

15'500 BESUCHER AN DER INTERNATIONALEN FACHMESSE FÜR ÖNOLOGIE, WEINBAU, OBSTBAU UND SPEZIALKULTUREN

# Agrovina 2010: sehr positive Bilanz

von Othmar Stäheli

Vom 26. bis zum 29. Januar haben 15'500 Fachleute in Martigny die Agrovina 2010 besucht. An der «Internationalen Fachmesse für Önologie, Weinbau, Obstbau und Spezialkulturen» haben an gegen 180 Ständen 220 Firmen ihre Angebote in den verschiedenen Bereichen ausgestellt. Traditionellerweise am markantesten war der Auftritt des Bereichs Rebbau, Kellereibedarf und Önologie. Über 200 inländische und ausländische Produzenten und Zulieferer aus diesem Sektor waren direkt oder durch ihre Schweizer Vertretungen an der Messe präsent. Die Veranstalter der Agrovina 2010 sind mit dem Zuwachs der Besucherzahlen (+7%) ebenso zufrieden wie die Mehrzahl der Aussteller mit der Qualität der Besucher und dem Verlauf der Messe, wie in der offiziellen Bilanz betont wird. – Im Folgenden eine Rückschau mit Anmerkungen:

Die im Rahmen der Messe zusammen mit den Forschungsanstalten Changins/Wädenswil veranstalteten Fachtagungen bewie-

sen einmal mehr ihre Magnetwirkung. Der erste Ausstellungstag stand im Zeichen des Obstbaus, am zweiten und dritten Tag sties-



sen Vorträge über Rebbau und Weinbereitung auf grosses Interesse. Dass die Referate zugleich zahlreiche Messebesucher absorbieren (aus Sicht vieler Aussteller übermässig), ist keine neue Erkenntnis. Die Arbeit der Aussteller wird zudem dadurch erschwert, dass jeweils nach den Informationsveranstaltungen die Messestände geradezu von Besuchern überschwemmt werden.

## Geschäftlichen Teil stärken

Entschärfen könnte man das Problem vielleicht durch die Wiederholung der Informationsveranstaltungen am Nachmittag oder z. B. des Önologie-Referats am nächsten Tag, wie einige Aussteller glauben. Für jene Fachleute, welche sich am 28. Januar über neue Erkenntnisse der Wirkung der Hefen bei der alkoholischen Gärung und der Milchsäurebakterien beim Säureabbau orientieren wollten und anschliessend die Generalversammlung der Schweizer Önologen besuchten, reichte jedenfalls ein Messetag nicht aus. Auch wenn sie auf das Referat von Hublot-CEO Jean-Claude Biver verzichteten. Die von den Veranstaltern ab 2012 versprochene Simultan-Übersetzung der Vorträge dürften die Attraktivität der Fachtagungen noch steigern. Auf jeden Fall scheint es aus Sicht der Aussteller nötig, den Informations-



Am Stand der Paul Gasser AG. Die Agrovina bestätigte sich einmal mehr als hervorragende Kontaktmesse.



Am Stand der Dreieroenotech AG war die Querstromfiltration ein grosses Thema.

teil zu reduzieren, damit die Agrovina ihre Funktion als Kontaktmesse nicht nur im gesellschaftlichen, sondern auch im geschäftlichen Teil erfüllen kann.

#### Nationale oder internationale Messe?

Die Veranstalter betonen, dass die Promotion zugunsten der Agrovina in der Deutschschweiz Wirkung zeige. Die Zahl der Besucher aus den Gebieten nördlich der Saane habe um 20% zugenommen. Zudem, so wird betont, trage auch die Werbung in der französischen Nachbarschaft Früchte. Namentlich das Interesse der Besucher aus dem Burgund, Savoien und dem Jura wachse.

Die Anstrengungen in diesem Bereich würden künftig noch verstärkt, liessen die Messeveranstalter von sich hören. Dass sie damit vor allem von Ausstellern ausländischer Produkte wenig Applaus ernten, ist leicht nachvollziehbar. Die Organisatoren ihrerseits erhoffen sich jedoch durch ein grenzüberschreitendes Renommée auch im Inland eine noch grössere Wirkung. – Die folgenden Notizen illustrieren die Agrovina 2010 aus der Sicht einiger Aussteller:

#### «Sehr gute Messe»

Sowohl von der Zahl als auch der Qualität der Besucher sehr positiv überrascht zeigte sich Ueli Dreier (Dreieroenotech AG): «Insbesondere der grosse Zustrom aus der Deutsch-

schweiz hat mich beeindruckt, unter diesen sehr viele potenzielle Neukunden.» Das grösste Interesse der Weinbauern galt, so Dreier, der neuen Trauben-Selektionier-Anlage. Die ersten werden im nächsten Herbst in Betrieb genommen. «Ich hoffe natürlich, die hohen Erwartungen könnten erfüllt werden», ergänzt er. Abgesehen davon sei an der Agrovina an seinem Stand das Thema Querstromfiltration ein grosses Thema gewesen. – Was Ueli Dreier bemängelt, ist der enorme

Besucherandrang jeweils nach den Vorträgen. Es sei oft nicht einmal mehr möglich gewesen, die Leute zu begrüssen und mit ihnen einen «Termin auf später» zu vereinbaren. Seiner Meinung nach müssten die Organisatoren das Problem unbedingt zu Gunsten der Aussteller lösen.

#### Univerre Pro Uva mit neuem Erscheinungsbild

Seit Bestehen der Agrovina beeindruckt der Stand von Univerre Pro Uva nicht nur durch seine Grösse, sondern auch durch sein Design und sein eigenwilliges Konzept. Dieses Jahr war vor allem seine Offenheit beeindruckend und die mit diskreten, transparenten Mitteln realisierte Schaffung eines zweiten, für Besprechungen geeigneten Raumes. Mit dem graphischen Standkonzept wurde auch die neue «Corporate Identity» visuell sehr kreativ dargestellt. Zu Kontakten und Begegnungen lud die grosse Bar ein. Mit seinem Stand und dem neuen Auftritt von Univerre Pro Uva ist Fabio Naselli sehr zufrieden: «Im allgemeinen sind wir bei den Besuchern gut angekommen. Natürlich hörte man da und dort auch die Bemerkung, wir seien gross in Erscheinung getreten.» Zum Teil Verbesserungspotential sieht der Univerre Pro Uva-CEO im Messe-Verlauf: «Ich hatte nicht den Eindruck, dass die Besucherzahl markant gewachsen ist. Zudem scheint mir, gab es einige <Messemümler>



Bei den meisten Besuchern sehr gut angekommen ist der neue Auftritt von Univerre ProUva.

die die Agrovina mehr als Tagesausflug benutzten. Auch hätte sich Fabio Naselli einen regeren Zustrom wichtiger Kunden aus der Deutschschweiz gewünscht.

Erfreulich war, so Fabio Naselli, das grosse Interesse für die Flasche mit der BVS 28H60 Kapsel. Die Previsionen 2010 für dieses in mehreren Grössen erhältliche Produkt belaufen sich auf etwa 2 Mio Flaschen; es wurden bereits mehrere hundert Tausend davon produziert: «Das neue Modell wurde so konzipiert, dass es für die Wiederverwendung keine Probleme schafft.»

Was die Organisation der Agrovina betrifft, sieht Fabio Naselli Handlungsbedarf: «Die Veranstalter müssen sich grundsätzlich die Frage stellen, ob sich die Messe in Richtung Quantität oder Qualität weiter entwickeln soll.» Naselli sieht auch Verbesserungsbedarf rund um die Konferenzen an den Vormittagen «Diese halten uns die Kunden einen halben Tag lang fern. Erst am späteren Vormittag steigt die Kundenfrequenz an den Ständen. Eventuell könnten andere Öffnungszeiten einen besseren Ausgleich dazu schaffen.»

Zur Idee, die Agrovina zu «internationalisieren» meint Fabio Naselli: «Einerseits gibt man sich in verschiedenen Belangen regional, andererseits will die Messe international sein. Für Univerre Pro Uva mit nationaler Ausrichtung ist diese geographische Ausweitung weniger von Interesse. Unser Kunde setzt auf Nähe und Qualität. Das sind einige unserer Stärken.» – Ob Univerre Pro Uva im 2012 wieder so markant auftreten wird wie dieses Jahr? «Markant schon – jedoch konzeptionell neu überdacht», meint Fabio Naselli.

#### «Markt mit PET-Flaschen abtasten»

Roland Baldinger (Max Baldinger AG, Fällanden) ist bestrebt, an jeder Agrovina ein, zwei neue Produkte anbieten zu können. Einige bleiben in gewissem Sinne «neu», auch wenn sie bereits mehrmals vorgestellt wurden, aber den Markteintritt noch nicht so richtig geschafft haben. Die Bag in Box, für welche eigene Abfüllmaschinen entwickelt wurden, zählen dazu. Roland Baldinger: «In jedem Land ist der Markt für Bag in Box anders. Im Gegensatz zu Frankreich ist die Akzeptanz in der Schweiz nach wie vor schwach, obwohl seit rund zehn Jahren Qualität in die Bag gefüllt wird. Ohne viel Überzeugungsarbeit des Verkäufers bewegt sich hier nach wie vor nur sehr wenig.»



Die Max Baldinger AG stellte an der Agrovina eine grosse Vielfalt von Produkten vor.

Wenn Roland Baldinger an der Agrovina eine breite Palette von Produkten präsentiert, dann auch, um das umfassende Angebot seines Hauses zu zeigen. Dazu gehören unter anderem neue Hefen von Lallemand. Und schliesslich stiessen Weinflaschen aus PET auf gewisses Interesse. Allerdings sind diese für Roland Baldinger so etwas wie «Versuchsballone»: «Ich möchte den Markt mit PET abtasten. Wir müssen immer wieder Neues bringen. Von zehn Neuheiten kommt schliesslich eine durch.»

#### Glasbläser – die grosse Attraktion am Stand des Glasherstellers

Mit dem selben Standkonzept und in gleicher Grösse wie 2008 trat die Vetropack dieses Jahr an der Agrovina auf. «Wir haben, was das Bildmaterial und die ausgestellten Produktmuster betrifft, einen kleinen <Facelift> vorgenommen», erklärt Alexander Rech von der Abteilung Marketing und Verkauf. «Und wir sind mit dem Auftritt zufrieden.»

Als vielbeachtete Attraktion habe sich der Einsatz des Glasbläfers bewährt, fügt Laura



Am Stand der Vetropack war der Glasbläser eine Attraktion für Jung und Alt.

Veneziani bei: «Es bildeten sich regelmässig Trauben von Zuschauern rund um den Glas-künstler. Er symbolisierte eindrücklich, dass Vetropack Hersteller von Glasflaschen mit eigenem Werk in St-Prex ist.»

Zufrieden ist auch Christine Arnet, die Leiterin der Abteilung Marketing und Verkauf: «Die Qualität der Kontakte am Stand war gut, der Gedanken- und Informationsaustausch rege und interessant. Wir konnten mit zahlreichen Kunden Ideen und neue Geschäftsfelder diskutieren. Zudem bot sich die Möglichkeit, laufende Projekte zu besprechen.»

Die Besuche konzentrierten sich, der Seminare wegen, wie Alexander Rech ergänzt, auf Mittwoch und Donnerstag: «Allerdings sind einige Grosskunden aus der Deutschschweiz der Messe leider fern geblieben, aus zeitlichen Gründen oder wegen der grossen Distanz.»

Verbesserungen sind, aus Sicht von Christine Arnet, sicher möglich. Insbesondere müssten die Besucherströme vielleicht mit Hilfe der Seminare ausgeglichen werden: «Warum nicht das gleiche Seminar zweimal durchführen?» Was die Herkunft der Besucher betrifft, wünscht sich die Vetropack-Crew eine grössere Präsenz der Deutschschweiz. Bezüglich der Aussteller sei die Messe zwar national, die Besucher kämen aber insbesondere aus der Romandie und der nahen «Nachbarschaft». Dazu Laura Veneziani: «Könnte man vielleicht durch das Engagement eines Gastkantons oder eine auf andere Regionen ausgerichtete Wahl der Seminar-Themen mehr Besucher aus allen Teilen der Schweiz anlocken?»

#### «Langsam begreift jeder, dass er sich profilieren muss»

Sehr zufrieden mit dem Verlauf der Agrovina 2010 ist Rolf Gyr, Verkaufsleiter bei Roth & Sauter SA, Denges. «Die Messe dient einerseits der Kundenpflege. In dieser Hinsicht sind unsere Erwartungen voll und ganz erfüllt worden. Wir hatten Gelegenheit, am Stand laufende und neue Projekte zu besprechen.» Was die vielen neuen Kontakte betrifft, zu denen es, so Gyr, erfreulicherweise kam, wird erst die Verarbeitung in den nächsten Wochen und Monaten zeigen, wie wertvoll sie sind. Jedenfalls hätten die Gespräche immer wieder gezeigt, dass die Winzer mehr und mehr die Bedeutung des äusseren Auftritts seiner Produkte zu verstehen beginnt: «Lang-



Am Stand der Roth & Sauter SA konnte Verkaufsleiter Rolf Gyr laufende und neue Projekte besprechen.

sam begreift jeder, dass er sich auch über die Ausstattung profilieren kann und muss.»

#### «Black Head Barrels sorgt für Aufsehen

Zwei neue Produkte aus der Kuferei Magreñan sowie der neue «technische» Korke zogen das Interesse der Besucher am Stand von Liège Ribas S.A./Biokor AG (Meyrin und Zug) auf sich. Der «Star» unter den Barriques war dieses Jahr sicher der «Black Head Barrel» aus der Kuferei Magreñan in Alfaro/La Rioja: Die für die Stirnseite der Barrique verwendeten Eichenhölzer werden im Ofen «gebacken», was zur Bildung von intensiven und zugleich delikaten Schokolade- und Kaffee-Tönen führt, welche die Aromatik des in derartigen Barriques ausgebauten Weins zusätzlich bereichern. Dadurch, dass die Stirnhölzer gänzlich und nicht nur oberflächlich im Ofen Thermo-behandelt werden, bleibt der Aromagehalt auch nach mehrmaligem Gebrauch erhalten. Luis Ribas von Liège Ribas S.A., der die Produkte der Kuferei Magreñan in der Schweiz vertritt: «Der innovative Weinmacher erhält mit dem «Black Head Barrel» ein neues Instrument in die Hand, mit dem er seine Weine noch komplexer gestalten kann.»

Als zweite Neuheit wurde am Stand der zu 2/3 aus französischer Eiche zu einem Drittel aus rostfreiem Stahl gefertigte Gärtank der Kuferei Magreñan gezeigt. Eine Schweizer Premiere. International war dieses spezielle «Gefäss» Ende November 2009 am Simeì in Mailand erst-

mals präsentiert worden und hatte bereits dort für Aufsehen gesorgt. – Nicht zuletzt auch Weinbauern aus dem Burgund zeigten sowohl für den «Black Head Barrel» als auch den kombinierten Tank grosses Interesse.

Wie Luis Ribas erklärte, kamen die meisten Besucher, um sich über das Angebot des «Kerngeschäfts» des Hauses zu orientieren: «Neben dem technischen Korke, der aus Resten der Naturkork-Produktion gefertigt ist sorgte insbesondere die neue lange BVS



Eine der grossen Attraktionen am Stand von Liège Ribas war der aus Eiche und rostfreiem Stahl gefertigte Gärtank der Kuferei Magreñan.



Grosses Interesse für den «Black Head Barrel».



Am Stand von Chaillot Bouchons SA hätte man sich noch mehr Besucher aus dem Ausland gewünscht.

Kapsel 28x60mm für Gesprächsstoff. Sie verleiht durch ihre Länge der Flasche zusätzliche Eleganz. Zudem kann sie mit Standard-Kapselaufsetzmaschinen appliziert werden.»

#### Chaillot: sehr zufrieden mit Schweizer Kunden

Wie unterschiedlich die Interessen und Erfahrungen der Aussteller einer Fachmesse wie der Agrovina sein können, zeigt das Beispiel von Chaillot Bouchons SA. Das in St-Prex beheimatete Haus ist ausserordentlich zufrieden mit der Besucherschaft aus der ganzen Schweiz, auch aus dem Tessin und von nördlich der Sarine, wie Marc-Antoine Druz betont. Indessen ist man eher enttäuscht darüber, dass sich nur wenige Fachleute aus dem Ausland am Stand zeigten. Gerade für diese hat man eine attraktive Neuheit im Sortiment, die neue Kapsel Stelvin®Lux+, geschaffen für Produkte mit einem noblen Auftritt. «Sie stiess auf grosses Interesse der Besucher, obwohl sie mit ihrem Durchmesser dem europäischen und nicht dem Schweizer Standard entspricht», erklärt Druz.

Erfreut ist man im Hause Chaillot über die zunehmende Zahl von Winzern und Abfüllern, die auf Bio-Korken umstellen wollen. Auch die klare Rückverfolgbarkeit der Produkte spielte eine immer wichtigere Rolle. Deutlich wächst auch, so Marc-Antoine Druz, das Interesse der Kunden für die Durchsetzung einer nachhaltigen Entwicklung in ihren Betrieben: «Leider setzen aber der aktuelle

Preisdruck und der Zwang, die Kosten zu senken, diesem positiven Trend Grenzen.»

#### Glasflaschen aus Indien

Für einiges Aufsehen sorgte an der Agrovina der Anbieter von Kellereizubehör Procave aus Sierre insbesondere mit seiner Offerte von «bis zu 30 Prozent billigeren Glasflaschen» gegenüber traditionellen Anbietern. Wie Denis Roh, Direktor von Procave, erklärte, hat man in Indien eine vertrauenswürdige Glashütte als Partner gefunden, die schon länger international tätig ist. Vom Zentrallager in Chavornay aus beliefere man die ganze Schweiz: «Gestartet haben wir unsere Geschäftstätigkeit vor neun Jahren

mit dem Verkauf von Eichenfässern (Vicard) und Korken (Abel). Von diesem Kundennetz können wir heute profitieren.»

Die Internationalisierung der Agrovina schreitet zweifelsohne auf Seiten der Aussteller voran. Ob und mit welchem Aufwand künftig auch Besucher aus der französischen und italienischen Nachbarschaft mobilisiert werden können, wird sich zeigen. Im Burgund jedenfalls werden heute schon Messen veranstaltet, welche aufgrund der riesigen Einzugsgebiete die Bedeutung der Martinacher Messe deutlich übertreffen. Zudem zeigen unsere Umfragen, dass das Interesse der Schweizer Aussteller an ausländischem Publikum eher bescheiden ist. – On verra.



Am Stand von Procave interessierten nicht nur die «billigeren» Glasflaschen aus Indien.