

3. Umfrage KAG 2013 bei Experten¹ und Publikum²

Zielsetzung, Umsetzung

Mit der Befragung des näheren und weiteren Umfelds der KAG wollte der Vorstand zusätzliche Inputs zu seiner Abschätzung von Stärken und Schwächen, Gefahren und Chancen sowie blinden Flecken beschaffen – als Grundlage für die Bestimmung der grossen Ziele und der Strategie dahin.

Um derartige Informationen zu erhalten, bedarf es keiner statistischen Repräsentativität, sondern des Einbezugs möglichst aller relevanten Umfelder. Die Resultate sind daher nicht als Zahlen zu lesen, sondern als qualitative Gewichtungen (grosser/kleiner, starker/schwächer).

Die Beteiligung an der online zu beantwortenden Befragung ist bei den Experten¹ mit etwas über 50% erstaunlich hoch; es haben sich auch Personen die Zeit vom mindestens 30 Minuten genommen, die bereits mehrfach mit Aufgaben gesegnet sind. Das zeugt von einem gewissen Goodwill, den die KAG hat. Dass die Zahl der Antwortenden von Frage zu Frage abnimmt, spricht nicht gegen die KAG, sondern gegen die für eine Online-Umfrage eher hohe Zahl der Fragen. Der Fragebogen entstand als Produkt verschiedener Abklärungsbedürfnisse; eine spätere ähnliche Befragung könnte sich aber auf die vorliegenden Resultate stützen und entsprechend gezielter und zeitsparender fragen.

Die Beteiligung des Publikums² an der erheblich kürzeren parallelen Umfrage ist schwerer zu beurteilen, da der Personenkreis offen war. 89 Antwortende bei 4'500 Empfänger/innen des KAG-EMail-Newsletters ist doch eher bescheiden.

Die beiden «Stichproben» (Kap. 4)

Die Experten sind eine bunt gemischte Gruppe aus aussenstehenden Fachleuten und heutigem oder ehemaligem KAG-Personal. Für eine vertiefte Auswertung müssten diese beiden Gruppen noch je separate betrachtet werden.

Im Vergleich der statistischen Angaben der Befragten fällt auf:

- Geschlecht: Experten zu 70% männlich, Publikum zu 73% weiblich (die Mehrheit der KAG-Adressaten sind weiblich, siehe Kap. 2)
- Alter: Experten sind zu 89% zwischen 36 und 65, Publikum zu 65% über 50 Jahre alt (entsprechend dem Altersbild bei den KAG-Adressaten)
- 92% der Experten sind berufstätig, aber nur 70% des Publikums
- Tätigkeitsfelder: Die Experten haben zu 45% mit Landwirtschaft zu tun, das Publikum aber nur zu 14%; davon abgesehen sind die Tätigkeitsfelder beider Gruppen etwa ähnlich.
- Wohnortgrösse: keine Unterscheid zwischen beiden Gruppen; knapp die Hälfte der Experten wie auch des Publikums wohnt in ländlichen oder Agglo-Gemeinden mit weniger als 10'000 Einwohnern.
- KAG-Mitgliedschaft: Experten und Publikum sind zu je rund 40% seit mehr als 5 Jahren Mitglied im Verein KAGfreiland. Hier treffen wir vermutlich die grösste Verzerrung der beiden Stichproben: treue Mitglieder haben eher geantwortet als Menschen, die weniger lang oder gar nicht bei der KAG sind.

Stärken und Schwächen von KAGfreiland (Kap. 5)

In den ersten 5 Fragen der Experten-Umfrage bzw. die identischen Fragen ans Publikum wollten wir erfahren, was KAGfreiland gut kann, was weniger, und wo Chancen und Risiken für KAGfreiland gesehen werden.

¹ eingeladen waren 42 aktuelle und ehemalige Mitarbeitende in Vorstand und Geschäftsstelle sowie 98 Fachleute aus den Bereichen Tierschutz, Umweltschutz, Landwirtschaft, Biolandbau, Konsum, Medien

² eingeladen wurden KAG-Mitglieder/Sympathisanten über Mail-Newsletter und Website

Als **Stärken** der KAG erkennen Experten v.a. den Nutztierschutz, die Glaubwürdigkeit und das Schaffen konkreter Lösungen. Ähnlich das Publikum, wobei hier einzelne Projekte und Kampagnen im Vordergrund stehen. Ewas weniger ausgeprägt nennen beide Gruppen ferner Label und Information.

Die **Schwächen** orten beide Gruppen vor allem bei der Kleinheit und Wirkungslosigkeit von KAGfreiland sowie beim Umstand, dass die Organisation zu wenig in den Medien vertreten sei. (Letzteres ist erstaunlich, nachdem KAGfreiland in den zwei Monaten vor der Umfrage erheblichen Aufwand für Öffentlichkeitsarbeit ihres Hörnerprojekts betrieben hatte.) Beide Gruppen nennen zudem mangelnde Marktpräsenz. Etliche Experten bemängeln an der KAG schliesslich eine gewisse Einseitigkeit und sehen die KAG-Anforderungen von der Praxis überholt worden.

Die grössten **Risiken** für KAGfreiland orten Experten genau in diesem Überholtsein oder in der Kleinheit und Bedeutungslosigkeit der Organisation sowie in einer gewissen Ziellosigkeit. Im Publikum werden vor allem die Kleinheit und der Mangel an neuen und jüngeren Mitgliedern beklagt.

Bei der Frage danach, was KAGfreiland **vor allem tun** sollte, legen ein Sechstel der Experten und ein Viertel des Publikums den Akzent auf mehr Öffentlichkeitsarbeit, während je ein Zehntel beider Gruppen mehr Engagement im Markt fordern. Ein Siebtel des Publikums wünscht sich eine Stärkung und Bewahrung des KAG-Profiles.

Auf welche Tätigkeiten soll KAGfreiland **künftig verzichten**? Ein Fünftel der Experten nennt den Bereich Markt, insgesamt ein Viertel hält Kampagnen mit Aktionscharakter und Polarisierendes für verzichtbar. Ein Drittel des Publikums hingegen will, dass die KAG keine ihrer Tätigkeiten einstellt; dem stimmt ein Fünftel der Experten zu.

Ziele von KAGfreiland (Kap. 6)

Die folgenden Fragen wurden nur an Experten gerichtet.

Als wichtigste KAG-Ziele gelten den Experten, dass alle Schweizer Nutztiere tiergerecht gehalten werden, ins Freiland kommen und körperlich nicht verstümmelt werden. Diese drei Ziele werden als zu einem Drittel erreicht betrachtet.

Als etwas weniger wichtig gelten auf die KAG selbst bezogene Ziele: dass ihr Beispiel Veränderungen bei andern bewirke, dass sie die strengsten Richtlinien habe und dass sie **das** Kompetenzzentrum für Nutztierschutz sei – aber diese drei Ziele werden zu mehr als der Hälfte als erreicht bezeichnet.

Als noch unwichtiger beurteilten die Experten das Anprangern von Missständen, das Engagement für weitere Nutztierarten und der Einfluss über die Schweiz hinaus; in diesen drei Bereichen hat die KAG auch erst wenig erreicht.

Die Hälfte der Experten nannte weitere, von uns nicht vorgegebene KAG-Ziele, insbesondere bessere Präsenz auf dem Markt und in der Öffentlichkeit. Die zusätzliche genannten wurden als sehr wichtig und als zu nur einem Viertel erfüllt bezeichnet.

Den grössten **Handlungsbedarf** in der Schweizer Nutztierhaltung und damit Einsatzmöglichkeiten für KAGfreiland sehen die Experten bei Schweinen, Geflügel und Rindvieh (jeweils verschiedene Probleme).

Profil von KAGfreiland (Kap. 7)

Als wichtigste Stützen sehen die Experten die Bauern mit guter Tierhaltung und die Bio-Konsument/innen, als ebenfalls wichtig sehen sie Personen zwischen 20 und 65, Medienschaffende, Frauen und zielverwandte Organisationen.

Als nicht so wichtig für die KAG sehen die Experten Personen mit hohem Fleischkonsum, Personen unter 20 Jahren und Bauern, die wegen eines höheren Preises bei KAG mitmachen würden.

Im **Polaritätenprofil** beschreiben die Experten KAGfreiland als kompetent und als eher politisch und links, aber auch als eher warm, leise und besonnen. Zudem gilt ihnen die KAG als eher städtisch und – trotz Besonnenheit – als eher spannend. Es ist das Profil einer sympathischen, aber nicht gerade auffallenden Organisation, die eher mit seriöser Projektarbeit als mit heftigen Kampagnen in Verbindung gebracht wird.

KAGfreiland und ihre Mitbewerber (Kap. 8)

Aus der Beurteilung der Experten ergibt sich deutlich, dass vor allem der STS, aber auch die Bio Suisse und das FiBL die wichtigsten Konkurrenten der KAG sind, wenn es um die Kernkompetenz Nutztierschutz geht. Ein Viertel der Experten ist der Meinung, dass der STS mehr für die Nutztiere bewege als die KAG; ein Drittel beurteilt den STS allerdings als weniger wirkungsvoll. Gegen die Hälfte der Experten sieht ferner Pro Specie Rara und die Kleinbauernvereinigung als ähnlich wirkungsvoll wie die KAG, während alle weiteren Tierschutzorganisationen und übrige NGOs weit zurückliegen. Zusammengefasst steht die KAG im Vergleich mit konkurrierenden Organisation gut da: im Urteil der Experten ist sie für das Nutztierwohl führend.

Bei der Beurteilung von konkurrierenden Firmen oder Marken in Bezug auf ihre Vertrauenswürdigkeit für gute Nutztierhaltung kommt die Spitzenrolle der KAG noch deutlicher zum Ausdruck. Einzig Demeter billigen 12% der Experten einen Vorsprung auf die KAG zu. Andererseits sieht etwa die Hälfte der Experten Demeter, die Bioläden, die Knospe und Fidelio gleichauf mit KAGfreiland; es besteht also eine relativ breite Spitzengruppe, welche der KAG dicht folgt. Dagegen fällt das ganze Feld von den Grossverteilern (mit oder ohne Bio) über die Metzgereien bis zu den Discountern weit hinter die KAG zurück.

Zusammengefasst: Die KAG genießt mit ihren Produkten das höchste Vertrauen; in der Realität muss die KAG-orientierte Kundschaft allerdings weitgehend auf das Angebot ihrer nächsten Mitbewerber ausweichen.

Werte der Gesellschaft (Kap. 9)

Schliesslich baten wir die Experten, den Rang einzelner Werte einzuschätzen, der ihnen in unserer Gesellschaft zugestanden wird. Es zeigt sich, dass die egoistischen Werte obenaus schwingen: Sicherheit von Arbeitsplatz und Altersvorsorge, genügendes Einkommen und Gesundheit. Das Wohl der Nutztiere kommt – nicht unerwartet – ganz am Schluss, nach billigem Essen, Frieden und Schutz der Umwelt. Nur die Wildtiere sind der Gesellschaft noch weniger wert.

Mit andern Worten: Was die KAG will, kommt in Maslows Pyramide erst ganz am Schluss, wenn alle andern Bedürfnisse befriedigt sind. Noch in den 1990er Jahren hatte eine im Auftrag der KAG durchgeführte Umfrage gezeigt, dass die Verbesserung der Nutztierhaltung der Bevölkerung einiges wert wäre; mehr als ein Jahrzehnt und eine Krise später sieht das wohl etwas anders aus. Die Verbreiterung der schmalen Trägerschaft von KAGfreiland stösst hier rasch an Grenzen.

Noch Wünsche? (Kap. 10)

Zum Schluss der Umfrage wollten wir wissen, ob allenfalls weitere Wünschen an KAGfreiland bestehen. Während ein Viertel der Experten einfach möchte, dass die KAG so wie bisher weitermache, monieren die übrigen unterschiedlichste Wünsche: mehr Kampagnen, mehr Markt, mehr Nutztierschutz-Kompetenz, mehr Medienpräsenz...

Was bedeuten die Resultate?

Das Bild von KAGfreiland ist tatsächlich widersprüchlich:

- Die KAG hat hohe Kompetenz im Nutztierschutz und ist die Nummer 1, allerdings dicht gefolgt von einigen Mitbewerbern.
- Die KAG verfügt über Glaubwürdigkeit bei ihrem Label und ihren Informationen, wird aber öffentlich wenig wahrgenommen.
- Der strategische Entscheid von 2011 zugunsten weniger «Markt» und mehr «Politik» scheint in vielen Köpfen nicht vollzogen, wie es u.a. jenes Drittel des KAG-Publikums zeigt, das auf keine Tätigkeit der KAG verzichten möchte (Kap. 5).
- Im Kontrast dazu steht die Klage über die Kleinheit der KAG, die in der Befragung mehrmals die Ermahnung hervorrief, mehr Zusammenarbeit zu suchen.

Die vorliegenden Resultate zeichnen ein Bild des aktuellen, zweideutigen Zustands, mehr nicht. Sie eignen sich keinesfalls dazu, als Zeuge für die eine oder andere strategische Option angerufen zu werden. Diese Optionen müssen erst herausgearbeitet werden. Das wird die Aufgabe des Workshops vom 1. Februar sein.

Eines machen die Resultate aber wohl deutlich: Angesichts der geringen Bedeutung des Nutztierschutzes und der unveränderten Kleinheit der KAG wird die Organisation zum Schutz ihres eigenen Anliegens nicht darum herum kommen, sich von einem Teil des Gewohnten zu trennen, um sich besser auf den verbleibenden Teil konzentrieren zu können. Und der gewohnten Unabhängigkeit steht nun die Überlegung entgegen, ob Anliegen und Identität vielleicht besser aufgehoben wären in einem Verbund mit andern.

*Billo Heinzpeter Studer
20. Dezember 2013*

4. Statistische Angaben der Antwortenden

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76) und Publikum (n=89)

EXPERTS		PUBLIK		
				Geschlecht?
30%	19	73%	58	weiblich
70%	45	28%	22	männlich
	64		80	Total antwortende Personen
				Alter?
0%	0	0%	0	unter 20
3%	2	14%	11	20-35
45%	29	21%	17	36-50
44%	28	45%	36	51-65
8%	5	20%	16	über 65
	64		80	Total antwortende Personen
				hauptsächliche Tätigkeit?
0%	0	1%	1	in Ausbildung
2%	1	10%	8	Familienarbeit
92%	59	70%	56	erwerbstätig
6%	4	19%	15	in Rente
	64		80	Total antwortende Personen
				Tätigkeitsfelder beruflich oder Freizeit?
47%	27	47%	28	Tierschutz
21%	12	27%	16	Biolandbau
11%	6	10%	6	Konsumentenschutz
53%	30	53%	31	Umweltschutz
42%	24	14%	8	Landwirtschaft
19%	11	15%	9	Medien
23%	13	19%	11	Politik, Verwaltung
	57		59	Total antwortende Personen
				Einwohnerzahl der Wohngemeinde?
46%	29	46%	36	weniger als 10'000
14%	9	16%	13	10'000 bis 25'000
14%	9	16%	13	25'000 bis 100'000
25%	16	22%	17	über 100'000
	63		79	Total antwortende Personen
				KAG-Mitgliedschaft?
40%	25	46%	37	seit mehr als 5 Jahren
0%	0	9%	7	seit 3 bis 5 Jahren
0%	0	10%	8	seit weniger als 3 Jahren
10%	6	15%	12	bin stimmberechtigtes Aktivmitglied
38%	24	29%	23	bin nicht Mitglied
17%	11	1%	1	bin in Vorstand oder Team
32%	20	4%	3	war früher in Vorstand oder Team
	63		80	Total antwortende Personen

bis zu 7 Antworten
möglich

2 Antworten
möglich

5. Stärken und Schwächen der KAG

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76) und Publikum (n=89)

Frage 1

Was würden Sie als die Stärke von KAGfreiland bezeichnen?
Wie würden Sie dieses Ziel in Stichworten umreißen?

EXPERTS		PUBLIK		gruppierte Antworten
	n		n	
20%	32	28%	44	Tierschutz, Tierwohl, Ethik
7%	11	2%	3	Bauern + Konsument/innen gemeinsam
6%	10	9%	14	Label, Richtlinien, Kontrolle
12%	19	6%	9	Konkrete Lösungen, Beispiel
4%	6	6%	9	Kompetenz, beste Nutztierschutz-Org.
5%	8	9%	14	einzelne Kampagnen/Projekte
3%	5	2%	3	Markt, Produkte
7%	11	2%	3	innovativ, Pionier
12%	19	12%	19	glaubwürdig, konsequent
1%	1	3%	5	unabhängig
5%	8	4%	6	klein, konzentriert
4%	6	5%	8	nicht aggressiv, sympathisch
3%	5	2%	3	macht Politik
9%	15	6%	9	Info, Öff-Arbeit, Aktionen
1%	1	3%	4	Misstände aufdecken
1%	2	1%	2	Partner, Vernetzung
2%	3	0%	0	Mitglieder
162		155		TOTAL Nennungen

Pro Person mehr als 1 Antwort möglich

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76) und Publikum (n=89)

Frage 3

Was ist aus Ihrer Sicht das grösste Risiko für KAGfreiland?

EXPERTS	PUBLIK	gruppierte Antworten
n	n	
13% 11	5% 4	Ziellosigkeit, unklares Konzept, intern uneins
2% 2	6% 5	Verwässerung, Verfälschung der Normen
11% 9	18% 15	keine neuen Mitglieder, Überalterung
7% 6	1% 1	überflüssig geworden, veraltet
19% 16	11% 9	von andern überholt, verdrängt, Konkurrenz
5% 4	1% 1	zu wenig innovativ, andere führen Thema
14% 12	16% 14	zu klein, unbedeutend, unbekannt
8% 7	7% 6	fehlende Mittel
7% 6	6% 5	immer weniger Bauern
1% 1	7% 6	Massenkonsum, Billigprodukte
1% 1	2% 2	KAG-Produkte nicht erhältlich
10% 8	20% 17	anderes
83	85	TOTAL Nennungen

Pro Person mehr als 1 Antwort möglich

Anderes:

EXPERTS	PUBLIK	Antwort
1		Skandal bei KAGfreiland Partner
1		Imageschaden
1	1	Erdbeben
2		unterzugehen
1		zuviel Meinung und Behauptung ohne harte Fakten
1		Unabhängigkeit verlieren
1		wer Unternehmen angreift = nicht immer guter Partner
	1	Lobbyarbeit
	1	Der Tierschutz, das Wohlergehen der Tiere muss im Mittelpunkt bleiben und ausgeweitet werden, Stichwort Muttergebundene Kälberaufzucht.
	1	Die Überreglementierung durch den Staat
	1	dass EU-recht übernommen wird *grusel*
	1	ich sehe kein Risiko
	1	gerichtlich von der Fleischlobby drangsaliert zu werden und womöglich finanziell zu ruinieren
	1	Wirtschaftskrise, Extremismus (wie VTG)
	3	KAG-Produkte als Feigenblättli für Rechtfertigung von Fleischkonsum «mit gutem Gewissen».
	1	Anschluss an vegane Idee wird verpasst.
	1	Bundespolitik, CH-Bauernverband, unkritische KonsumentInnen
	1	ich sehe keine Risiken für KAG ... es sei den sie werden via Spenden "gekauft" wie der STS.
	1	Betriebe, die sich nicht an die Richtlinien halten,
	1	dass der Zeitpunkt der Information stimmt. (???)
	1	dass KAG im unmöglichen hellgrünen Schriftbild ganz untergeht
	1	Weiterhin alleine etwas bewirken zu wollen
8	17	

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76) und Publikum (n=89)

Frage 4

Was müsste KAGfreiland Ihrer Meinung nach in Zukunft vor allem tun?

EXPERT	PUBLIK	gruppierte Antworten		
n	n			
10%	10%	10	10	Marktpräsenz, Erreichbarkeit der Produkte
7%	1%	7	1	Label stärken
9%	7%	9	7	mehr Bauern, mehr mit Bauern zusammen
8%	15%	8	15	Profil stärken, konsequent bleiben, weiter so!
4%	1%	4	1	Mittel, Fundraising, Mitglieder/Spenden
5%	0%	5	0	Fokussieren, Themenführerschaft stärken
7%	5%	7	5	freche Kampagnen/ Aktionen, anprangern
6%	6%	6	6	mehr Projekte, mehr praktische Vorschläge
6%	4%	6	4	Defizit in Politik beheben
17%	26%	17	27	Medien, Öff-Arbeit, Werbung
7%	12%	7	12	Aufklären (Öffentlichkeit, Konsument/innen)
1%	7%	1	7	Partner, Vernetzung
11%	7%	11	7	anderes
98	102	TOTAL Nennungen		

Pro Person mehr als 1 Antwort möglich

Anderes:

EXP	1	Geschäftsstelle nach Bern verlegen	
	1	thematisch etwas öffnen in Richtung "alle Tiere auf Bauernhof" (auch Wildtiere, Heimtiere, Fauna allg.) / alles Nachhaltige/Ökologische rund um Bauern (Freiland + Biologisch, Fruchtfolgen, Kreisläufe, Wildtierschutz, Soziale Arbeitsbedingungen, Sozial-/Therapie-Einsätze, Jugendarbeit, etc.	
	1	Wildtierschutz berücksichtigen (z.B. Weidezäune)	
	1	Tierschutz in der Landwirtschaft gesamtheitlich angehen. Breiter werden.	
	1	Die menschl. Ernährung stark thematisieren, die Fütterung in den Vordergrund stellen	
	1	Darauf hinarbeiten, dass sich die Kampagnenarbeit als "Tierschutzverein" und die praktischen Ansätze als "Erzeugerverband" weiterhin gut vereinbaren lassen.	
	1	Nutztierhaltung mit Konsumfragen verbinden	
	1	verstärkt auf bezüglich Tierwohl problematische Importprodukte setzen	
	1	Werte und Marketing intelligent kombinieren	
	1	Professionelle Administration und Dienstleistung. Ausbau der Kommunikation gegenüber EndkonsumentInnen. Mehr Kommunikation über Produkte.	
	1	Klare Strategie oder geordneter Rückzug/Aufhören.	
	PUB	1	mehr Infos und Anregungen für veganes Leben geben
		1	an Schulen auftreten
		1	kurze Schlachtttransporte betonen
		1	Habe keine Alternative
		1	Fleischkonsum eindämmen, pro Vegetarismus. Es gibt letztlich keinen tierfreundlichen Fleischkonsum, kein ethisch vertretbares Tiertöten für Gaumengenussbefriedigung
		1	neue Projekte mit öffentlicher Resonanz (mobile Schlachtung), evtl Namensänderung; Reduktion Admin-Aufwand, z.B. durch Kooperation
		1	Importproblematik vermehrt thematisieren / "Geiz-ist-geil-Mentalität" bekämpfen
		1	
		11	7

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76) und Publikum (n=89)

Frage 5

Und auf was soll KAGfreiland Ihrer Meinung nach in Zukunft am ehesten verzichten?

EXPERTS	PUBLIK	gruppierte Antworten		
n	n			
6%	3	0%	0	LAB eigenes Label
20%	10	7%	3	MAR Marktpräsenz, Erreichbare Produkte
16%	8	5%	2	KAM Kampagnen, Aktionen vor Bundeshaus
12%	6	7%	3	POL Polarisierung, andere kritisieren, moralisieren
6%	3	5%	2	ADM überflüssige Mailings, unnötige Admin.
8%	4	5%	2	BAG Bagstellthemen, weniger wichtige Kamp.
20%	10	37%	16	NIC nichts
14%	7	35%	15	AND anderes
51	43	TOTAL Nennungen		

Pro Person mehr als 1 Antwort möglich

Anderes:

EXP	PUB	Antwort
1		Interne Konflikte mit branchenfremden und nicht sozialkompetenten Menschen lösen wollen
1		Wildtier gefährdende Zäune (z.B. Kaninchen + Hühnerhaltung)
1		kann ich leider nicht sagen: habe viel zu wenig von KAGfreiland mitbekommen in den letzten Jahren
1	1	Adresshandel
1		Keine Ahnung
1		2000er Legehennenställe
1		Energie verschwenden intern
	PUB	1 eher auf dem vorhandenen aufbauen als zu verzichten
		1 Immer nur im eigenen Saft schmoren. Im Bulletin steht nie etwas über andere kleine Labels.
		1 Den kleinen Kreis von "Wissenden" mit fragwürdigen Methoden zu erweitern versuchen (naiven Ex-Missen als Werbeträger, die mal ein Häsli streicheln).
		1 Das Wegnehmen der Kälber von ihren Müttern – darunter leiden Rinder wohl noch mehr als unter dem Enthornen
		1 damit werben Tierprodukte zu konsumieren
		1 auf die Behörden (die mahlen zu langsam)
		1 Die Nutzung von Säugetieren insbesondere als Schlachtvieh herunterfahren.
		1 Wenn schon tierunterstützte Landwirtschaft, dann mit seelisch-geistig weniger differenzierten Tieren wie Federvieh und Fischen.
		1 Andere Label "verspeisen" (integrieren, voraussetzen etc.) ausser Partnerschaft ist möglich
		1 ... wenn es sein muss ... das wegen dem Import-Fleisch - da es in der CH leider noch viel zu viele Schweineställe gibt die keinen Auslauf haben und ich denke KAG sollte sich auf die "CH-Schweinereien" konzentrieren.
		1 politische Vermischungen
		1 es geht nicht um glückliche Tiere, sondern um Ethik
		1 Sich aus politischen und gesellschaftlichen Fragen und Engagement zurückziehen - Unterschied andere Labels
		1 sich nicht verzetteln in verschiedenen Kampagnen
		1 zu elitär und erhaben zu sein Tierwohl sollte "normal" sein (werden) ohne Gutmensch zu sein
7	15	

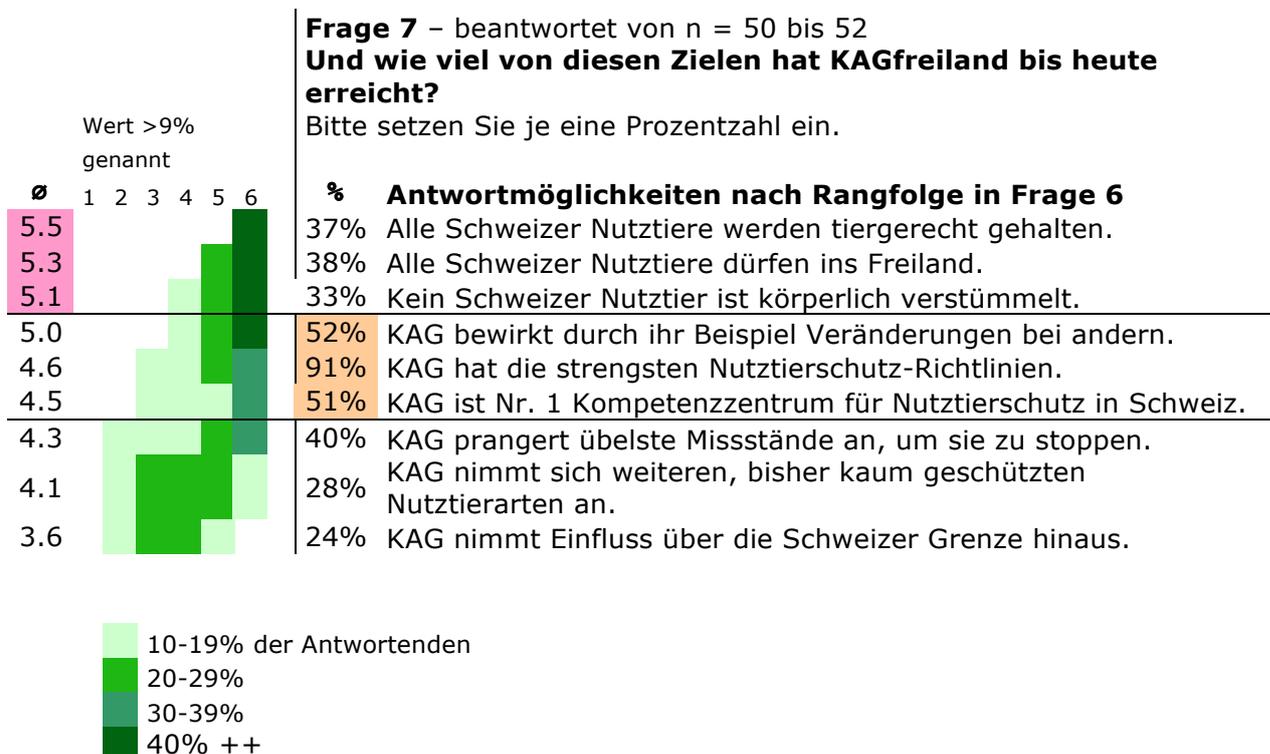
6. Ziele von KAGfreiland

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76)

Frage 6: Bedeutung von KAG-Zielen – beantwortet von n=63

Bewerten Sie im folgenden die Bedeutung, welche verschiedene Ziele von KAGfreiland für Sie persönlich haben.

Bitte jeweils die zutreffende Zahl auf der Skala 1 bis 6 ankreuzen,
1 = für mich am wenigsten wichtig, 6 = für mich am wichtigsten



Frage 7 – beantwortet von n = 50 bis 52

Und wie viel von diesen Zielen hat KAGfreiland bis heute erreicht?

Bitte setzen Sie je eine Prozentzahl ein.

% Antwortmöglichkeiten nach Rangfolge in Frage 6

- 37% Alle Schweizer Nutztiere werden tiergerecht gehalten.
- 38% Alle Schweizer Nutztiere dürfen ins Freiland.
- 33% Kein Schweizer Nutztier ist körperlich verstümmelt.
- 52% KAG bewirkt durch ihr Beispiel Veränderungen bei andern.
- 91% KAG hat die strengsten Nutztierschutz-Richtlinien.
- 51% KAG ist Nr. 1 Kompetenzzentrum für Nutztierschutz in Schweiz.
- 40% KAG prangert übelste Missstände an, um sie zu stoppen.
- 28% KAG nimmt sich weiteren, bisher kaum geschützten Nutztierarten an.
- 24% KAG nimmt Einfluss über die Schweizer Grenze hinaus.

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n = 76)

Frage 8: Weitere Ziele für KAG? – beantwortet von n-63

Gibt es ein Ziel, welches bis jetzt nicht genannt wurde, das Ihrer Meinung nach aber auch zu den KAGfreiland-Zielen gehören müsste?

33 ja
 34 nein
 Total
67 Antwortende

Frage 9: Welches Ziel noch? – falls in Frage 8 = ja

Wie würden Sie dieses Ziel in Stichworten umreißen?

		gruppierte Antworten	
		n	
		6%	2 KAG = beste + glaubwürdigste Nutztierschutz-Org.
		14%	5 bessere Öff-Arbeit, mehr Lobbying
mehr als	1	19%	7 mehr Präsenz auf Markt, Erreichbarkeit von KAG-Produkte
Antwort		11%	4 strengere Anforderungen an Importprodukte
möglich		11%	4 Fütterungsproblematik
		11%	4 mehr Kooperation mit andern Organisationen
		8%	3 weitere Nutztier-Probleme angehen
		19%	7 anderes
		36	TOTAL Nennungen
			<i>Pro Person mehr als 1 Antwort möglich</i>

Anderes in Frage 9:

- 1 Ethik im Umgang mit Nutztieren
 - 1 neuer Name/Logo
 - 1 keine Impfung der Tiere, Zucht bei Rinder auf Milchleistung
 - 3 Fleischkonsum reduzieren
 - 1 wissenschaftliche Untersuchungen
-
- 7**

Frage 10

Und wie wichtig ist dieses Ziel für Sie?

5.3 Durchschnittsnote von 1 bis 6 (bei n = 33)

Frage 11

Und wie viel von diesem Ziel hat KAGfreiland bis heute erreicht?

Bitte setzen Sie eine Prozentzahl ein.

27% Durchschnittswert (bei n = 31)

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n = 76)

Frage 12: Handlungsbedarf – beantwortet von n = 63

In welchen Bereich orte Sie den grössten Handlungsbedarf in der Schweizer Nutztierhaltung?

mehr als
1 Antwort möglich

	n	gruppierte Antworten
9%	10	Tiergerechtheit, artger. Haltung und Zucht
17%	18	Schweine (div. Probleme)
15%	16	Geflügel (div. Probleme)
12%	13	Rindvieh (div. Probleme)
6%	6	Antibiotika-Resistenz
5%	5	Tierbestände reduzieren
5%	5	Tiertransporte, Schlachtung
6%	6	Fütterung, Futterbasis, Futterimporte
6%	6	körperliche Manipulation der Tiere
7%	8	Freiland/Auslauf für mehr Tiere
14%	15	AND anderes
	108	TOTAL Nennungen

Pro Person mehr als 1 Antwort möglich

Anderes:

- 2 Fleischkonsum reduzieren
Preiskampf/Effizienzwahn, Wahrnehmung fördern (v.a. in der Kindererziehung),
- 1 Zuchtkrankheiten, Hygienewahn (d.h. nicht mehr nur tierartspezifisch sondern gesamtheitlich denken und artenübergreifend handeln).
- 1 Food waste
- 1 Verbesserungen bei relativ wenig genutzten Tierarten
- 1 Leistungsförderer
- 1 Leistungsniveau
- 1 Sozialkontakte, keine Überzüchtung
- 1 Spannungsfeld Ökologie -Tierwohl
- 1 zuchtbedingte erkrankungen und verhaltensstörungen
Es ist effizienter die schlechteste Tierhaltung zu verbessern als eine relative gute Haltung noch mehr zu verbessern. Das grösste Potenzial sehe ich bei der Verbesserung des tiefsten Tierschutz-Niveaus (Schweine)
- 1 Agrarpolitik
- 1 insgesamt
- 1 Sortenvielfalt

11

7. Profil von KAGfreiland

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76)

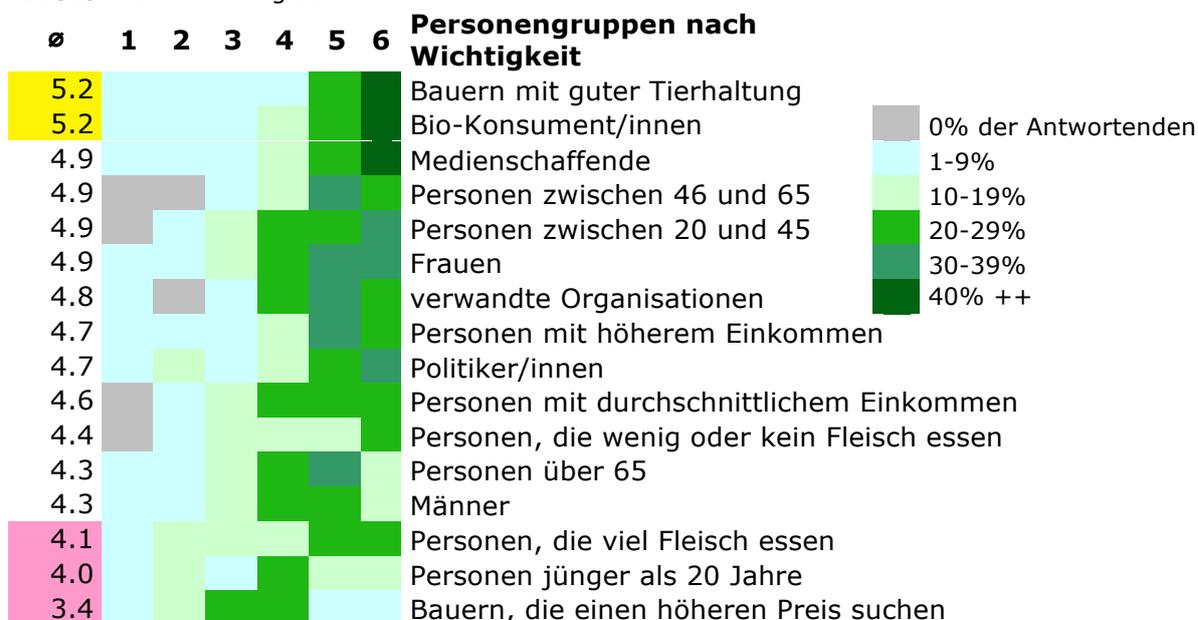
Frage 13: Wichtige Personengruppen für KAG – beantwortet von n=62 bis 64

Was glauben Sie: Wie wichtig für KAGfreiland ist die Unterstützung durch folgende Personengruppen?

Bitte für jede Gruppe einen Wert auf der Skala von 1 bis 6 wählen:

1 = ganz unwichtig, 6 = am wichtigsten

Wert Werte >9% genannt



Kommentare:

- 1 ethisch bewusste Menschen
- 1 Unterstützung auf seiten der Konsumenten muss durch alle Schichten und Altersgruppen erfolgen, hier Zielgruppen zu suchen erachte ich als fatal.
- 1 Ich denke, dass die Unterstützung der KAG weder vom Geschlecht, noch vom Alter oder dem Einkommen abhängt
- 1 Alle Menschen sind wichtig; sorry, verfüge nicht über die notwendigen Infos
- 1 Enge Zusammenarbeit, um Synergien zu nutzen und einen Konsens zu finden, damit alle am selben Strick ziehen.
- 1 Untertsützung für eine gute Sache ist von allen wichtig. was soll die Frage? Grundsätzlich ist die Unterstützung aller wichtig, im Sinn von wertvoll. Zur Mitgliedergewinnung muss man dagegen eine viel enger definierte Zielgruppe avisieren. Politisch wichtig sind besonders Junge (Aktionen) und politisch gut vernetzte Menschen wichtig.
- 1 Unterscheidung: welche sind von sich aus interessiert und deshalb wichtig / welche sind als Gruppe anzustreben, weil wichtig

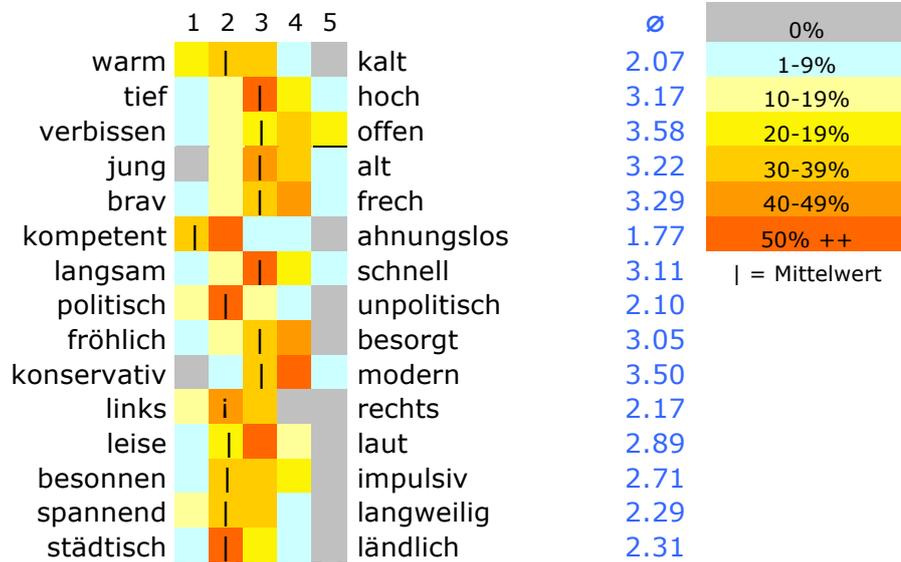
8

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76)

Frage 14: Polaritätenprofil KAG – beantwortet von n=53 bis 61

Welche Eigenschaften sind aus Ihrer Sicht typisch für Menschen, die KAGfreiland unterstützen?

Bitte wählen Sie bei jedem Gegensatzpaar jenen Punkt auf der Skala, der es für Sie am besten trifft.



8. KAGfreiland und ihre Mitbewerber

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76)

Frage 15: KAG und andere Organisationen – beantwortet von n = 57 bis 62

Wir nennen hier ein paar Organisationen, die sich für das Wohl der Nutztiere engagieren.

Bitte beurteilen Sie aus Ihrer Sicht, ob jede dieser Organisationen mehr für die Nutztiere tut als KAGfreiland oder weniger.



Weitere von den Antwortenden genannte Organisationen:

- 1 Stiftung Tier im Recht
- 1 fair-fish
- 1 Die Frage ist hier nicht eindeutig. Ich habe sie im Sinne der Summe und nicht der Qualität beantwortet. Das heisst z.B. BioSuisse schneidet besser ab, weil es einfach mehr Bauern, Produkte gibt.
- 1 Demeter
- 2 tier-im-fokus.ch (TIF)
- 1 WWF wichtiger Partner für die Sensibilisierung von Konsumenten, Detailhandel und Gastronomie (Footprint App, Goût Mieux), Coop, Migros
- 1 Bergheimat
- 1 Die ganze Frage ist schwierig zu beantworten, denn die div. Organisationen arbeiten punkto Schwerpunkt und v.a. Methode sehr sehr unterschiedlich. Ich kenne auch gar nicht alle genannten Organisationen wirklich.

9

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76)

Frage 17: KAG und andere Firmen – beantwortet von n = 61 bis 62

Wir nennen hier ein paar Firmen bzw. Marken, die Produkte aus tierfreundlicher Haltung anbieten.

Bitte beurteilen Sie aus Ihrer Sicht, ob jede dieser Firmen/Marken in Bezug auf ihre Produkte aus Tierhaltung mehr Vertrauen verdient als KAGfreiland oder weniger.



Weitere von den Antwortenden genannte Firmen/Marken:

- 1 Innerhalb der «weniger» gäbe es doch noch erhebliche Unterschiede
- 1 gebana
- 1 Der Vorsprung gegenüber Bio und Terrasuisse ist aber nicht wesentlich in Bezug auf meinen täglichen Einkauf.

3

9. Werte der Gesellschaft

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n=76)

Frage 16: Werte – beantwortet von n= 62 bis 63

Nachfolgend eine Liste von Werten. Wir fragen nicht nach Ihren persönlichen Bewertungen, sondern nach Ihrer Meinung darüber, wie die Gesellschaft die folgenden Werte gewichtet.

Bitte kreuzen Sie den jeweils zutreffenden Wert an: 1 = ganz geringer Wert, 6 = sehr hoher Wert in unserer Gesellschaft



10. Weitere Wünsche an KAGfreiland

Umfrage KAG 2013 bei Experten (n = 76)

Frage 18: Noch ein Wunsch an die KAG? – beantwortet von n = 44

Gibt es noch etwas, was Sie KAGfreiland mit auf den künftigen Weg geben möchten?

	n	gruppierte Antworten
8%	4	Ziele klären, machbare Strategien, Mut zur Lücke
8%	4	Kompetenz Nutztierschutz stärken
4%	2	Richtlinien nur schärfen, wenn praktikabel
8%	4	Kampagnen, frecher, bissiger
9%	5	bessere Vernetzung, Zusammenarbeit
8%	4	mehr in die Medien
8%	4	Markt: Erreichbarkeit, Label, eigene Bauern
25%	13	weiter machen, weiter so!
8%	4	nein, nichts
17%	9	Anderes
	53	Total Antworten

Pro Person mehr als 1 Antwort möglich

Anderes:

- 1 expandieren
- 1 Mitarbeiterzufriedenheit höchste Priorität geben
- 1 Mehr nachhaltige und gewinnbringende Projekte realisieren, die beiden Seiten von Nutzen sind. Impulse siehe Link:<http://projektoffice.blogspot.ch/>
- 1 Wissenschaftliche Zusammenarbeit mit landw. Forschungsinstituten intensivieren. Tierhaltungs-Verbesserungen auch in kleinere Teilschritten, damit andere Label einfacher nachziehen können. Bei Bauern und deren Lobby braucht es etwas mehr Zeit. Erfolgreicher Abschluss von Teilschritten kann den Mitgliedern besser verkauft werden. Als Konsumentin ziehe ich es vor, dass es möglichst vielen Tieren möglichst gut geht, lieber als ein paar wenigen ganz perfekt.
- 1 Als Mitglied werde ich den Verdacht nicht los, dass gewisse - vielleicht zu ehrgeizige - Projekte nicht zum Abschluss kommen oder mangels Alternativen immer wieder hervorgekramt werden. Zweinutzungsrasse, Horn auf, Tiertransporte - all diese Themen hatte kagfreiland schon zu meiner Anstellungszeit im Projektportfolio (Konzentration der Kräfte).
- 1 Klein aber fein ist besser also grösser und weniger konsequent.
- 1 Auf beides setzen Markt und Projekte/Kampagnen
- 1 Öffnen bzgl. Wildtieren / allen Tieren rund um den Bauernhof
- 1 soziale Projekte mit KAG-Bauern und Nutztieren
- 1 Schwerpunkte im Bereich Fundraising setzen

10