

Olivier Girardin

Präsident Verein Qualitätsstrategie

Einführung: « Was ist seit der Lancierung im Herbst 2019 gelaufen ? »
Introduction: « Que s'est-il passé depuis le lancement en automne 2019 ? »

Überblick über die bisherigen Arbeiten und Resultate

2018

Vorarbeiten: Workshop 10.8 und Arbeitsgruppe VQS,
Konzept, Projektstruktur sowie Pflichtenheft Mandat

2019 (Q1/Q2)

Vergabe Mandat, Bestandesaufnahme bestehende
Elemente zu einer Mehrwertstrategie der Branchen
und Chancen/Risiken

Unterstützung in der Entwicklung einer
Mehrwertstrategien in den Pilot-Branchen

2019 (Q3/Q4)

Mandatsbericht

Konferenz (100 Tage Mehrwertstrategie BOM,
Analyseresultate, Oringreen)

2019/20

Erarbeitung
Branchenstrategien,
Implementierung
Begleitung Prozesse
und Kommunikation





Suisse-Plus

La stratégie de valeur ajoutée de l'agriculture et des filières alimentaires suisse.

Die Mehrwertstrategie der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft.

La strategia del valore aggiunto dell'agricoltura e delle catene alimentari svizzere

Workshop Mehrwertstrategie Suisse-Plus

Solothurn, 24 –25. Februar 2020



QUALITÄTS SCHWEIZER LAND- UND
STRATEGIE ERNÄHRUNGSWIRTSCHAFT
STRATÉGIE SECTEUR AGRO-
QUALITÉ ALIMENTAIRE SUISSE

Leitlinien Mehrwertstrategie und Strategiausschuss

vom Verein Qualitätstrategie (VQS) und von Agro Marketing Suisse (AMS)

Die Vorstände der beiden Organisationen Verein Qualitätstrategie (VQS) und von Agro Marketing Suisse (AMS) erlassen die folgenden Leitlinien im Zusammenhang mit der Mehrwertstrategie Land- und Ernährungswirtschaft (im Folgenden Suisse-plus genannt):

I. Mission

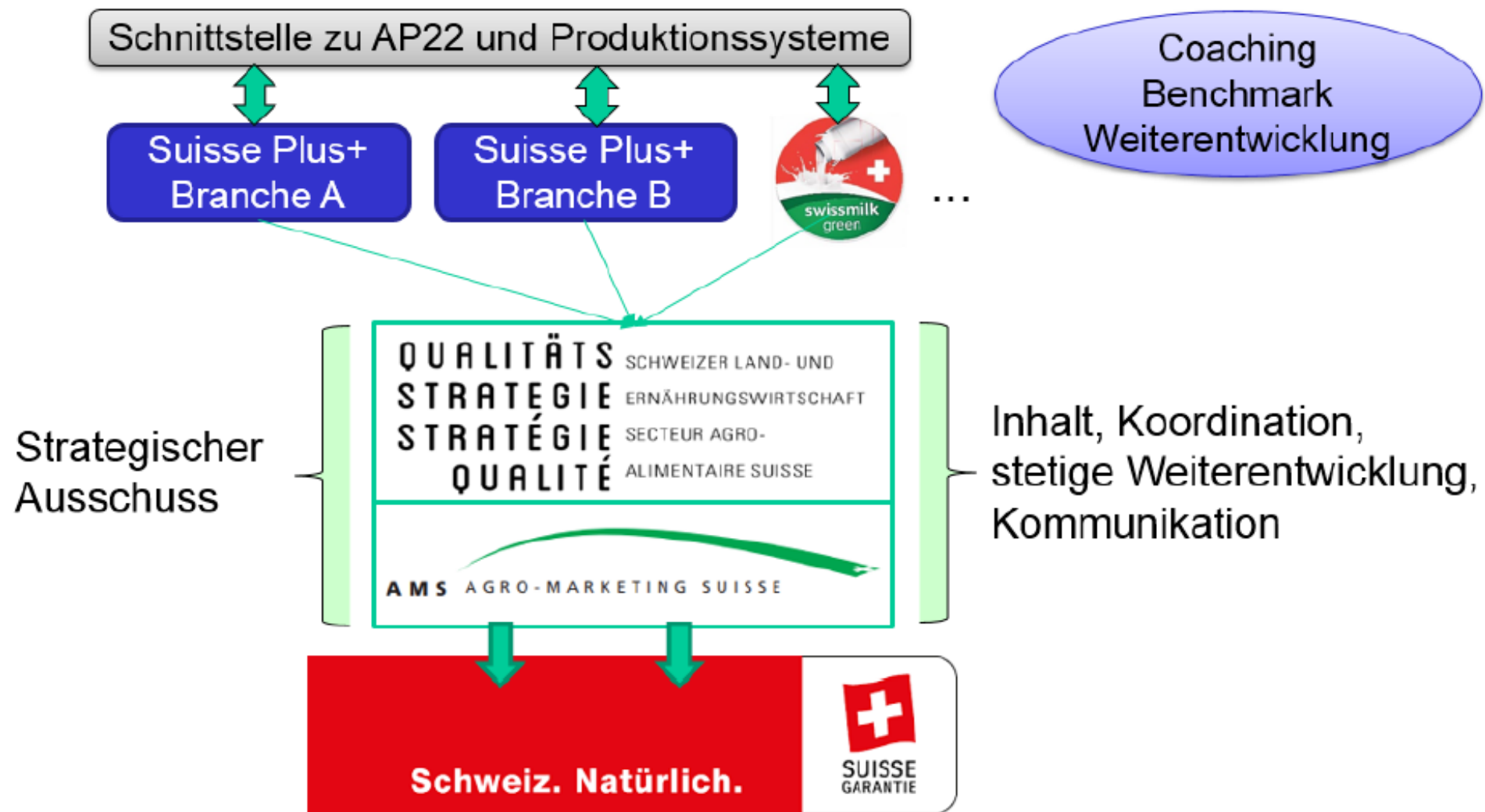
«Die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft ist in den Bereichen Nachhaltigkeit und Qualität weltweit führend. Die KonsumentInnen ziehen vergleichbare Lebensmittel aus der Schweiz importierten Lebensmitteln deutlich vor. Wir fördern und bündeln die Qualitäts- und Nachhaltigkeitsanstrengungen der Branchen und Produzentenverbände und stärken so die Umsetzung einer nachhaltigen und qualitativ hochstehenden Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Wir orientieren uns dazu an deren Charta, die im Rahmen der Qualitätsstrategie formuliert wurde.»

III. Aufbau und Organisation

Die Mehrwertstrategie der Basisprodukte wird durch die einzelnen Branchen erarbeitet, umgesetzt und verantwortet. Die AP22+ mit den Produktionssystembeiträgen kann auf Stufe Landwirtschaft eine subsidiäre Hilfestellung dazu bieten. Die Branchen stellen die kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Mehrwertstrategien sicher.

Die beiden Organisationen Verein Qualitätsstrategie (VQS) und die Agro-Marketing Suisse (AMS) verantworten gleichberechtigt die übergeordneten Inhalte einer Mehrwertstrategie, die Koordination, die Weiterentwicklung und die Anregung zur Kommunikation ohne operative Umsetzung. Sie bilden dazu einen strategischen Ausschuss.

Auf übergeordneter Stufe wird die Kommunikation der gemeinsamen Mehrwerte der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft mit dem bestehenden Träger «Schweiz, Natürlich» transportiert. Diese muss entsprechend «aufgeladen» werden. Branchen und Labelorganisationen sind frei, Auszeichnungen einzuführen.



Die Kontrolle über die Marke Suisse Garantie ist weiterhin uneingeschränkt in der Verantwortung der AMS.

IV. Aufgabe der Branchen

Die Branchen sind abschliessend verantwortlich für die Inhalte und die Umsetzung ihrer eigenen Mehrwertstrategie. Idealerweise erarbeiten sie die für ihre Kunden wichtigsten Kaufargumente entlang der Wertschöpfungskette. Auf diesen Argumenten stellen sie bspw. einen Vergleich zu Importprodukten an. Es sollen quantifizierbare, für die Konsumentinnen und Konsumenten relevante und ambitionierte Mehrwertziele gesetzt werden. Entscheidend ist eine ehrliche Situationsaufnahme, klare Ziele und eine transparente Weiterentwicklung.

VQS und AMS nehmen eine führende Rolle zur Stärkung der Mehrwerte ein und unterstützen die Branchen in der Umsetzung ihrer eigenen Strategien.

V. Strategieausschuss

Zuständigkeitsbereich

- ¹ Der Strategieausschuss erarbeitet realisierbare übergeordneten Inhalte einer Schweizer Mehrwertstrategie. Er analysiert die Auswirkungen von Umfeld Veränderungen im Hinblick auf den kurz-, mittel- und langfristig optimalen Erfolg. Er pflegt dazu den Kontakt mit den in der AMS organisierten Produzenten- und Branchenorganisationen.
- ² Er erarbeitet die Grundlagen für die Festlegung und Überprüfung der eigenen Mehrwertstrategie und des Planungsrhythmus.
Er ist für Fragen der strategischen Führung, Initialisierung und Finanzierung von Projekten zur Förderung der strategischen Weiterentwicklung der übergeordneten Eckwerte zur Mehrwertstrategie der Land- und Ernährungswirtschaft zuständig.
- ³ Er überlässt die operative Durchführung der Projekte zur Förderung der strategischen Weiterentwicklung der Mehrwertstrategie der Land- und Ernährungswirtschaft den einzelnen Branchen sowie die operative Durchführung der Kommunikation der AMS.

Aufgaben

- 1 Der Strategieausschuss legt die Schwerpunkte der jährlichen Aktivitäten zu einer erfolgreichen Umsetzung und Weiterentwicklung der Mehrwertstrategie fest.
- 2 Der Strategieausschuss erarbeitet in einem Rhythmus von vier Jahren einen Bericht über die strategische Ausrichtung der übergeordneten Mehrwertstrategie und unterbreitet diesen den beiden Vorständen.
- 3 Er verfolgt die Umfeld Entwicklungen der Land- und Ernährungswirtschaft und stellt dem Verein Agro-Marketing Schweiz (AMS) und dem Verein Qualitätsstrategie (VQS) bei Bedarf Antrag über zu treffende Massnahmen.
- 4 Der Vorsitzende leitet die Sitzungen des Strategieausschusses und ist zuständig für die Organisation und die Arbeit des Ausschusses sowie für die Einberufung der Sitzungen und die Berichterstattung an AMS und an VQS.

Organisation / Finanzierung

- ¹ Der Strategieausschuss tagt so oft als notwendig, in der Regel 2 – 3 Mal pro Jahr.
- ² Über die Sitzungen des Ausschusses wird ein Kurzprotokoll geführt, welches die Beschlüsse und die wesentlichen Diskussionspunkte zusammenfassend wiedergibt.
- ³ Die Vertreter des Strategieausschusses werden durch jene Organisationen entschädigt, welche sie entsenden.
- ⁴ Die Finanzierung der Aktivitäten erfolgt durch Eigenmittel je hälftig durch AMS und VQS sowie durch Projektbeiträge des Bundes.

Zusammensetzung

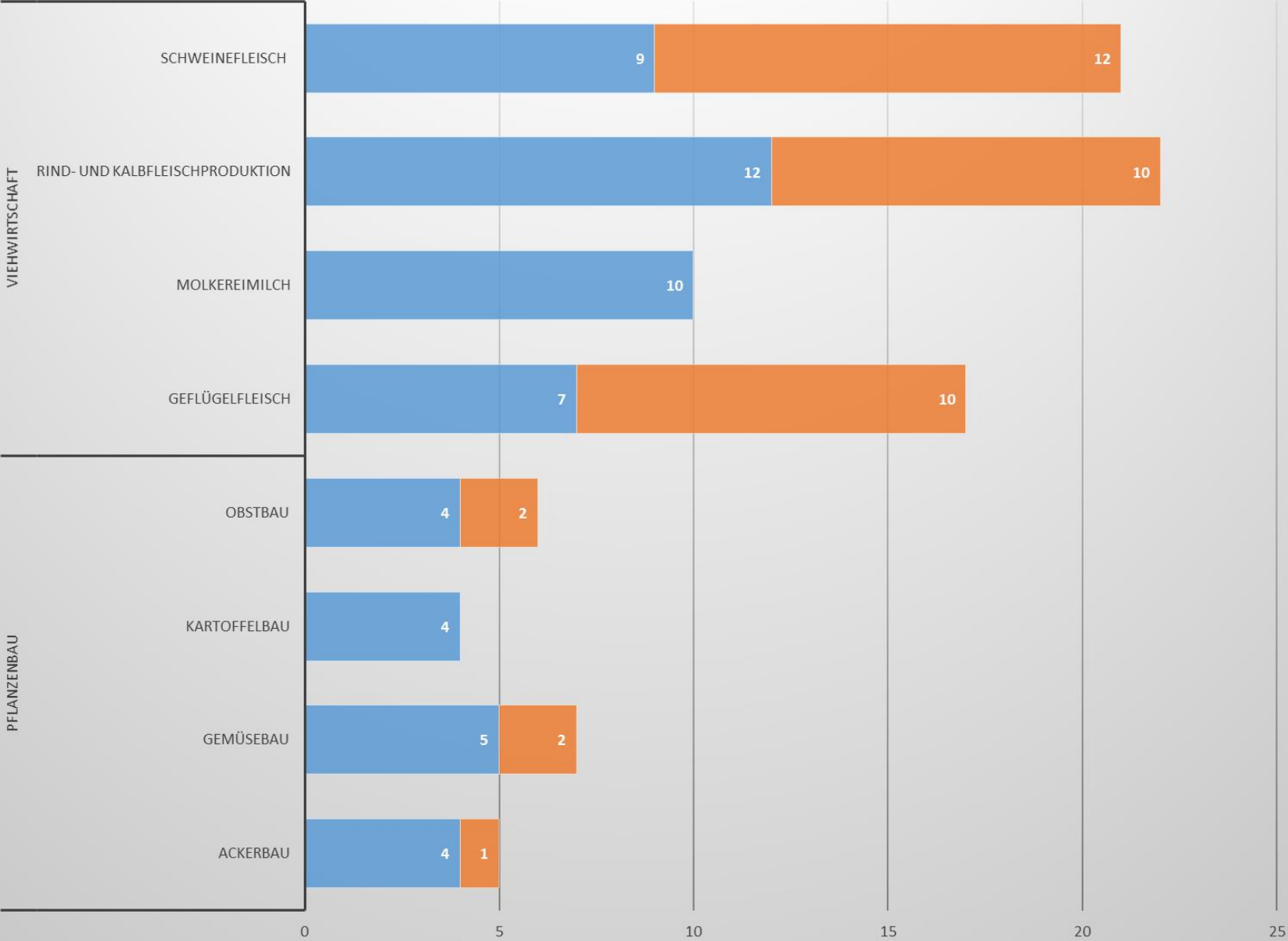
- 1 Der Strategiausschuss setzt sich zu gleichen Teilen und gleichberechtigt aus Vertretern der AMS und des Vereins Qualitätsstrategie zusammen.
- 2 Geleitet wird das Gremium von einem von beiden Seiten akzeptierten, zusätzlichen Präsidenten.
- 3 Die Vertretungen des Detailhandels im Strategiausschuss stellen den Kontakt zu den Kategorie-/Portfoliomanager der verschiedenen Produktbereiche, die ihrerseits auf Branchenstufe in Mehrwertprojekte einbezogen sind, sicher.

Vorname	Name	Firma
Heinrich	Bucher	Proviande Genossenschaft
Gabi	Buchwalder	Migros-Genossenschafts-Bund
Pius	Eberhard	Fenaco Genossenschaft
Olivier	Girardin	Präsident Verein Qualitätsstrategie (VQS)
Stephan	Hagenbuch	Schweizer Milchproduzenten SMP
Matija	Nuic	Verband Schweizer Gemüseproduzenten
Urs	Schneider	Präsident Agro-Marketing Suisse AMS
Ladina	Schröter	Coop Genossenschaft
Markus	Zemp	Präsident Ausschuss
Nicolas	Wermeille	Sekretariat Verein Qualitätsstrategie (VQS)

- Rencontre de toutes les branches membres d'AMS en cours
- La grille d'analyse établie par Agridea est passée en revue et complétée au cours de ces rencontres
- Le lien avec les SDGs est établi
- Le groupe stratégique aura ainsi une vue cohérente des projets en cours, planifiés ou abandonnés
- La grille pourra être mis à jour
- Une demande de cofinancement de 50% pour un budget de 60'000frs est en cours de dépôt à l'OFAG.

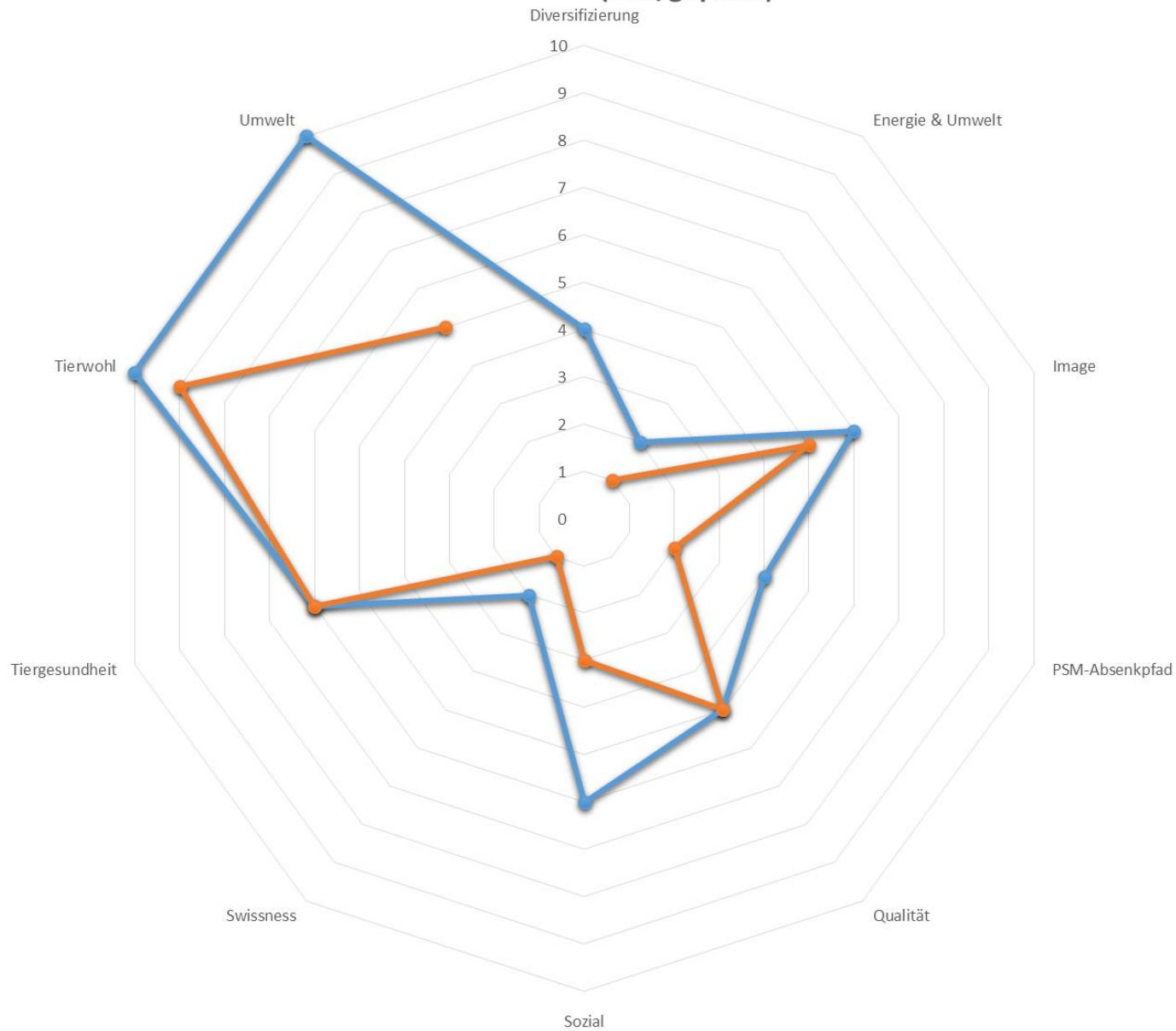
Nombre de Projekte
(lang) par Branche et Status
(akt./geplant)

HauptbrancheTier / Pflanze
Branche



Status(akt./geplant)
aktuell
geplant

Nombre de Projekte (lang) par Thema et Status (akt./geplant)



Status(akt./geplant) ▼
— aktuell
— geplant