

Der Mix macht es aus

Erfolgreiches Marketing zeichnet sich durch einen ausgewogenen Mix an neuen Projekten aus, sagt Simone May.

HANNI SCHILD

Agro Marketing Thurgau AG entwickelt sich weiter und sucht zu den bestehenden Projekten laufend neue Aktivitäten. Erfolgreiches und nachhaltiges Marketing zeichne sich durch einen ausgewogenen Mix an neuen Projekten und die Pflege von bestehenden Aktivitäten aus, zeigte sich Simone May, Geschäftsführerin von Agro Marketing Thurgau AG (AMT AG), an der Aktionärsversammlung in Winden überzeugt. Es sei wichtig, Partnerschaften aufzubauen und voneinander zu profitieren. Deshalb sei im vergangenen Jahr das Ziel nicht nur darin gelegen, neue Aktivitäten zu lancieren, sondern auch Projekte wie «Thurgauer Frühlingsgenuss» und die «TG Souvenirlinie» auszubauen.

Rund um den Apfel

Als besonderen Anlass erwähnte Simone May die Apfelweinsteinmesse in Frankfurt am Main, die von AMT AG im vergangenen Frühling besucht wurde. Bei der Degustation zeigten sich die Besucher von den Thurgauer Apfelwein-Spezialitäten wie Schaumwein, Ap-



Geschäftsführerin Agro Marketing Thurgau AG, Simone May. (Bild: hsm)

feldessertwein oder bei den alkoholfreien Varianten vom Tröpfel, einer Mischung von Trauben, Äpfeln und Aronia-Beeren aus der Schweiz, besonders angetan.

Roland Werner, Präsident des Verwaltungsrates, wies im Anschluss an die Versammlung darauf hin, dass trotz dem guten Marketing einzelner Akteure ein gemeinsames und gut ver-

netztes Zusammenarbeiten mehr Wirkung erzielen könnte. Die Befürchtung, ihre Produkte könnten in einem vernetzten Auftritt an Profil verlieren, sei für viele oft ein Hindernis. Das Gegenteil müsse der Fall sein, die Strahlkraft und die Bekanntheit der einheimischen Produkte müsse erhöht werden. Das Ziel eines solchen Projektes müsse die Steigerung und die Bildung eines positiven Images und die Erweiterung der Absatzmöglichkeiten der Region Thurgau sein. Werner ist überzeugt, wenn es gelinge, Bauern, Verarbeiter und Handel mit einem durchdachten, regionalen Marketing-Konzept zusammenzubringen, auch die Tourismusbranche und der Wirtschaftsstandort Thurgau davon profitieren könnten. AMT AG könne aber nur Möglichkeiten aufzeigen und ein Projekt begleiten, alles andere liege bei den einzelnen Betrieben.

Verschiedene Standbeine

Auf dem anschliessenden Rundgang auf dem Betrieb von Adelheid und Werner Gsell konnten sich die Teilnehmer davon überzeugen, wie man vom einfachen Produzenten mit den Jahren in verschiedenen Sparten zum erfolgreichen Unternehmer wird. Der Betrieb steht auf verschiedenen Standbeinen und ist Teil einer Betriebsgemeinschaft mit drei Vollerwerbsbetrieben.