



Stimmen TREUER WEGBEGLEITER zum Jubiläum «40 Jahre Natura-Beef»



Mathias Gerber, Präsident Mutterkuh Schweiz

Seit 40 Jahren ist Natura-Beef das führende Label in der nachhaltigen Rindfleischproduktion der Schweiz. Es ist mir eine grosse Ehre als Präsident von Mutterkuh Schweiz auf diese erfolgreiche Geschichte zurückblicken zu dürfen. Weidehaltung im Sommer, Laufstall im Winter, eine natürliche Fütterung und das Kalb bei der Mutter sind Markenzeichen von Natura-Beef, die voll und ganz den gesellschaftlichen Anforderungen entsprechen und auch am Markt mit top Preisen entschädigt werden. Natura-Beef ist einmalig und kann darum auch nicht ausgewechselt werden. Ein Brand, den es nur in der Schweiz gibt!

Mit Stolz blicken wir auf die erfolgreiche Entwicklung zurück. Mutig heisst es nun, die Zukunft anzupacken und mit Überzeugung das Programm weiter voranzutreiben, damit es auch in den kommenden Jahren die Massstäbe setzt. Höchste Tierwohl-Standards und beste Qualität, produziert von leidenschaftlichen Tierhalterinnen und -haltern, sind ein Garant für weitere Erfolge.

Meilensteine in der Geschichte von Natura-Beef

1979

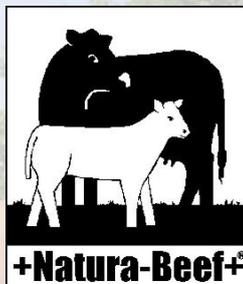
Frühjahr 1979

Es gibt keinen Absatz für Produkte aus Mutterkuhhaltung. Einsatz der Fachgruppe Vermarktung. Sie erstellt ein Vermarktungskonzept.

08.03.1980

Die Vereinsversammlung beschliesst die Lancierung der Marke +Natura-Beef+ für Junggrindfleisch aus Mutterkuhhaltung. Das Fleisch soll durch Direktvermarktung oder zentrale Vermittlung vermarktet werden. Es werden zwei Vermittler bestimmt (W. Unterländer; heute Viegut AG und M. Braillard). Die Bestimmungen waren: direkt von der Kuh

abgesetzt und keine Antibiotikafütterung.



damaliges Logo Natura-Beef

1980

1980

Der Vorstand setzt eine Vermarktungskommission ein. Diese erarbeitet das Produktionsreglement und organisiert die zentrale Vermarktung mit Bell, einigen Coop-Genossenschaften und Dorfmetzgereien.



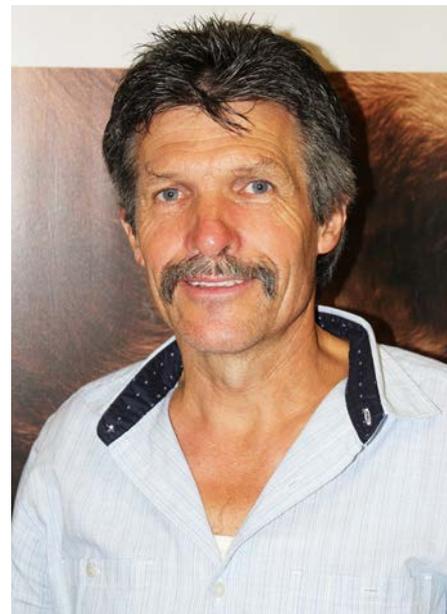
1980

Das Verkaufsvolumen erreicht 300 +Natura-Beef+-Tiere.

Jon Paul Thom, Berater und Experte, Vorstand Beef Event

Die Entwicklung von Natura-Beef konnte ich bei Mutterkuh Schweiz in verschiedenen Funktionen miterleben und zum Teil sogar mitgestalten. Als (Bio-)Produzent waren meine Natura-Beef gefragt, Absatz und Preis haben stetig zugenommen. Als Berater konnte ich den Neumitgliedern mit Natura-Beef, einem Qualitätsprodukt im hohen Preissegment, eine gute Perspektive anbieten. Plus hatte ich als ehemaliges Vorstandsmitglied die Chance, die sehr gute Zusammenarbeit mit Coop mitzuerleben. Was mich speziell beeindruckt hat, ist, dass wir uns immer voll auf unsere Partner verlassen konnten. Alle Beteiligten der «Seilschaft» Natura-Beef waren und sind gleichwertig eingebunden.

Mutterkuh Schweiz bzw. wir Mitglieder besitzen mit Natura-Beef ein super Label, das einen hohen Bekanntheitsgrad geniesst und bei Umfragen jeweils ganz oben auf der Liste steht. Liebe Kolleginnen und Kollegen – halten wir Sorge zu unserem Label! Die grösste Herausforderung in nächster Zukunft wird es sein, alle im gleichen Boot zu haben und gemeinsam in die gleiche Richtung zu rudern. Nur als Team können wir unsere Geschichte erfolgreich weiterführen.



Ab 1980

Die Rückverfolgbarkeit war schon damals einzigartig. Seit jeher wird für jedes Tier zum Zeitpunkt der Schlachtung ein Zertifikat ausgestellt (damals vom Kontrolleur von Hand). Voraussetzung ist, dass die Kälber nach der Geburt vom Kontrolleur markiert worden sind.



Die «Produktionsbestimmungen» sind in vier Punkten direkt auf dem Zertifikat aufgeführt.

1981

M. Braillard beendet seine Vermittlertätigkeit. An seine Stelle tritt der Schweizerische Viehproduzentenverband (heute Vianco).

Kommunikationsoffensive mit Auftritten an Ausstellungen, einem Film und Werbeprospekt.

1985

Vermarktungsvolumen +Natura-Beef+: 750 bis 800 Tiere.





Guy Humbert, Vizepräsident Mutterkuh Schweiz

Als Landwirt erwarte ich von den landwirtschaftlichen Organisationen, dass sie für meinen Betrieb gute Rahmenbedingungen schaffen. Als Mutterkuhhalter ist es für mich wichtig, dass wir eine Organisation haben, die die spezifischen Vorzüge fördert wie auch die Hürden meistert. Die Gründung von Natura-Beef vor 40 Jahren durch Mutterkuh Schweiz war ein wichtiger Schritt, die ständige Weiterentwicklung aber ebenso. Die Mitglieder erwarten, dass die Verantwortlichen von Mutterkuh Schweiz das Zepter in der Hand behalten und auch in den nächsten Jahren für ein vorteilhaftes Marktangebot sorgen. Wir befinden uns in einer bewegten Zeit und es gilt die Übersicht zu bewahren. Als Mitverantwortlicher bin ich ebenfalls gefordert und setze mich ein.



1987

Natura-Beef wird als Marke beim Bundesamt für geistiges Eigentum geschützt.



1990

09.03.1990
Das +Natura-Beef+-Vermarktungskonzept 1990 wird an der Vereinsversammlung angenommen. Die Vermarktung wird mit Lizenzsystem geregelt und jede Verkaufsstelle, die bisher Natura-Beef vermarktet hat, wird lizenziert. In der Folge engagieren sich vor allem Coop, Bell und die Direktvermarkter. Zusammenfassung des Angebots durch zwei Vermittler (Vianco und Viegut).

1990

Vermarktungsvolumen +Natura-Beef+:
2788 Tiere

1992

Erstes umfassendes Produktionsreglement (vorher waren die Vorgaben auf dem Zertifikat aufgeführt):

- täglicher Weidegang während Vegetation
- bei Anbindehaltung der Kühe täglicher Auslauf
- säugende Kälber dürfen nicht angebunden werden



1994

18.02.1994
Anpassungen des Produktionsreglements, u.a.:

- ausreichende Raufutterfläche
- Auslauf- und Stalljournal (später zusätzlich Behandlungsjournal) führen
- täglicher Auslauf (Weide oder Laufhof)
- Verbot Kuhtrainer und Elektrotreibgeräte
- kein Embryotransfer für Natura-Beef



Urs Vogt, Geschäftsführer Mutterkuh Schweiz

Zum Jubiläum von Natura-Beef haben viele Hände beigetragen. Alle Beteiligten sind angewiesen, dass mit ebenso grosser Überzeugung unser Natura-Beef in die Zukunft getragen wird. Sei das durch die bäuerliche Arbeit oder den umtriebigen Verkauf. Aus den Lehren der Vergangenheit könnte man versuchen, ein allgemeingültiges Rezept für eine erfolgreiche Zukunft zu schreiben. Ja, das ist möglich, es braucht einfach gute Ideen und viel Energie. Nein, das ist nicht möglich, könnte man auch sagen. Die Unberechenbarkeiten werden immer grösser. So oder so, gibt es keine Selbstverständlichkeiten. Aber die Fragen und Antworten der Vergangenheit sind ein grosser Schatz für die Zukunft. Die Partnerschaft zwischen den Mutterkuhhalterinnen und -halter, Vianco, Viegut, Bell und Coop ist stark und in diese Kette müssen wir investieren. Es lohnt sich.



1995

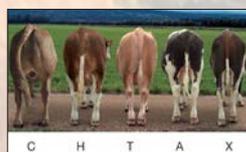
Sonderschau an der BEA 1995.



Vermarktungsvolumen
+Natura-Beef+:
7592 Tiere

1996

01.10.1996
Einführung einer richtungsweisenden Bestimmung bezüglich Anforderungen an Fleischigkeit und Fettklasse. Qualitätseinschätzung nach CH-TAX. Neben den Kälbern können neu auch die Kühe und Stiere mit Mehrpreis verkauft werden (VK/MA Natura).

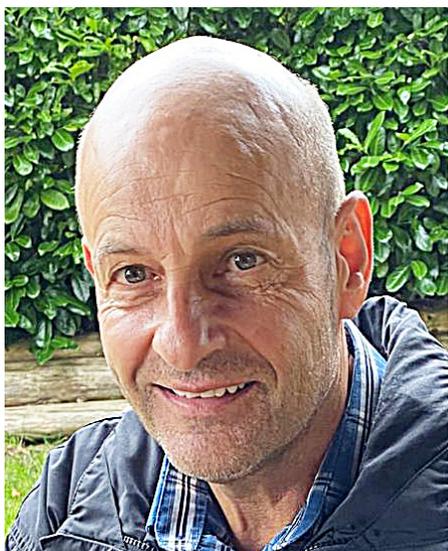


1997

14.03.1997
Anpassungen des Produktionsreglements:
– Durch die Zentralisierung der Datenverarbeitung werden die Zertifikate ab 1.05.1997 von der Geschäftsstelle ausgestellt.
– Der Betrieb muss für Bio oder IP nach der Ökobeitragsverordnung anerkannt sein.
– Futtermittel mit tierischen Ei-

weissen, tierischen Fetten oder gentechnisch veränderten Organismen sind verboten.





Markus Schmutz, Mutterkuhhalter Riggisberg

Die Übernahme des elterlichen Betriebs 1982 war für mich zugleich der Start der Mutterkuhhaltung und der Natura-Beef-Produktion. Nun, nach fast vierzig Jahren, ist der Betrieb immer noch im Trend und wird schon bald von der nächsten Generation weitergeführt. Dazwischen liegen Jahre mit viel Freude und Erfüllung, aber auch mit Herausforderungen und Hürden. In den Anfangsjahren verspürte ich viele negative Vorurteile dieser neuartigen Tierhaltung gegenüber. In der heutigen Zeit ist dies kaum mehr vorstellbar. Die Direktvermarktung war in den 80er-Jahren wenig bekannt und die Mutterkuhhaltung und Natura-Beef boten mir die Möglichkeit, diese Chancen zu nutzen. Der damalige Anbindestall wurde anfangs der 90er-Jahre durch einen zweckmässigen und tiergerechten Laufstall ersetzt. Die Gunst der Konsumentinnen und Konsumenten sowie der vorteilhafte Mehrpreis werden heute als selbstverständlich erachtet. Dies musste aber über lange Jahre erarbeitet werden. Dazu beigetragen hat der starke Verbund, der vom Produzenten bis zu den Konsumierenden reicht. Tragen wir Sorge dazu.

1999

30.11.1999
Einführung der TVD. Vorher markierten die Kontrolleure die Kälber. Neben der gelben Herdebuch- und FLEK-Ohrmarken (vergl. «Ab 1980») existierten bis Mitte der 90er-Jahre auch spezielle grüne +NB+-Ohrmarken.



2000

April 2000
Neue +Natura-Beef+-Broschüre mit Rezepten von Lucas Rosenblatt.



Das 100 000-ste Natura-Beef wird vermarktet.

Vermarktungsvolumen +Natura-Beef+:
16 225 Tiere;
2013 +Natura-Beef+-Betriebe

2001

Auslagerung der Kontrollen an die neu gegründete Inspektionsstelle beef control.



Stimmen LANGJÄHRIGER PARTNER zum Jubiläum «40 Jahre Natura-Beef»



Philipp Wyss, Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung Coop-Gruppe

Coop gratuliert Mutterkuh Schweiz zum 40-jährigen Jubiläum. Die Erfolgsgeschichte zwischen Mutterkuh Schweiz und Coop begann bereits in den frühen 80er-Jahren. Mutterkuh Schweiz entwickelte seine Marken stetig weiter und heute ist die Marke Natura-Beef der Inbegriff von tierfreundlichem Qualitätsfleisch. Als gelernter Metzger bin ich begeistert von der Fleischqualität und überzeugt von der Mutterkuhhaltung, mit ihrer natürlichen Fütterung und der Aufzucht in der Mutterkuhherde. Seit über 40 Jahren ist das Fleisch im Detailhandel exklusiv bei Coop erhältlich. Wir sind stolz, dass diese langjährige Partnerschaft zwischen Mutterkuh Schweiz und Coop besteht. Es ist eine Freude mitzuerleben, wie die Philosophie der Mutterkuhhaltung vom Landwirt bis zum Metzger an der Theke gelebt wird. Die Erfolgsgeschichte wird auch in Zukunft weitergeschrieben. Zukünftig setzt Coop im Kalbfleisch auf Natura-Veal als tierfreundliches Fleisch von höchster Qualität.



2002

Einführung der Marktkommission (heute Fachbeirat, löste damals die Vermarktungskommission ab).

15.03.2002

Anpassungen des Produktionsreglements:

- Einführung Natura-Beef-Bio
- Neues Logo Natura-Beef
- Anpassung der Zertifikate



2003

Bei der Schlachtkörperqualität wurden grosse Fortschritte gemacht. 96 Prozent der Schlachtkörper sind im Qualitätszielbereich.

2004

31.12.2004

Das Programm wird für ÖLN-Betriebe vorläufig geschlossen.



Urs Jaquemet, Geschäftsführer Vianco

Natura-Beef – die Erfolgsgeschichte der Schweizer Viehwirtschaft! Die Idee wurde von mutigen Pionieren entwickelt und ist dank Partnerschaft und viel Leidenschaft in allen Bereichen gewachsen.

Auch in Zukunft setzen wir auf die Stärken von Natura-Beef! Ich bin überzeugt, dass bestes Rindfleisch aus Mutterkuhhaltung mit höchsten Ansprüchen an das Tierwohl, graslandbasiert und standortgerecht gefüttert, von der qualitätsbewussten Kundschaft gekauft, mit Überzeugung zubereitet und mit Genuss konsumiert wird.

Die Planbarkeit und die Abstimmung von Angebot und Nachfrage werden auch in Zukunft eine Herausforderung für alle Beteiligten bleiben.

Im Namen von Vianco danke ich allen Produzentinnen und Produzenten von Natura-Beef herzlich für das uns entgegengebrachte langjährige Vertrauen. Dem Team von Mutterkuh Schweiz, dem Vermittler Viegut und den Unternehmungen Bell und Coop danke ich für die einzigartige Zusammenarbeit. Vereint in die Zukunft – zusammen sind wir stark!



2005

10.02.2005

Der Vorstand setzt ein Reglement für Schlachtung, Verarbeitung und Verkauf von Natura-Beef ein.

Jubiläum 25 Jahre Natura-Beef



04.11.2005

Anpassungen des Produktionsreglements u.a.:

- Abstammungsanforderungen der Natura-Beef-Mütter und -Väter (mit Übergangsfristen)
- Die Tiere sind im Stall gemäss BTS-Bestimmungen zu halten (Verbot von Anbindehaltung mit fünfjähriger Übergangsfrist).
- Führen eines Tierarzneimittelinventars

30.11.2005

Das Programm wird für Bio-Betriebe vorläufig geschlossen.

Vermarktungsvolumen Natura-Beef: 31 073 Tiere; 3408 Natura-Beef-Betriebe



Erhard Unternährer, Geschäftsleiter Viegut AG

Rückblickend darf man festhalten, dass Natura-Beef in den letzten 40 Jahren eine beispielhafte Geschichte schreiben konnte. Dank unserer top Seilschaft mit allen Produzentinnen und Produzenten, Bell, Coop, Mutterkuh Schweiz und den beiden Vermittlern ist es gelungen, Natura-Beef als die bedeutendste Marke im Fleischsektor und als Garant für Tierwohl und Nachhaltigkeit zu etablieren.

In der kommenden Zeit ist ebenfalls entscheidend, dass die Durchlässigkeit in der Produktion wie auch beim Absatz saisonal gestärkt wird.

Für die Zukunft der Viegut AG steht die neue Generation bereits in den Startlöchern. Ich bin stolz, dass unser ältester Sohn Lukas Unternährer bereits im Geschäft tatkräftig mitwirkt.

Wir wünschen allen Marktpartnern alles Gute für die Zukunft und viel Glück im Haus und auf dem Hof.

2007

Es können wieder neue Betriebe ins Natura-Beef-Programm aufgenommen werden.



2010

Vermarktungsvolumen Natura-Beef:
34 967;
3791 Natura-Beef-Betriebe

2012

01.11.2012
Anpassungen des Produktionsreglements:
– Sojaverbot im Futter für Mutterkühe und Kälber bis zum Absetzen.
– für alle Tierkategorien (A2 bis A9) auf dem Betrieb muss BTS und RAUS erfüllt sein.

2013

19.08.2013
Natura-Beef hat eine halbe Million vermarkteter Tiere erreicht. Coop, Bell, Vianco, Viegut und Mutterkuh Schweiz freuen sich mit Andreas und Ruth Schmid aus Gipf-Oberfrick über das 500 000-ste Natura-Beef-Zertifikat.



2014

Anpassung Logo Natura-Beef





Dr. Stefan Flückiger, Geschäftsführer Schweizer Tierschutz STS

«40 Jahre Natura-Beef» heisst auch 40 Jahre für ein ganz besonderes Gut unterwegs gewesen zu sein. Herzliche Gratulation! Mutterkuh Schweiz und der Schweizer Tierschutz STS setzen sich beide für dieses besondere Gut ein: das Tierwohl. Besonders deshalb, weil die Erzeugung dieses Gutes weit über die Dimension des Marktes hinausgeht. Das Tierwohl gehört zu den multifunktionalen Leistungen, die bekanntlich vom Markt nur zum Teil abgegolten werden. Da den Menschen das Tierwohl aber ein grosses Anliegen ist, engagieren wir uns zusammen mit Mutterkuh Schweiz auf politischer Ebene und im Rahmen der Agrarallianz für die weitere Förderung dieses tierfreundlichen Haltungssystems, die Stärkung der Tierwohlprogramme mit mehr Mitteln und die faire Abgeltung der von den Produzenten erzeugten Mehrleistungen. Ich freue mich auf die weiteren Herausforderungen, die wir auch in Zukunft zusammen für mehr Tierwohl anpacken können.

2015

15.12.2015

Anpassung des Produktionsreglements:
– Der Einsatz von Präparaten mit dem Wirkstoff PMSG wird für alle Einsatzgebiete verboten.

Vermarktungsvolumen Natura-Beef: 39 505 davon Bio 6555; 4113 Natura-Beef-Betriebe

2016

31.12.2016

Der tausendste Natura-Beef-Bio Betrieb, der Hof Oberaesch von Daniela und Patrik Birrer aus Duggingen, wird ins Programm aufgenommen.

2017

01.01.2017

Anpassung des Produktionsreglements:
Für Mutterkühe und Kälber bis zum Absetzen wird die «Grasland-basierte Milch- und Fleischproduktion» (GMF) obligatorisch.

2018

Verbot von Palmöl/ Palmfett im Futter.



Lorenz Wyss, CEO Bell Food Group

Natura-Beef ist eine Erfolgsgeschichte, die in der Schweiz ihresgleichen sucht. Es macht mich stolz, dass Bell von Anfang an einen wichtigen Beitrag dazu leisten durfte, dass Natura-Beef heute zu dem geworden ist, was es ist: der Inbegriff für eine artgerechte, tierfreundliche und ökologisch sinnvolle Rindviehhaltung, die die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten mit der absolut besten Fleischqualität versorgt. Das freut mich als Fachmann ganz besonders. Erfreulich ist ebenfalls, dass Bell und Mutterkuh Schweiz seit vielen Jahren einen guten und partnerschaftlichen Austausch pflegen, bei dem man sich auch mal gegenseitig unterstützt, wenn Not am Mann ist. Für die Zukunft hoffe ich, dass wir unsere Partnerschaft in dieser Form noch viele Jahre weiterführen können. Wir werden auf jeden Fall unseren Beitrag dafür leisten, dass Natura-Beef auch weiterhin eine Erfolgsgeschichte bleibt.



(Fotos S. 8 bis S. 17: Mutterkuh Schweiz und zVg)

2019

04.09.2019

Vorläufig werden keine neuen Betriebe ins Natura-Beef-Programm aufgenommen.

Vermarktungsvolumen Natura-Beef:
40 406 davon
7763 Bio,
4401 Natura-Beef-
Betriebe

Bereits durchgeführte und geplante Aktivitäten zum 40 Jahr Jubiläum

- Sticker
- Gewinnspiel beef.ch
- Natura-Beef mit Sticker in Selbstbedienung schweizweit bei Coop (300 000 Stk.)



- Blickfangplakat in den Wochen 13/14 in ver. Coop-Filialen
- Social Media-Kampagne u.a. mit Kernbotschaften und Grillvideos
- Publireportagen in Online- und Printmedien
- Berichte in Regionalzeitungen

