünftig die Zusammenarbeit zwischen Ihnen und den Gastronomiebetriebe im NP Schaffhausen intensiviert werden kann?

Ausstieg mit Rückblick / Ausblick und Dank

- Fragen / Rückmeldungen des Experten
- Klärung weiteres Vorgehen
- Dank und Verabschiedung

Anhang D: Auswertungsraster Interview

Einkaufskanal Fleisch, keine Betrachtung der Fleisch Herkunft								
Aussage von 5 Metzgereien, alle in % Angabe, total 500%								
Produzenten	90	70	95	80		Total 335	67 %	
Grossmetzgereien	100	10	30	5	20	Total 165	33 %	
Einkauf Feisch mit Betrachtung der jeweiligen Fleisch Herkunft								
Aussage von 5 Metzgereien, alle in % Angabe, total 500%								
NP Schaffhausen	80	80	0	75	35	Total 270	54 %	
Culinarium Ost	0	0	65	20	35	Total 120	24 %	
übrige Schweiz	20	15	20	0	30	Total 85	17 %	
Ausland	0	5	15	5	0	Total 25	5 %	
Verkaufskanal Fleisch, keine Betrachtung der Fleisch Herkunft								
Aussage von 5 Metzgereien, alle in % Angabe, total 500%								
Verkaufsladen	60	35	95	48	85	Total 323	65 %	
Gastronomie	2	52	20	30	10	Total 114	23 %	
NP Schauffhausen/Culinarium								
Partyservice	25	2,5	15			Total 42,5	9 %	
Lohnverarbeitung	0,5	10	5	5		Total 20,5	4 %	

	NP	Culinarium	Schweiz	Import	Anzahl Aussagen
Rind	100				3
	100				
		100			
Kalb	20	80	100		2
			20		
Schweins	80	20	100		3
		80	20		
Lamm			200		2
Wild		100			2
	20	80			
Poulet		30	80	20	3
			100		

Aktuelle Einschätzung der Zusammenarbeit mit...				
Landwirten:				neutral, gut, sehr positiv, 2x keine Aussage
Gastronomiebetrieben:				sehr schwierig, schwierig, befriedigend bis gut, positiv, 1x keine Aussage
Zusammenarbeit mit wie vielen Produzenten				
15-20	3-4	20	5	keine Aussage
Aktuelle Zufriedenheit mit Warenbeschaffung				
Grundsätzlich zufrieden, grundsätzlich keine Abhängigkeit aber teils die Gefahr das alles an die grossen Metzgereien geht. Auswahl der Partnerschaften nach gleichen Grundsätzen und Partnerschaft pflegen.				
Zufrieden, alles gut arrangiert mit Grossmetzgerei. Tiere aus der Region werden extra ausgelesen und ihnen geliefert.				
Im Grossen und Ganzen zufrieden, falls etw as nicht wie geplant ist, erhalten Sie vorzeitig die Informationen und können auf andere Produzenten ausweichen.				
Grundsätzlich alles gut da alles verfügbar, aber Preisfrage				
Sehr zufrieden, gute Abstimmung				
Einschätzung des Fleisch Angebotes in der Region / NP Schaffhausen				
Angebot grösser als Nachfrage				
Angebot kann den Grundbedarf gut decken übers Jahr aber saisonale Schw ankungen müssen mit Zukauf abgedeckt werden.				
Angebot wird als ausreichend angeschaut, in dem Bereich Schweine manchmal kurzzeitig eher knapp.				
Sehr gutes, ausreichendes Angebot.				
Angebot wird als gross genug empfunden, es wäre durchaus noch mehr Potential in der Nachfrage vorhanden.				
Vorteile und Probleme mit der Zusammenarbeit regionaler Produzenten				
Vorteile: Flexibilität, kurzfristige Nachbestellung von Tieren möglich, kurzer Transportweg, Qualität				
Probleme: Einzelfälle				
Einschätzung Nachfrage Gastronomie / Angebot Metzgerei				
Angebot gross genug, Nachfrage eher das Problem, Preis Matchentscheidend				
Keine Aussage				
Nachfrage liegt unterhalb des Potentials des Angebotes. Preiskampf und				
Nachfrage könnte höher sein				
Grundsätzlich wäre noch mehr Potential vorhanden. Keine Nachfrage nach				
Zusammenarbeit mit NP Gastronomiebetriebe: Wo gab es bis anhin Probleme, wo sehen Sie Vorteile?				
Vorteile: Grundsätzlich regelmässiger Absatz, pfannenferige Produkte sind nicht so stark dem Preiskampf ausgesetzt, Bewusstsein teils gestiegen für die Vollwertung eines Tieres, persönliche Beziehung mit den kleineren / familiären Betrieben				
Nachteile: Riesiger Preiskampf , keine einheitliche Werbung, ziehen nicht am gleichen Strick, einseitige Zusammenarbeit.				
Erhoffte Entwicklung in der Zusammenarbeit mit NP Gastronomiebetriebe				
Engeren Kontakt, besseres Auftreten gegenüber Kunden, Herkunft soll stärker gewichtet werde, ausgeglichene Zusammenarbeit, besserer Austausch auch mit neuen Wirten				
Zusätzliche Äusserungen				
Zukünftig auch die Zusammenarbeit unter den Metzgern fördern und auch ausserhalb der Fleischbranchen, Synergien nutzen				
Nicht nur die Herkunft des Fleisches sondern auch der Verarbeitungsstandort soll bercksichtigt werden				
Für die einen Gastronomen ist es teils selbstverständlich regional einzukaufen, machen daher viel z wenig Werbung sprich der Kunde weiss es gar nicht.				
Keine Unterscheidung NP Schaffhausen / Siblingen möglich!				

Aktuelle Einschätzung der Zusammenarbeit mit...				
Metzgereien: 4xgut				
Aktuelle Zufriedenheit mit Warenbeschaffung				
Grundsätzlich zufrieden jedoch muss bei grösseren Mengen auf Fleisch/Metzgereien ausserhalb der Region zurückgegriffen werden				
Positiv, gute Verfügbarkeit				
Alles i.O				
Grundsätzlich gut				
Einschätzung des Fleisch Angebotes in der Region / NP Schaffhausen				
Verfügbarkeit für Grundbedarf gut aber bei grösseren Bestellungen nicht.				
vorhanden				
gut bis auf Poulet / Lamm				
Vorteile und Probleme mit der Zusammenarbeit regionaler Metzgereien				
Mehr regionale Innovationen und Spezialitäten gefordert für zusätzliche Abhebung				
Möchte man alles aus der Region beziehen, wird mehr Lagermöglichkeit benötigt				
Besserer Überblick über Angebote				
gute Qualitäts und Flexibel				
Gegenseitige Werbung direkt beim Kunden nicht gut				
Erhoffte Entwicklung in der Zusammenarbeit mit regionalen Metzgereien				
Mehr Innovationen				
Bessere Übersicht was es wo überhaupt für regionale Zutaten gibt, aktuell sehr zeitaufwendig				
Zusätzliche Äusserungen				
Gewünscht wird eine Übersicht z.B. auf der Homepage, damit man weiss was es überhaupt alles für Produkte im Naturpark gibt.				
Damit Gastronomie aktiv auch auf Produzenten zugehen kann.				
Gemeinsame Bezugsquelle schaffen für z.B. Gemüse oder regionalem Pouletfleisch o., welches auch die Lagerung übernimmt				

Anhang E: Vorschlag Richtlinien

Vorschlag Richtlinien Naturparkwirt, Regionaler Naturpark Schaffhausen

Ziele

Diese Richtlinien sind die Grundlage für Transparenz und Glaubwürdigkeit der Gastronomiebetriebe. Das Label „Naturparkwirt“ wird von einer unabhängigen Zertifizierungsstelle vergeben. Bei jährlichen Kontrollen werden wichtige Punkte wie Kennzeichnung und Rückverfolgbarkeit geprüft.

Geltungsbereich

Geltend für alle Gastronomiebetriebe im regionale Naturpark Schaffhausen, welche sich mit dem Label „Naturparkwirt“ ausweisen. Die Gastronomiebetriebe können sich selbst in Bezug auf ihre Unternehmensstruktur und ihr Engagement entweder als Gastronomiebetrieb mit kleinen, mittleren oder grossen Angebot definieren. Die Verantwortung für die Umsetzung dieser Bestimmungen liegt beim Unternehmen.

Allgemeine Informationen

Diese Richtlinien werden auf der Internetseite des Labels Naturparkwirte veröffentlicht. Alle Mitglieder werden auf der Naturparkwirte Homepage inkl. Verlinkung auf eigene Homepage erwähnt.

Anforderungskriterien

Allgemeine Vorgaben

- Es muss dargelegt werden können, dass während der Lagerung und der Verarbeitung keine Vermischung und Verwechslung mit Zutaten in Nicht-Regionalmarkenqualität stattfinden kann.
- Zugekaufte Convenience-Produkte in Regionalmarken-Qualität dürfen verwendet werden.
- Der Betrieb ist damit einverstanden, dass die Einhaltung der Richtlinien von einer unabhängigen Kontrollkommission im Betrieb jeweils jährlich auf Voranmeldung überprüft wird. Die Überprüfung dient der Qualitätssicherung. Für die Kontrolle müssen die eigens gekennzeichneten Lieferscheine und Sondervereinbarungen über den Bezug von Rohwaren separat abgelegt und nachweisbar sein.

Identifikation

- Das Prädikat „Naturparkwirt“ wird vom Betrieb als Ergänzung zum Hotel- bzw. Restaurantnamen in allen Mitteilungen und Auftritten nach außen benutzt und zwar in

Verbindung mit dem offiziellen Logo des Naturparks. (Presseinfos, Werbeanzeigen, Sponsoring, auf Messen und auf Printmedien usw.)

- Auf der Homepage des Betriebes muss das Naturparkwirte-Logo prominent verankert sein.
- Das offizielle Schild „Naturparkwirt“ muss gut sichtbar am Eingangsbereich des Hotels / Restaurants angebracht sein.
- Das Gesamtverzeichnis der Naturparkwirte wird stets an der Rezeption und in den Aufenthaltsräumen ausgelegt.
- Informationen über den Naturpark und die Aktionen des Vereins der Naturparkwirte werden an herausragender Stelle im Gästebereich oder Foyer des Betriebes präsentiert. Hierfür kann vom Verein Informationsmaterial erworben werden.
- Das Personal ist in der Lage, die Idee der Naturparkwirte zu erklären und die Naturpark-Gerichte spezifisch anzubieten.
- Das Mitarbeiter-Team kennt die Grundsätze der Philosophie der Regionalmarke
- Die regionalen Komponenten und die Getränke sind gemäss den Vorgaben der Regionalmarke gekennzeichnet.
- Die Grundsätze der Regionalmarken-Philosophie sind in der Speisekarte aufgeführt.

Vorgaben Getränke

Je nach Betriebsgrösse ist eine Mindestanzahl an Getränken aus dem Naturpark ganzjährig anzubieten.

Tabelle 4: Vorschlag Richtlinien bezüglich Getränke Vorgaben

Getränkart	Angebotsgrösse		
	Klein	Mittel	Gross
Mineralwasser oder Hahnenwasser, wenn kein Angebot in der eigenen Region zumindest Schweizer Mineralwasser	1	1	1
Regionaltypische Getränke wie Most, Bier, Sirup etc.	1	1	1
Flaschenweine / Schaumweine	2	4	6
Flaschenweine im Offenausschrank	1	2	3
Tee falls vorhanden, ansonsten aus der Schweiz	1	1	1

Einzelne regionale Komponenten

- Einzelne Komponenten eines Gerichtes können in Regionalmarkenqualität gekennzeichnet werden beispielweise Teigwaren mit Rahmsauce und Rahmschnitzel, aus Naturpark-Schweinefleisch zubereitet. Somit muss 100% des Schweinefleisches aus dem Naturpark stammen.

Tabelle 5: Vorschlag Richtlinien bezüglich regionalen Komponenten

Regionale Komponenten	Angebotsgrösse		
	Klein	Mittel	Gross
Anzahl regionaler Komponenten für à la Carte Angebot	4	8	12

Frühstück

Tabelle 6: Vorschlag Richtlinien bezüglich den Frühstück Komponenten

Frühstück Komponenten	Angebotsgrösse		
	Klein	Mittel	Gross
Eier	Alle	Alle	alle
Konfitüre	1	2	3
Honig	0	1	1
Tee falls vorhanden, ansonsten aus der Schweiz	1	1	2
Brotsorten	0	1	2
Fleischprodukte	1	2	3

Transparenz / Kontrollen

- Der Produzent der Produkte soll auf der Speisekarte nachvollziehbar sein.
- Zur Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit müssen Speisekarten, Zutatenlisten/Rezepturen und Rechnungen/Lieferscheine datiert bis zum nächsten Audit aufbewahrt werden.
- Für die Erstellung von individuellen Werbematerialien, Broschüren, usw. mit Aussagen zur Regionalmarke ist das Grundlayout des Naturparks anzuwenden.
- Wesentliche personelle und organisatorische Änderungen im Unternehmen, die die Umsetzung des Regionalmarken Programms betreffen, müssen gemeldet werden.

Für die langfristige Planung und die Berichterstattung werden von den Betrieben zur statistischen Erfassung vier Kennzahlen benötigt. Diese werden zusammen mit dem Auditor geschätzt:

- Umsatzangaben über die Produkte, welche bei der Regionalmarke angemeldet sind.
- Angabe der Beschäftigten inkl. Betriebsleiter in Stellenprozent.
- Anzahl zuliefernde Landwirtschaftsbetriebe.
- Angabe der Distanz zum weitesten entfernt liegenden Zulieferanten von Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs in Regionalmarkenqualität.