

Die Schweiz an der Internationalen Grünen Woche in Berlin vom 19. - 28. Januar 2007

Urs Schneider, Stv. Direktor Schweizerischer Bauernverband / Präsident Arbeitsgruppe Messen Agro-Marketing Suisse, Brugg

Schweizer Landwirtschaft mit Qualitätsstrategie zum Erfolg

In den letzten 15 Jahren wurden in der Schweiz tiefgreifende Agrarreformen umgesetzt. Weitere Liberalisierungsrunden im Rahmen der WTO, absehbare Freihandelsabkommen mit der EU oder anderen Ländern werden unsere Landwirtschaft auch in Zukunft fordern. Im Zuge der Reformen hat die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft ihre Marktanstrengungen massiv ausgebaut. Die Zielsetzung ist, mit einer Qualitätsstrategie möglichst hohe Anteile an den im Inland verkauften Lebensmitteln zu halten oder diese auszubauen. Mit Spezialitäten und verarbeiteten Produkten wollen die Bauern auf dem internationalen Markt erfolgreich sein. In einzelnen Produktionsbereichen, namentlich in der Milchproduktion, ist die Inlandproduktion höher als die verkäufliche Menge. Die Schweizer Bauernfamilien sind daher existenziell auf den erfolgreichen Verkauf von Produkten im Ausland angewiesen. Um im Export Verkaufserfolge zu erzielen, ist es wichtig, mit einem guten Mix an Marketingmassnahmen, vor allem in den Hauptmärkten, für die Produkte zu werben. Deutschland gehört zu den wichtigsten Abnehmern von Schweizer Produkten, weshalb Auftritte hier von besonderer Bedeutung 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 und für ihre Produkte werben und Chancen im Export nutzen. Bereits zum neunten Mal geschieht dies mit einem Gemeinschaftsauftritt, einem sogenannten 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 vielfältigen vertreten sind, im Vordergrund. Angeboten und präsentiert werden aber auch Milchprodukte, Spirituosen, Wein, Bündnerfleisch oder Biscuits. Ebenfalls präsentiert werden touristische Angebote der Landwirtschaft wie „Ferien auf dem Bauernhof“ oder „Schlaf im Stroh“. Eine ganz wichtige Bedeutung kommt beim Schweizer Auftritt dem „Le Restaurant Suisse“ zu, welches auch schon als das Beste der Messe ausgezeichnet wurde.

Deutscher Landwirtschaftsminister besucht den Schweizer Stand

Der Schweizer Messeauftritt an der IGWB wird durch verschiedene Begleitmassnahmen unterstützt. Am Tag vor der Eröffnung findet eine Medienkonferenz statt. Am Eröffnungstag wird der neue Deutsche Verbraucher- und Landwirtschaftsminister Horst Seehofer, begleitet vom Regierenden Bürgermeister von Berlin Klaus Wowereit, und Gerd Sonnleitner, Präsident des Deutschen Bauernverbandes, im Rahmen

des Eröffnungsrundgangs den Schweizer Stand besuchen. Auf Schweizer Seite werden Manfred Bötsch, Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft, und Nationalrat Hansjörg Walter, Präsident des Schweizerischen Bauernverbandes, anwesend sein.

Der Auftritt an der IGWB wird durch die Schweizer Botschaft in Berlin unterstützt. Um über die Messe hinaus Kontakte zu knüpfen und Verkaufserfolge zu erzielen, vermittelt die Botschaft und die AMS Treffen zwischen Schweizer Anbietern und Deutschen Vertretern aus Handel, Import, Verkauf, Verteilern von Nahrungsmitteln und aus der Tourismusbranche.

„Gast Aargau“

Zum Konzept des Schweizer Auftritts gehört es, jeweils einen Kanton speziell zu präsentieren. Dieses Jahr macht der Kanton Aargau in Berlin seine Aufwartung. Er zeigt sich mit einer breiten Produktpalette und speziellen Attraktionen vielfältig, nachhaltig und innovativ - wer erwartet schon eine Whiskybrennerei aus dem Aargau in Berlin. Durch seine Nachbarschaft zu Deutschland und die enge Beziehung hat der Auftritt für den Aargau natürlich eine besondere Bedeutung.

Agro-Marketing Suisse

Ueber 40 der wichtigsten Produzenten- und Branchenorganisationen der Schweiz sind im Verein Agro-Marketing Suisse AMS zusammengeschlossen. 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.
- Synergien im Absatzförderungsbereich ausnutzen.
- Service- und Koordinationsfunktionen für die Branchenorganisationen wahrnehmen.
- Maximale Qualität der Dienstleistungen durch hohe Sachkompetenz in den Bereichen Marketing, Agrarwirtschaft und -politik gewährleisten.

Brugg, 4. Dezember 2006

Rückfragen:

Urs Schneider

Stv. Direktor, Leiter Kommunikation Schweizerischer Bauernverband

Präsident Arbeitsgruppe Messen Agro-Marketing Suisse

Laurstrasse 10, 5201 Brugg

Mail: urs.schneider@sbv-usp.ch

Tel. 056 / 462 51 11

Natel 079 / 438 97 17

Fax 056 / 441 53 48