



IG Detailhandel
Schweiz

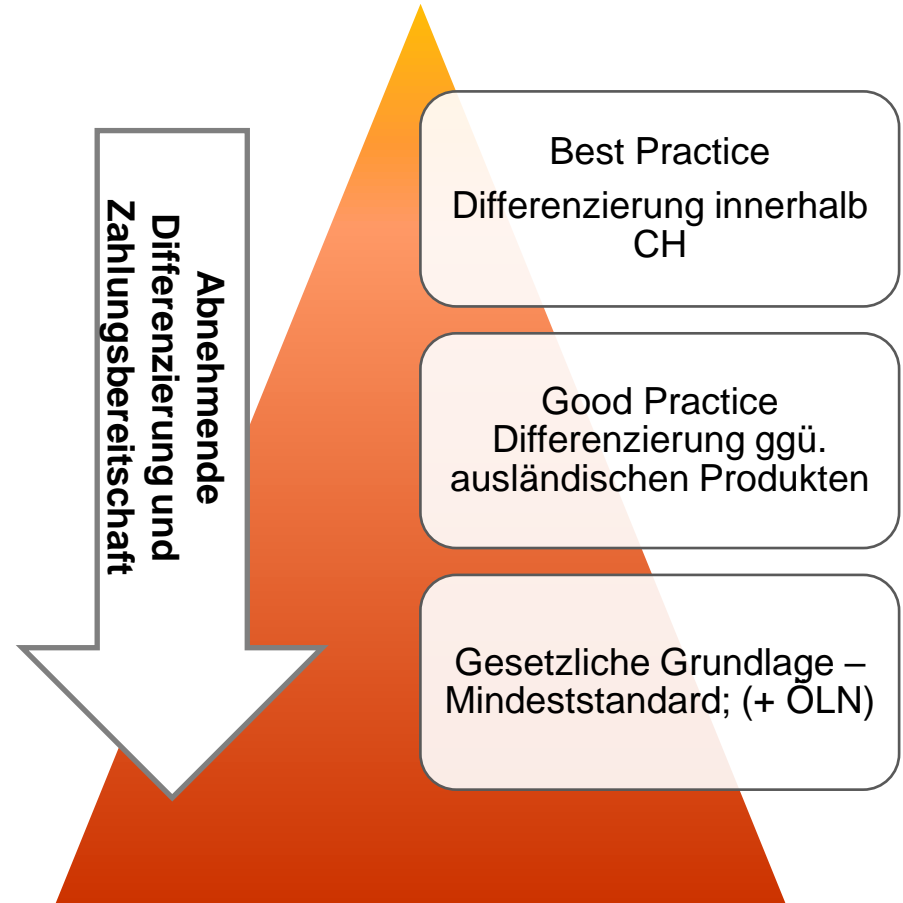
Mehrwertstrategie: Rolle des Detailhandels

18.09.2020 – 4. Mitgliederversammlung Verein Qualitätsstrategie

Sicht des DH auf die Mehrwertstrategie: Grundsätze

- Zunehmende Relevanz Differenzierung ggü. Produkten aus dem Ausland
- Mehrwerte "Herkunft Schweiz" konkret definieren und kontinuierlich weiterentwickeln; messbarer, sichtbarer, kommunizierbarer machen
- Profilierung innerhalb der Schweiz: privaten Labels/Handel überlassen
- Zukunftsgerichtete Strategie: Förderung von Transparenz & Glaubwürdigkeit der Schweizer LEW

Mehrwertstrategie als Chance



Rolle des Detailhandels (1/2)

Erwartungen / Eckwerte für erfolgreiche Umsetzung

- Bereitschaft der gesamten Wertschöpfungskette, innovativ und ambitioniert voranzugehen
- Branchen im Lead (Bsp. grüner Teppich) → kein "top down" Ansatz
- Kommunikation via bestehende Kanäle und im Rahmen der bestehenden Absatzfördermittel

Engagement

- Strategische Begleitung im Rahmen des Vereins Qualitätsstrategie und im Strategieausschuss
- Fallweise Zusammenarbeit/Umsetzung von Projekten innerhalb der Branchen
- Kommunikative Unterstützung (z. B. Mithilfe bei Verfassung von Medienmitteilungen, ggf. Beiträge in den Eigenmedien etc.)

Rolle des Detailhandels (2/2)

... aber auch offene Fragen in Bezug auf das künftige Engagement

- Inwiefern beeinflusst die sich abzeichnende Blockade zur Weiterentwicklung der Agrarpolitik auf politischer Ebene unsere Arbeiten im Rahmen des Vereins/des Strategiausschusses?
- Welches Ambitionsniveau der Branchen ist angesichts der Blockade noch zu erwarten?
- Glaubwürdigkeit und Erfolgsaussichten einer übergeordneten Mehrwertstrategie unter diesen Voraussetzungen?

Einschätzung Detailhandel: Mit der politischen Blockade präsentiert sich die Ausgangslage für ein erfolgreiches Vorantreiben der Mehrwertstrategie und schlussendlich der Differenzierung gegenüber dem Ausland deutlich erschwert.

Fazit



- 1) Mehrwertstrategie als Chance für die CH-Land- und Ernährungswirtschaft → Stärkung Herkunft Schweiz
- 2) Mehrwerte gegenüber Ausland aufzeigen – weitergehende Differenzierung privaten Labels überlassen
- 3) Erarbeitung der Inhalte und Umsetzung in Branchen
- 4) Veränderte Ausgangslage mit wahrscheinlicher Sistierung der AP22+ kritisch, Auswirkungen auf Engagement DH möglich