

# Projekte und Aktionen zur Charta Qualitätsstrategie

Information für Unterzeichnende der Charta

---

## 1 Engagement sichtbar machen

Die Werte der Charta sind Basis für die Differenzierung und Profilierung des ganzen Food-Sektors im internationalen Umfeld. Sie ergänzen so die individuelle Unternehmenskultur.

Die Träger der Qualitätsstrategie, d.h. die unterzeichnenden Unternehmen und Organisationen engagieren sich in den Aktionsfeldern Qualitätsführerschaft, Qualitätspartnerschaft und gemeinsame Marktoffensiven mit konkreten Projekten und Aktionen. Projekte und Aktionen von unterzeichnenden Unternehmen und Organisationen stehen dafür, dass die Charta gelebt wird. Viele Projekte und Aktivitäten im Sinne der Charta werden bereits umgesetzt. Die bisher auf der Homepage [www.qualitaetsstrategie.ch](http://www.qualitaetsstrategie.ch) vorgestellten Charta-Unterzeichner stehen stellvertretend für die Vielfalt der Branche.

## 2 Plattform-Angebot

Dieses Engagement soll gegenüber der Öffentlichkeit und den Kunden sichtbar gemacht und kommuniziert werden. Und die Projekte und Aktionen sollen als Modelle oder Best-practice-Beispiele dem Wissensaustausch innerhalb der Branche dienen. Es soll also die Vielfalt und Individualität der im Zeichen der Qualitätsstrategie stehenden Initiativen, Aktivitäten und Kooperationen innerhalb der Land- und Ernährungswirtschaft aufgezeigt werden.

Die Website [www.qualitaetsstrategie.ch](http://www.qualitaetsstrategie.ch) bietet die Möglichkeit, dass Unterzeichner der Charta eigene Aktivitäten veröffentlichen können. Ob abgeschlossen, noch in Arbeit oder geplant spielt dabei keine Rolle; einzig der Bezug zu den Feldern Qualitätsführerschaft, Kooperation innerhalb der Wertschöpfungskette (Qualitätspartnerschaft) und/oder der Marketing/Kommunikation (gemeinsame Marktoffensive) muss gegeben sein. Die Unternehmen werden zudem aufgefordert, im Rahmen ihrer Kommunikation auf die Charta zu verweisen.

Die Projekte und Aktionen sollen sich durch Leistungen in mindestens einem Kernelement der Qualitätsstrategie besonders auszeichnen: Qualitätsführerschaft, Qualitätspartnerschaft oder gemeinsame Marktoffensive. Gleichzeitig müssen auch bei den beiden anderen Kernelementen gewisse Leistungen ausgewiesen werden.

Die Kooperation innerhalb der Wertschöpfungskette soll dabei sichtbar gemacht werden: Im Zentrum steht die Entwicklung und Pflege bestehender Partnerschaften, welche Mehrwerte für mehrere Partner der Wertschöpfungskette schaffen. Es kann sich auch um Kooperationen zwischen Akteuren der

Wertschöpfungskette und strategischen Partnern, z.B. aus Tourismus oder Gastgewerbe, oder der Umwelt- oder Tierschutzorganisationen handeln.

### **3 Vorgehen**

Die Träger können sich auf [www.qualitätsstrategie.ch](http://www.qualitätsstrategie.ch) an das Sekretariat der Qualitätsstrategie (in erster Phase das BLW) wenden. Dieses kann Ihnen weitere Informationen über dieses Plattform-Angebot zur Verfügung stellen.

Ein Projektbeschrieb sowie ein für das Vorhaben repräsentatives Foto werden elektronisch an [sekretariat@qualitätsstrategie.ch](mailto:sekretariat@qualitätsstrategie.ch) eingesandt.

Das Sekretariat sichtet die eingereichten Projektbeschriebe und publiziert diese.

Die Verantwortung für die Übereinstimmung der publizierten Informationen mit den Inhalten der Charta liegt bei dem Unternehmen oder der Organisation, welche für das Projekt verantwortlich zeichnet.

### **4 Kommunikation**

Das momentane Kommunikationsangebot für Träger von Projekten und Aktionen umfasst:

- Präsentation Projekt auf Website [www.qualitätsstrategie.ch](http://www.qualitätsstrategie.ch)
- Teilnahme an der Jahreskonferenz
- Erwähnung oder Präsentation im Newsletter durch die Kerngruppe
- Auftritt auf Jahreskonferenz (einzelne ausgewählte Projektträger)