

Charta

Qualitätsstrategie der Schweizerischen Land- und Ernährungswirtschaft

Zweck

Diese Charta basiert auf der Erkenntnis der unterzeichnenden Partner¹ aus der Land- und Ernährungswirtschaft, dass eine gemeinsame Qualitätsstrategie alle Akteure der Wertschöpfungskette im Wettbewerb stärkt.

Sie bezweckt, eine breit abgestützte strategische Basis für die Zukunft zu schaffen. Auf dieser Grundlage sollen die Qualitätsführerschaft der Schweizerischen Land- und Ernährungswirtschaft sichergestellt, weiter ausgebaut und Marktoffensiven 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.

¹ Organisationen, Firmen und Persönlichkeiten aus Land- und Ernährungswirtschaft wie auch aus Tourismus und Gastronomie.

Unsere Werte

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

- ❖ Natürlichkeit²
- ❖ Genuss
- ❖ Sicherheit und Gesundheit
- ❖ Authentizität
- ❖ Herkunft Schweiz/Verarbeitung Schweiz
- ❖ Nachhaltigkeit

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 Leistungsnachweis 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.

² Das Tierwohl ist mitgemeint.

Gemeinsame Marktoffensive

1. Die Zusammenarbeit innerhalb und die Koordination zwischen Wertschöpfungsketten ist eine Kernkompetenz unserer gemeinsamen Marktoffensive. Kooperationen in der Absatz- und Exportförderung setzen Kräfte frei.
2. Die gemeinsamen materiellen und immateriellen Werte sind die Grundbotschaft unserer Basiskommunikation. 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 Ziele der Charta zu erreichen. Der Ausschuss bindet alle Glieder der Wertschöpfungskette ein und entwickelt die Strategie der Basiskommunikation und deren Umsetzung weiter.