

Infoanlass VQS - Aarau - 18.9.2020

«Welche Voraussetzungen braucht es um Mehrwerte im Markt umzusetzen und wie kann man das machen?»

Urs Schneider, Präsident AMS

AMS AGRO-MARKETING SUISSE



Unsere Vision

Die **KonsumentInnen** ziehen Nahrungsmittel aus der Schweiz importierten Nahrungsmitteln deutlich vor. **Sie erkennen und schätzen deren Einzigartigkeit und inneren Werte und sind bereit, dafür mehr zu bezahlen** als für vergleichbare Produkte aus dem Ausland.



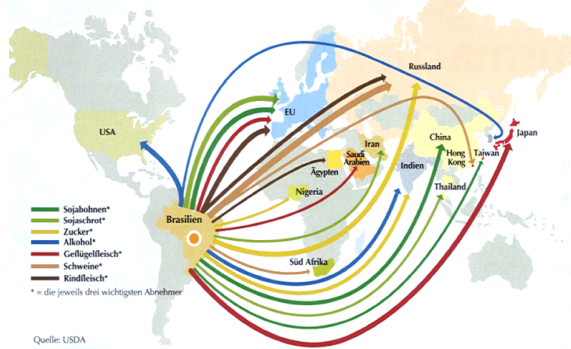
Die 5 strategischen Ziele

- **Den Konsum von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten gegenüber ausländischen Konkurrenz- und Substitutionsprodukten erhöhen.**
- **Die Konsumenten in der Schweiz für Nahrungsmittel aus der Schweiz begeistern, so dass sie deren Mehrwert erkennen, gegenüber Import oder Substitutionsprodukten.**
- **Die Produzenten und ihre Organisationen dazu motivieren, das hohe Qualitätsniveau zu halten und auszubauen.**
- **Verarbeiter, Detailhandel, Grossverteiler und Gastronomie von den Mehrwerten von Schweizer Nahrungsmitteln überzeugen.**
- **Zusammenarbeit zwischen Mitgliederverbänden und Behörden fördern und Synergien nutzen.**

Umfeld: Vielfältige Herausforderungen

Freihandel

► Grafik 1: Brasilien exportiert in alle Welt



Tierwohl



Ökologie



Markt



Alleinstellungsmerkmale

- Nähe
- Frische
- Qualität
- Umweltschonende Produktion
- Tierschutzniveau
- Gemeinwirtschaftliche Leistungen

➔ **Mehrwerte !**



Chance Mehrwert - Glaubwürdige, echte Mehrwerte

- Differenzierung über Qualität ist DIE Chance für die Schweizer Landwirtschaft
- Den Vorsprung gilt es zu halten, was Weiterentwicklung bedingt (die Anderen schlafen nicht)
- Die Mehrwertstrategie gilt es über alle Produktionssegmente hinweg auszudehnen
- Mehrwerte sichtbar machen

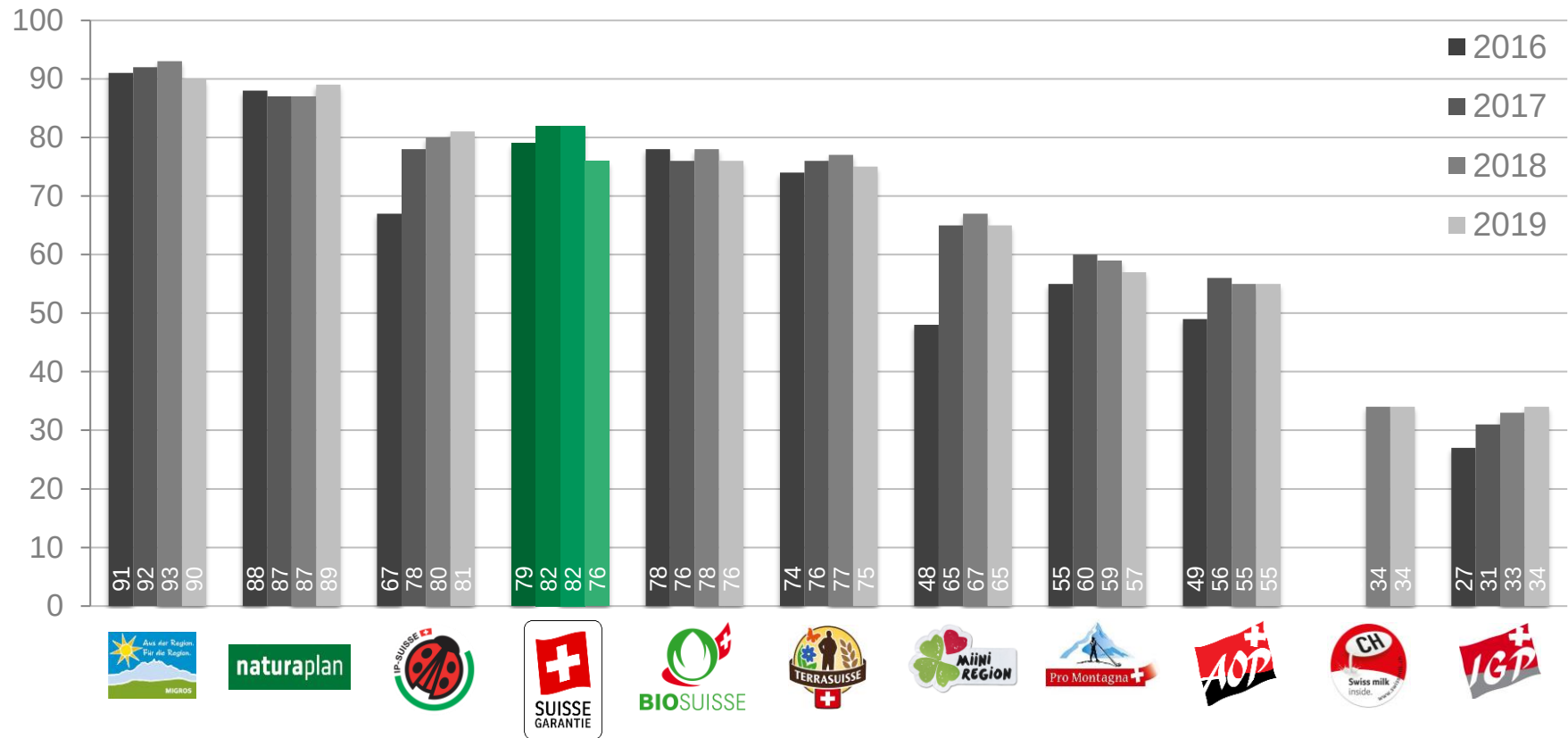


Mehrwerte in Szene setzen – alle machen es !



Sie machen es erfolgreich: Gestützte Bekanntheit in Prozenten.

Q19: Welche der folgenden Qualitäts-Label, Gütesiegel, Herkunftszeichen oder Garantiemarken kennen Sie?



**Bekanntheit, Glaubwürdigkeit und Beachtung für Schweizer Produkte sind gut,
Wir müssen aber auch über die Produktqualität hinausgehende Mehrwerte von
Schweizer Produkten sichtbar machen**



Reichlich und reines Wasser



Gute und fruchtbare Böden



Gentechnikfrei



Sorgfalt unserer Bauern



Schweizer Werte / Tradition



Ideale Klimabedingungen



Kurze Transportwege



Strenge ökologische Standards



Höhere Standards
beim Tierschutz



300'000 Arbeitsplätze



Kontrollierte Herkunft

**Atlas der
«Inneren
Werte»!**



Sortenvielfalt
garantiert.



Auslauf
garantiert.



Frische
garantiert.



Schweizer Tradition
garantiert.



Tradition
garantiert.



Natürlichkeit
garantiert.



Einheimischer Genuss
garantiert.



Sorgfältige Tierhaltung
garantiert.



Regionale Vielfalt
garantiert.



Einheimisches Handwerk
garantiert.



Frische
garantiert.



Kurze Transportwege
garantiert.

Schweiz. Natürlich.

**Auf die
inneren Werte
kommt es an.**

Regionale Vielfalt
garantiert.



Schweiz. Natürlich.

**Auf die
inneren Werte
kommt es an.**

Kurze Transportwege
garantiert.



Schweiz. Natürlich.

**Auf die
inneren Werte
kommt es an.**

Schweizer
Tradition garantiert.



Kommunikation/Marketing: 3-stufiges Kommunikationsmodell

Unternehmen/Detailhandel



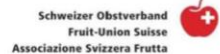
AMS

Agro Suisse Marketing als Dachorganisation aller Produzenten



Branchen/Produzenten

Milch, Gemüse, Obst, Wein, Fleisch, etc.

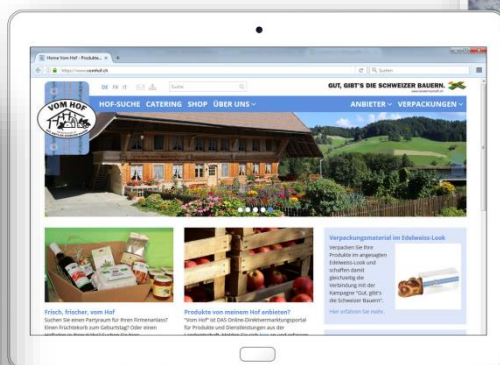


Basiskommunikation

Projekte unter der Edelweiss-Kampagne vom Schweizer Bauernverband



Mit bunter Palette an Massnahmen legen wir Fundament



Mehrwerte - Chancen für alle:

Produzenten

Verarbeiter, Handel

Konsumentinnen/Konsumenten



Danke für's Zuhören - Diskussion

