

MEDIENMITTEILUNG zur AMS Mitgliederversammlung  
Bern, 31. Mai 2017

### **Agro-Marketing Suisse mit neuer Kommunikationsstrategie**

*An der AMS Mitgliederversammlung stand die Überarbeitung der Marketingstrategie im Fokus. Erstmals im AMS Tätigkeitsprogramm finden sich die Messeauftritte an der Foire du Valais in Martigny und Les Automnales in Genf. Stephan Hagenbuch wird als Vertreter der Schweizer Milchproduzenten neu im Vorstand Einsitz nehmen.*

Schweizer Lebensmittelproduzenten wollen mit ihrer Strategie erreichen, dass sich ihre Qualitätsprodukte im inländischen Markt gegenüber importierten Nahrungsmitteln durchsetzen. Darüber hinaus sollen Schweizer Spezialitäten im Ausland im Premium-Segment positioniert und mit entsprechender Wertschöpfung vermarktet werden. Zur Umsetzung dieser Strategie nimmt AMS Agro-Marketing Suisse eine wichtige Rolle ein. Als grösster Verbund von Produzenten- und Branchenorganisationen der Land- und Ernährungswirtschaft bietet sie mit „Suisse Garantie“ ein Herkunftszeichen, das über alle Produktbereiche eingesetzt wird. Im April hat der Vorstand eine neue Marketingstrategie verabschiedet. Ziel ist es, vermehrt die „inneren Werte“ der Schweizer Produkte zu vermitteln, um die hohe Qualität der Schweizer Herkunft beim Tierwohl, der Ökologie und der Nachhaltigkeit im Bewusstsein der Kunden zu verankern. Bei den Auftritten an Publikumsmessen ändern die Standorte in der Westschweiz. Neu tritt AMS mit einem eigenen Restaurant und Informationsstand an der Foire du Valais in Martigny auf. Daneben realisiert AMS in Partnerschaft mit Palexpo einen Restaurationsauftritt an Les Automnales in Genf.

### **Suisse Garantie-Anforderungen bleiben bestehen**

Für das Geschäftsjahr 2016 schliesst der Präsident von AMS, Urs Schneider, ein positives Fazit. Stand Ende 2016 besitzen 1'434 Firmen eine Suisse Garantie-Benutzungsberechtigung. Davon stammen 41% aus der Milchbranche, 30% aus den Bereichen Früchte, Gemüse und Kartoffeln, 14% aus der Getreide- und Ölsaaten-Branche und 10% aus den Bereichen Fleisch und Fleischprodukte. Der Rest verteilt sich auf Speisepilze, Eier und Eierprodukte, Honig, Hortikultur, Wildfische und -krebse. Diese Zahlen entsprechen in etwa denen aus den Vorjahren. Nachdem der Bundesrat die Inkraftsetzung der Swissness-Verordnung auf den 1. Januar 2017 festgesetzt hat, hat AMS die Positionierung von „Suisse Garantie“ überprüft und entschieden, die höheren Anforderungen als für die Swissness beizubehalten. Einzig den Umgang mit Grenz- und Freizonen hat AMS den Swissness-Bestimmungen angepasst.

### **Sonderauszeichnung für ohne Gentechnik hergestellte Milch und Milchprodukte**

Positiv würdigt der Präsident in seinem Jahresbericht die neue Sonderauszeichnung „ohne Gentechnik“. Schweizer Lebensmittelexporteure nach Deutschland und Österreich haben seit dem 1. Januar 2017 die Möglichkeit, ihre Suisse Garantie-zertifizierten Milch und Milchprodukte mit dem Hinweis „ohne Gentechnik“ auszuzeichnen. Der Zusatz „ohne Gentechnik“ zeigt den Konsumenten, dass bei der Verarbeitung der Milch- und Milchprodukte keine deklarationspflichtigen, gentechnisch veränderten Organismen (GVO) eingesetzt wurden.

### **Wahlen 2017**

Als Vertreter der Schweizer Milchproduzenten SMP hat die Mitgliederversammlung Stephan Hagenbuch als Nachfolger von Kurt Nüesch in den Vorstand gewählt. Kurt Nüesch tritt Ende Monat in den Ruhestand. Die bisherigen Vorstandmitglieder wurden einstimmig wiedergewählt.

### **Rückfragen:**

AMS Agro-Marketing Suisse, Brunnmattstrasse 21, CH-3007 Bern, [www.agromarketingsuisse.ch](http://www.agromarketingsuisse.ch)

Urs Schneider, Präsident der AMS  
Roger Gut, Geschäftsführer der AMS

0041/ 79 438 97 17  
0041/ 31 359 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