

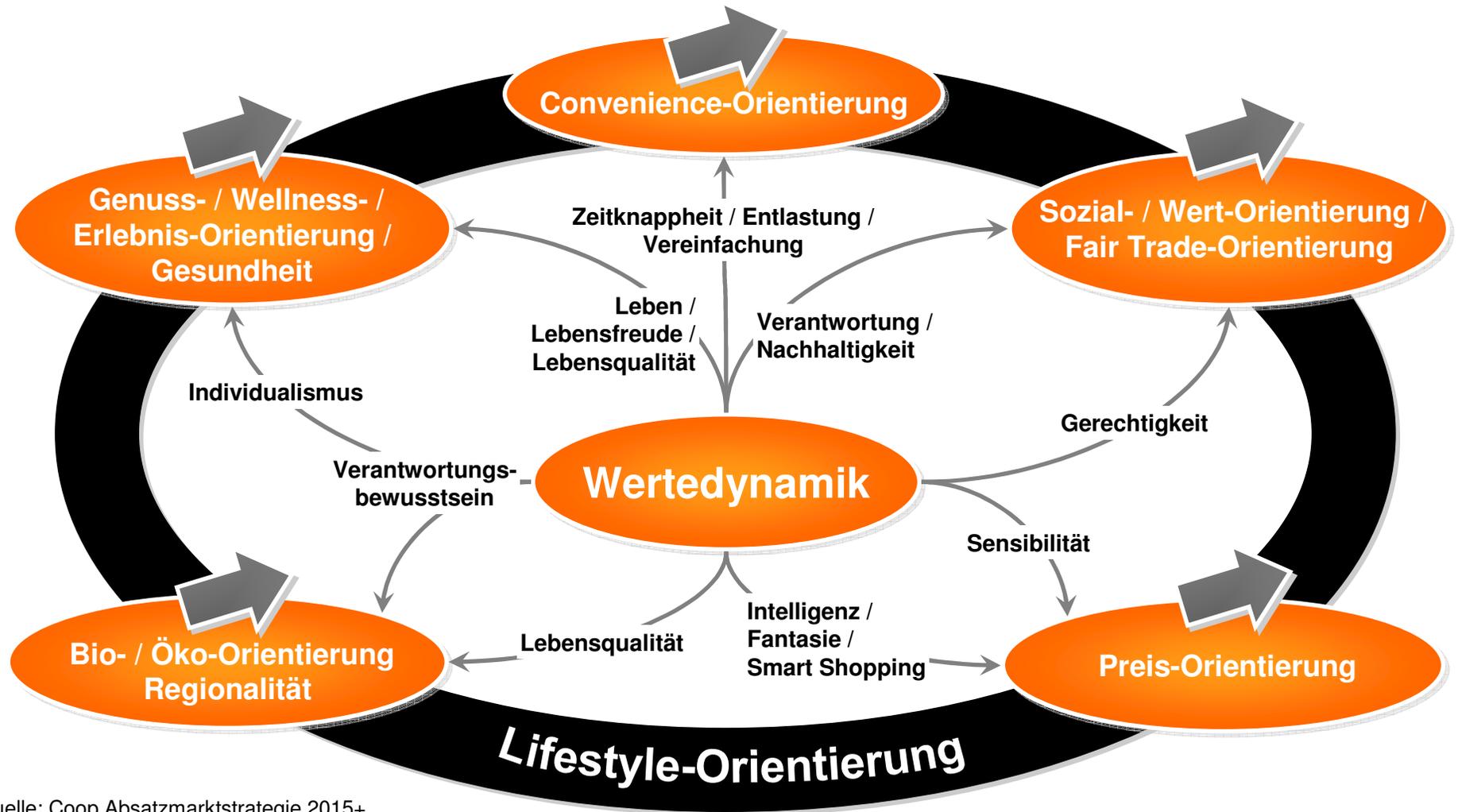


# Agrarallianz - IGAS **Qualitätsstrategie**

**Pius Odermatt**

Bern, 2. März 2010

# Der Konsument– die Konsumentin, ein komplexes Wesen



Quelle: Coop Absatzmarktstrategie 2015+

# Löchriger Grenzschutz

+ de facto Liberalisierung Weinmarkt  
+ Doppel-Null-Abkommen Zucker

Einzelstaat-  
liche FHA

Schoggigesetz

Agrar-  
Abkommen  
1999

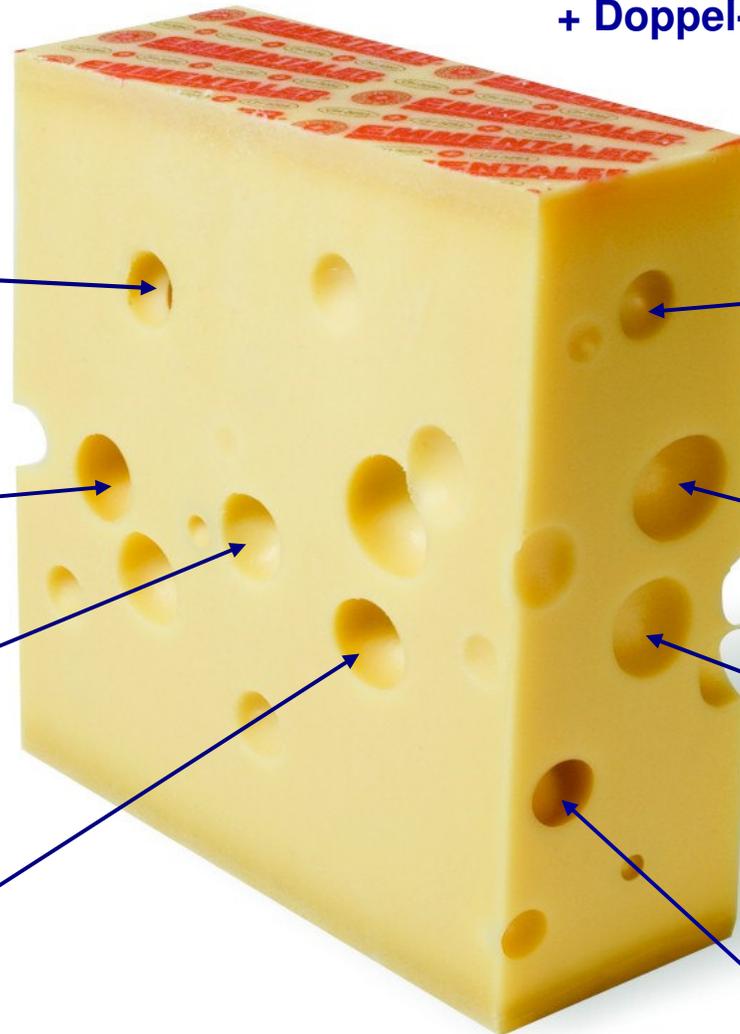
WTO

Käse-  
freihandel

Veredelungsverkehr

Einkaufstourismus

Protokoll Nr. 2  
zum FHA 1972



# Qualitätsstrategie: Gesellschaftsvertrag und Marktpartnerschaft



**Ziele gem. Art. 104 BV**  
**Vertrauensgrundlage**  
**Langfristigkeit**

**Direkt-**  
**zahlungen**



**Produkte**



**Erlös**



**Zukunftsperspektiven**



**Bereitstellung**  
**multifunktionaler**  
**Leistungen**

**Markt**



**Marktpartnerschaft, Transparenz, Pflege Swissness, fairer  
Preisbildungsprozess, Angebot und Nachfrage treffen sich**

# Qualitätsstrategie des Bundes

- Qualitätsführerschaft
- Qualitätspartnerschaft
- Marktoffensive

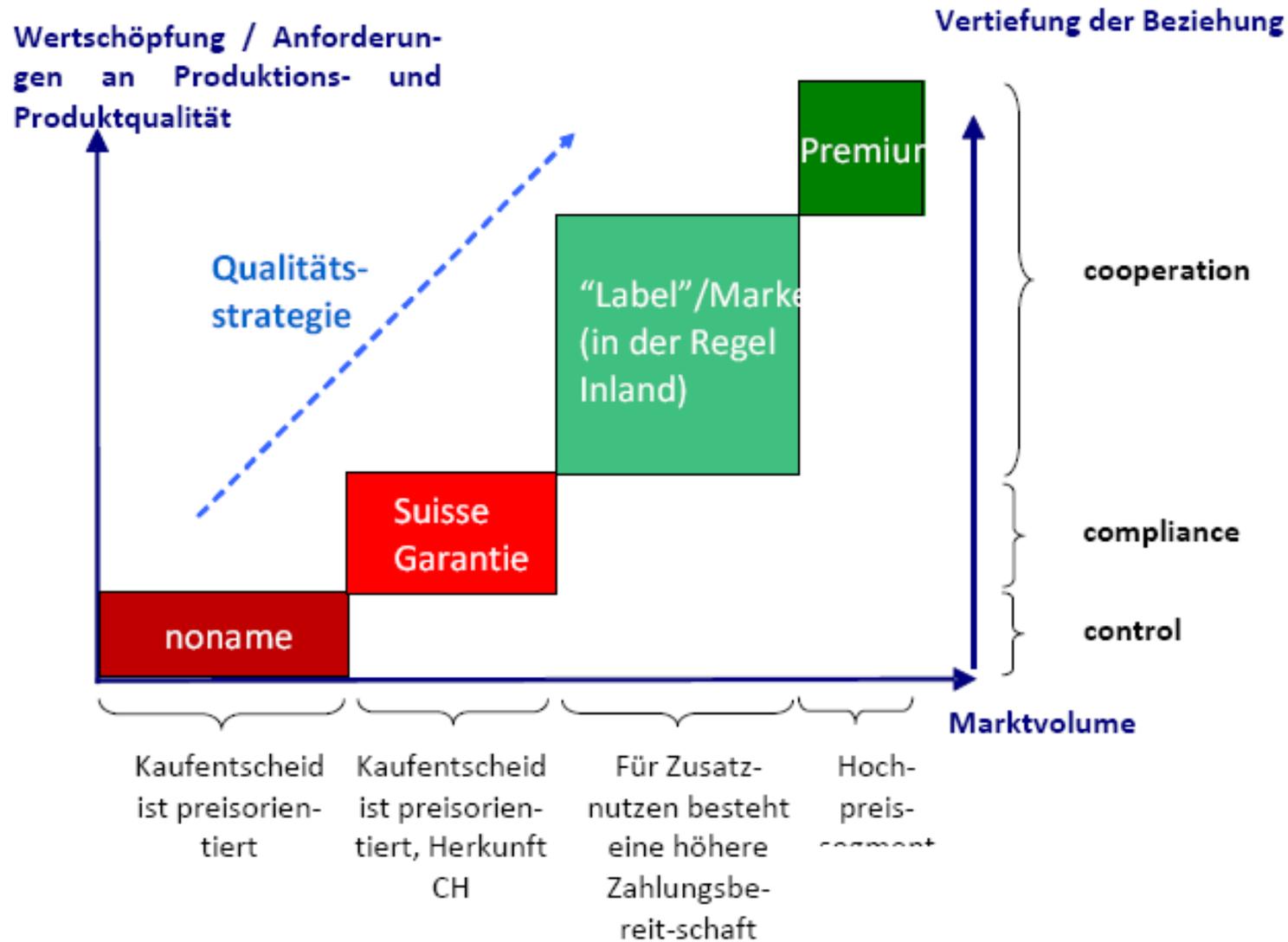


# Qualitätsstrategie: Zusammenspiel Staat und private Initiativen



- Staat als Regulator: Obligatorische, staatlich geregelte Basis-Qualitätsanforderungen; Rolle Staat als Regulator: insbesondere Lebensmittelsicherheit sowie Tier-, Natur- und Umweltgesetzgebung (siehe Darstellung unten; 1+2).
- Staat als faktischer Regulator: Freiwillig; faktisch für die meisten Landwirtschaftsbetriebe unabdingbare Produktions-Qualität (3).
- Staat im Mix Regulator/Überwacher: Freiwillig; vom Staat reglementierte Qualitätsmerkmale (4-9) und Massnahmen zu deren Überwachung (u.a. Akkreditierungspflicht von Zertifizierungsstellen und Unterstützung von privaten Qualitätssicherungsmassnahmen; 10).
- Staat als subsidiärer Unterstützer („Facilitator“): Förderung der Kommunikation (11).
- Staat ganz im Hintergrund: Freiwillige private Qualitätsmerkmale, Labelprogramme etc. (12).

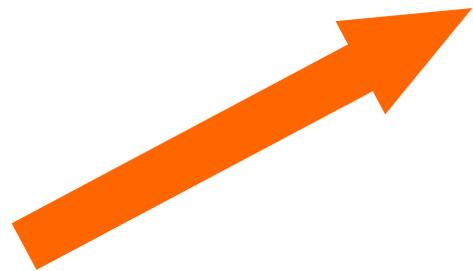
# Marktpartnerschaft



# Zusatznutzen durch Kooperation

Vielfalt von Partnern und Formen

Wertschöpfung



z.B. Tierschutzgesetz

**Kontrolle**



z.B.: BTS, RAUS

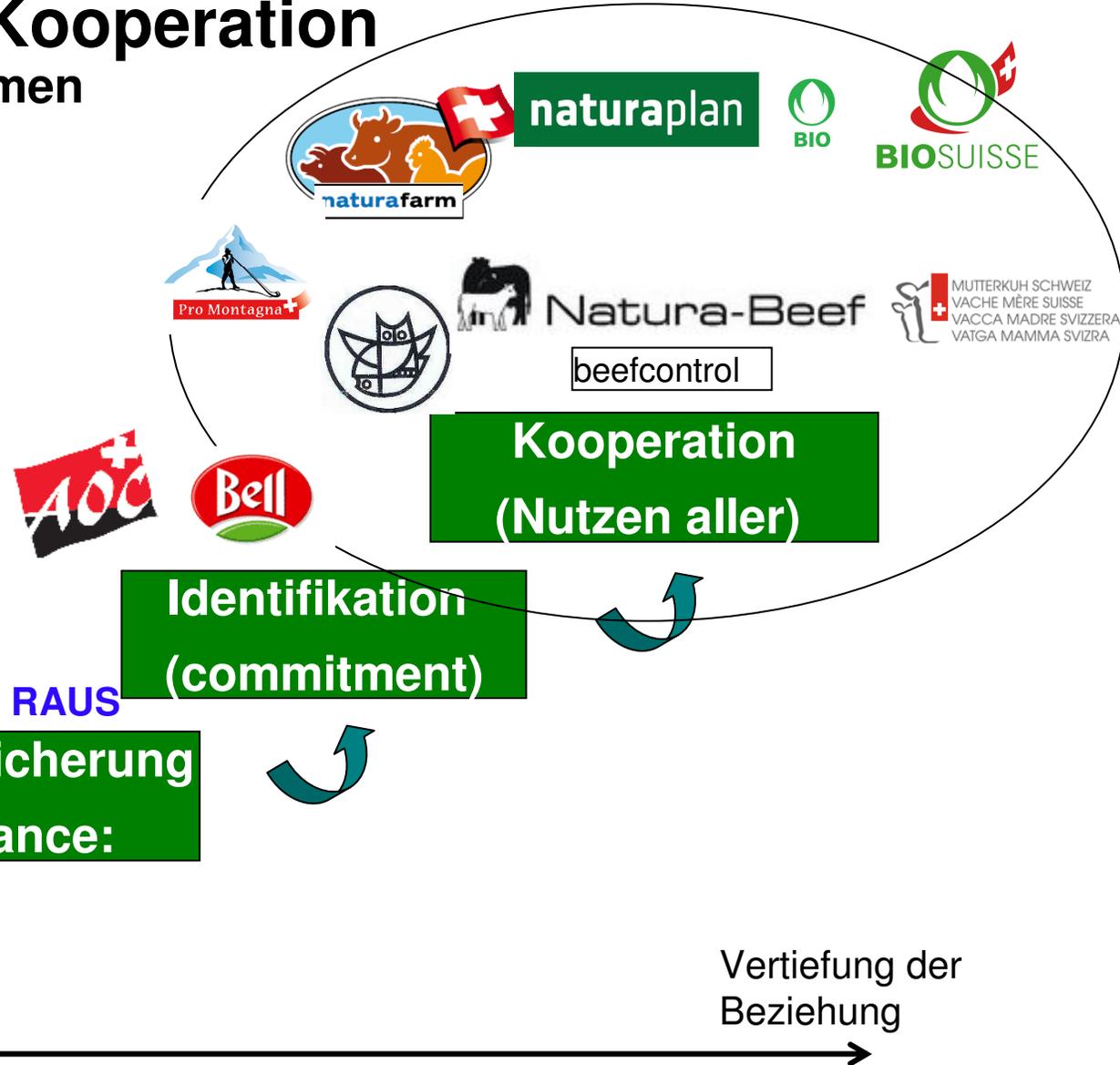
**Qualitätssicherung**

**Compliance:**

**Identifikation  
(commitment)**

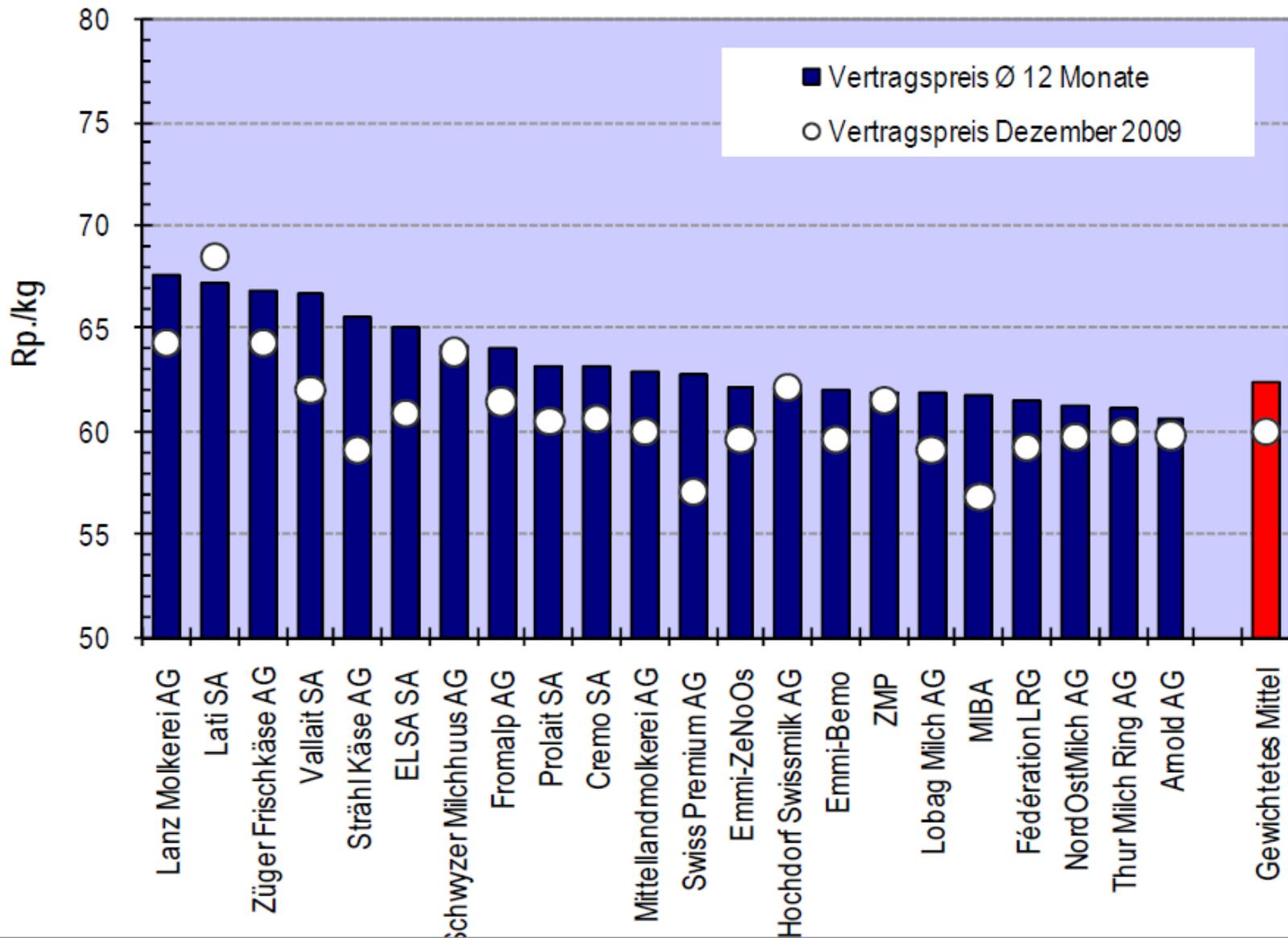
**Kooperation  
(Nutzen aller)**

Vertiefung der  
Beziehung



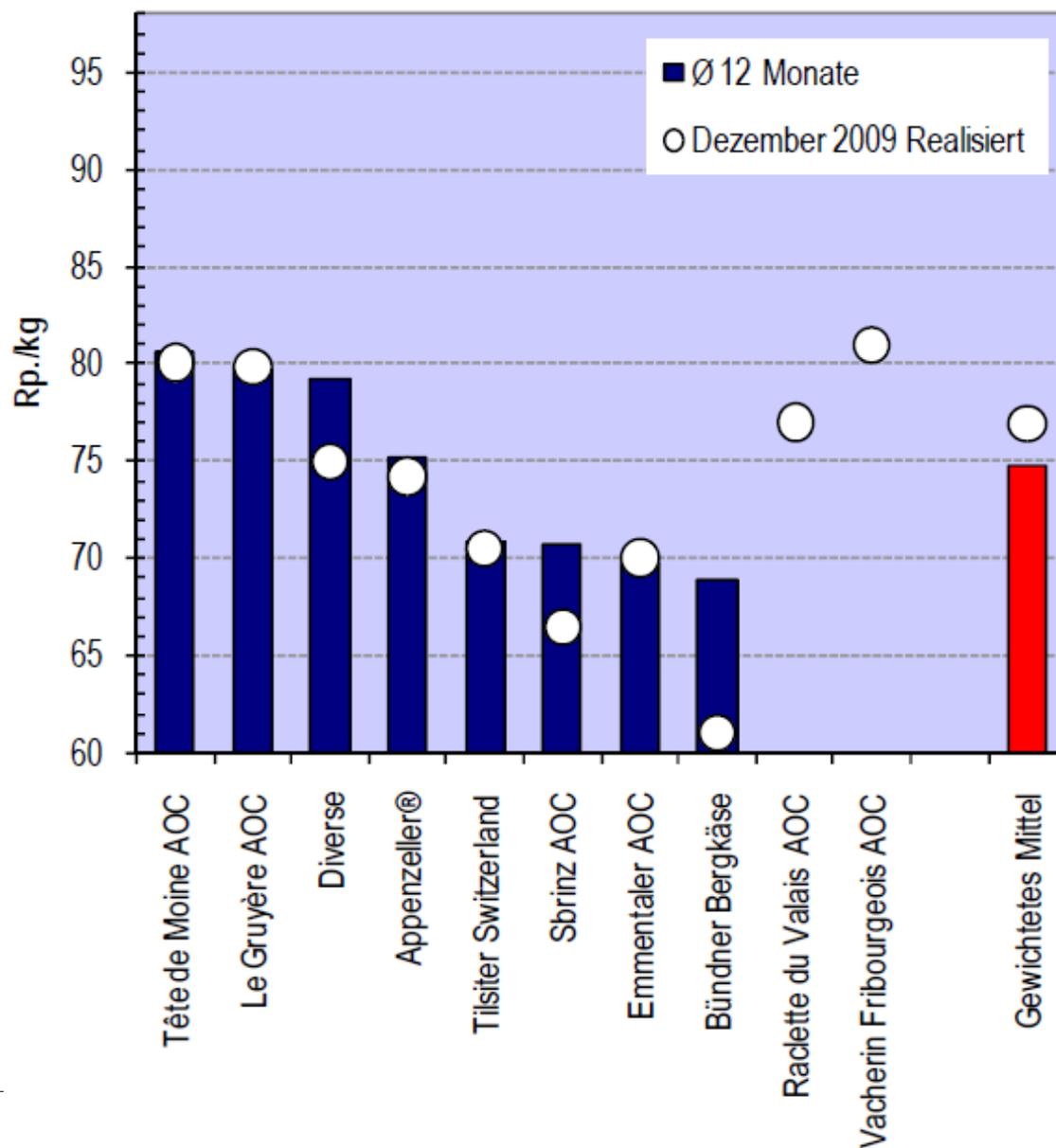
# Vertragspreis Molkereimilch ÖLN, 350'000 kg, ab Hof abgeholt

Basis: Liefermenge pro Jahr, 4.0 % Fett, 3.3 % Eiweiss



© SMP ♦ PSL | Milchpreismonitoring

## Realisierte Milchpreise je Käsesorte, ÖLN franko Käserei



© SMP ♦ PSL | Milchpreismonitoring

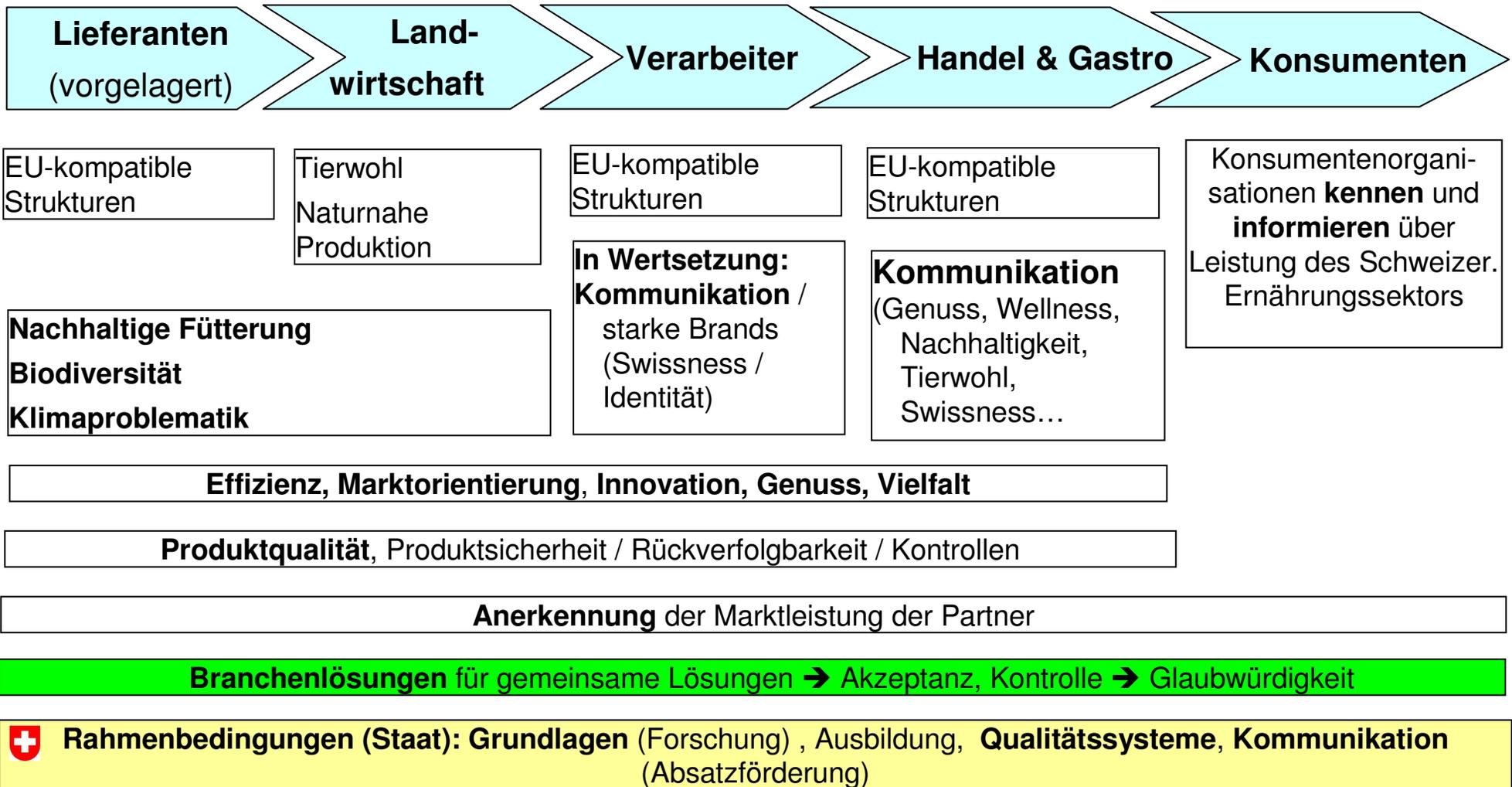
# Marktoffensive



Unabhängig vom aussenwirtschaftspolitischen Szenario wird sich der Importdruck weiter verstärken.

- Erhaltung und Ausbau der Marktanteile im In- und Ausland prioritär vorantreiben
- Markterschliessung im Ausland (Exportinitiativen BLW, seco)
- Kräfte im Bereich der Absatzförderung bündeln
- Swissness der Produkte kommunikativ in den Vordergrund stellen
- Partnerschaft mit Tourismus und Gastronomie entwickeln  
(z.B. OLMA-Auftritt LW/Tourismus / Plattform Agrotourismus / Weltausstellung Schanghai)

# Partnerschaft in der Wertschöpfungskette



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit