



Sehr geehrter Herr Mustermann

Gut zwei Jahre ist es her, seit die Schweizer Landwirtschaft das Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE eingeführt hat. Sie reagiert damit auf den steigenden Importdruck bei Nahrungsmitteln und gibt Konsumentinnen und Konsumenten – die in der Mehrzahl Qualität und Herkunft als wichtige Kaufkriterien nennen – eine klare Entscheidungshilfe beim Einkauf. Inzwischen haben die meisten Branchen die regulatorischen und technischen Voraussetzungen für die Implementierung des Herkunftszeichens gemeistert, so dass nun eine breite Palette an einheimischen Nahrungsmitteln unter SUISSE GARANTIE produziert und verarbeitet wird. Dank der Unterstützung des Handels, speziell des Grossverteilers Coop, ist es uns bis heute gelungen, eine Vielzahl von SUISSE GARANTIE-Nahrungsmitteln auf den Markt zu bringen.



Dies genügt jedoch nicht: Die Pflege des Herkunftszeichens, seine laufende Weiterentwicklung, die Meisterung komplexer technischer Anforderungen und die kontinuierliche Kommunikation für seine Bekanntmachung sind für den zukünftigen Erfolg entscheidend.

Um Sie über diese Tätigkeiten laufend zu informieren, wird der vorliegende Newsletter von nun an etwa vierteljährlich erscheinen.

Mit freundlichen Grüssen
AMS-Geschäftsstelle

Inhalt

SUISSE GARANTIE heute
Aktuelles
Kommunikation
SUISSE GARANTIE-Angebote
Auskünfte

SUISSE GARANTIE heute



Eine Kurzübersicht mit den wichtigsten Facts zu SUISSE GARANTIE
(Stand 13. Oktober 2006)

Lancierung
7. September 2004

Beteiligte Branchen respektive Produktgruppen

Bienenhonig	Gemüse
Brotgetreide und Ölsaaten (Raps)	Kartoffeln
Eier	Milch und Milchprodukte
Fleisch	Speisepilze
Früchte	Zucker

Anzahl gültige Benutzungsberechtigungen

total 613, davon

Früchte, Gemüse und Kartoffeln	343 (55.95%),
Brotgetreide und Ölsaaten	127 (20.72%),
Fleisch	83 (13.45%),
Milch und Milchprodukte	24 (3.92%),
Bienenhonig	17 (2.77%),
Speisepilze	11 (1.79%),
Eier	7 (1.14%),
Zucker	1 (0.16%).

(Zu beachten: Die Anzahl der Benutzungsberechtigungen lässt keine Rückschlüsse auf die Marktanteile einzelner Produkte zu!)

Distribution

Grossverteiler:

- Coop führt die meisten SUISSE GARANTIE-Produktgruppen.
- Migros führt Früchte und Gemüse.
- Weitere Detailhändler (Denner, Volg, Aldi, u.a.) führen unterschiedliche Teilsortimente.
- Der Systemgastronom McDonald's führt SUISSE GARANTIE-Produkte, soweit sie in das Angebot passen.

Bekanntheit

Gemäss einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung weist SUISSE GARANTIE im Herbst 2006 einen gestützten Bekanntheitsgrad von 34 Prozent aus. Dies ist angesichts der Tatsache, dass bisher nur Verkaufsförderungs- und PR-Massnahmen durchgeführt wurden und keine Mittel für Werbekampagnen zur Verfügung stehen, ein beachtlicher Wert. Zum Vergleich: Obwohl vom Grossverteiler Migros kräftig gefördert und länger auf dem Markt, hat „Aus der Region, für die Region“ einen nur leicht höheren Bekanntheitsgrad von 41 Prozent.

top ↑

Aktuelles

Eine Repräsentativbefragung zeigt die untergeordnete Rolle von Regionalprodukten - Qualität, Natürlichkeit und Schweizer Herkunft sind bei Nahrungsmitteln am wichtigsten



Beim Kauf von Nahrungsmitteln sind verschiedene Kriterien wichtig. Welche das sind und welche Relevanz sie haben, darüber sind in der jüngeren Vergangenheit von verschiedenen Marktteilnehmern unterschiedliche Informationen veröffentlicht worden. Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP wollte es genauer wissen und hat eine Repräsentativstudie in Auftrag gegeben, bei der 1'000 Konsumentinnen und Konsumenten über ihre Kaufmotive befragt wurden.

Qualität am wichtigsten

Mit deutlichem Vorsprung am wichtigsten ist die Qualität der Produkte. 54 Prozent der befragten Konsumentinnen und Konsumenten finden sie sehr wichtig, 43 Prozent wichtig. An zweiter Stelle steht die Natürlichkeit, die für 37 Prozent sehr wichtig und für 49 Prozent wichtig ist. Dass Nahrungsmittel aus der Schweiz stammen, ist für 29 Prozent sehr wichtig und für 46 Prozent wichtig. Günstige Preise liegen mit 24 respektive 48 Prozentpunkten leicht dahinter. Die regionale Herkunft ist offenbar ein weniger wichtiges Kaufkriterium: Bloss 20 Prozent finden sie sehr wichtig, für 42 Prozent ist sie immerhin wichtig. Diese Rangfolge ergibt sich unabhängig von Geschlecht, Alter und Wohnort der Befragten.

Regionalität ist ein schwammiger Begriff

Interessante Aussagen macht die Studie zum Begriff „Regionalität“. Für knapp die Hälfte der Befragten (43 Prozent) genügt es, wenn das als regional deklarierte Produkt aus der Schweiz kommt. Nur gut die Hälfte (57 Prozent) hat eine enger definierte Vorstellung, für sie müssen regionale Produkte aus dem Wohnkanton oder aus der näheren Umgebung stammen. Der Begriff „nähere Umgebung“ wird allerdings individuell unterschiedlich ausgelegt und kann bis gegen 50 Kilometer vom Wohnort entfernt bedeuten.

SUISSE GARANTIE – die Antwort der Schweizer Landwirtschaft

Das von der Schweizer Landwirtschaft eingeführte Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE antwortet in idealer Weise auf die Konsumentenbedürfnisse: Indem es Produkte kennzeichnet, die vollumfänglich in der Schweiz hergestellt und verarbeitet werden, die umweltgerecht und ohne Hilfe der Gentechnik produziert sind sowie über die ganze

Produktionskette streng kontrolliert werden, schafft es Transparenz und erleichtert den Kaufentscheid.

Die Resultate der Studie sind abrufbar unter www.swissmilk.ch

top ↑

Kommunikation



Messe-Auftritt: bester Kontakt zur Bevölkerung

SUISSE GARANTIE hat auch dieses Jahr an den wichtigsten Publikumsmessen einen grossen Stand – gegliedert in die Bereiche Produktepräsentation und –verkauf, Promotion sowie Restaurant.

Am Comptoir Suisse, das vom 15. bis 25. September in Lausanne stattfand, beherbergte der SUISSE GARANTIE-Stand auch den von der Landwirtschaft vergebene und unter dem Patronat des Bundesrates stehende Innovationspreis „Prix d'innovation agricole suisse PIAS“. Dieser grösste Schweizer Nahrungsmittelpreis zeichnet die innovativsten neuen Nahrungsmittel aus. Weitere Informationen zum PIAS 2006 finden Sie unter www.agromarketingsuisse.ch/PIAS.

Der nächste und letzte Messe-Auftritt 2006 für SUISSE GARANTIE ist die Olma in St. Gallen. Besuchen Sie unseren Stand in der Halle 9.1.

PubliReportagen

Folgende PubliReportagen sind kürzlich erschienen:



Gesamtausgabe Coop-Presse
19. September 2006
Beilage zum Thema Nachhaltigkeit
Auflage 2.45 Mio, 3.3 Mio Leser

Sie+Er, Beilage zum SonntagsBlick
27. August, 3. und 10. September 2006
dreiteilige Serie zum Thema „Schweizer Landwirtschaft“
Auflage je 280'280, 998'000 Leser

Kommunikation der Branchen

Da die AMS nicht über ein ausreichende Mittel verfügt, um SUISSE GARANTIE mit grosser Intensität bekannt zu machen und seine Inhalte nachhaltig zu kommunizieren, ist es umso wichtiger, dass das Herkunftszeichen von möglichst allen beteiligten Branchen nach Kräften gefördert wird. Sehr erfreulich: Die Branchen unterstützen SUISSE GARANTIE stark und integrieren das Zeichen in ihre laufenden Werbe- und Kommunikationsmassnahmen.



SUISSE GARANTIE-Angebote

Zu SUISSE GARANTIE gibt es folgende Publikationsreihe, die sich an Konsumentinnen und Konsumenten richtet:

Basisflyer

- SUISSE GARANTIE – Das Herkunftszeichen der Schweizer Landwirtschaft

Branchenflyer

- Milch und Milchprodukte
- Käse
- Fleisch, Wurst & Co.
- Obst, Beeren & Co
- Gemüse
- Kartoffeln und Kartoffelprodukte
- Eier

- Rapsöl (neu)



Wir freuen uns, wenn Sie die Broschüren einsetzen und an Interessierte weitergeben. Sie sind kostenlos erhältlich und können beim Sekretariat der AMS bestellt werden.

Auskünfte

Wir sind gerne für Sie da, wenn Sie ein Anliegen haben oder Auskünfte benötigen:

AMS Agro-Marketing Suisse
Sekretariat
Brunnmattstrasse 21
3007 Bern

Tel. 031 359 59 59

E-Mail: info@suissegarantie.ch

Viele Informationen rund um SUISSE GARANTIE finden Sie auch unter www.suissegarantie.ch

