

Wie viel Qualität brauchen wir?

Die Rahmenbedingungen: Was kann und was will die Politik beitragen?

Manfred Bötsch, 13. April 2010



Übersicht

1. Was will die Politik ?
2. Vorschlag des BLW mit 3 Aktionsfelder

- 2.1 Qualitätsführerschaft
- 2.2 Marktoffensive
- 2.3 Qualitätspartnerschaft

3. Rolle des Staates

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bötsch, Direktor BLW, 13. April 2010

2



1. Breite Forderung nach Qualität

- Leitbild Beratende Kommission Landwirtschaft
„Die Schweizer Landwirtschaft und ihre Partner in der Produktverarbeitung und -verteilung gehören zu den international Führenden in der nachhaltigen Produktion von Rohstoffen und Lebensmitteln und tragen zur Ernährungssicherheit der Schweiz bei:
 - Sie nehmen in der umwelt- und tiergerechten Produktion von sicheren Lebensmitteln eine führende Position ein.
 - Sie bearbeiten erfolgreich wertschöpfungsstarke Marktsegmente im In- und Ausland und erschliessen neue Märkte.
 - Sie bieten den Konsumentinnen und Konsumenten hervorragende Produkte für eine gesunde Ernährung an“

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bötsch, Direktor BLW, 13. April 2010

3



1. Breite Forderung nach Qualität

- Arbeitsgruppe Begleitmassnahmen
„... auch in einem Umfeld mit Freihandel im Agrar- und Lebensmittelbereich **ihre hohen Standards in der nachhaltigen Qualitätsproduktion nicht aufgeben.**“
- Motion Bourgeois
„In Zusammenarbeit mit den massgebenden Verbänden der Ernährungs- und Landwirtschaftskette sollen **eine Qualitätsstrategie für Schweizer Lebensmittel** und Massnahmen erarbeitet werden, um eine optimale Wertschöpfung entlang der ganzen Kette zu garantieren.“



1. Breite Forderung nach Qualität

- Motion zur Weiterentwicklung der Direktzahlungen
„Das System ist auf die beabsichtigte Qualitätsstrategie abzustimmen“
- Swissness-Vorlage des BR ist im Parlament
Ziel: der Mehrwert „Schweiz“, den das Potenzial der „Swissness“ in der Werbung darstellt, soll langfristig und nachhaltig gesichert werden



1. Welche Qualität ist gemeint?

- die objektiv am Produkt messbare?
 - die wertorientierte Sichtweise?
 - die prozessbezogene Optik?
 - Das kundenbezogene Qualitätsverständnis?
- die Qualität gibt es nicht, aber
- die Einsicht, dass Qualitätsführerschaft notwendig ist!

 November 2009: BLW präsentiert Kernelemente einer Qualitätsstrategie



2. Kernelemente der Qualitätsstrategie

- Qualitätsführerschaft
- Qualitätspartnerschaft
- Marktoffensive



Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bösch, Direktor BLW, 13. April 2010

7



2.1 Qualitätsführerschaft



Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bösch, Direktor BLW, 13. April 2010

8



2.1 Qualitätsführerschaft



Herkunftsdeklaration / „Swissness“

- „Wo Schweiz draufsteht, muss auch Schweiz drin sein“

Ökologischer Leistungsnachweis

Tier- und Umweltschutzgesetzgebung

- Aufrechterhaltung des Qualitätsniveaus im Gesundheits-, Konsumenten-, Umwelt- und Tierschutz sowie beim ökologischen Leistungsnachweis
- Anforderungen werden auf die Bedürfnisse der Gesellschaft ausgerichtet und dynamisch weiter entwickelt.

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bösch, Direktor BLW, 13. April 2010

9

 **2.1 Qualitätsführerschaft** 



- Unterstützung von **Qualitätssicherungssystemen**
 - Pilot Qualitätssicherung 2009/2010 bei Früchte/Gemüse/Kartoffeln
- Innovation und Wissenstransfer fördern:
 - z.B. Swiss Food Research Plattform als erfolgreicher Vermittler zwischen Forschung und Unternehmen, KTI-Projekte
- Das landwirtschaftliche Wissenssystem (Forschung, Bildung & Beratung), die Grundlagenverbesserung
 - hygienische Räume
- sichere Produktionsmittel,
 - PSM mit geringen Risiken, Dünger ohne Fremdstoffe
- die Direktzahlungen
 - stützen Qualitätsstrategie

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Böttsch, Direktor BLW, 13. April 2010 10

 **2.1 Qualitätsführerschaft** 

- Definition (Vo) und Kontrolle von Bio / IP 
- Register (Vo) und Kontrolle 
- Definition (Vo) und Kontrolle 
- noch offene Möglichkeiten 
- Kriterien der Kennzeichnung "Ohne Gentechnik" überprüfen und praxisgerecht regeln 

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Böttsch, Direktor BLW, 13. April 2010 11

 **2.2 Marktoffensive** 

Inhaltlich:

- Absatzförderung: Erhaltung und Ausbau der Marktanteile im In- und Ausland prioritär vorantreiben (Evaluationen nutzen!)
- Swissness der Produkte kommunikativ in den Vordergrund stellen (wo ist das Gemeinsame?)
- AOC-Auftritt vereinheitlichen
- Markterschliessung im Ausland (Exportinitiativen, 3 Pilotprojekte)
- Marktforschung nicht vergessen
- „Das Zeichen“ aufs Produkt bringen – „Zeichen“ setzen!

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Böttsch, Direktor BLW, 13. April 2010 12



2.2 Marktoffensive



Organisatorisch:

- Kräfte im Bereich der Absatzförderung bündeln
- Partnerschaft mit Tourismus und Gastronomie entwickeln und ausbauen
- Für den Export auch Promotionstouren organisieren



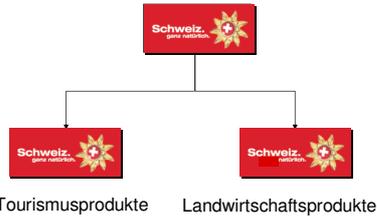
2.2 Marktoffensive



Kommunikation morgen?

Destinationsmarketing
„Naturerlebnis Schweiz“

Kommunikation heute





2.3 Qualitätspartnerschaft erfordert Zusammenarbeit

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bötsch, Direktor BLW, 13. April 2010

16

2.3 Qualitätspartnerschaft erfordert Zusammenarbeit

- Qualitätssicherung / Rückverfolgbarkeit (Kosten)
- Kooperationen zu privaten oder öffentlichen „Qualitätszeichen“ (Produktionsmethoden / Herkunft)
- Geschäftsbeziehungsqualität (Planungssicherheit / Lieferbereitschaft / Investitionsbereitschaft EVD)
- Wettbewerb zwischen Wertschöpfungsketten (Option für Anbietermärkte)

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bötsch, Direktor BLW, 13. April 2010

17

2.3 Qualitätspartnerschaft

Kooperation in der Wertschöpfungskette als Voraussetzung für Qualitätsstrategie

Wie viel Qualität brauchen wir?
Manfred Bötsch, Direktor BLW, 13. April 2010

18



3. Aufgaben des Bundes

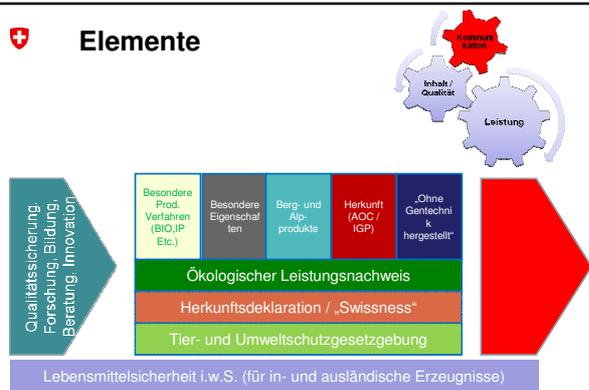
- Die Qualitätsstrategie kann nicht von der Politik verordnet werden
- Der Bund tritt als **Regulator** der politischen Rahmenbedingungen auf, welche die Grundausrichtung auf eine Qualitätsstrategie unterstützen müssen.
- Die Rolle des Bundes bei der Marktoffensive bleibt **subsidiär**. Die Instrumente und Rahmenbedingungen müssen weiterentwickelt werden. Agieren müssen aber die Wirtschaftsbeteiligten.
- Der Bund hat eine „**facilitator**“-Rolle beim Aufbau der „Qualitätspartnerschaft“ innerhalb der ganzen Wertschöpfungskette.



Konkretisierung der Qualitätsstrategie durch Branche notwendig



Elemente





Danke für Ihre Aufmerksamkeit