

Marken und Kommunikation



Zur 65. Südtiroler Obstbautagung traf sich am 11. Jänner 2018 im Meraner Kurhaus ein interessierter Kreis aus aktiven und angehenden Obstbauern, Wissenschaftlern und Funktionären.

Sowohl ALS-Obmann Stefan Pircher als auch der Landesrat für Landwirtschaft, Arnold Schuler, verurteilten in ihren Grußworten die oft unbegründeten, unsachlichen Angriffe auf die Südtiroler Obstbauern. Laut Schuler, der sich in letzter Zeit besonders untergriffenen Anfeindungen entgegenzustellen hatte, gelten Südtirols zahlreiche, kleinstrukturierte Familienbetriebe international als vorbildlicher Gegenentwurf zu einer industrialisierten, gesichtslosen Landwirtschaft. Durch hervorragende Aus- und Weiterbildung, Beratung und verbesserte Kommunikation können Vorurteile ausgeräumt, Respekt auf allen Ebenen eingefordert und somit die Grundlage für eine harmonische Koexistenz von der Bevölkerung und der Landwirtschaft mit ihrem Wertschöpfungspotenzial gestärkt werden.

Im US-Bundesstaat Washington, in dem die Landwirtschaft mit 12% des BIP eine bedeutende Rolle spielt, forscht die aus Deutschland stammende Ines Hanrahan. Die Obstbauexpertin gab in zwei abwechslungsreich gestalteten Vorträgen einen Überblick über physiologische Lagerschäden sowie die Apfelproduktion in Washington. Für die Südtiroler Obstwirtschaft ist ein Blick auf dieses Obstbaugbiet wichtig, nicht zuletzt wegen der bevorstehenden Einführung der Apfelsorte „WA 38/Cosmic Crisp™“, die an der Washington State University gezüchtet wurde und sich in diesem Obstbaugbiet zurzeit mit einem Anteil von rund 40% der Neuanpflanzungen

enormer Beliebtheit erfreut. Weniger erfreut über den Einstieg von VOG und VI.P in dieses Projekt sind laut Ines Hanrahan die Produzenten in Washington State, ihnen wären weltweit exklusive Anbaurechte für diesen neuen Stern am Apfelmarkenhimmel lieber gewesen (siehe Artikel auf Seite 11).

Dass es in italienischen Supermärkten mehr Apfels Nudelmarken gibt, erläuterte Roberto Della Casa, Marktforscher an der Universität Bologna, dem stauenden Auditorium. Die Kaufentscheidung des Konsumenten erfolgt zahlreichen Studien zufolge erst auf den letzten Metern vor dem Regal und ist stark vom Preis, aber auch von Gefühlen abhängig. Effizientes Marketing muss in der Lage sein, durch das Hervorheben einzigartiger Eigenschaften des Produkts und damit verbundener Werte positive Emotionen zu wecken, so Della Casa. Genau in dieselbe Kerbe schlagen die beiden großen Vermarktungsorganisationen VOG und VI.P, die ihre neuen Marken-Erscheinungsbilder und ihre an die internationaler werdenden Absatzmärkte angepassten Kommunikationsstrategien (Stichwort: Soziale Medien) präsentierten.

Die Tagung wurde durch produktionstechnische Fachvorträge abgerundet. Klaus Marschall vom Versuchszentrum Laimburg sprach über die komplexe Thematik der Lagerfäulen, Luca Benvenuto (ERSA Pordenone) sorgte mit einem beunruhigenden Bericht über die durch die Marmorierete Baumwanze verursachten Schäden im Friaul für Raunen in der Zuhörerschaft. Diese Wogen konnte Michael Unterthurner vom Beratungsring in seinem diesbezüglichen Situationsbericht für Südtirol wieder einigermaßen glätten. Jürgen Christanell, Beratungsring, verschaffte abschließend einen Überblick über gängige und neue Methoden der Spätfrostbekämpfung.

Die Tagung stach insgesamt durch eine interessante Themenwahl und erstklassige Referenten hervor. Die erstmals angebotene Möglichkeit, Fragen an die Referenten mittels Mobiltelefon zu deponieren, wurde vom außergewöhnlich zahlreichen Publikum begeistert genutzt und die 65. Südtiroler Obstbautagung erfuhr durch diese Interaktion eine echte Bereicherung.

markus.ladurner@beratungsring.org