



20 Jahre GalloSuisse

Stark, schlagkräftig und schlank

Der Rückzug des Bundes aus dem Eiermarkt war der Auslöser, dass sich die Eierproduzenten 1999 schweizweit organisierten. Mit einer starken und schlagkräftigen Produzentenorganisation mit schlanken Strukturen sollte der Preiszerfall gestoppt und eine gute Kommunikation aufgebaut werden. Nach 20 Jahren kann GalloSuisse stolz sein auf das Erreichte; auf den Lorbeeren können sich die Schweizer Produzenten aber nicht ausruhen. Neuen Herausforderungen stehen an.

Gegründet wurde GalloSuisse am 29. April 1999 in Luzern. Anwesend waren 14 Vertreter von regionalen Produzentenvereinigungen und SEG-Genossenschaften. Das Ziel: Alle Eierproduzenten der Schweiz unter einem Dach vereinen, um ihre Interessen effizient zu vertreten. Erreicht werden sollten kostendeckende Preise und eine gute Kommunikation nach innen und nach aussen. Die Produzentenorganisation sollte stark und schlagkräftig sein, mit schlanken Strukturen.

Hintergrund war, dass der Produzentenpreis für Eier in den Jahren zuvor massiv gefallen und die politische Einflussnahme schwierig war, weil sich Produzentenorganisationen mit unterschiedlichen Interessen gegenüberstanden. Ausserdem war klar, dass der Bund mit der Agrarpolitik 2002 nur noch repräsentative Produzentenorganisationen als Gesprächspartner anerkennen würde.

Schon knapp zwei Monate später, am 24. Juni, trafen sich 76 Personen zur ersten Delegiertenversammlung, darunter 52 Stimmberechtigte. Sie beschlossen, ein Marketing für Schweizer Eier zu realisieren und damit von der neuen Absatzförderung des Bundes zu profitieren.

Präsident Willi Lüchinger baut den Verband auf

Als erster Präsident wurde Willi Lüchinger gewählt. Die Hauptaufgabe in den ersten zwei Jahren war, Mitglieder zu gewinnen und die Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen aufzubauen. Dabei zeigte sich rasch, dass regionale Zusammenschlüsse die Position der Produzenten gegenüber Abnehmern kaum verbesserten. Darum wurde beschlossen, abnehmerorientierte Organisationen ABOs zu gründen. Zudem wurde im Jahr 2000 die Paritätische Kommission der Eierproduzenten und des Handels Pako gegründet.

Die Produzentenpreise erholten sich jedoch nur langsam. Deshalb importierten einzelne Marktpartner vermehrt Junghennen. Damit konnten zwar kurzfristig die Produktionskosten gesenkt werden, gleichzeitig wurden aber gesundheitliche Probleme eingeführt. Auch kam die Schweizer Aufzuchtbranche unter grossen Druck. Der Verband beschloss deshalb, die Schweizer Herkunft mit dem Herkunftslabel „SUISSE Garantie“ zu schützen und für die Branche einheitliche Bedingungen bei den Produktionsmitteln aufzustellen. Gemeinsam mit der Pako gelang es auch, einen Richtpreis festzulegen. Dieser brachte Stabilität und Existenzsicherheit für die Eierproduzenten.

Ferner entwickelte Willi Lüchinger zusammen mit seinem Beraterstab das Marketing für Schweizer Eier. Geworben wurde mit Botschaften wie «Wir schwören auf Schweizer Eier», «Im Schweizer Ei ist mehr drin» und «Schweizer Eier machen eine gute Figur». Erstmals gab es Fernsehwerbung für Schweizer Eier; zweiter Schwerpunkt waren Auftritte an den grossen Publikumsmessen. Das Schweizer Ei konnte seine Position im Markt festigen und Jahr für Jahr mehr Vertrauen bei den Konsumenten gewinnen.



Jean Ulmann verteilte die Aufgaben im Vorstand

Nach 10 Jahren übergab Willi Lüchinger die Präsidenten-Glocke an Jean Ulmann. Damit änderte sich auch die Organisation des Verbandes: Jeweils zwei Vorstandsmitglieder übernahmen die Verantwortung für ein Ressort, Oswald Burch wurde als Geschäftsführer direkt vom Verband angestellt und die Geschäftsstelle am Aviforum eingerichtet.

Der neu organisierte Vorstand entwickelte den Verband weiter und stärkte die Vernetzung mit den Sektionen. Heute repräsentiert der Verband zwei Drittel der professionellen Eierproduzenten, die fast 80 Prozent der Legehennen halten.

Ein grosser Verdienst von Jean ist, dass er die Epidemie-Versicherung in den Verband geholt hat und sich engagiert für gute Leistungen bei Schadenfällen eingesetzt hat. Die Erträge aus dieser Dienstleistung und die steigende Anzahl Legehennen bei den Mitgliedern haben dazu geführt, dass der Mitgliederbeitrag in den ganzen 20 Jahren nie erhöht werden musste.

Ferner wurde in der Ära Ulmann eine neue Marketingstrategie entwickelt mit dem Slogan «Die glücklichsten Hühner legen die besten Eier». Der Fernsehspot, der dafür produziert wurde, war 2011 Branchensieger in der Kategorie Nahrung und Genuss. Mit der Kampagne gelang es GalloSuisse, die Botschaft zu verankern, dass Schweizer Eier tierfreundlich produziert werden.

Deshalb wurde Ende 2017 die Grundlage für eine neue Marketingstrategie erarbeitet. Die Analyse führte dazu, das Ei als natürliches, gesundes und vielfältig verwendbares Lebensmittel in den Mittelpunkt zu stellen. Die neue Kampagne mit dem Hashtag «Das Ei kanns» wurde am Welt-Ei-Tag 2018 lanciert.

Bereit für neue Herausforderungen

Die Ära Ulmann ging an der Delegiertenversammlung 2018 ein Jahr früher als gedacht zu Ende. Vizepräsident Willi Neuhauser übernahm interimistisch die Leistung des Verbands. Zusammen mit dem Vorstand nutze er das Jahr, den Verband für zukünftige Herausforderungen zu stärken. Die Geschäftsstelle wurde durch eine Marketingstelle erweitert und die Statuten total revidiert. Mit der Revision wird der Zusammenhalt gestärkt und die Organisation einfacher und flexibler. Ferner stärken die neu gegründete Interessengemeinschaft der f&f-Produzenten und die Partnerschaft mit der IG Bio-Ei Suisse die Basis von GalloSuisse.

«Heute können wir stolz sein, dass die Schweizer Eier höchstes Vertrauen geniessen», sagte Willi Neuhauser bei der Jubiläums-Delegiertenversammlung auf Schloss Lenzburg. Die ersten 20 Jahre GalloSuisse seien geprägt gewesen von Stabilität im Markt, einer guten Zusammenarbeit mit dem Handel und einem erfolgreichen Marketing. Diese Stabilität sei für alle positiv, ist aber nie selbstverständlich geworden. An Herausforderungen wird es auch in Zukunft nicht fehlen: Die Themen Agrarpolitik, Raumplanung und Tierwohl waren Dauerbrenner und werden die Schweizer Eierproduzenten auch in den nächsten Jahren beschäftigen.

Rückfragen:

Edith Nüssli, Generalsekretärin GalloSuisse, M: 077 442 16 38