

MEDIENMITTEILUNG zur AMS Mitgliederversammlung

Bern, 15. Juni 2020

AMS Agro-Marketing Suisse mit angepasster Strategie

Die AMS Mitgliederversammlung fand am 15. Juni 2020 auf schriftlichem Wege statt. AMS hat ihre Strategie angepasst. Sie will ihre Rolle als Impulsgeber und Drehscheibe für die Absatzförderung von landwirtschaftlichen Produkten verstärken. Dazu gehört eine engere Zusammenarbeit mit dem „Verein Qualitätsstrategie“. Die Fortsetzung der Kampagne «Innere Werte», für mit Suisse Garantie ausgezeichnete Produkte, war erfolgreich.

In der Arbeit des Vorstands kam einer Überarbeitung der Strategie für die AMS eine zentrale Bedeutung zu. Unter Einbezug der relevanten Produktmarktgebiete wurde eine Situationsanalyse vorgenommen und darauf basierend eine aktualisierte Strategie erarbeitet. Sie umfasst eine Vision, eine Mission und folgende strategische Leitplanken:

- Die AMS versteht sich als Impulsgeberin und Drehscheibe in der Absatzförderung für Produkte der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft; d.h. für die Produzenten- und Branchenorganisationen, die Verarbeiter, den Detailhandel und die Gastronomie und sie ist Ansprechpartnerin für die Absatzförderung des Bundes.
- Die AMS vertritt nicht ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Branche, wie ihre Mitgliederverbände, sondern mit der Dachmarke «Suisse Garantie» das Ideal und die Vorzüge der Herkunft Schweiz.
- Die AMS engagiert sich darüber hinaus für sämtliche Herkunftsetiketten in der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft mit denselben Zielen und versteht sich als Partnerin für deren Trägerorganisationen.
- Die AMS übernimmt eine führende Rolle zur Stärkung der Mehrwerte innerhalb der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft und engagiert sich so für marktgerechte und nachhaltige Nahrungsmittel Schweizer Herkunft. Sie steht im Dialog mit Organisationen mit analoger Zielsetzung.
- Die AMS übernimmt die Leitung der Wertediskussion und die strategische Führung der Kommunikation und fördert so auch die kleineren Branchen.
- Die AMS nutzt das bestehende Synergiepotential und sorgt so für mehr Effizienz und Wirkung.
- Die AMS übernimmt als Dienstleisterin Aufgaben, die gemeinsam besser und kostengünstiger geleistet werden können. Die Mitglieder sind eingeladen, diese Dienstleistungen auch zu beanspruchen.

Zusammenarbeit mit dem Verein Qualitätsstrategie

Die AMS ist Mitglied im Verein Qualitätsstrategie Schweiz (VQS). In diesem ist die ganze Wertschöpfungskette vertreten. Der Verein bearbeitet das Thema «Weiterentwicklung der Mehrwertstrategie für die Schweizer Landwirtschaft». Das ist ein langfristiges Projekt. Es soll die Basisprodukte der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft auf der Grundlage von Kundenerwartungen, durch einen Branchenstandard für die Basisprodukte, von der ausländischen Produktion abheben. Da es gerade auch beim Thema «Mehrwerte» Überschneidungen mit den Tätigkeiten der AMS gibt, die in diesem Bereich eine wichtige Rolle einnehmen will, arbeitet die AMS an vorderster Front mit.

Kampagne Suisse Garantie «Innere Werte»

Die Fortsetzung der Kampagne «Innere Werte» war erfolgreich. Sie erzeugte eine sehr gute Wirkung. Die Kampagne zeigt auf, dass einheimische Produkte nicht nur für hohe Qualitätsmerkmale und Rohstoffe aus der Schweiz stehen, sondern auch weitere wichtige Werte verkörpern, zum Beispiel den Erhalt von Arbeitsplätzen, Traditionen, Natürlichkeit oder im Zusammenhang mit der Klimadebatte kurze Transportwege, neu dazu kommt auch wieder Unabhängigkeit.

Die Dachmarke «Suisse Garantie» wird weiterhin breit eingesetzt. Aktuell sind 1377 Betriebe der Veredelung und des Handels im Besitz einer Benutzungsberechtigung für «Suisse Garantie». Die folgenden Produktgruppen können bei Erfüllung der Anforderungen gekennzeichnet werden: Obst, Gemüse, Milch, Milchprodukte, Käse, Fleisch, Eier, Kartoffeln, Zucker, Speisepilze, Getreideprodukte, Speiseöle, Honig und andere Bienenprodukte, Wildfische und Wildkrebse sowie Schnittblumen und Topfpflanzen. Mit «Suisse Garantie» gekennzeichnete Produkte im Angebot führen unter anderem Coop, Migros, Volg, Denner, Spar, Aldi, Lidl, Prodega sowie der Systemgastronom McDonald's. «Suisse Garantie» gibt den Konsumenten in Bezug auf die Herkunft Sicherheit und ermöglicht, auf einen Blick die Herkunft des Produktes klar ersichtlich zu machen. Intensiviert wurde die Zusammenarbeit mit der Zuckerbranche.

Rückfragen:

AMS Agro-Marketing Suisse, Brunnmattstrasse 21, CH-3007 Bern, www.suissegarantie.ch

Urs Schneider, Präsident der AMS
Denis Etienne, Geschäftsführer der AMS

079 438 97 17
031 359 57 78

Agro-Marketing Suisse (AMS)

Über 40 Produzenten- und Branchenorganisationen der Schweiz sind im Verein Agro-Marketing Suisse (AMS) zusammengeschlossen. Hauptziele der AMS sind:

- Die Förderung des Absatzes von Schweizer Produkten im In- und Ausland
- Bewerbung von Produkten mit dem Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE, welches die Rohstoffherkunft aus der Schweiz, einen ökologischen Leistungsnachweis, kein Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen und eine zertifizierte Kontrolle voraussetzt
- Optimale Marketing-Unterstützung beim Absatz und der Verwertung von landwirtschaftlichen Produkten
- Service- und Koordinationsfunktionen für die Branchenorganisationen wahrnehmen
- Maximale Qualität der Dienstleistungen durch hohe Sachkompetenz in den Bereichen Marketing, Agrarwirtschaft und -politik gewährleisten

