

# Exportbereite Berner Würste.

Die Firma Meinen AG will auch im Ausland wachsen.



«Die Osec ist für uns der ideale Partner mit ihrem Know-how und ihren Kontakten in den für uns interessanten Märkten.»

Rolf Fankhauser, Leiter Export, Meinen AG

**Die Berner Brühwurst-Spezialistin hat Exportschwerpunkte definiert und, mit Osec-Unterstützung, erste Massnahmen in Grossbritannien, Japan und Russland ergriffen.**

«Die Schweiz wird als Fleischexportland noch immer kaum wahrgenommen», fasst Rolf Fankhauser, Leiter Export bei der Berner Meinen AG, seine Erfahrungen der letzten Monate zusammen. Hierzulande ist die Meinen AG bekannt für ihre qualitativ hochstehenden Fleischspezialitäten – vom Cervelat und der Bratwurst über Delikatess-Aufschnitt bis zu Salami oder der beliebten Berner Platte. Zu den wichtigsten Kunden gehören traditionellerweise der nationale Detailhandel, aber auch mehr als 600 private Metzgereien. Das Exportgeschäft spielt bislang – abgesehen von einigen wenigen Leistungen in Deutschland und Frankreich – kaum eine Rolle.

Das soll sich mittelfristig ändern, weswegen man im Zusammenhang mit mehreren Märkten mit der Osec arbeitet. Zurzeit geht es konkret um Russland, Japan und England. In Russland organisierten der Swiss Business Hub und deren Partner einen Business Trip sowie Meetings mit möglichen Importeuren, recherchierten aber auch die rechtlichen Barrieren, die dort noch bestehen.

Für England und für Japan erstellten Osec-Partner wertvolle Marktanalysen und stellten Kontakte her – in England etwa mit einer Warenhauskette. «Sämtliche Märkte können für uns interessant werden. In den drei Ländern existiert eine Wurstkultur und es gibt Anknüpfungspunkte. Gerade England erlebt eine Gegenbewegung in Richtung qualitativ gutes Essen nach den ganzen Fleischskandalen der letzten Jahre», fasst Fankhauser zusammen. Für die Meinen AG sind die Export-Projekte mittel- bis langfristiger Natur. «Es geht nicht zuletzt auch darum, uns auf die Zeit nach den verschiedenen Freihandelsabkommen vorzubereiten», sagt Export-Manager Fankhauser.

«Unsere Chancen stehen in den verschiedenen Märkten gut. Es braucht aber viel Geduld und wir müssen unsere Marke erst aufbauen.»

Rolf Fankhauser, Meinen AG

November 2010