

# Convenience Produkte

## SWISS CONVENIENCE FOOD ASSOCIATION

Convenience Produkte ersparen den Konsumenten Zeit bei der Zubereitung und verlängern die Haltbarkeit von Lebensmitteln. Vorverarbeitete Produkte sind deshalb heute vor allem bei Singles, Berufstätigen und bei älteren Menschen sehr beliebt. In der Schweiz vertritt die «Convenience Food Association» (SCFA) die Interessen der angeschlossenen Hersteller von Convenience Produkten.

Text und Interview Dr. Alfred Kuhn

Das Zeitalter von Convenience Food begann mit der Erfindung der Konservendose vor 200 Jahren, zur Zeit Napoleons. Dieser hatte ein Preisgeld für die Erfindung haltbarer Lebensmittel ausgesetzt, um die Soldaten auf den langen Feldzügen mit unverdorbenen Nahrung zu versorgen.

Heutzutage beinhaltet der Begriff Convenience Food eine breite Palette von vorgefertigten, mehr oder weniger stark verarbeiteten Lebensmitteln. Dazu gehören im einfachsten Fall verarbeitete Rohprodukte, wie etwa geschälte, gewaschene und abgepackte Früchte. Zu den Convenience Produkten zählen zudem sowohl Tiefkühlprodukte, als auch fertig zubereitete Gerichte. Letztere können wiederum gekocht sein, sodass der Konsument sie nur noch erwärmen muss, oder sie werden im rohen Zustand verkauft.

Swiss Cuisine hat ein Interview mit dem kürzlich zu-

rückgetretenen, langjährigen Präsidenten der Swiss Convenience Food Association (SCFA) Dr. Mathias Adank geführt, um mehr über die Ziele des Verbandes herauszufinden.

### *SWISScuisine: Wann und warum wurde der Verband gegründet?*

Dr. M. Adank: Die SCFA hat sich aus dem ehemaligen Verband der Konservenhersteller entwickelt. Unter dem heutigen Namen gibt es die Swiss Convenience Food Association seit 2001.

### *Was sind die heutigen Ziele der Swiss Convenience Food Association?*

Als Branchenverband setzt sich die SCFA für faire Rahmenbedingungen für seine Mitglieder ein. Die Reglementierungsdichte nimmt zu, der Aufwand für die Betriebe wird zur Belastung, ohne immer ersichtlichen Mehrwert für Kunden und Konsumenten. Ein unruhliches Beispiel ist der im Rahmen der Swissness-Verordnung zu erwartende administrative

Aufwand. Gerade bei komplizierteren Rezepturen kann das zur Folge haben, dass auf die Auslobung «Schweizer Produkt» verzichtet wird.

Der Verband spielt auch eine Rolle im Dialog mit den inländischen Produzenten von

Früchten und Gemüse. Und nicht zuletzt ist der Verband für Fragen des Lebensmittelrechts Anlaufstelle für Mitglieder und Partner der Behörden. Der Teufel steckt ja bekanntlich im Detail und deshalb sind die Verbandsmitglieder auf kompetente Unterstützung angewiesen.

### *A propos «Swissness»: Wie wichtig ist diese bei Convenience Produkten?*

Für die Herstellung ihrer Produkte setzen die Mitglieder bestmögliche Rohstoffe ein. Diese können, müssen aber nicht zwingend aus der Schweiz und dem Fürstentum Lichtenstein stammen. Zum einen deshalb, weil es von verschiedenen Qualitäten nicht genügend Schweizer Ware gibt, zum anderen, weil gerade für die Exportmärkte das Preis-Leistungsverhältnis nicht stimmt. Es muss zudem ein hoher administrativer Aufwand betrieben werden, um für alle in einer Rezeptur verwendeten Rohstoffe nachzuweisen, dass sie aus der Schweiz stammen oder dass es sie in der nötigen Qualität und Quantität in der Schweiz nicht gibt. Politik und Behörden sind nun gefordert, praktikable Umsetzungslösungen zu finden.

Unter dem Begriff Swissness

## ZUR PERSON

Dr. Mathias Adank hat an der Universität in Neuchâtel Öffentliche Rechtswissenschaften studiert und anschliessend das Program of Executive Development an der Business School of Switzerland absolviert. 1998-2001 war Mathias Adank als Vorsitzender der Geschäftsleitung und CEO der Wernli AG tätig. Zuvor war er unter anderem Manager bei Nestlé und Export-Verkaufsleiter bei Buitoni in Italien. Er war Präsident des Vorstandes der Swiss Convenience Food Association bis zum 1. Juli 2015 und leitet die Zweifel Pomy Chips AG seit 2002 als Delegierter des Verwaltungsrates und CEO. Der gebürtige Bündner ist verheiratet und hat zwei Kinder.



subsumieren viele Abnehmer unserer Mitglieder eben auch die Rezeptur, die Zuverlässigkeit in der Verarbeitung, den hohen Stand von Know-how, das die Schweizer Hersteller auszeichnet, und nicht allein die Herkunft der Rohstoffe.

**Konsumentenschützer kritisierten in der Vergangenheit oft, dass in vorgefertigten Menüs zu viele Zusätze in Form von Konservierungsmitteln, Geschmacksverstärkern und Aromen vorhanden sind. Wie haben die Hersteller auf diese Vorwürfe reagiert?**

Als Hersteller verfolgen unsere Mitglieder die Entwicklung der Konsumentenbedürfnisse laufend und passen ihre Produkte dementsprechend an. Bei vielen Produkten sind Konservierungsmittel nicht nötig oder gar verboten, zum Beispiel bei tiefgekühltem Gemüse, Konfitüren und Konserven. Bei anderen Produkten werden heute einfachere Rezepturen verwendet. Dabei ist es aber oberstes Gebot, dass das Produkt den Konsumenten noch schmeckt, auch wenn zum Beispiel der Salzgehalt gegenüber früher reduziert wurde. Bei der Würzung von Speisen wird heute auf den Einsatz von Glutamat weitgehend verzichtet.

**Welche Stellung haben Convenience Produkte heute in der Gastronomie? Sollte ein Wirt nicht besser frische Produkte verwenden statt vorverarbeitete?**

Diese Frage kann nicht einfach mit ja oder nein beantwortet werden. Tatsache ist, dass Schweizer Gastronomiebetriebe unter hohen Lohnkosten leiden, der Konsument aber oft nicht bereit ist, den Preis dafür zu bezahlen. Dass Spitzenköche nur mit frischen Zutaten und selbst zubereiteten Komponenten kochen, setzt der Konsument voraus. Auch dürfte den meisten Kunden bewusst sein, dass auch in der gehobenen Gastronomie gewisse Komponenten vorgefertigt wurden. Welcher Koch setzt denn schon sein eigenes Sauerkraut auf, kocht selbst die Konfitüren für das Morgenbuffet. Viele Menüs wären kaum möglich, wenn nicht tiefgekühltes Gemüse eingesetzt werden könnte. Entscheidend ist sicher, dass der Konsument nicht getäuscht wird. Eine klare Information, zum Beispiel auf der Speisekarte, kann da gegebenenfalls hilfreich sein. Generell darf aber festgestellt werden, dass die Schweizer Wirte auf ein vielfältiges, qualitativ hochstehendes Angebot an Produkten zurückgreifen können, um die Wünsche der Konsumenten zu befriedigen. ●

## MITGLIEDER DER «CONVENIENCE FOOD ASSOCIATION»

Bischofszell Nahrungsmittel AG	Bischofszell
Bischofszell Nahrungsmittel AG Betrieb Obermeilen	Obermeilen
bofrost suisse AG	Freienbach
Louis Ditzler AG	Möhlin
Fredag AG	Root
frigema AG	Cressier
frigema AG	Mellingen
Frutarom Switzerland Ltd.	Reinach
Givaudan Schweiz AG	Dübendorf
Paul Gaop AG	Allschwil
GUMA AG	Billen
Hera AG	Lenzburg 1
Hilcona AG	Schaan
Kadi AG Kühl- und Tiefkühlprodukte	Langenthal
Nestlé Suisse SA	Rorschach
Ospelt food AG	Sargans
Pastinella Oriar Menu AG	Oberentfelden
ProVerda AG	Rebstein
Räber AG	Küssnacht am Rigi
Reitzel (Suisse) SA	Aigle
Schenk Konfitüren+Sirup GmbH	Root/LU
Schöni Finefood AG	Oberbipp
Verdunova AG	Sennwald
Zweifel Pamy-Chips AG	Spreienbach