

Sachdokumentation:

Signatur: DS 948

Permalink: www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/948



Nutzungsbestimmungen

Dieses elektronische Dokument wird vom Schweizerischen Sozialarchiv zur Verfügung gestellt. Es kann in der angebotenen Form für den Eigengebrauch reproduziert und genutzt werden (private Verwendung, inkl. Lehre und Forschung). Für das Einhalten der urheberrechtlichen Bestimmungen ist der/die Nutzer/in verantwortlich. Jede Verwendung muss mit einem Quellennachweis versehen sein.

Zitierweise für graue Literatur

Elektronische Broschüren und Flugschriften (DS) aus den Dossiers der Sachdokumentation des Sozialarchivs werden gemäss den üblichen Zitierrichtlinien für wissenschaftliche Literatur wenn möglich einzeln zitiert. Es ist jedoch sinnvoll, die verwendeten thematischen Dossiers ebenfalls zu zitieren. Anzugeben sind demnach die Signatur des einzelnen Dokuments sowie das zugehörige Dossier.

Medienmitteilung des Schweizer Bauernverbands vom 4. Januar 2017

Schweizer Landwirtschaft – Differenzierung als Chance!

Was macht die Schweizer Landwirtschaft besonders? Das hohe Qualitätsniveau sorgt für den guten Ruf von Schweizer Produkten. Zudem sind die zahlreichen verschiedenen Spezialitäten und die regionalen Produkte äusserst beliebt. Aus fast jedem Tal stammt ein spezielles Produkt, welches einmalig ist und nur in dieser Region vorkommt. Die Schweizer Landwirtschaft hat die Differenzierung schon längst als Erfolgchance erkannt.

Schweizer Landwirtschaftsprodukte treffen im In- und Ausland auf eine gute Nachfrage – dies ist zweifelsohne auf eine Mischung von typischen Eigenschaften zurückzuführen, wie zum Beispiel die Mentalität einer exakten Arbeitsweise, das hohe Qualitätsbewusstsein von Herr und Frau Schweizer, die schöne Kulturlandschaft, das Brauchtum und die Traditionen, welche mit der Landwirtschaft verbunden sind. Dazu kommen die strengen gesetzlichen Vorgaben, die sich hierzulande im internationalen Vergleich auf einem sehr hohen Niveau bewegen. Sei es im Bereich Umwelt- oder Tierschutz, aber auch bezüglich Hygiene und Qualität – Schweizer Produzenten heben sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette klar ab. Dies stärkt das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in die einheimischen Lebensmittel.

Das ist wichtig, denn heute kauft ein Grossteil der Konsumentinnen und Konsumenten bewusst ein, Herkunft und Produktionsverfahren sind ihnen wichtig. Aus diesem Grund ist die Nachfrage nach Lebensmitteln aus der Schweiz und nach regionalen Produkten seit Jahren ungebrochen. Wie Umfragen des Bundesamtes für Landwirtschaft zeigen, sind eine naturnahe Produktion sowie die Erhaltung der ökologischen Vielfalt und der fruchtbaren Böden der Bevölkerung besonders wichtig. Um diese hohen Erwartungen erfüllen zu können, müssen die Bauernfamilien viel leisten und nach strengen, weltweit einmaligen Standards produzieren. Diese Art der Produktion und der Tierhaltung hat jedoch ihren Preis, der zusätzliche Aufwand ist gross.

Die Anstrengungen zur Differenzierung mit der Herstellung von exklusiven Produkten sind in der Schweiz weit fortgeschritten und werden weiter ausgebaut. Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind höchst innovativ. Sie besetzen Nischen, stellen Spezialitäten her, produzieren Label-Produkte und hochqualitative Lebensmittel. Sie halten Schafe und Büffel für die Milchproduktion, pflanzen Kräuter oder Linsen an, um der Nachfrage nach speziellen Produkten gerecht zu werden. Differenzierung wohin das Auge reicht! Die Schweizer Landwirtschaft trägt mit ihren innovativen und qualitativ hochstehenden Erzeugnissen einen wesentlichen Teil zum guten Ruf der Schweizer Produkte bei.

Eine gerechte Verteilung der Wertschöpfung ist jedoch zentral. Der Mehrwert der Schweizer Qualitätsprodukte soll sich nicht nur für den Handel, sondern auch für die Bäuerinnen und Bauern lohnen. Deshalb ist die Transparenz auf den Märkten wichtig, damit die Landwirtschaft in der Wertschöpfungskette einen angemessenen Anteil am Konsumentenfranken erhält. Eine faire Zusammenarbeit in der gesamten Wertschöpfungskette sowie angemessene Produzentenpreise sind für den langfristigen Erfolg sehr bedeutend.

Rückfragen:

Markus Ritter, Präsident Schweizer Bauernverband, Mobile 079 300 56 93

Jacques Bourgeois, Direktor Schweizer Bauernverband, Mobile 079 219 32 33

Laurence Bovet, Mediensprecherin Schweizer Bauernverband, Mobile 079 646 46 40

www.sbv-usp.ch

Jahresmedienkonferenz vom 4. Januar 2017

Schweizer Landwirtschaft: Differenzierung als Chance!

*Referat von Jacques Bourgeois, Nationalrat und Direktor Schweizer Bauernverband
(es gilt das gesprochene Wort)*

Was macht die Schweizer Landwirtschaft besonders? Das hohe Qualitätsniveau sorgt für den guten Ruf von Schweizer Produkten. Zudem sind die zahlreichen verschiedenen Spezialitäten und die regionalen Produkte äusserst beliebt. Aus fast jedem Tal stammt ein spezielles Produkt, welches einmalig ist und nur in dieser Region vorkommt. Die Schweizer Landwirtschaft hat die Differenzierung schon längst als Erfolgchance erkannt.

Aber was bedeutet Differenzierung genau?

Mit der Differenzierungsstrategie zielen Anbieter darauf ab, sich von der Konkurrenz abzuheben und sich so einen klaren Vorteil zu erwirtschaften. Ziel ist es, durch die Differenzierung, Alleinstellungsmerkmale zu erlangen. Dies soll die Zahlungsbereitschaft des Kunden steigern. Voraussetzung dafür ist jedoch die Kenntnis über die Bedürfnisse und die Präferenzen der Kundschaft.

Nach unterschiedlichsten Kriterien differenzierte Lebensmittel sollen spezifischen und vielfältigen Kundenwünschen gerecht werden. Der Trend zu differenzierten Lebensmitteln kann auch als Gegenbewegung zu den immer höher standardisierten, global gehandelten Produkten verstanden werden; die Konsumierenden suchen als Reaktion das Einzigartige, das Echte und das Authentische.

Dies trifft auch auf die Nahrungsmittel aus der Schweiz zu, insbesondere auf die zahlreichen Spezialitäten. Dass Schweizer Landwirtschaftsprodukte im In- und Ausland auf eine gute Nachfrage treffen, ist zweifelsohne auf eine Mischung von typischen Eigenschaften zurückzuführen. Zum Beispiel die Mentalität einer exakten Arbeitsweise, das hohe Qualitätsbewusstsein von Herr und Frau Schweizer, das Brauchtum und die Traditionen, welche mit der Landwirtschaft verbunden sind. Dazu kommen die strengen gesetzlichen Vorgaben, die sich hierzulande im internationalen Vergleich auf einem sehr hohen Niveau bewegen. Wir werden gleich mehr zu diesem Thema hören. *(Referat Martin Rufer)*

Das Verhältnis der Konsumenten zu den Lebensmitteln hat sich im Lauf der Jahre verändert. Lebensmittelskandale und nicht artgerechte Tierhaltung im Ausland führen zu einem Umdenken im Konsum. Heute kauft ein Grossteil der Konsumentinnen und Konsumenten bewusst ein; sie wollen wissen woher die Nahrungsmittel kommen und unter welchen Bedingungen diese produziert wurden. Anonym hergestellte Waren aus dem Ausland sind laut Umfragen weniger beliebt und in Restaurants wird immer öfters gefragt, woher das Fleisch stamme. Dieses Bewusstsein ist eine grosse Chance für die Schweizer Landwirtschaft!

Schweizerinnen und Schweizer haben klare Erwartungen. Wie Umfragen des Bundesamtes für Landwirtschaft zeigen, sind eine naturnahe Produktion von Nahrungsmitteln sowie die Erhaltung der ökologischen Vielfalt und der fruchtbaren Böden der Bevölkerung besonders wichtig. So erstaunt es nicht, dass knapp drei Viertel der Bevölkerung bereit ist, für Lebensmittel etwas mehr zu bezahlen, wenn diese aus der Schweiz stammen. Die Swissness-Vorlage, welche ab 1. Januar dieses Jahres in Kraft tritt, wird zu einer besseren Positionierung der Schweizer Produkte am Markt beitragen.

Die Konsumentinnen und Konsumenten gestehen den Schweizer Produkten eine höhere Qualität zu als den ausländischen. Die wichtigsten Differenzierungsmerkmale von Schweizer Lebensmitteln aus Sicht der Konsumenten sind die Folgenden:

- Die Schweizer Landwirtschaft achtet besser auf das Tierwohl und auf eine artgerechte Haltung der Tiere als die Produktion im Ausland.
- Durch die kürzeren Transportwege wird die Umwelt weniger belastet.
- Mit dem Einkauf von regionalen Produkten wird die regionale Wirtschaft unterstützt.

Die Umfragen zeigen, dass die Differenzierung der Schweizer Produkte bereits von den Konsumentinnen und Konsumenten wahrgenommen wird. Beim Kaufentscheid ist einem Grossteil der Bevölkerung die Qualität wichtiger als der Preis. Doch die Produkte im Laden dürfen nicht beliebig teurer sein, denn bezüglich der Zahlungsbereitschaft der Konsumentinnen und Konsumenten bestehen Grenzen. Bei einem Teil der Bevölkerung steht nach wie vor lediglich der Preis im Vordergrund, dadurch wird der Druck auf die Produzentenpreise erhöht. Doch glücklicherweise sind sich viele Konsumentinnen und Konsumenten der guten Qualität der Schweizer Produkte bewusst und kaufen lieber Schweizer Lebensmittel ein. Wer auf Schweizer Produkte setzt, weiss um deren Qualität und ist daher auch bereit, einen angemessenen Preis zu bezahlen. Dabei darf nicht vergessen werden, dass die Ausgaben für die Lebensmittel bei der Bevölkerung im Verhältnis zu den übrigen Ausgaben abnimmt, zurzeit liegen die Ausgaben dafür bei sechs Prozent.

Um das Differenzierungspotential auch in Zukunft nutzen zu können, müssen Schweizer Bäuerinnen und Bauern jene Merkmale, die den heimischen Konsumentinnen und Konsumenten am wichtigsten sind, konsequent pflegen und kommunizieren.

Zentral ist, dass die Konsumierenden und die Produzierenden wieder näher zusammenrücken. Sei dies real beim Direktverkauf oder ideell indem die Bevölkerung bereit ist, faire Preise für die hohe Qualität der Schweizer Produkte zu bezahlen.

Jahresmedienkonferenz vom 4. Januar 2017

Differenzierung gegenüber dem Ausland: Hoher Standard in der Schweiz

*Referat von Martin Rufer, Leiter Departement Produktion, Märkte und Ökologie
(es gilt das gesprochene Wort)*

Wie Jacques Bourgeois erwähnt hat, setzt die Bevölkerung auf einheimische Lebensmittel. Das Vertrauen in Schweizer Produkte ist grösser als in ausländische. Dies einerseits aufgrund der Nähe – in der kleinräumigen Schweiz ist meistens der nächste Bauernhof nicht weit weg und die Arbeits- und Produktionsweise kann direkt vor Ort hautnah mitverfolgt werden. Andererseits sind die Schweizer Landwirtschaftsbetriebe, im Vergleich zum Ausland, klein und übersichtlich. Diese sind weit weg von einer industriellen Landwirtschaft.

Zudem ist das Vertrauen in die Schweizer Lebensmittel auch aufgrund der strengen gesetzlichen Auflagen grösser. Damit unterscheidet sich die Schweizer Landwirtschaft massgeblich von der Produktion im Ausland. Sei dies bezüglich des Tierwohls, der Umweltauflagen oder der gemeinwirtschaftlichen Leistungen, welche die Landwirtschaft erbringt, sei dies der Erhalt der Biodiversität oder die Pflege der Landschaft.

Der neu erschienene Situationsbericht geht auf die Differenzen bei den gesetzlichen Bestimmungen zwischen der Schweiz, der EU und den USA ein. Beispielsweise hat die USA noch heute kein nationales Tierschutzgesetz. Ganz zu schweigen davon, dass in den USA Hormone oder antimikrobielle Leistungsförderer in der Fütterung erlaubt sind. In Europa und der Schweiz sind diese Zusätze selbstverständlich verboten. Auch der Anbau von gentechnisch veränderten Pflanzen ist in der Schweiz nicht erlaubt. Die Schweizer Landwirtschaft verzichtet zudem vollständig auf Futtermittel aus gentechnisch veränderten Pflanzen. Zudem ist weit über 95 Prozent der für Fütterungszwecke importierten Soja nachweislich nachhaltig produziert. Das trifft auf die EU nicht zu. In den EU-Staaten werden sehr oft Futtermittel eingesetzt, die GVO-Soja enthalten. Ebenfalls in der Schweiz nicht zugelassen ist das Behandeln des Getreides mit Glyphosat kurz vor der Ernte. Diese Behandlungsmethode, mit dem Ziel der gleichmässigen Reife, führt oft zu Glyphosat-Rückständen bei importierten Getreideprodukten.

Die Beispiele liessen sich beliebig erweitern. Doch die gesetzlichen Bestimmungen allein sind noch kein Garant für bessere und nachhaltigere Produkte. Wichtig ist auch ein glaubwürdiger Vollzug. In der Schweiz werden regelmässige Kontrollen durchgeführt und bei Mängeln Sanktionen verhängt. Die Konsumentinnen und Konsumenten können sich dank eines funktionierenden Vollzugs darauf verlassen, dass die Schweizer Produkte überdurchschnittlich hohe Qualitätsansprüche erfüllen. Dies soll mit der Bereitschaft, einen etwas höheren Preis zu bezahlen honoriert werden. Denn die gesetzlichen Einschränkungen und die strengen Kontrollen, so sehr diese richtig sind, haben auch ihre Kehrseite. Sie verteuern die Produktion. Entsprechend ist die Schweizer Landwirtschaft auf höhere Produzentenpreise angewiesen.

Doch wie gross ist die Bereitschaft der Konsumentin, des Konsumenten, tatsächlich etwas mehr für Schweizer Lebensmittel und speziell auch für Label-Produkte zu bezahlen?

Dies zu beziffern ist nicht ganz einfach, denn bei Umfragen angegebene Werte – wie zum Beispiel die Wichtigkeit des Tierwohls, deckt sich nicht immer mit dem effektiven Kaufverhalten. Die Aussagen der Konsumierenden können mit einem Blick in die Verkaufsstatistik von Label-Fleisch bis zu einem gewissen Grad überprüft werden. Diese Statistik zeigt, dass die Verkäufe der Label-Produkte stagnieren. Im Detailhandel liegt der Anteil der Labels beim Fleisch bereits relativ hoch. Im Segment der Gastronomie ist es jedoch noch nicht gelungen, die Labels auf breiter Front zu verankern. Dies zeigt, dass eine Differenz zwischen der Willensbekundung und dem effektivem Konsumverhalten, insbesondere im Bereich Gastronomie, nach wie vor besteht.

Wir wollen noch mehr Konsumenten für uns gewinnen. Dazu ist es zentral, dass wir den Konsumentinnen und Konsumenten über griffige Deklarationsbestimmungen zeigen können, was hinter den Lebensmitteln steht. In diesem Zusammenhang gibt es gegenwärtig drei wichtigen Vorlagen:

- **Swissness:** Mit der vor vier Tagen in Kraft getretenen Swissness-Vorlage gilt für Lebensmittel neu der Grundsatz: „Wo Schweiz drauf steht, ist Schweiz drin“. Das stärkt das Vertrauen der Konsumenten in Schweizer Lebensmittel.
- **Lebensmittelrecht:** Der Bundesrat hat im Rahmen der Umsetzung des neuen Lebensmittelgesetzes die Deklaration der Herkunft tierischer Rohstoffe in verarbeiteten Lebensmitteln etwas gestärkt. Damit erhalten die Konsumenten wichtige zusätzliche Informationen und der Täuschungsschutz wird verbessert. Der SBV hätte weitergehende Regelungen begrüsst, die neuen Deklarationsbestimmungen sind aber ein Schritt in die richtige Richtung.
- **Gentechnologie:** Der SBV fordert, dass die GVO-freie Produktion endlich auch in der Schweiz direkt auf den Lebensmitteln ausgelobt werden darf. Das ist die Grundlage dafür, dass sich die Konsumenten beim Kaufentscheid überhaupt bewusst sind, ob sie ein GVO-freies Produkt kaufen.

Mit diesen gezielten Informationen wird aufgezeigt, weshalb es sich lohnt, für Schweizer Produkte mehr zu bezahlen. Mit dem Herkunftszeichen „Suisse Garantie“ verfügt die Schweiz zudem über eine Dachmarke, welche die Herkunft aus der Schweiz unter Einhaltung der strengen Richtlinien garantiert. Die Konsumentinnen und Konsumenten können somit täglich beweisen, dass sie den geäusserten Wünschen nach Tierwohl und einer nachhaltigen Produktion mit ihrem Einkauf auch Taten folgen lassen.

Die Schweizer Bäuerinnen und Bauern bewegen sich in einem Spannungsfeld zwischen der hohen Qualität ihrer Produkte, einer nachhaltigen Produktion und wettbewerbsfähigen Preisen. Dies ist eine grosse Herausforderung. Diese nimmt die Landwirtschaft an. Die drei erwähnten Vorlagen leisten einen Beitrag um die Herausforderung zu meistern. Deshalb ist für eine erfolgreiche Schweizer Landwirtschaft eine faire Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette zentral.

Jahresmedienkonferenz vom 4. Januar 2017

Mit Swissness zu einer besseren Positionierung der Landwirtschaft am Markt

*Referat von Markus Ritter, Nationalrat und Präsident Schweizer Bauernverband
(es gilt das gesprochene Wort)*

Wir haben zwei der insgesamt sechs im Situationsbericht portraitierten Bauernfamilien gehört. Diese Erfolgsgeschichten zeigen, dass die Schweizer Bevölkerung bereit ist, für Lebensmittel von hervorragender Qualität einen höheren Preis zu bezahlen. Die Nachfrage nach Qualitätsprodukten verändert die landwirtschaftliche Produktion in der Schweiz daher nachhaltig. Viele Bauernfamilien entdecken den Wert von differenzierten und regional vermarkteten Lebensmitteln. Die Zahl der Bauernmärkte in Städten nimmt jedes Jahr zu – mit steigenden Besucherzahlen. Hier bietet sich eine einmalige Chance, den Mehrwert der eigenen Erzeugnisse direkt an die Konsumentinnen und Konsumenten zu bringen und gleichzeitig gegenseitiges Vertrauen zu schaffen. Das Bewusstsein für tierfreundliche, nachhaltig hergestellte und gesunde Lebensmittel wächst – und damit auch die Bereitschaft, noch mehr auf Schweizer Produkte zu setzen. Diese auch richtig an den Mann beziehungsweise an die Frau zu bringen, will jedoch gelernt sein. Noch immer schlummert viel Potential bei der Vermarktung von qualitativ hochstehenden Lebensmitteln. Die Schweizer Bauernfamilien sind jedoch höchst innovativ und es ist daher davon auszugehen, dass in den nächsten Jahren noch mehr differenzierte Agrarprodukte entstehen werden.

Welche Strategien werden von der Schweizer Landwirtschaft verfolgt um die Beliebtheit von Schweizer Produkten zu halten und auszubauen?

Die **Qualitätsstrategie** ist der Schlüssel zum Erfolg. Diese soll im Zeichen von Natürlichkeit, Genuss, Sicherheit und Nachhaltigkeit stehen. Mit der Gründung eines Vereins und zusätzlichen Ressourcen sollen die Herausforderungen angepackt werden. Zentral sind die Vereinigung von Marktpartnern und das Bündeln der Kräfte des ganzen Ernährungssektors. Auch die Forschung und Beratung ist bedeutend, damit die Qualität der Produkte noch besser werden kann. Die Schweizer Landwirtschaft setzt alles daran, um auch in Zukunft zu den Besten zu gehören.

Mit qualitativ hochstehenden, nachhaltig hergestellten Lebensmitteln will die Schweizer Landwirtschaft die **Konsumentinnen und Konsumenten begeistern**. Damit die Austauschbarkeit unserer Produkte sinkt, soll den Konsumentinnen und Konsumenten besser aufgezeigt werden, was in den Nahrungsmitteln steckt. Martin Rufer hat die Ansatzpunkte dazu erwähnt.

Die **Swissness-Vorlage** spielt dabei eine zentrale Rolle. Diese muss nun unbedingt konsequent umgesetzt werden. Es ist zentral, dass für Produkte mit dem Schweizer Kreuz nicht nur die Verarbeitung in der Schweiz erfolgen soll, sondern auch die Rohstoffe einheimisch sein müssen, zu mindestens 80 Prozent. **Wo Schweiz drauf steht, muss Schweiz drin sein!**

Da die Verarbeitung von Lebensmitteln immer mehr zunimmt, würde die Landwirtschaft ohne klare Regelung zu einem austauschbaren Rohstofflieferanten. Die Swissness-Vorlage stärkt die Glaubwürdigkeit der Marke Schweiz. Damit kann das hohe Ansehen und die internationale Reputation von in der Schweiz produzierten Lebensmitteln langfristig gewahrt werden.

Die HAFL in Zollikofen hat im Jahr 2016 eine Umfrage bezüglich Swissness und Nachhaltigkeit durchgeführt. Dass Schweizer Produkte bei den Konsumentinnen und Konsumenten beliebt sind, haben wir bereits gehört. In dieser neusten Studie kam jedoch auch klar zum Ausdruck, dass Nachhaltigkeit und Swissness beim Kauf von Schweizer Lebensmitteln eng miteinander verknüpft sind. Die Konsumenten erwarten also, dass Schweizer Lebensmittel aus Rohstoffen aus der Schweiz hergestellt werden. Mit einer glaubwürdigen Swissness-Regelung geht es folglich darum, diese Konsumentenerwartungen bestmöglich zu erfüllen.

Die Land- und Ernährungswirtschaft steht nun am Anfang der Umsetzung der neuen Regelungen. Für eine pragmatische Realisierung wurden Ausnahmen gewährt.

Die Ausnahmen betreffen temporär nicht vorhandene Rohstoffe oder Rohstoffe mit spezifischen technischen Eigenschaften. Sie sind auf zwei Jahre befristet. Die Landwirtschaft muss nun diese Zeit dafür nutzen, um die inländische Produktion von Rohstoffen, welche auf der Ausnahmeliste stehen, aufzugleisen. Dies ist eine Chance um den Absatz insbesondere derjenigen Produkte zu erhöhen, deren Marktanteile noch Wachstumspotential haben.

Die Swissness-Vorlage ist für die Landwirtschaft ein strategisch wichtiges Konzept und stärkt die Position der Landwirtschaft am Markt. Sie soll damit zu einer **fairen Zusammenarbeit in der Wertschöpfungskette** beitragen. Denn trotz wachsender Direktvermarktung wird der Hauptanteil der landwirtschaftlichen Produkte in der Schweiz über die Grossverteiler vermarktet. Eine gute Zusammenarbeit zwischen den Produzenten, den Verarbeitern und dem Handel erlaubt einen höheren Mehrwert für alle Partner der Land- und Ernährungswirtschaft. Zentral ist jedoch die gerechte Verteilung dieser Wertschöpfung. Der Mehrwert der Schweizer Qualitätsprodukte soll für die Verarbeitung und den Handel, aber auch für die Bäuerinnen und Bauern lohnend sein. Deshalb sind auch die Transparenz auf den Märkten sowie die korrekte Verteilung der Risiken wichtig. Eine faire Zusammenarbeit in der gesamten Wertschöpfungskette sowie angemessene Produzentenpreise sind für den langfristigen Erfolg entscheidend.

Die Anstrengungen zur Differenzierung mit der Herstellung von exklusiven Produkten sind in der Schweiz weit fortgeschritten und werden weiter ausgebaut. Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind höchst innovativ. Sie besetzen Nischen, stellen Spezialitäten her, produzieren Label-Produkte und hochqualitative Lebensmittel. Sie halten Schafe und Büffel für die Milchproduktion, pflanzen Kräuter oder Linsen an, um der Nachfrage nach speziellen Produkten gerecht zu werden. Differenzierung wohin das Auge reicht! Die einheimische Landwirtschaft trägt mit ihren innovativen und qualitativ hochstehenden Erzeugnissen einen wesentlichen Teil zum guten Ruf der Schweizer Lebensmittel bei.