

A scenic photograph of a Swiss landscape. In the foreground, there is a lush green field with a wooden fence. In the middle ground, there are rolling green hills with scattered trees and a few buildings. The background shows misty mountains under a cloudy sky.

Gemeinsam stark

Die AMS Agro-Marketing Suisse

Die **AMS Agro-Marketing Suisse** ist die Vereinigung der landwirtschaftlichen Branchenorganisationen der Schweiz. Sie verhilft Grundnahrungsmitteln aus der Schweiz zu einem professionellen Marktauftritt und fördert so die Sympathie für einheimische Produkte.

Die Organisation realisiert sowohl eigene Marketingmassnahmen als auch Marketingdienstleistungen für ihre Mitglieder.

Zusätzlich fördert sie die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliederorganisationen und schafft so wertvolle, branchenübergreifende Synergien

Basiskommunikation: für Landwirtschaftsprodukte unentbehrlich

Die Schweizer Bauern produzieren Milch, Fleisch, Obst, Gemüse, Eier, Kartoffeln, Getreide – etwas mehr als die Hälfte aller Lebensmittel, die in der Schweiz konsumiert werden. Doch die Bauern bieten noch mehr: Sie pflegen den Boden, nutzen schonend das Land, gestalten und prägen eine vielfältige Landschaft und beleben die ländlichen Gegenden. Ohne sie wären Randregionen bald unbewohnt, die Wiesen und Alpweiden würden verbuschen und verganden. Die Schweizer Landwirtschaft liefert also nicht nur gesunde, umweltgerecht produzierte Nahrungsmittel, sie erbringt auch eine Vielzahl gemeinwirtschaftlicher Leistungen zum Nutzen der Bevölkerung sowie der Feriengäste und des Tourismus.

Die Schweizer Landwirtschaft ist heute zunehmend mit existenziellen Problemen konfrontiert: Globalisierung der Märkte und damit zunehmende Konkurrenz der einheimischen Produkte durch ausländische Angebote, Einkaufstourismus, hohe Produktionskosten, sinkende Einkommen, abnehmende staatliche Stützung, harter Preis- und Margenkampf bei Lebensmitteln, abnehmende

Solidarität mit der Landwirtschaft, sich verändernde Lebens- und Konsumgewohnheiten, von allen Seiten kräftig umworbene Konsumentinnen und Konsumenten sowie gesättigte Märkte sind die Stichworte.

Eine der Konsequenzen daraus: Professionelles Marketing für den Absatz der einheimischen landwirtschaftlichen Basisprodukte ist unerlässlich.

Und genau darum kümmert sich die AMS. Der Verein AMS Agro-Marketing Suisse wurde Anfang 1997 von den wichtigsten landwirtschaftlichen Organisationen gegründet, um die Interessen der schweizerischen Landwirtschaft im Bereich der Marketing-Kommunikation zu vertreten. Sie verhilft den Grundnahrungsmitteln mit verschiedenen Aktivitäten zu einem professionellen Marktauftritt, fördert die Sympathie für einheimische Produkte und leistet dadurch einen aktiven Beitrag an die Einkommenssicherung der Produzenten. Für die Produzenten ist es wichtig, dass die landwirtschaftlichen Grundnahrungsmittel einen gelungenen Marktauftritt haben.

Vom Bund unterstützt

Im Rahmen der aktuellen Agrargesetzgebung unterstützt der Bund koordinierte Absatzförderung. Gemäss Artikel 12 des Landwirtschaftsgesetzes dürfen Bundesmittel aber nur für Projekte in den Bereichen Basiskommunikation und Marktforschung eingesetzt werden.

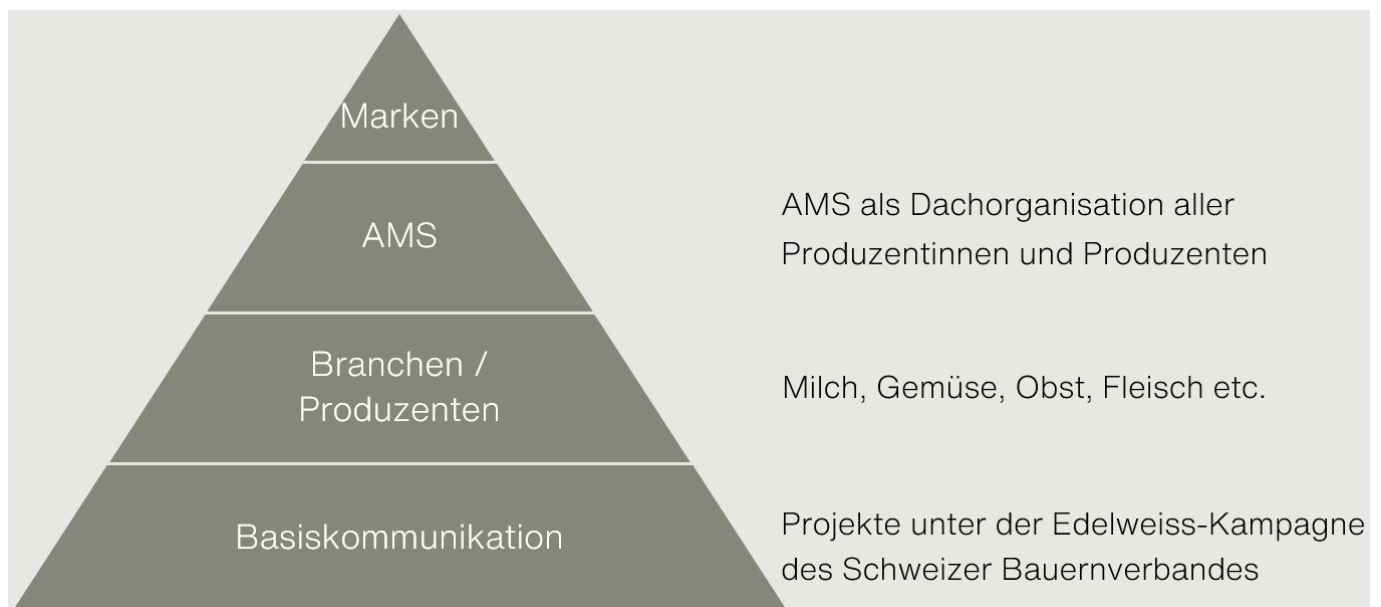
Die Schweizer Landwirtschaft muss ihre Kräfte auch in Kommunikation und Werbung bündeln, um sich auf den immer härter umkämpften Märkten behaupten zu können.

Die AMS: Alle wichtigen Organisationen vereint

Die AMS ist ein Verein mit Sitz in Bern. Mitglieder können werden: nationale und regionale Branchenorganisationen der Landwirtschaft, bäuerliche Standesorganisationen sowie Produktions-, Dienstleistungs- und Handelsunternehmen, die die bäuerliche Selbsthilfe bezwecken. Wer Mitglied werden will, muss an kooperativer Zusammenarbeit interessiert sein und gemeinsam zu den gesteckten Zielen beitragen wollen.

Der AMS gehören mehr als 30 Mitglieder an. Alle wichtigen landwirtschaftlichen Organisationen und Branchen sind vertreten, so dass die AMS eine repräsentative Plattform der Schweizer Landwirtschaft darstellt.

Die AMS: ein fester Platz in der landwirtschaftlichen Kommunikation



Die Ziele der AMS: Effizienz und Marktpräsenz

Die AMS hat sich ambitionöse Ziele gesteckt, um den Schweizer Landwirtschaftsprodukten zu einem optimalen Marktauftritt zu verhelfen. Sie will:

- Den Konsum von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten gegenüber ausländischen Konkurrenz- und Substitutionsprodukten erhöhen.
- Die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz für Nahrungsmittel aus der Schweiz begeistern, so dass sie deren Mehrwert gegenüber Import oder Substitutionsprodukten erkennen.
- 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.

Das heisst konkret: Die Mitglieder nutzen Infrastruktur und Logistik zusammen und führen Kommunikationsmassnahmen gemeinsam durch. So schafft die AMS Synergien im Absatzförderungsbereich, optimiert das Verhältnis von Kosten und Nutzen der Marketing-Aktivitäten und trägt wesentlich zu einem schlagkräftigen Marktauftritt von Schweizer Landwirtschaftsprodukten bei.

Die Finanzierung der AMS

Die Finanzierung erfolgt zum einen durch die jährlichen Mitgliederbeiträge durch die Mitglieder der AMS.

Dazu kommt die projektbezogene Finanzierung. Die Kosten der einzelnen Massnahmen werden auf die einzelnen Branchen aufgeschlüsselt. Richtgrössen der Aufschlüsselung ist die landwirtschaftliche Endproduktion.

Die Organisation der AMS: Schweizerisch und föderalistisch

Die Organe sind die Mitgliederversammlung, der Vorstand, die Arbeitsgruppen und die Rechnungsrevisoren. Die Geschäftsführung und das Sekretariat arbeiten im Mandatsverhältnis und erledigen die täglichen operativen Aufgaben. Die aktive Zusammenarbeit innerhalb der AMS erfolgt in verschiedenen Arbeitsgruppen. Dort werden gemeinsame Projekte entwickelt und realisiert. Die Mitarbeitenden sind Fachspezialisten aus den Mitgliederorganisationen, was sicherstellt, dass das vorhandene Know-how ausgetauscht und optimal genutzt wird und dass die vorhandene Infrastruktur effizient eingesetzt werden kann. Die Mitglieder der AMS bleiben grundsätzlich autonom. Sie entscheiden, wie stark sie sich innerhalb der AMS engagieren wollen,

Das System der AMS hat verschiedene Vorteile: Die Branchen bestimmen selbst, wie sie ihre Mittel und ihr Engagement einsetzen.

zen, so dass ein klarer Nutzen für sie resultiert. Gearbeitet wird mit einer minimalen Infrastruktur und einer äusserst schlanken Administration.

Dadurch bleibt die Eigenständigkeit der Branchen gewährleistet und die Zusammenarbeit kann dort erfolgen, wo sie sinnvoll ist. Dies schränkt jedoch den Aktionsradius einer gemeinsamen Organisation wie der AMS ein. So muss als Nachteil in Kauf genommen werden, dass nur ein relativ kleiner Teil der Absatzförderungsmittel in gemeinsame Aktivitäten fließt.

Die Projekte der AMS

Suisse Garantie – die Garantiemarke für Schweizer Landwirtschaftsprodukte

Studien zeigen, dass Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten Produkte aus dem eigenen Land bevorzugen und klare Herkunftsdeklarationen fordern. Besonders bei Landwirtschaftsprodukten gilt die Schweizer Produktion als Qualitätsmerkmal. Um die Herkunft als gemeinsame Erfolgsposition im Marketing zu nutzen, hat sich die AMS entschlossen, Schweizer Landwirtschaftsprodukte zu kennzeichnen.



Sie hat dafür die geschützte Garantiemarke Suisse Garantie geschaffen. Damit dürfen Lebensmittel gekennzeichnet werden, die aus der Schweiz stammen und in

der Schweiz verarbeitet worden sind. Alle Rohstoffe stammen von Betrieben, die für

den Ökologischen Leistungsnachweis (ÖLN) eingeschrieben sind, an ihm teilnehmen und kontrolliert werden oder vergleichbare Anforderungen erfüllen.

Pflanzliche Erzeugnisse sowie tierische Produkte werden ohne Hilfe von gentechnisch veränderten Organismen hergestellt.

Für die Vergabe, Verwendung und Kontrolle des Logos gelten verbindliche und glaubwürdige Richtlinien. Kontrolliert wird die Erfüllung der Auflagen von einer akkreditierten, unabhängigen Zertifizierungsstelle.

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 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.

Produkte mit Suisse Garantie müssen:

- in der Schweiz hergestellt und verarbeitet sein. Inbegriffen sind das Fürstentum Liechtenstein, die Freizone Genf sowie die in Staatsverträgen geregelten Grenz-zonen;
- ohne gentechnisch veränderte Pflanzen und Tiere produziert sein;
- von umweltschonend arbeitenden Betrieben stammen.

Produkte mit Suisse Garantie

- werden über die gesamte Produktionskette kontrolliert.

Die Garantiemarke Suisse Garantie

- wird von der Schweizer Landwirtschaft getragen.
- stärkt das Vertrauen in Schweizer Nahrungsmittel.
- gibt den Konsumentinnen und Konsumenten grösstmögliche Sicherheit.

Messen und Ausstellungen

Die AMS organisiert für ihre Mitglieder verschiedene Events in der Schweiz und im Ausland. Sie ist insbesondere mit einem Stand an den grossen Messen vertreten. Eine physische Präsenz sowohl in der Schweiz als auch im Ausland ermöglicht der AMS, die Werte der Schweizer Produkte spürbar zu vermitteln.

Messen in der Schweiz

Ein zeitgemässer Auftritt an Messen und Ausstellungen sichert die Präsenz der Landwirtschaft an wichtigen Publikumsveranstaltungen im Inland, also beispielsweise an der BEA oder der OLMA. So können das Image der Schweizer Agrarprodukte gezielt gepflegt, die Kontakte zu wichtigen Marktpartnern unterhalten und Kosten für Infrastruktur, Logistik und Platzmieten niedrig gehalten werden. Die AMS nutzt die Messeauftritte vor allem, um die Garantiemarke Suisse Garantie bekannt zu machen.

Messen International:

Die «Internationale Grüne Woche» in Berlin

Die «Internationale Grüne Woche» in Berlin ist die bedeutendste Nahrungsmittelmesse im deutschsprachigen Raum mit über 400'000 Besucherinnen und Besuchern. Sie zieht sowohl Fachpublikum an wie auch Endkonsumenten – ist also die ideale Plattform für Schweizer Produkte mit ausländischem Marktpotenzial.

Warum geht die AMS ins Ausland? Die Liberalisierung im Agrarprodukte und Nahrungsmittel-Handel nimmt zu und der Export von Schweizer Landwirtschaftsprodukten gewinnt an Bedeutung. Aktivitäten im Ausland sind nötig, will man nicht in der Masse untergehen oder gar unbeachtet bleiben. Mit dem AMS-Messestand markiert die Schweizer Landwirtschaft Präsenz und ergreift gezielt und aktiv Exportmöglichkeiten.

An der «Internationalen Grünen Woche» zeigt sich, dass das Konzept der AMS aufgeht: Die Aussteller profitieren von gemeinsam genutzter Infrastruktur und erhalten zu günstigen Konditionen eine attraktive Plattform für ihre Produkte. Die ausländischen Besucher nehmen die Schweizer Landwirtschaft in ihrer ganzen Vielfalt und dennoch als Einheit wahr. Der Gemeinschaftsstand beherbergt neben verschiedenen Ausstellern auch ein Take Away. Er ist nicht nur Treffpunkt für kulinarisch Interessierte und attraktiver Ort für Anlässe und Events, sondern auch Plattform für Agrarpolitiker aus der Schweiz und Europa.

Dienstleistungen

Marketingforschung

Marktforschungsdaten sind eine Basis für zielgerichtete und effiziente Marketingaktionen. Die AMS bündelt die gemeinsamen Marktforschungsbedürfnisse ihrer Mitglieder und handelt beim Einkauf von Marktforschungsdaten günstige Konditionen aus. Sie organisiert auch Weiterbildungstagungen, die für alle Branchen von Interesse sind.

Media

Die Komplexität im Bereich der Medienlandschaft hat in den letzten Jahren stark zugenommen, weshalb eine spezialisierte Betreuung in diesem Gebiet immer wichtiger wird. CERES MEDIA bietet folgende Services an:

Media Full Service: CERES MEDIA bietet komplette, massgeschneiderte Problemlösungen an. Von der Problemanalyse über

das Mediakzept und die Mediastrategie bis hin zur Planung, inklusive Einkauf und Kontrolle. Dank dem Einsatz eines eigenen Adservers werden Online-Kampagnen kosteneffizient und zielgruppengerecht ausgespielt. Durch die Spezialisierung in den Bereichen Food, Landwirtschaft und Gattungsmarketing sowie durch die starken Direktkontakte zu Medienvertretern auf allen Stufen bietet CERES MEDIA qualitativ hochwertige Serviceleistungen an.

Koordination und Organisation des Konzernabschlusses AMS: Durch die Positionierung der AMS-Mitglieder als Konzern und die damit verbundene Kumulation aller Media-Voluminas können höhere Rabatte beim Einkauf erzielt werden, welche jedem einzelnen AMS-Mitglied zu Gute kommen. Ebenfalls erhöht der gebündelte Konzernauftritt die Verhandlungsstärke gegenüber den Mediaanbietern.

AMS Agro-Marketing Suisse
Laubeggstrasse 68
Postfach
3006 Bern
031 359 59 59
info@agromarketingsuisse.ch
www.agromarketingsuisse.ch

