



# **Mehrwertstrategie in der Getreide- und Ölsaatenbranche – da steht unsere Branche**

Stephan Scheuner, Direktor

19.11.2019, Qualitätstagung

- Swiss granum auf mehreren Achsen gefordert
  - Brotgetreide
    - Marktanteilsverluste der ganzen Wertschöpfungskette durch steigende Importe von Brot- und Backwaren
    - Unterschiedliche Interessen bezgl. Auslobung (Rohstoff / Produktionsort) von Schweizer Brot und Backwaren
  - Raps
    - Erhöhte Nachfrage wegen Ersatz von Palmöl mit Rapsöl
    - Vergleich der Produktionsmethoden im In- und Ausland
  - Futtergetreide
    - Nachfrage deutlich höher als inländisches Angebot
    - CH-Mehrwerte anerkannt, aber (noch) nicht alimentiert
  - Nutztiergesundheit \*
    - Produktion sicherer Futtermittelrohstoffe / Futtermittel und Einstreuprodukte
    - Laufende Projekte / Massnahmen zur Förderungen der Nutztiergesundheit

\* Einbezug resp. Abgrenzung mit den direkt betroffenen Organisationen zu klären

- Zu klärende Grundsatzfrage
  - Warum sollen die Konsumentinnen und Konsumenten Schweizer Brot / Rapsöl bevorzugen resp. kaufen?  
oder anders formuliert
  - Welches sind Mehrwerte der einheimischen Produktion und Verarbeitung resp. von einheimischem Brot / Rapsöl?
    - ⇒ Was erwarten die Konsumentinnen / Konsumenten künftig?
    - ⇒ Welche Mehrwerte ergeben sich daraus für Produzenten / Verarbeiter?
- Wo bestehen Lücken?

# Bisherige Errungenschaften

---

- Funktionierende Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Produktion / Vermarktung unter Labelanforderungen
  - Marienkäfer / Knospe
  - Suisse Garantie
- Etablierte, breit abgestützte Basiskommunikation
  - Für Schweizer Brot
  - Für Schweizer Rapsöl
- Auslobung der Herkunft
  - Schweizer Rapsöl grösstenteils unter Suisse Garantie vermarktet
  - Schweizer Brot: Erwartungen / Möglichkeiten der Marktpartner geklärt



# Daran arbeiten wir aktuell

---

- Schweizer Brot
  - Studie zur Klärung der Erwartungen der Konsumenten
    - Resultate liegen vor, Diskussion im Vorstand offen
  - Integration der Mehrwerte in Basiskommunikation
    - Gegenüber Endkonsumenten
    - Gegenüber Gastronomen
- Schweizer Rapsöl
  - Nachhaltigkeitsuntersuchung für Raps (in Planung)
    - Belastbare Argumente / wissenschaftliche Fakten



- Beschluss Vorstand swiss granum
  - Bereits Realisiertes weiter voranbringen
    - Erarbeiten der Mehrwerte von Schweizer Brot / Schweizer Rapsöl
    - Eruiieren von Lücken
  - Basierend darauf
    - Diskussion, wo und wie Branche sich weiterentwickeln kann / will
    - Festlegung von konkreten und ambitionierten Zielen oder Massnahmen für die Akteure entlang der Wertschöpfungskette
  - Etappierung
    - Nach Vorliegen Ausgestaltung der AP 22+, Vorhaben Mehrwertstrategie auch im Bereich Futtergetreide aufnehmen

⇒ Mehrjähriger Prozess angestossen