

Strategie SWISSCOFEL 2020-2025

Die Früchte und Gemüsebranche ist im Wandel. Dies wirkt sich auch auf den Verband und Anforderungen und seine Leistungen aus. Die 'Strategie 2020-25' wurde den Mitgliedern an der Generalversammlung vorgestellt.

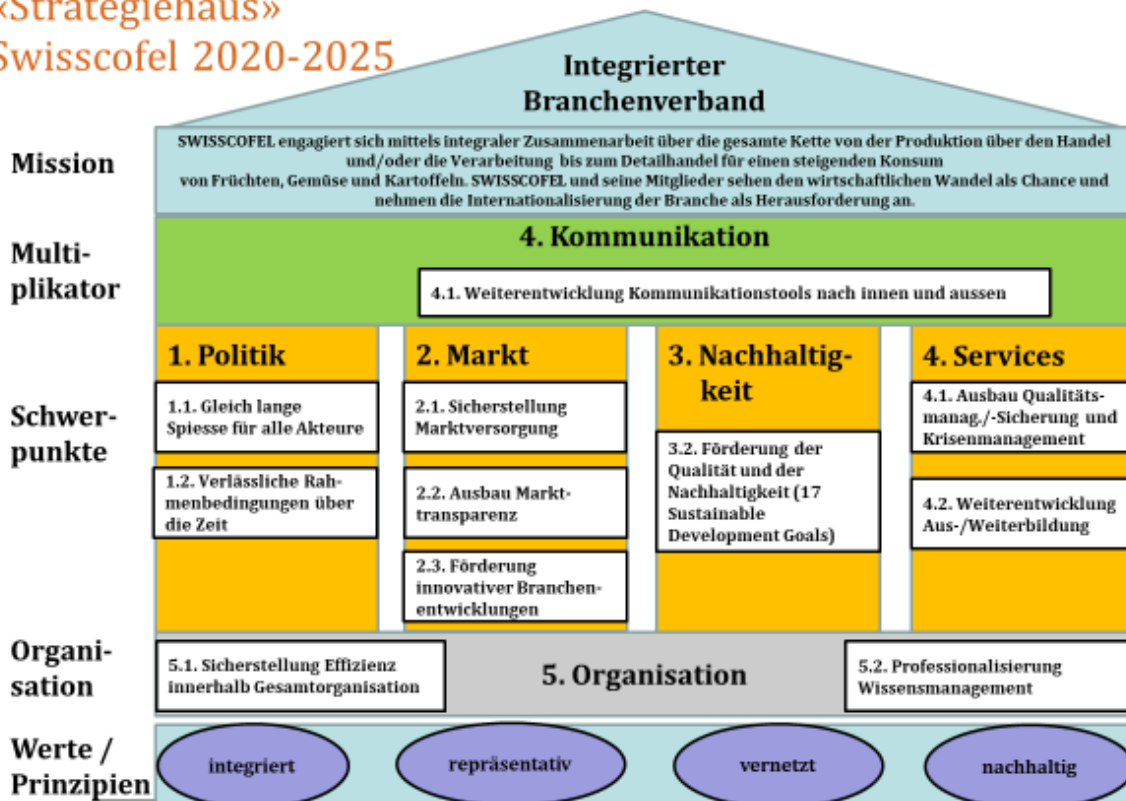
Am Anfang stand eine Umfrage bei den Mitgliedern. Sie ermöglichte die Erwartungen an den Verband und die Einschätzung der Chancen und Risiken zu definieren. Daraus wurden schliesslich die **Szenarien** für die Weiterentwicklung des Verbandes festgelegt.

Der Vorstand traf den Richtungsentscheid; dass sich SWISSCOFEL hin zu einem „**Integrierten Branchenverband**“ weiterentwickeln soll.

Der Vorstand definierte die Ziele und die Rolle des Verbandes in der Zukunft und dann die Stossrichtungen um dorthin zu gelangen. Die Visualisierung erfolgt in einem **Strategiehaus**.

Mit der konkreten **Ausarbeitung der Massnahmen und dem Massnahmenplan** wurde ein Projektteam beauftragt. Als letzter Arbeitsschritt erfolgte schliesslich der Aufbau eines Aktionsplans bzw. einer Roadmap zur Umsetzung der Strategie.

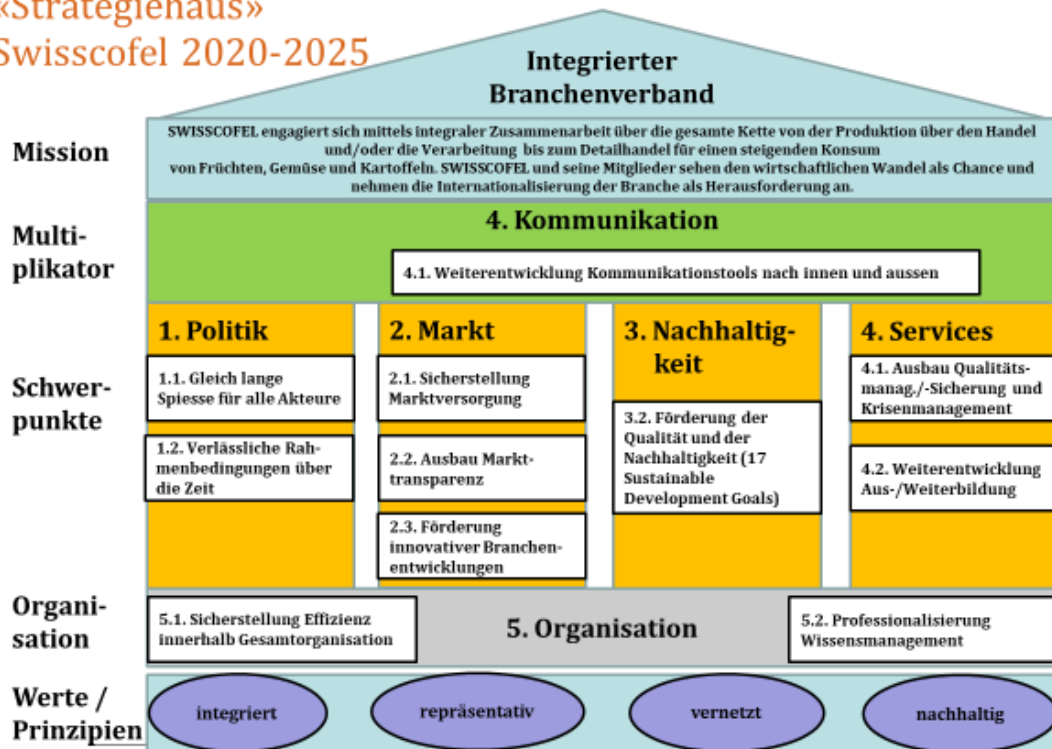
«Strategiehaus» Swisscofel 2020-2025



Mission

1. Der Handel und Konsum von Früchten, Gemüse, Kartoffeln und Convenience-Produkten wächst. Dies ist das Ergebnis der *integralen Zusammenarbeit über die gesamte Kette – das heisst von der Produktion, über den Handel oder die Verarbeitung, bis zum Detailhandel.*
2. Swisscofel positioniert sich in den nächsten 4-5 Jahren als integrierter Branchenverband. Er sorgt mit *optimalen Rahmenbedingungen, transparentem Zugang zu Marktinformationen und bedürfnisgerechten Dienstleistungen dafür*, dass die Mitgliederfirmen auf allen Stufen ihre Marktanteile vergrössern können.
3. Swisscofel und seine Mitglieder stellen sich dem Wettbewerb. Sie sehen den wirtschaftlichen Wandel als Chance und die Internationalisierung der Märkte als Herausforderung an.

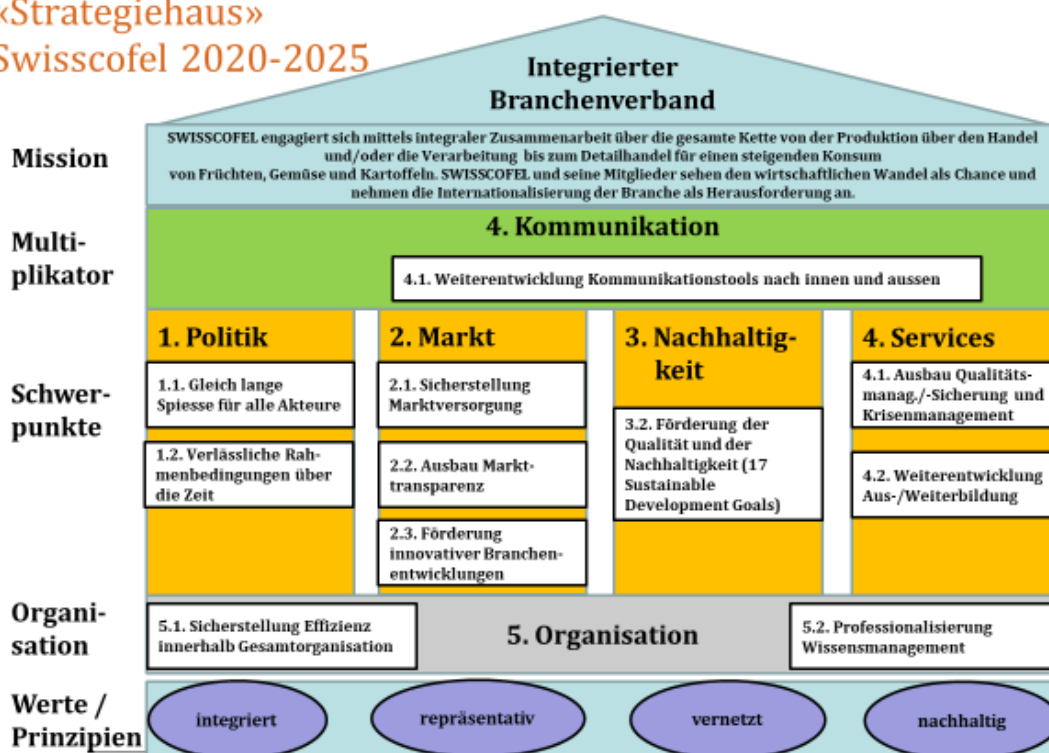
«Strategiehaus» Swisscofel 2020-2025



Werte und Prinzipien:

- SWISSCOFEL will eine «integrierende» Organisation sein. Unternehmer aus allen Stufen unserer Branche sollen Mitglieder sein oder können es werden. Sie sind innerhalb von SWISSCOFEL vernetzt bzw. können sich vernetzen.
- SWISSCOFEL ist ein für die Branche «repräsentativer Verband».
- SWISSCOFEL ist mit allen Organisationen der Branche, allen relevanten Stakeholdern der Land- und Lebensmittelwirtschaft, den Konsumenten und auch mit den Behörden und der Politik vernetzt.
- Swisscofel fördert die Nachhaltigkeit auf allen Stufen der Branche - auch bei sich selbst.

«Strategiehaus» Swisscofel 2020-2025



Strategische Schwerpunkte (Auszüge)

Zum Themengebiet «Politik» gehört der feste Wille **für gleich lange Spiesse aller Akteure** im Handel zu sorgen. Der Bessere darf und soll gewinnen!

Gewinnen soll er nicht, weil er wegen den Rahmenbedingungen gegenüber seiner Konkurrenz im Vorteil ist. Der Erfolg unserer Mitglieder und der Branche muss von der Leistung abhängen und nicht von staatlichen Bevorteilungen.

Ein weiterer Punkt ist die **Verlässlichkeit der Rahmenbedingungen**.

Viele und häufige rechtliche Anpassungen machen der Branche meist das Leben schwer. Sie erhöhen Aufwand und Kosten. Die Flut der Gesetze und Erlasse soll gebremst werden.

Markt

Information ist der Schlüssel zum Erfolg auf jedem Markt. Entscheidendes Element für unsere Branche ist die Sicherstellung einer ausreichenden Marktversorgung aus dem Inland und auch aus dem Ausland. Zuviel und Zuwenig liegen auf unserem Markt sehr nahe beieinander. Entsprechend hoch sind die Erwartungen in Bezug auf die Qualität der Informationen. SWISSCOFEL nimmt diese Verantwortung wahr. Der Verband wird den Informationsfluss und die Qualität mit neuen Tools weiter verbessern.

Nachhaltigkeit

Aktiv und führend will SWISSCOFEL bei der Förderung innovativer Branchenlösungen und von Projekten zur Steigerung der Nachhaltigkeit sein. Geplant ist die Bildung von branchenübergreifenden Innovations-Teams zur Lösung aktueller Fragen und Probleme.

Services

In der komplexen Früchte- und Gemüsebranche sind bestens ausgebildete Mitarbeiter unverzichtbar. SWISSCOFEL wird sein *Ausbildungsangebot* weiterentwickeln und es auch Mitgliedern weiterer Organisationen, den Bundesstellen und anderen Verbänden zugänglich machen.

Lebensmittelsicherheit und Qualitätssicherung sind Kern-Themen für unsere Branche. Wir haben es mit Naturprodukten zu tun. Meistens in unverarbeiteter oder in wenig verarbeiteter Form. Die meisten sind leichtverderblich. Alle Akteure auf der gesamten Kette haben darum eine hohe Verantwortung gegenüber den Konsumenten. Hier braucht es eine enge Zusammenarbeit auf allen Ebenen und bei Bedarf ein gut eingespieltes Krisenmanagement.

Kommunikation

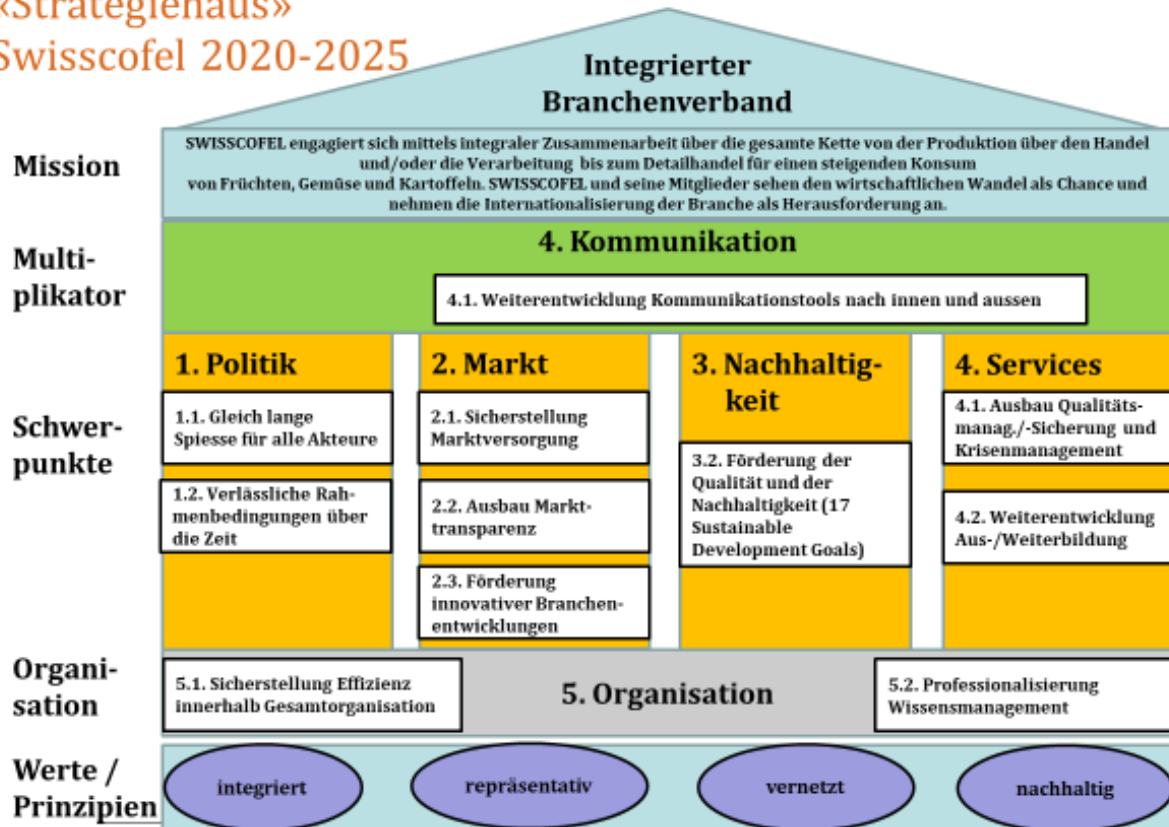
Mitglieder und Partner erhalten jederzeit gezielte, auf sie zugeschnittene Informationspakete. Es wird geprüft, mit welchen Kommunikationsmitteln dieser Service am besten erfüllt werden kann. Sie werden aufgebaut und eingeführt.

Organisation

SWISSCOFEL stellt sicher, dass die nötigen Kompetenzen und das Knowhow am richtigen Ort vorhanden sind. Im Vorstand und in den Kommissionen wird am «Miliz-System» festgehalten. Praktikerinnen und Praktiker vertreten die Branche.

Die Mitarbeitenden der Geschäftsstelle verfügen über die nötigen Kenntnisse haben oder erwerben sie. Die Weitergabe von Knowhow und die Stellvertretungen sind intern gewährleistet.

«Strategiehaus» Swisscofel 2020-2025

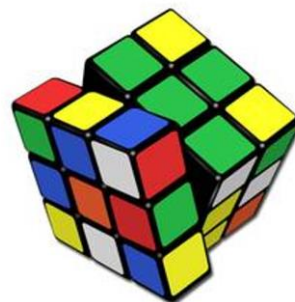


1

Integrierter Branchenverband

Das Zusammenspiel all dieser Elemente der Strategie und die Zusammenarbeit der gesamten Branche setzt voraus, dass SWISSCOFEL sich zu einem «Integrierten Branchenverband» weiterentwickelt.

SWISSCOFEL - Strategie wird laufend überprüft und die Prioritäten bei Bedarf angepasst...



Die SWISSCOFEL-Strategie definiert die Stossrichtung des Verbandes. Sie wird auch in Zukunft laufend weiterentwickelt, damit sie den neuen Herausforderungen des Marktes und der Politik entspricht.

Bern im November 2019/we