



Medienmitteilung des Schweizerischen Bauernverbandes vom 25. Januar 2008

## Partnerlandsauftritt in Berlin: Positive Bilanz

**In zwei Tagen schliesst die Internationale Grüne Woche in Berlin 2008 ihre Tore. Bereits jetzt lässt sich sagen, dass der Partnerlandsauftritt der Schweiz an der grössten Messe der Land- und Ernährungswirtschaft ein grosser Erfolg war. In Sachen Image und Verkauf.**

Der Partnerlandsauftritt der Schweiz an der Internationalen Grünen Woche in Berlin und damit ein einmaliger Einsatz der Land- und Ernährungswirtschaft gehen am Sonntag zu Ende. Die Eröffnungsfeier zeigte die Schweiz im Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne und löste bei den 5000 Besuchern Begeisterung aus. Sehr gut angekommen sind insbesondere auch „Heidi und Peter“, die Kinder aus dem weltbekannten Roman von Johanna Spyri, die als offizielles Fotosujet an diversen Anlässen teilnahmen. Eröffnungsfeier, Heidi und Peter wie auch der Partnerlandsauftritt der Schweiz generell fanden in den Deutschen, aber auch den Schweizer Medien enorme Beachtung.

Der neue Stand und das offene Restaurant haben die Messebesucher überzeugt. Es wurde viel konsumiert und eingekauft, was sich an den Umsätzen zeigt. Die Verkaufsstände der Aussteller verzeichnen 10 bis 20 Prozent höhere Einnahmen als im Vorjahr. Am Stand von Switzerland Cheese Marketing wurden über 4 Tonnen Käse verkauft. Das neu gestaltete Restaurant steigerte seinen Umsatz um 25 Prozent. In der Sonderschau der Kantone haben die riesige Vielfalt der Regionen und deren speziellen Produkte beeindruckt. Entsprechend sind die Aussteller sowohl mit dem Interesse der Besucher wie auch bezüglich der Kontakte, mit potentiellen Abnehmern sehr zufrieden.

Die IGWB 2008 war für die Schweiz eine Plattform für politische Gespräche die ihresgleichen sucht. Exponenten der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft und Politik, allen voran Bundesrätin Doris Leuthard, trafen sich mit EU-Kommissarin Mariann Fischer Boel, Ministerinnen und -ministern aus diversen Ländern sowie weiteren hochkarätigen Exponenten für Gespräche.

Mit den eingesetzten Bildern an der Eröffnungsfeier, am Stand und in der Medienarbeit wurde zudem unbezahlbare Werbung für die Schweiz als Tourismusdestination gemacht.

Das Ziel „die IGWB 2008 markant schweizerisch zu prägen“, ist auf jeden Fall erreicht worden. Mit dem Partnerlandsauftritt ist der Boden für den erfolgreichen Export von Schweizer Produkten und Dienstleistungen der Land- und Ernährungswirtschaft vorbereitet worden. Es liegt nun an den einzelnen Unternehmen durch weitere, geeignete Massnahmen die Saat auszubringen, für ihre Produkte zu werben und sich bietenden Chancen zu nutzen.

### Rückfragen:

*Urs Schneider, Stv. Direktor SBV / Verantwortlicher für den Partnerlandsauftritt der Schweiz an der IGWB, Mobile: 0041 (0)79 438 97 17*

*Sandra Helfenstein, Mediensprecherin SBV, Mobile: 0041 (0)79 826 89 75*

*Die Bilder der schönsten Momenten finden sie unter: [www.landwirtschaft.ch](http://www.landwirtschaft.ch) oder [www.sbv-usp.ch](http://www.sbv-usp.ch)*