

Grüezi Berlin!

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

10 Jahre Gemeinschaftsauftritt

Die Internationale Grüne Woche Berlin (IGWB) ist die grösste Messe und der wichtigste Branchentreffpunkt in Deutschland mit Beachtung in der ganzen Welt. Die Schweiz nahm immer an der IGWB teil; erst seit 1999 aber mit einem Gemeinschaftsauftritt der gesamten Land- und Ernährungswirtschaft. 2008 feiern wir deshalb das 10jährige Bestehen des Schweizer Länderauftritts. Der runde Geburtstag und das Ziel, vorhandene Exportchancen zu nutzen, bewogen die Agro-Marketing Suisse (AMS) sich als offizielles Partnerland 2008 zu bewerben. Wir erhielten den Zuschlag. Für die Umsetzung liessen wir uns Einiges einfallen. Mit dem Partnerlandauftritt wollen wir den Absatz von Schweizer Spezialitäten, verarbeiteten Produkten und Dienstleistungen im Ausland und ganz speziell in Deutschland nachhaltig fördern.

Neuer Schweizer Stand

Im Rahmen eines Agenturwettbewerbs wurde ein neuer Stand kreiert, wobei sich das Grundkonzept an dasjenige der vergangenen Jahre anlehnt. Rund um „Le Restaurant Suisse“ werden an Produkte-, Informations- und Eventständen Erzeugnisse und Dienstleistungen der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft angeboten und vorgestellt (Bilder im Anhang). Das Restaurant und die Gletscherbar laden zum Verweilen und Geniessen ein. Der Stand wird auch in den Folgejahren zum Einsatz kommen. Für den Partnerlandauftritt wird die Grundausstellung durch eine spezielle Sonderschau der Kantone mit regionalen Spezialitäten sowie einem Stand zur Vorstellung der Schweizer Landwirtschaft ergänzt. Der gesamte Auftritt steht unter dem Motto „Grüezi Berlin!“ und hat ein eigenes Logo. Die Grundlage dafür war das vom Bund verordnete gemeinsame Erscheinungsbild „Schweiz. Natürlich“.

Aussteller

Als Aussteller werden dabei sein: Switzerland Cheese Marketing, Emmi, Proviande, Traitafina, Agroimpuls, Vereinigung der Tête de Moine-Fabrikanten, Fédération Pays de Vaud pays de terroir. Agro-Marketing Suisse wird an weiteren Ständen Schokolade, Raclette, Wein, Spirituosen, Souvenirs und andere Schweizer Produkte präsentieren und verkaufen. In der Sonderschau der Kantone stehen Stände, an denen Spezialitäten versucht werden können. An einem Stand des Schweizerischen Bauernverbands, an dem sich die Bio Suisse, Obstverband und Gemüseproduzenten beteiligen, wird die Schweizer Landwirtschaft vorgestellt. Waldwirtschaft Schweiz zeigt auf, dass auch die Waldwirtschaft ein wichtiger Bestandteil des ländlichen Raums in der Schweiz ist. Auf die bisher übliche, spezielle Präsentation eines Kantons oder einer Region wird aufgrund der vorerwähnten Sonderschau der Kantone verzichtet. (Mehr dazu im Referat von RR Lorenz Koller.)

Hauptrolle für die Schweiz an der Eröffnungsfeier

Als Partnerland kommt der Schweiz die Hauptrolle an der offiziellen Eröffnungsfeier der Grünen Woche zu. Diese findet am 17. Januar von 18.00 bis 21.00 Uhr statt. Sie wird jeweils von rund 5000 Gästen aus Politik, Land- und Ernährungswirtschaft und Medienvertretern besucht. Die Schweiz ist für die künstlerische Gestaltung des Rahmenprogramms sowie den anschliessenden Apéro, an dem die Teilnehmenden mit einer Vielfalt von Schweizer Produkten verwöhnt werden, verantwortlich. Zusammen mit der Eventagentur „Eventicum“ wurde ein professionelles, eindruckliches Programm vorbereitet, das eine sympathische Schweiz im Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne zeigt. Da wir an der Eröffnungsfeier vor allem auch überraschen wollen, verraten wir noch nicht allzu viel. Ein „Appetizer“ dennoch: Alphornbläserin Eliana Burki, die auch an der Gruppenauslosung für die Fussball-EM spielte, wird in Berlin dabei sein. Der

Saal wird mit 2000 Schweizer Fähnchen in Rot-Weiss getaucht. Ansprachen werden halten: der Bürgermeister von Berlin Klaus Wowereit, der Präsident des Deutschen Bauernverbands Gerd Sonnleitner, die EU-Kommissarin Mariann Fischer Boel, der deutsche Bundesminister Horst Seehofer und als Höhepunkt unsere Bundesrätin Doris Leuthard.

„Heidi und Peter“

Nebst der Eröffnungsfeier wird die Schweiz zusätzliche Aufmerksamkeit an diversen Anlässen geniessen. Dazu gehört ein Auftritt an der Medienkonferenz der Messe Berlin, an welcher die Schweiz das offizielle Fotosujet stellen darf. „Heidi und Peter“, ein in Deutschland bekanntes Sujet, ist dafür vorgesehen. An einer Schweizer Medienkonferenz wird der Auftritt der deutschen und internationalen Presse vorgestellt. Ebenfalls wird der Besuch des deutschen Landwirtschaftsministers, des Bauernverbandspräsidenten und des Bürgermeisters von Berlin im Rahmen des Eröffnungsrundgangs am Schweizer Stand, wo sie von Bundesrätin Leuthard begrüsst werden, sicher grosse Beachtung finden. Am Freitag wird im Restaurant ein Schweizer Abend als Begegnungsort für Schweizer Gäste und für die Kontaktpflege mit deutschen Geschäftspartnern durchgeführt.

Begleitkommunikation

Damit der Schweizer Auftritt über die Messe hinaus Beachtung findet, sind verschiedene Begleitmassnahmen geplant. Bereits gedruckt ist die Grüne Woche-Zeitung mit Schweizer Titelbild und Beiträgen von Bundesrätin Doris Leuthard und Bauernverbandspräsident Hansjörg Walter. Der Schweizer Stand befindet sich in der Nähe der Eingänge Nord und Ost. Dort wird die Schweiz mit Fahnen, beim Eingang Nord zusätzlich mit Showcases, präsent sein. Am ICC ist ein Fassadenband, am Eingang Süd ein grosses Fensterbanner mit Hinweisen zum Schweizer Stand gebucht. Firmen oder Branchen werden im Umfeld der Messe zusätzlich eigene Werbe- oder Promotionsaktivitäten durchführen. Um möglichst viele Besucherinnen und Besucher an den Schweizer Stand zu bringen, werden während der Messe an den Eingängen „Schweizer Pässe“ mit Spezialangeboten verteilt.

Chance nutzen

Unser Ziel ist es, die Grüne Woche Berlin 2008 markant helvetisch zu prägen und im Ausland den „Gluscht“ auf hochwertige Schweizer Lebensmittel zu wecken. Ich bin überzeugt, dass es uns gelingt, einen einmaligen Auftritt, der nachhaltig wirkt, zu realisieren!