



## Konsumentenerwartungen an Schweizer Produkte – Anmerkungen im Kontext zur Swissness-Vorlage

In der Botschaft des Bundesrates zur Änderung des Markenschutzgesetzes und zu einem Bundesgesetz über den Schutz des Schweizer Wappens und anderer öffentlicher Zeichen (Swissness-Vorlage) vom 18. November 2009 wird ausgeführt, repräsentative Erhebungen, die im Auftrag des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) in den Jahren 2003 und 2007 durchgeführt wurden, hätten ergeben, dass eine Mehrheit der Befragten erwarte, dass ein Produkt, das ein Schweizer Herkunftszeichen trage, zu 100 % aus der Schweiz stammen müsse. Ferner verweist die Botschaft des Bundesrates (vgl. BBL 2009, S. 8591) auf eine in 66 Ländern durchgeführte Studie der Universität St. Gallen aus dem Jahr 2008. Diese basiert auf etwas über 8'000 Personen, worunter lediglich 468 aus der Schweiz stammen. Zur Frage, wann ein Produkt noch als Schweizer Produkt bezeichnet werden darf, haben die Schweizer Teilnehmer an der Umfrage folgende durchschnittliche Erwartung geäußert: Rohstoffe müssten zu 46 % aus der Schweiz stammen, das Produkt je zu 71 % in der Schweiz entwickelt und in der Schweiz hergestellt worden sein.

Nachdem die Botschaft des Bundesrates zur Swissness-Vorlage auf keinen repräsentativen Studien zur Beurteilung der Herkunftserwartungen an Lebensmitteln beruht (diejenigen des BLW beziehen sich auf Honig, Eier, Gemüse, Schnittblumen, Käse und Fleisch; die Studie der Universität St. Gallen auf ein Ergebnis, das nur zu rund 5 % auf Schweizer Konsumenten zurückzuführen und erst noch nicht korrekt zitiert ist), hat die Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien durch Isopublic, Institut für Markt- und Meinungsforschung, in der Zeit vom 24. Februar bis zum 16. März 2010 eine Studie durchführen lassen, die auf 1'121 Face-to-Face-Interviews basiert. Befragt wurden Konsumenten im Alter von 15 bis 74 Jahren der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz. Die Standardabweichung beträgt maximal 2,99 %.

## Die Konsumentenerwartungen im Einzelnen

### Herkunft von Produkten:

Wenn es um den Kauf eines Produktes geht, ist es für 75 % der Konsumenten wichtig, dass es sich um ein Schweizer Produkt handelt.

### Herstellungsort:

Bei Produkten, welche die "Marke Schweiz" tragen, ist es 75 % der Konsumenten wichtig, dass sie vollständig in der Schweiz hergestellt worden sind.

### Anforderungen an Schweizer Produkte:

86 % der Konsumenten sind der Auffassung, dass Lebensmittel, die vollständig in der Schweiz hergestellt wurden, besonderen Ansprüchen an Qualität, Konstanz und Sicherheit gerecht werden.

Internet:

[www.fial.ch](http://www.fial.ch)

Sekretariate:

<input type="checkbox"/>	Münzgraben 6 Postfach CH-3000 Bern 7 Tel 031 310 09 90 Fax 031 310 09 99	<input type="checkbox"/>	Elfenstrasse 19 Postfach CH-3000 Bern 6 Tel 031 352 11 88 Fax 031 352 11 85	<input type="checkbox"/>	Thunstrasse 82 Postfach CH-3000 Bern 6 Tel 031 356 21 21 Fax 031 351 00 65
--------------------------	--	--------------------------	---	--------------------------	--

### **Herstellungsort vs. Herkunft der Rohstoffe:**

Auf die Frage, ob der Herstellungsort eines Produktes oder die Herkunft des Rohstoffes wichtiger ist, antworten 54 % der Konsumenten, dass der Herstellungsort wichtiger ist. 40 % erachten die Herkunft der Rohstoffe als wichtiger.

### **Rohstoff aus dem Ausland – Schweizer Produkt?**

Auf die Frage, ob ein in der Schweiz gebackenes Biscuit, das aus ausländischem Weizen, der in der Schweiz zu Mehl vermahlen wurde, hergestellt ist, ein Schweizer Biscuit ist oder nicht, sind 60 % der Konsumenten der Auffassung, es sei ein Schweizer Biscuit. Für 35 % ist es kein Schweizer Biscuit.

### **Bedeutung Herstellungsort vs. Herkunft der Rohstoffe:**

Auf die Frage, ob die Schweiz auf grosse Nahrungsmittelhersteller vollumfänglich verzichten kann, wenn diese aufgrund von besseren Rohstoffbeschaffungsbedingungen ins Ausland abwandern, sind 66 % der Meinung, man könne nicht auf die grossen Nahrungsmittelhersteller verzichten. 29 % denken, man könne auf die grossen Hersteller verzichten.

### **Schweizer Produkt oder nicht?**

Die nachstehenden Produkte wurden bei der Frage, ob es Schweizer Produkte oder keine Schweizer Produkte sind, mit folgenden Resultaten als Schweizer Produkte beurteilt:

Ricola-Bonbon	92 %
Basler Lächerli	89 %
Ovomaltine	80 %
Willisauer Ringli	76 %
Thomy Senf	67 %
Knorr Suppe	57 %

## **Fazit**

Aufgrund dieser aktuellen Studie über die Herkunftserwartung der Konsumenten an Schweizer Produkte wird das Konzept der Swissness-Vorlage, das die Herkunftserwartung an Rohstoffe zur Freude verschiedener Konsumentenorganisationen und vor allem der Landwirtschaft krass überbewertet, den effektiven Erwartungen der Konsumenten an Schweizer Produkte nicht gerecht.