



Medienmitteilung des Schweizerischen Bauernverbands vom 1. September 2011

Wer Bauer ist, ist auch Landschaftsarchitekt

Plakate mit Prominenten wie Michelle Hunziker, Michael Schumacher oder Fabian Cancellara im Edelweisshemd sind passé: Neu erklären die Bäuerinnen und Bauern selber, welche Leistungen sie für die Schweizer Bevölkerung erbringen. In vier humorvollen Fernsehspots von Bettina Oberli präsentieren die Bauernfamilien die ganze Breite ihrer Fähigkeiten, sei es als Botaniker, Namensforscher oder Detailhändler. Drei Strohmonolithen in St. Gallen, Lausanne und Bern symbolisieren ihre Rolle als Landschaftsarchitekten und läuteten die neue Etappe der Imagekampagne der Schweizer Landwirtschaft ein.

Man muss nicht Jean Nouvel heissen, um mit Kunst die Landschaft zu verschönern. Wer Bauer ist, ist schliesslich auch Landschaftsarchitekt. Mit drei Monolithen aus Stroh in den Städten St. Gallen, Lausanne und Bern starteten die Schweizer Bauernfamilien ihre neue Kommunikation mit der Bevölkerung. Ziel ist es, Sympathien für die Bauernfamilien schaffen, zum Kauf von einheimischen Produkten animieren und die Bedeutung der Landwirtschaft für unser Land zu unterstreichen.

Seit 2006 warben Prominente aus Wirtschaft, Sport und Showbusiness auf Plakaten für die Bedeutung und die Leistungen der Schweizer Bauernfamilien. Michelle Hunziker, Michael Schumacher oder Fabian Cancellara – um nur drei Beispiele zu nennen – im traditionellen Edelweisshemd und dem gemeinsamen Slogan „Gut, gibt's die Schweizer Bauern“ erzeugten eine grosse Aufmerksamkeit und kamen auch bei den Bauernfamilien gut an. Umso grösser war die Herausforderung, die Imagekampagne für die einheimische Landwirtschaft, die Bauernfamilien und ihre hochwertigen Produkte gebührend fortzusetzen.

In einem Agenturwettbewerb setzte sich die Idee der erfahrenen Agentur Jung von Matt aus Zürich durch. Sie schlugen vor, die Vielfältigkeit der Leistungen für die Gesellschaft und die dafür nötigen Kompetenzen des Bauernberufs ins Zentrum zu rücken. Eine sympathische, fiktive Bauernfamilie zeigt in vier, von der Regisseurin Bettina Oberli gedrehten Fernsehspots und ergänzenden Plakaten, was sie dank ihrem Beruf als Bauer oder Bäuerin auch noch sind: Botaniker, Detailhändler, Hotelier, Wellnesstrainer, Integrationsbeauftragte oder eben Landschaftsarchitekten. Das Bauernhemd als Erkennungsmerkmal und Key Visual bleibt erhalten. Nach fünf Jahren Plakataushang steht neu die Fernsehwerbung im Zentrum. In einer ersten Welle sind die neuen Spots während den Monaten September und Oktober zu sehen. Die Plakate sind in erster Linie dazu gedacht, die immer noch reichlich vorhandenen Promiplakate an Stall- und Scheunenwänden im ganzen Land abzulösen. Wer Bauer ist, ist schliesslich auch Werbeprofil!

Rückfragen:

Urs Schneider, Stv. Direktor/Leiter Kommunikation SBV, Mobile 079 438 97 17

Sandra Helfenstein, Mediensprecherin SBV, Tel. 056 462 52 21, Mobile 079 826 89 75

Markus Rediger, Landw. Informationsdienst LID, Tel. 031 359 59 80, Mobile 079 407 95 52

Martine Bailly, Agence d'information agricole romande, Tel. 021 613 11 31, Mobile 079 679 72 09

Spots und Making of-Film

Die neuen Spots der Schweizer Bauern ebenso wie ein Kurzvideo zum „Making of“ mit der Regisseurin Bettina Oberli finden Sie hier: www.sbv-usp.ch/de/aktuell/imagekampagne/2011