

Medienmitteilung des Schweizer Bauernverbands vom 15. Juni 2022

Marke der «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» im neuen Look

Während 20 Jahren haben die Schweizer Bauernfamilien mit den Kampagnen «Gut, gibt's die Schweizer Bauern.» und «Schweizer Bauern. Von hier, von Herzen.» die Gesellschaft über ihre Leistungen aufgeklärt. Seit heute treten sie unter der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern. Für dich.» auf. Die bisher individuellen Projektauftritte wie der 1. August-Brunch, Vom Hof, Lockpfosten oder Stallvisite werden in die Marke integriert. Ebenfalls neu erscheinen die Bäuerinnen explizit im Markennamen.

Die Landwirtschaft, und mit ihr die Bauernfamilien, befinden sich in einem herausfordernden Umfeld. In diesem Kontext ist es entscheidend, dass ihr Markenauftritt einprägsam ist, eine eindeutige DNA aufweist und verständliche Botschaften kommuniziert. Unter der Marke «Schweizer Bauern.» gesellten sich in den letzten 20 Jahren zahlreiche Untermarken wie der 1. August-Brunch, Stallvisite, Lockpfosten oder Vom Hof dazu. Sie alle zeichneten sich durch eigene Auftritte und visuelle Identitäten aus – und konkurrenzten so die Muttermarke. Neu wird sich die visuelle Leitidee über alle Massnahmen hinwegziehen. Anstelle der bisherigen Projekt-Webseiten sind sämtliche Informationen auf www.schweizerbauern.ch zu finden. Durch den einheitlichen Auftritt wird die Marke und damit die Wiedererkennung gestärkt.

Anstelle des bisherigen Logos steht neu ein blaugrüner Rahmen für die Schweizer Kulturlandschaft. Dieser umfasst die Leistungen und Mehrwerte, welche die einheimische Landwirtschaft für die Schweizer Bevölkerung erbringt. Der Claim «Für dich.» schliesst diesen Rahmen und stellt gleichzeitig den Bezug zwischen den Leistungen der Bauernfamilien und dem Benefit für die Zielgruppe her. Als Absender steht neu «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» über allem.

Basis für diese grosse Veränderung bildete eine repräsentative Umfrage bei der Bevölkerung sowie Expertengespräche mit Personen aus der Land- und Ernährungswirtschaft. Daraus erarbeitete der Schweizer Bauernverband zusammen mit den beiden landwirtschaftlichen Kommunikationsagenturen LID und Agir die strategischen Eckpfeiler der neuen Marke. Im Zentrum stehen inskünftig die Markenwerte «innovativ», «stark» und «verantwortungsvoll». Die Kommunikationsschwerpunkte der nächsten drei Jahre bilden die Themenbereiche «Tierwohl», «Ökologie / Biodiversität» sowie «Erholung, Bewegung & Nähe». Grafik und Design der neuen Marke hat die junge Werbeagentur «Mona und Mateo» aus Basel geschaffen.

Inhaltlich bleiben die beliebten und zum Teil langjährigen Massnahmen wie der 1. August-Brunch, die Stallvisite, die Direktvermarktungsplattform «Vom Hof», Mini-Broschüren oder die Werbeatikel im Edelweiss-Look weiterhin Bestandteil des Auftrittes. Sie werden auch künftig wertvolle Dienste leisten und Brücken zur breiten Bevölkerung schlagen.

Rückfragen:

Schweizer Bauernverband, Mirjam Hofstetter, Co-Leiterin Kommunikation, Tel. 056 462 52 14

Landwirtschaftlicher Informationsdienst, Mäggy Stark, Projektleiterin Kommunikation, Tel. 031 359 59 82

Agence d'information agricole romande AGIR, Fabienne Bruttin, Directrice, tél. 079 703 76 12 ou 021 613 11 31

Unione Contadini Ticinesi, Sem Genini, Direttore, Tel. 076 469 87 57

www.schweizerbauern.ch