

Schweizer Medienkonferenz an der Internationalen Grünen Woche Berlin (IGWB) –  
Donnerstag, 12. Januar 2006

## **Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft an der IGWB 2006 – mit Qualitätsstrategie zum Erfolg**

*Nationalrat Hansjörg Walter, Präsident Schweizerischer Bauernverband, Wängi*

### **Schweizer Landwirtschaft mit Qualitätsstrategie zum Erfolg**

Im Zuge von Reformen und aufgrund der durch die WTO lancierten weiteren Liberalisierungsrunden hat die Schweizer Landwirtschaft ihre Marktanstrengungen massiv ausgebaut. Mit einer Qualitätsstrategie wollen wir möglichst hohe Anteile an den im Inland verkauften Lebensmitteln halten oder diese gar ausbauen und mit Spezialitäten und verarbeiteten Produkten auf dem internationalen Markt erfolgreich sein. Die Schweizer Landwirtschaft setzt bei der Umsetzung ihrer Strategie auf Gentechnikfreiheit. Das Schweizer Volk hat im vergangenen Jahr in einer Abstimmung diesen Weg bekräftigt.

In einzelnen Produktionsbereichen, namentlich in der Milchproduktion, ist die Produktion höher als die verkäufliche Menge im Inland. Die Schweizer Bauernfamilien sind daher existenziell auf den erfolgreichen Verkauf von Produkten im Ausland angewiesen. Deutschland gehört zu den wichtigsten Abnehmern von Schweizer Produkten, weshalb Werbeauftritte hier besonders wichtig sind. Die Internationale Grüne Woche Berlin (IGWB) ist die grösste Messe und der wichtigste Treffpunkt der Land- und Ernährungswirtschaft in Deutschland. Sie hat darüber hinaus eine Beachtung in der ganzen Welt. Hier muss und will auch die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft präsent sein, um für ihre Produkte zu werben und Chancen im Export zu nutzen. Zum achten Mal geschieht dies mit einem Länderauftritt.

### **Vielfältiges Angebot**

An Produkt- und Informationsständen werden landwirtschaftliche Spezialitäten und Dienstleistungen präsentiert und angeboten. Natürlich stehen die traditionellen Schweizer Produkte wie Käse und Schokolade, die mit einem vielfältigen Angebot vertreten sind, im Vordergrund. Angeboten und präsentiert werden aber auch weitere Milchprodukte, Spirituosen, Wein, Bündnerfleisch oder Biscuits. Dazu kommen touristische Angebote der Landwirtschaft wie „Ferien auf dem Bauernhof“ oder „Schlaf im Stroh“. Eine wichtige Bedeutung kommt beim Schweizer Auftritt dem „Le Restaurant Suisse“ zu, welches auch schon als das Beste der Messe ausgezeichnet wurde.

### **Bundesrat Joseph Deiss in Berlin**

Wir möchten die IGWB auch nutzen, um politische Kontakte mit Vertretungen verschiedener Länder zu pflegen. Es freut uns ganz besonders, dass mit Bundesrat Joseph Deiss erstmals unser Landwirtschaftsminister anwesend ist. Ein Höhepunkt wird der Besuch des neuen Deutschen Verbraucher- und Landwirtschaftsministers Horst Seehofer, begleitet vom Regierenden Bürgermeister von Berlin Klaus Wowereit, im Rahmen seines morgigen Eröffnungsrundgangs, sein. Mit einer Vertretung der Deutschen Land- und Ernährungswirtschaft werden wir morgen auf der Schweizer Botschaft im Rahmen eines Arbeitssessens agrarpolitische Fragen erörtern.

## **Mister Schweiz an der IGWB**

Etwas ganz Besonderes können wir bieten, indem wir den Mister Schweiz dabei haben. Der amtierende, schönste Schweizer ist Landwirt im Kanton Graubünden, den wir hier speziell präsentieren. Renzo Blumenthal ist ein Botschafter und Werbeträger für unsere Landwirtschaft und unser Land.

### **„Gast Graubünden“**

**Zum Konzept des Schweizer Auftritts gehört es, jeweils eine Region oder einen Kanton speziell zu präsentieren. Dieses Jahr macht der Kanton Graubünden in Berlin seine Aufwartung. Mit Graubünden tritt ein interessanter Kanton, in dem die Land- und Ernährungswirtschaft eine grosse Bedeutung hat und der ein weltweit bekannter Tourismuskanton ist, auf. Spezialitäten, Kultur und Brauchtum sind weitere Trümpfe von Graubünden.**

### **Agro-Marketing Suisse**

Über 40 der wichtigsten Produzenten- und Branchenorganisationen der Schweiz haben sich im Verein Agro-Marketing Suisse AMS zusammengeschlossen, um sich den Herausforderungen mit vereinten Kräften zu stellen. Hauptziele der AMS sind:

- Optimale Marketing-Unterstützung beim Absatz und der Verwertung von landwirtschaftlichen Produkten bieten.
- Kosten/Nutzen der Marketingaktivitäten zugunsten der landwirtschaftlichen Basisprodukte optimieren.
- Mögliche Synergien im Absatzförderungsbereich orten und ausnutzen.
- Service- und Koordinationsfunktionen für die Branchenorganisationen wahrnehmen.
- Maximale Qualität der Dienstleistungen durch hohe Sachkompetenz in den Bereichen Marketing, Agrarwirtschaft und -politik gewährleisten.

Beitrag auch auf Internetseite: [www.bauernverband.ch](http://www.bauernverband.ch)

Berlin, 12. Januar 2006

Rückfragen:

Urs Schneider

Stv. Direktor, Leiter Kommunikation Schweizerischer Bauernverband

Arbeitsgruppe Auslandsmessen Agro-Marketing Suisse

Laurstrasse 10, 5201 Brugg

Mail [urs.schneider@sbv-usp.ch](mailto:urs.schneider@sbv-usp.ch)

Tel 0041/ 56 / 462 51 11

Mobil 0041/ 79 / 438 97 17

Fax 0041/ 56 / 441 53 48