

Guide für den Einzelhandel

Sustainable Diets

Neugewichtung von tierischen & pflanzlichen Schlüsselprodukten

"Protein-Split"

Herausgeber

WWF Schweiz

Datum

August 2022

(Überarbeitet April 2023)

Autor:in

Mariella Meyer

Bericht auf der Grundlage einer vom WWF UK entwickelten Methode

(Autor:in: Joanna Trewern)

Mitwirkende:r Autor:in

Olivia Lipsky

Image credits ©

Cover page: Reetta Pasanen / WWF, Page 3: Reetta Pasanen / WWF, Page 4: Reetta Pasanen / WWF, Page 6: Reetta Pasanen,
Page 7: Reetta Pasanen / WWF, Page 8: Pauliina Heinänen, Page 9: Reetta Pasanen / WWF

Kontakt für WWF Schweiz**Senior Manager Food & Food Processing**

Mariella Meyer

Mariella.meyer@wwf.ch

Tierische und pflanzliche Schlüsselprodukte neu gewichten

Massnahmen im gesamten Ernährungssystem sind erforderlich, um Klima- und Umweltziele zu erreichen. Eine auf den 1,5-Grad-Pfad ausgerichtete Entwicklung und die Wiederherstellung der Natur werden nur möglich sein, wenn wir gesündere und nachhaltigere Ernährungsweisen annehmen und gleichzeitig die Art und Weise verbessern, wie Lebensmittel produziert werden.

Wie wir Lebensmittel produzieren und konsumieren, ist heute die grösste Bedrohung für die Natur. Sie ist für 80 % der globalen Entwaldung und 29 % der globalen Treibhausgasemissionen verantwortlich und steht in Zusammenhang mit 70 % des Verlusts an terrestrischer Biodiversität. Die Landwirtschaft ist derzeit für etwa 14 % der CO₂-Emissionen der Schweiz verantwortlich. Davon entfallen etwa 84 % auf die Tierhaltung.

Wir müssen unsere Ernährungssysteme transformieren, um die Gesundheit der Menschen und unseres Planeten zu verbessern. Dazu muss sich die Art und Weise, wie wir Lebensmittel produzieren ändern, es dürfen wenig bis keine Lebensmittel verschwendet werden und die Ernährungsgewohnheiten müssen sich ändern.

Um diese Veränderung in der Ernährung voranzutreiben, arbeitet der WWF mit dem Einzelhandel zusammen. In der Schweiz würde eine effizientere Umstellung auf nachhaltigere Ernährung bedeuten, den Verzehr von Tierprodukten zu reduzieren und den Verzehr von pflanzlichen Produkten zu erhöhen. Um gesunde Ernährung zu gewährleisten, sollten Produkte, die einen **tierischen Schlüsselbestandteil** enthalten (dies wird später im Text spezifiziert), teilweise durch Produkte mit einem **pflanzlichen Schlüsselbestandteil** ersetzt werden. Daher möchten wir die Verschiebung hin zu mehr Verkäufen von pflanzlichen Schlüsselprodukten im Vergleich zu tierischen Schlüsselprodukten verfolgen (Protein-Split). Diese Verschiebung sollte durch die unten beschriebene Messmethode dargestellt werden. Diese Methode wird auch die Grundlage für weitere Arbeiten zum Thema schaffen, indem Ziele für den Protein-Split festgelegt und weitere Einblicke in den Anteil von verarbeiteten versus unverarbeiteten Schlüsselprodukten gewonnen werden.

Ein Bewusstsein für den Verkauf von tierischen und pflanzlichen Schlüsselprodukten zu schaffen, ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg eines Unternehmens, das Klimarisiko zu mildern und den Verbraucher:innen gesündere und nachhaltigere Ernährungsweisen anzubieten. Es zeigt ein Engagement für Transparenz und Rechenschaftspflicht in einem Bereich, der zunehmend das Interesse von Investor:innen, zivilgesellschaftlichen Gruppen, politischen Entscheidungsträger:innen, Medien und Konsument:innen weckt. Die folgenden Leitlinien sollen Unternehmen dabei unterstützen.





**Daten,
Definitionen
und Umfang**

Daten

Messgrösse

WWF empfiehlt Unternehmen, ihre Leistung in diesem Bereich anhand eines **gewichtsbasier-ten Massstabs** zu messen, da so die Verkäufe mit den Verbrauchsmustern und den Umwelt- auswirkungen in Beziehung gesetzt werden können und nicht durch Preise verzerrt werden.

Absatz in % (Tonnen) aus tierischen und pflanzlichen Schlüsselprodukten

Die Daten, um deren vertrauliche Übermittlung die Unternehmen gebeten werden, sind die ab- soluten Absätze (in Tonnen) von Schlüsselprodukten auf tierischer und pflanzlicher Basis sowie die prozentuale Aufteilung zwischen den Absätzen von Schlüsselprodukten auf tierischer und pflanzlicher Basis, die öffentlich bekannt gegeben werden sollten.

Schlüsselprodukte

Zu den **Schlüsselprodukten** gehören alle tierischen und pflanzlichen Lebensmittel, die auf der Grundlage der folgenden Kriterien tierische Lebensmittel ersetzen können:

- Sie können tierische Lebensmittel aufgrund ihrer ernährungsphysiologischen Eigen- schaften ersetzen.
- Sie können tierische Lebensmittel aufgrund ihrer optischen, sensorischen oder ge- schmacklichen Eigenschaften ersetzen.

Eine ausführliche Liste der wichtigsten Produkte sind auf der nachfolgenden Seite aufgeführt.



Definitionen

Nachfolgend folgt eine umfassende Liste der wichtigsten Produkte, die in den offengelegten Daten enthalten sein sollten. Sie sollten sowohl als *Ein-Zutat-Produkt* (z. B. Hühnerbrust, eine Dose Kichererbsen) als auch als Zutat in einem *zubereiteten* oder *zusammengesetzten* Produkt berücksichtigt werden.

TIERISCH

- Fleisch, Geflügel und Wild, einschliesslich Rind, Lamm, Schwein, Huhn, Speck, Würstchen, Burger
- Fisch und Meeresfrüchte
- Molkereiprodukte wie Milch, Käse, Joghurt, Butter, Sahne
- Eier
- Insekten

PFLANZLICH

- Hülsenfrüchte, Bohnen und Hülsenfrüchte einschliesslich Linsen, Kichererbsen, Bohnen, Kidneybohnen, Butterbohnen, schwarze Bohnen, Favabohnen, Lupinenbohnen
- Fleischalternativen aus pflanzlichen Proteinen, Produkte auf Mykoproteinbasis
- Tempeh, Tofu, Seitan
- Molkereialternativen wie Pflanzenmilch und -joghurt, veganer Käse, vegane Butter und vegane Sahne
- Nüsse und Samen
- Algen (Seetang)



Umfang

Jedes Unternehmen kategorisiert die von ihm verkauften Produkte anders, aber die nachstehenden Kategorien erfassen im Grossen und Ganzen die Palette der verfügbaren Produkte, welche tierische oder pflanzliche Schlüsselprodukte enthalten, und geben den Umfang der Produkte an, die in den offengelegten Daten enthalten sein sollten.

- **Frische, Tiefkühl- und verarbeitete Produkte** (z.B. Hühnerbrust, Milch, Kichererbsen und Linsen in Dosen, gefrorener Fisch, pflanzliche Fleischalternativen)
- **Zubereitete und zusammengesetzte Produkte** (z.B. Spaghetti Bolognese, Tiefkühlpizza, Suppe, Quiches, Salate)

Die offengelegten Daten müssen Frisch-, Tiefkühl- und verarbeitete Produkte sowie zubereitete und zusammengesetzte Produkte umfassen, um eine genaue Darstellung des Gesamtabsatzes der wichtigsten Produkte zu erhalten. Dies fordert eine Zusammenarbeit entlang der Lieferkette, z. B. mit Eigenmarkenherstellern und Markenlieferanten, da sowohl **Eigenmarken-**, als auch **Markenprodukte** erfasst werden sollen.

Ein schrittweises Vorgehen ist möglich, z.B., indem man mit Eigenmarkenprodukten beginnt und den Umfang auf Markenprodukte ausweitet, sobald die Daten verfügbar sind.

Es wird ein schrittweiser Ansatz empfohlen, der die Wesentlichkeit der Kategorien berücksichtigt: Es kann einfacher sein, sich zunächst auf frische und verarbeitete Produkte zu konzentrieren (z. B. Fleisch, Eier, Milch; Hülsenfrüchte, Bohnen, pflanzliche Fleisch- und Milchalternativen) und dann einen Plan für die Einbeziehung vorbereiteter und zusammengesetzter Produkte zu erarbeiten (z. B. Hähnchen in einem Hähnchen-Curry, Quiche Lorraine).

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, in einem ersten Schritt, die zusammengesetzten Produkte auf der so genannten **Produktebene**, statt der **Zutatenebene** zu erfassen (z.B. Anstatt 30g Poulet aus dem 400g Poulet-Curry zu erheben, wir das ganze Curry, der tierischen Kategorie angerechnet, d.h. 400g). Eine Erfassung auf Zutatenebene sollte langfristig jedoch angestrebt werden.

Produktebene

Das Gewicht des gesamten Produkts wird erfasst, ohne das Schlüsselprodukt getrennt auszuweisen. Beispiel: 400g Poulet-Curry und nicht die darin enthaltenen 30g Poulet.

Zutatenebene:

Aus dem Gesamtgewicht des Produkts wird der Gewichtsanteil von Schlüsselprodukten extrahiert. Beispiel: 30g Poulet aus einem 400g Poulet-Curry.

Messverfahren

Um den Absatz der wichtigsten Produkte eines Unternehmens genau zu messen, wird die folgende Messmethode empfohlen:

- Messung des Volumens (in Tonnen) von Schlüsselprodukten innerhalb aller Produkte (z. B. Gramm Hähnchenbrust, Gramm Käse in einem Käse-Toastie, Gramm Kichererbsen in einem Salat, Gramm Rindfleisch und Gramm Bohnen in Chili con Carne)
 - **Beispiel 1:** Anrechnung von 200 g Hühnerbrust auf die tierische Gesamtmenge
 - **Beispiel 2:** Anrechnung von 30 g Käse und 60 g Rindfleisch aus einer Lasagne zur tierischen Gesamtmenge
 - **Beispiel 3:** Anrechnung von 400 g (abgetropfte) Linsen aus einer Dose Linsen zur pflanzlichen Gesamtmenge

Output

Datenmanagement

Erstellen Sie einen Bericht (z. B. in Excel), das Folgende enthält:

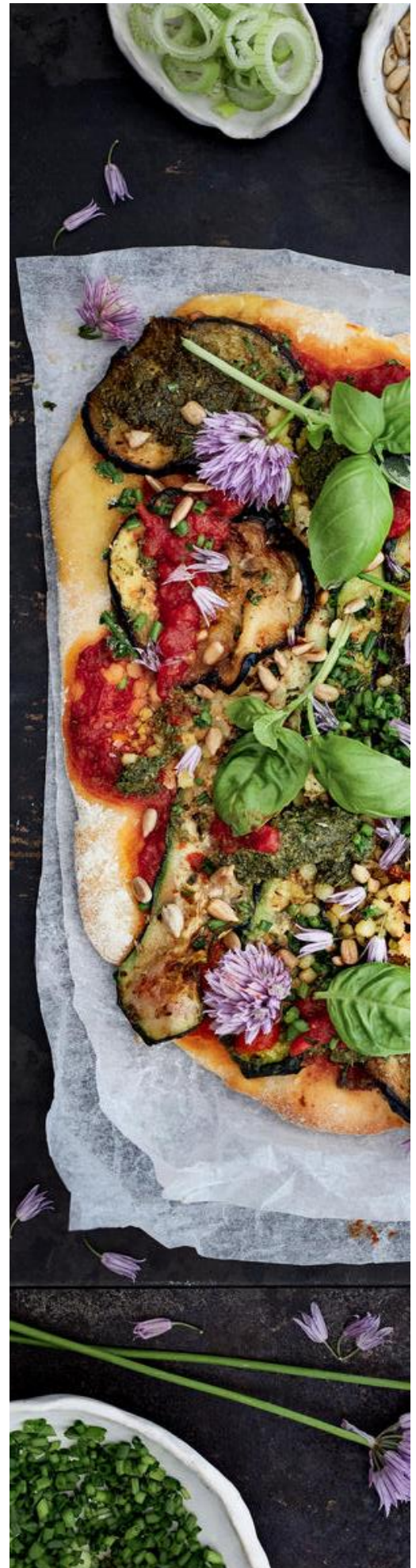
- Produktgewicht (e.g., 400g Lasagne)
- Gewicht der Schlüsselprodukte im Produkt (z. B. 12g Rindfleisch in der Lasagne).
- Jährlicher Produktabsatz (Anzahl, z. B. 3.000 Produkte)

Berechnung

- Gewicht des Schlüsselprodukts (12 g Rindfleisch) x jährliche Verkaufszahl für das Produkt (3.000 Produkte).
 - Auf Produktebene: 400g Lasagne x jährliche Verkaufszahl für das Produkt (3.000 Produkte).
- Alle pflanzlichen Schlüsselprodukte und tierischen Schlüsselprodukte getrennt summieren.
 - Berechnungen auf Produktebene getrennt ausweisen (sowohl Ergebnisse als auch welchen Anteil an der Gesamtmenge diese ausmachen).

Reporting

- Angabe der Gesamtmenge von verkauften Schlüsselprodukten (d. h. die Gesamtmenge (in Tonnen) der tierischen Schlüsselprodukte und die Gesamtmenge der pflanzlichen Schlüsselprodukte).
 - Diese Information bleibt vertraulich
- Angabe der prozentualen Aufteilung zwischen verkauften tierischen und pflanzlichen Schlüsselprodukten an (z.B. 90% : 10%).
 - Diese Information öffentlich zugänglich machen
- Angabe weiterer Informationen zu den Kategorien in den pflanzlichen und tierischen Gesamtwerten an (z. B. 7% der tierischen Gesamtwerte = Fisch).
- Angabe der prozentualen Aufteilung zwischen unverarbeiteten und verarbeiteten Schlüsselprodukten in der obigen Aufteilung (fakultativ).



Schritt-für-Schritt Guide

Schritt 1 - Vorbereitung:

- Erstellung eines Berichtsystems (e.g., Excel).
- Entscheidung, welche Produkte / Produktgruppen in die offenzulegenden Daten aufgenommen werden sollen.
- Kennzeichnung ob und wie viel Schlüsselprodukte auf tierischer und pflanzlicher Basis in den Produkten enthalten sind.
 - Mit Hilfe von Inhaltsstoffdeklarationen auf der Verpackung und Daten von Herstellern für zusammengesetzte/zubereitete Produkte.
- Kennzeichnung der jährlich verkauften Mengen (in Tonnen).
- Kennzeichnung von verarbeiteten oder unverarbeiteten Produkten (fakultativ).

Schritt 2 - Offenlegung:

- Für *Ein-Zutat-Produkte* das Volumen direkt auswerten (e.g., 200g Poulet).
- Bei *zubereiteten/zusammengesetzten Produkten* gegebenenfalls vorerst auf Produktebene rapportieren.
- Vorerst Eigenmarkenprodukte erfassen.
- Erweiterung der Auswertung durch Markenprodukte.

Berechnung:

- Menge Schlüsselprodukt mit jährlichen Verkäufen multiplizieren.
- Summieren der jährlichen Mengen (in Tonnen) für pflanzliche und tierische Schlüsselprodukte.

Ergebnisse:

- ➔ Angabe des Anteils der verkauften pflanzlichen und tierischen Schlüsselprodukte (nach Gewicht) [z. B. 70%:30% | tierisch:pflanzlich].
- ➔ Angabe des Anteils der unverarbeiteten und verarbeiteten Schlüsselprodukte an der obigen Aufteilung (fakultativ).
- ➔ Angabe des prozentualen Anteils für die Öffentlichkeit, aber vertrauliche Meldung der Gesamtmengen an den WWF.

Hinweis: Der Prozess der Offenlegung ist fortlaufend. Es wird Überschneidungen zwischen diesen Schritten geben.

Schritt 3 - Zielsetzung & Kontinuierliches Reporting:

- Definieren einer Basislinie.
- Jährliches Berichten über die Fortschritte bei der Datenverfügbarkeit in den verschiedenen Kategorien.
- Setzen eines zeitlich begrenzten und ambitionierten Ziels für die Neugewichtung der Verkäufe von Schlüsselprodukten.

Checkliste

Es ist wichtig, dass die offengelegten Daten spezifisch und transparent sind, indem die folgenden Informationen über die verwendete Methodik angegeben werden:

DEFINITION

- Welche Produkte und Produktkategorien sind enthalten und wie wurden diese aufgeteilt?
- Welche Schlüsselprodukte sind enthalten?

MESSGRÖSSE

- Beschreibung der Messmethode. Wird die oben beschriebene gewichtsbasierte Messmethode verwendet?

UMFANG

- Welchen Prozentsatz an Eigenmarken sind abgedeckt?
- Werden Markenprodukte abgedeckt?
 - Welchen Prozentsatz werden bereits abgedeckt?
- Werden zusammengesetzte und zubereitete Produkte erfasst?
 - Wie viel Prozent der zusammengesetzten und zubereiteten Produkte? Welchen Prozentsatz des gesamten Splits machen diese aus?
 - Werden diese auf Produktebene erfasst?

TIMELINE

- Auf welchen Berichtszeitraum bezieht sich die Offenlegung (z. B. 2020/21) und wie oft wird die Analyse wiederholt (z. B. jährlich)?

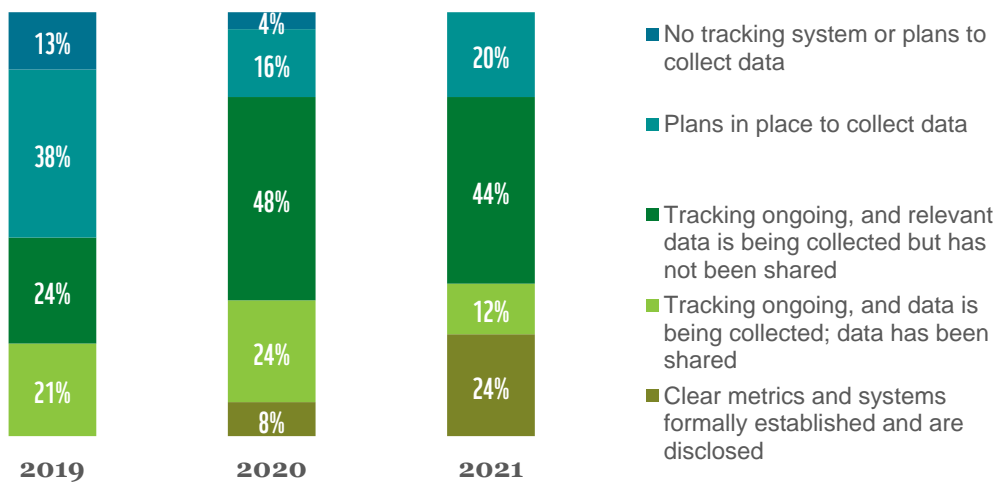


Best Practice und Beispiele

Die Diversifizierung der Eiweissproduktion gewinnt immer mehr an Bedeutung. Die UK ist ein Vorreiter bei diesen Bemühungen. Dort haben Unternehmen erkannt, dass alternative Proteine wirtschaftliche und ökologische Chancen bieten. Die FAIRR-Organisation hat untersucht, welche

wesentlichen Risiken mit dem Portfolio an tierischen Proteinen zwischen 2019 und 2021 verbunden sind. Aus diesen Daten geht hervor, dass ein grosser Teil der befragten Unternehmen mit der Messung begonnen hat oder sich bereits in einem fortgeschrittenen Stadium befindet.

Anerkennung der wesentlichen Risiken, die mit dem Portfolio tierischer Proteine verbunden sind



Figur 1. Quelle: FAIRR 2021

Tesco, ein britischer Einzelhändler, ist ein Beispiel für ein Unternehmen, das seinen (gewichtsbezogenen) Umsatz mit wichtigen Produkten öffentlich bekannt gibt. Tesco nutzt bestehende Datensätze, die im Rahmen seiner Gesundheitsprogramme gesammelt wurden und die angepasst und erweitert wurden, um die Verfolgung und Berichterstattung über den Verkauf von Schlüsselprodukten zu erleichtern.

Tesco wertet den Anteil der pflanzlichen gegenüber den tierischen Schlüsselprodukten für Molkerei- und Nicht-Molkereiprodukte getrennt aus. Im Berichtszeitraum 2020/21 wurde die folgende Aufteilung gemessen.

Der WWF UK empfiehlt ein Verhältnis von 50:50 zwischen Tier und Pflanze, das sich auch Tesco zum Ziel gesetzt hat.

Protein-Split (ohne Milchprodukte)

88% (tierisch):12% (pflanzlich)

- Tierisch = 7% Fisch, 81% Fleisch & Eier

Protein-Split Milchprodukte

95% (tierisch):5% (pflanzlich)

Protein Disclosure.

In line with the UK Eatwell guide, which recommends a balance of protein sources that includes more plants, we have committed to reporting the sales of plant-based proteins as a percentage of overall protein sales every year to track progress. In 2021, we were the first retailer to share this information publicly. Our methodology has been recommended as gold standard for the retail sector by WWF in their [protein disclosure industry guidance](#).

	Protein type	2020/21	2021/22
Proportion of protein sales for food and soft drink product categories in the UK	Plant	12%	12%
	Fish	7%	7%
	Meat and egg	81%	81%

	Protein type	2020/21	2021/22
Tesco dairy category sales for food and soft drink products in the UK	Dairy	95%	95%
	Dairy alternatives	5%	5%

Our protein split has remained unchanged since 2020/21. This can be linked to the challenges on mix with the temporary consolidation of ranges to support availability throughout the industry supply chain issues, combined with customer purchasing behaviour.



Our Mission

Together, we protect the environment and create a future worth living for generations to come.

WWF Switzerland

Hohlstrasse 110
PO Box
8010 Zürich

Tel.: +41 (0) 44 297 21 21
wwf.ch/contact

Donations: PC 80-470-3