

CHARTA

zur Qualitätsstrategie der Schweizerischen
Land- und Ernährungswirtschaft

Präambel

Der Inhalt dieser Charta ist breit abgestützt und wurde in einem konsultativen Verfahren in Qualitätswerkstätten mit Vertretern der gesamten Wertschöpfungskette von den Produzenten der landwirtschaftlichen Rohstoffe über Verarbeiter und Handel bis zu den Konsumierenden erarbeitet. Das Bundesamt für Landwirtschaft sowie eine Kerngruppe haben diesen Prozess begleitet und verantworten die Schlussredaktion.

Zweck

Diese Charta basiert auf der Erkenntnis, dass eine gemeinsame Qualitätsstrategie alle Akteure der Wertschöpfungskette im Wettbewerb stärkt und hilft, neue Herausforderungen als Chance zu nutzen.

Sie legt breit abgestützte Werte fest, welche die Basis für die Weiterentwicklung der Land- und Ernährungswirtschaft für die Zukunft schaffen. Auf dieser Grundlage sollen die Qualitätsführerschaft der Schweizerischen Land- und Ernährungswirtschaft sichergestellt, weiter ausgebaut und Markt-offensiven intensiviert werden. Gelebte Partnerschaft schafft Mehrwerte für Alle.

Unser Leitbild

- Die Land- und Ernährungswirtschaft gehört zu den international Führenden in der umwelt- und tiergerechten Produktion von sicheren Agrarrohstoffen und Lebensmitteln.
- Die Land- und Ernährungswirtschaft bietet den Konsumentinnen und Konsumenten qualitativ hochstehende, wettbewerbsfähige Produkte für eine gesunde und genussorientierte Ernährung und trägt zur Ernährungssicherheit der Schweiz bei. Ein starkes Herkunftsmarketing ist gemeinsam umzusetzen.
- Die Land- und Ernährungswirtschaft kämpft um Marktanteile von Schweizer Rohstoffen und Lebensmitteln im Inland auch bei wachsendem Importdruck und baut diese wo möglich weiter aus.
- Die Land- und Ernährungswirtschaft erschliesst zudem neue Märkte im Ausland durch die gemeinsame, erfolgreiche Bearbeitung wertschöpfungsstarker Marktsegmente.
- Die Land- und Ernährungswirtschaft handelt unternehmerisch und fair. Sie orientiert sich an gemeinsamen Werten und setzt die Qualitätsstrategie verantwortungsvoll um.
- Die Land- und Ernährungswirtschaft pflegt die Kooperation und steht zu unternehmerischem Handeln. Die Land- und Ernährungswirtschaft trägt insbesondere durch die Erbringung gemeinwirtschaftlicher Leistungen zur Erreichung der Ziele im Sinne von Artikel 104 der Bundesverfassung bei.

Unsere Werte

Die Land- und Ernährungswirtschaft orientiert sich in der Qualitätsstrategie an diesen materiellen und immateriellen Werten:

- Natürlichkeit¹
- Genuss
- Sicherheit und Gesundheit
- Authentizität
- Herkunft Schweiz/Verarbeitung Schweiz
- Nachhaltigkeit

¹Das Tierwohl ist mitgemeint.

Starke Qualitätsführerschaft

1. Die Grundlage unserer Qualitätsführerschaft bildet die schweizerische Gesetzgebung im Gesundheits-, Umwelt- und Tierschutz sowie bei der Lebensmittelsicherheit. Unsere Produkte erfüllen diese Anforderungen, sowie den des Ökologischen Leistungsnachweises in der Landwirtschaft. Diese qualitätsrelevanten Rechtsgrundlagen halten wir aufrecht und entwickeln sie im gemeinsamen Interesse weiter.
2. Hohe Produktequalität und Produkteinnovationen sowie traditionelle Spezialitäten sind Erfolgsfaktoren am Markt. Voraussetzung für sie ist eine glaubwürdige Qualitätssicherung. Wir pflegen die Erfolgsfaktoren und bauen sie weiter aus. Forschung und Entwicklung, Bildung und Beratung unterstützen uns dabei.
3. Die Landwirtschaft verzichtet zur Nutzung von Marktchancen auf die Verwendung von gentechnisch veränderten Organismen (vermehrungsfähige Pflanzen, Pflanzenteile, Saatgut und Tiere).
4. Wir fördern die Markttransparenz über die Qualität der Produkte und die objektive Information der Konsumenten.
5. Spezifische, freiwillige Qualitätsanforderungen ermöglichen die Differenzierung. Diese trägt den verschiedenen Bedürfnissen der Konsumenten und der Vielfalt der Nachfrage Rechnung.

Gelebte Qualitätspartnerschaft

1. Wir leben eine Marktpartnerschaft, die auf gegenseitiger Wertschätzung, Fairness, Respekt und Vertrauen basiert. Durch wettbewerbsorientierte Zusammenarbeit im Inland schaffen wir Qualität und Mehrwerte für alle.
2. Wir denken unternehmerisch und suchen langfristige Zusammenarbeitsformen, die auf einer partnerschaftlichen Marktorientierung basieren und die Entwicklung spezifischer Zusatznutzen fördern.
3. Wir schaffen die Voraussetzung für funktionierende Märkte insbesondere durch die Transparenz über die Marktentwicklung.
4. Wir überprüfen unsere Partnerschaft laufend im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen; bei Bedarf passen wir sie an und vertiefen sie weiter.

Gemeinsame Marktoffensive

1. Die Zusammenarbeit innerhalb der Wertschöpfungsketten ist eine Kernkompetenz unserer gemeinsamen Marktoffensive. Kooperationen und Koordination in der Absatz- und Exportförderung setzen Kräfte frei.
2. Die gemeinsamen materiellen und immateriellen Werte sind die Grundbotschaft unserer Basis-kommunikation. Wir stehen zu einer einheitlichen, starken und glaubwürdigen Identität im Auftritt. Neben der gemeinsamen Grundbotschaft bleibt Platz für zusätzliche Differenzierung.
3. Wir gehen strategische Partnerschaften ein. Diese nutzen wir in der Kommunikation und entwickeln sie weiter. Das Ziel ist die Verwendung einer gemeinsamen Marke entlang der Wertschöpfungskette bis zum Verkaufspunkt.

4. Wir setzen einen strategischen Ausschuss ein, um die Werte der Charta weiter zu entwickeln. Der Ausschuss bindet alle Glieder der Wertschöpfungskette ein und entwickelt die Strategie der Basiskommunikation und deren Umsetzung weiter.
5. Unsere Zusammenarbeit im Rahmen der gemeinsamen Marktoffensive stärkt uns insbesondere im Hinblick auf Szenarien der Marktöffnung. Wir akzeptieren dabei, dass einzelne Akteure des Ernährungssektors die Konkretisierung der Elemente der Marktoffensive in Abhängigkeit von künftigen Marktöffnungsschritten sehen.

Die Charta hat einen wegweisenden Charakter. Das Unterschreiben der Charta steht allen Unternehmen und Organisationen offen.

Schlussklärung der Marktpartner und Marktakteure (I)

Die unterzeichnenden Unternehmen und Branchen- und Produzentenorganisationen verpflichten sich,

- die in dieser Charta niedergelegten Werte für den eigenen Verantwortungsbereich zu interpretieren;
- sich in den aufgezeigten Aktionsfeldern Qualitätsführerschaft, Qualitätspartnerschaft und gemeinsame Marktoffensive mit konkreten Projekten und Aktionen zu engagieren;
- das Engagement in geeigneter Form gegenüber der Öffentlichkeit und den Kunden zu kommunizieren.

Der Strategische Ausschuss sichtet die ihm gemeldeten Projekte und Aktionen und veröffentlicht sie in einem jährlichen Bericht. Er hält den Umsetzungsstand der gesamten Charta fest. Der Ausschuss gibt Empfehlungen für die Entwicklung neuer Projekte und Aktionen ab.

Schlussklärung weiterer unterstützender Organisationen und Institutionen (II)

Die unterzeichnenden Organisationen verpflichten sich,

- das in der Charta beschriebene Leitbild in geeigneter Form in ihre strategische Ausrichtung und ihre Entscheide zu integrieren;
- sich bei der Umsetzung und Verbreitung der in der Charta niedergelegten Werte mit konkreten Projekten und Aktionen zu engagieren.

Verantwortlich für die Schlussredaktion der Charta

Die Kerngruppe

Sibyl Anwander, Coop; Daniel Bärtschi, Bio Suisse; Jacques Bourgeois, Schweizerischer Bauernverband; Christof Dietler, Agrarallianz; Jacques Gygax, Fromarte; Jürg Maurer, Migros-Genossenschafts-Bund; Urs Schneider; Agro-Marketing Suisse; Sara Stalder, Stiftung für Konsumentenschutz.

Bern, April 2012