

## **Die AMS, die Branchen und SUISSE GARANTIE**

Die Schweizer Landwirtschaft steht heute vor grossen Herausforderungen: WTO-II-Verhandlungen, Globalisierung der Märkte und damit zunehmende Konkurrenz der einheimischen Produkte durch ausländische Angebote, hohe Produktionskosten im Inland, tendenziell sinkende Einkommen, abnehmende staatliche Stützung, harter Preis- und Margenkampf bei Lebensmitteln, sich verändernde Lebens- und Konsumgewohnheiten, von allen Seiten kräftig umworbene Konsumentinnen und Konsumenten sowie gesättigte Märkte. Eine der Konsequenzen daraus: Ein professionelles und gut koordiniertes Marketing für den Absatz der einheimischen landwirtschaftlichen Basisprodukte ist mehr denn je unerlässlich geworden.

Um Marketing- und Kommunikationsanstrengungen der verschiedenen landwirtschaftlichen Branchen zu koordinieren, wurde Anfang 1997 die AMS Agro-Marketing Suisse gegründet. Ziel war es, den Nahrungsmitteln aus der Schweizer Landwirtschaft mit verschiedenen Aktivitäten zu einem professionellen Marktauftritt zu verhelfen, die Sympathie für einheimische Produkte zu fördern und dadurch einen indirekten Beitrag an die Erhöhung der Wertschöpfung und damit an die Einkommenssicherung der Produzenten zu leisten.

Der Bund unterstützt mit der aktuellen Agrargesetzgebung die landwirtschaftliche Absatzförderung mit begrenzten, für die Landwirtschaft aber sehr wichtigen Beiträgen, wie dies auch in der EU, den USA und anderen Industriestaaten der Fall ist. Die knapper werdenden Finanzen verlangen nach einer optimalen Ausnutzung dieser Gelder. Um den Herausforderungen des Marktes unter diesen Rahmenbedingungen zu begegnen, ist Zusammenarbeit ein Muss.

### **Alle wichtigen landwirtschaftlichen Organisationen sind dabei**

Der AMS gehören heute rund 40 Mitglieder an. Alle wichtigen landwirtschaftlichen Branchen- und Produzenten-Organisationen sind vertreten, so dass die AMS eine repräsentative Absatzförderungsplattform der Schweizer Landwirtschaft darstellt. Folgende Ziele hat sich die AMS gesteckt, um den Schweizer Landwirtschaftsprodukten zu einem optimalen Marktauftritt zu verhelfen:

- Synergien nutzen zwischen den vielfältigen Kommunikationsmassnahmen der landwirtschaftlichen Organisationen für eine effiziente, gemeinsame Absatzförderung
- optimale professionelle Marketing-Unterstützung für den Absatz der Produkte der Schweizer Landwirtschaft geben
- Kosten und Nutzen der Marketing-Aktivitäten zugunsten der landwirtschaftlichen Basisprodukte optimieren

## **Schwerpunkt der AMS 2004: Markteinführung von SUISSE GARANTIE**

In diesem Jahr war für die AMS und den Absatz von Schweizer Landwirtschaftsprodukten die Einführung der Garantiemarke SUISSE GARANTE als neues gesamtlandwirtschaftliches Herkunftszeichen das wichtigste Projekt.

Studien zeigen, dass Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten Produkte aus dem eigenen Land bevorzugen und eine klare Herkunftsdeklarationen fordern. Besonders bei Lebensmitteln gilt Schweizer Produktion als Qualitätsmerkmal. Um die Herkunft als gemeinsame Erfolgsposition im Marketing zu nutzen, hat sich die AMS entschlossen, Schweizer Landwirtschaftsprodukte einheitlich auszuzeichnen. Sie hat dafür die geschützte Garantiemarke SUISSE GARANTIE geschaffen. Mit der Garantiemarke SUISSE GARANTIE kommt die AMS dem Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach einer klaren Erkennbarkeit der Herkunft der Lebensmittel nach. Die Einführung der neuen Garantiemarke entspricht auch einem Bedürfnis der Produzenten, die sich mit ihren einheimischen Produkten auf immer offeneren Märkten profilieren müssen. SUISSE GARANTIE wurde von wichtigen Marktpartnern der Schweizer Landwirtschaft positiv aufgenommen.

Als Vertreter des Schweizerischen Obstverbandes, der nationalen Branchen- und Produzentenorganisation im Früchtebereich und gleichzeitig Mitgliedorganisation der AMS, freut es mich natürlich ganz besonders, dass das ursprünglich vom Verband Schweizer Gemüseproduzenten und vom Obstverband lancierte Projekt einer gemeinsamen Schweizer Herkunftsmarke heute über die Kommunikationsplattform AMS in enger Zusammenarbeit mit verschiedenen bedeutenden Partnerorganisationen - wie dem Schweizerischen Bauernverband SBV und den Grossverteilerorganisationen Migros und COOP - auf dem Markt eingeführt und umgesetzt werden kann.

Ich danke allen, die zu diesem Meilenstein der inländischen landwirtschaftlichen Absatzgestaltung beigetragen haben und wünsche der neuen Herkunftsmarke und allen Beteiligten eine erfolgreiche Markteinführung.

---

Bruno Pezzatti  
Vizepräsident AMS und Direktor Schweizerischer Obstverband  
Baarerstrasse 88, Postfach 2559, 6302 Zug  
Tel. 041 728 68 68  
bruno.pezzatti@swissfruit.ch