



## Medienmitteilung

### Schweiz drauf ... in der Schweiz hergestellt? – Die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie zur Swissnessvorlage des Bundesrates

Die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie tut sich schwer mit den vom Bundesrat vorgeschlagenen neuen Swissnessregeln für Nahrungsmittel. Die Vorgabe, wonach Nahrungsmittel zu 80 Prozent aus einheimischen Rohstoffen zu bestehen haben, damit sie mit dem Schweizer Kreuz vermarktet werden können, gefährdet nach Einschätzung der Foederation Schweizerischer Nahrungsmittel-Industrien (fial) die Swissness verschiedener Traditionsprodukte und Arbeitsplätze. Die fial fordert adäquate Korrekturen und präsentierte eine akute Meinungsforschung zur Herkunftserwartung an Schweizer Produkte.

PD. Der Präsident der Foederation Schweizerischer Nahrungsmittel-Industrien (fial), der Zuger Ständerat Rolf Schweiger, legte an einer in Bern durchgeführten Medienorientierung dar, dass die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie dem vom Bundesrat vorgeschlagenen neuen Wappenschutzgesetz positiv gegenübersteht. Dieser Erlass legalisiere die von Bund und Kantonen seit Jahren permissiv geduldete Verwendung des Schweizer Kreuzes auf Produkten und führe die Gleichbehandlung gegenüber Dienstleistungen herbei. Schwer tut sich die Schweizer Nahrungsmittel-Industrie indessen mit der Revisionsvorlage für das Markenschutzgesetz, weil die "Swissness" ihrer Produkte nach den Absichten des Bundesrates neben dem entscheidenden Verarbeitungsschritt, der in der Schweiz stattfinden muss, einzig davon abhängt, dass ein Produkt mindestens zu 80 Prozent aus Rohstoffen schweizerischer Herkunft besteht. Die Tatsache, dass es im Gesetzesentwurf Ausnahmen für in der Schweiz nicht produzierte oder vorübergehend nicht in genügender Menge vorhandene Schweizer Rohstoffe gebe, mache die Vorlage nicht besser, sagte Ständerat Schweiger. Die exklusive Gewichtung der Herkunft des Rohstoffs blende die für die Herstellung insgesamt viel gewichtigeren Faktoren wie Forschung und Entwicklung, Löhne, Energie, Abschreibungen, Unterhalt völlig aus. Ausländische Abnehmer führten Schweizer Lebensmittel primär in ihren Sortimenten, weil sie von hoher Qualität sind und weil sie in der Schweiz hergestellt wurden. Sie stünden bei den ausländischen Konsumenten in erster Linie für Werte wie "Zuverlässigkeit", "Exklusivität" und "internationale Spitzenqualität"; für Tugenden also, für welche die rohstoffarme Schweiz mit ihren Produkten in der Welt bekannt sei, so Schweiger weiter.

#### Die Korrekturvorschläge der fial

Für Ständerat Rolf Schweiger macht die Revision des Markenschutzgesetzes aus gesamtwirtschaftlicher Sicht nur dann Sinn, wenn die Schweizer Wirtschaft und damit auch die einheimische Nahrungsmittel-Industrie dadurch gestärkt wird. Diesem Anspruch werde die Vorlage nur dann gerecht, wenn sie im Bereich der verarbeiteten Naturprodukte korrigiert werde. Die Hersteller müssten sich alternativ auf das für Industrieprodukte geltende Wertkriterium von 60 Prozent oder auf ein auf 60 Prozent reduziertes Gewichtskriterium berufen können. Die Berechnungsregeln müssten ferner aus dem Gesetzestext klar hervorgehen und direkt umsetzbar sein. Im Wappenschutzgesetz sei schliesslich – so Schweiger – noch eine

Internet:

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

Sekretariate:



Münzgraben 6  
Postfach  
CH-3000 Bern 7  
Tel 031 310 09 90  
Fax 031 310 09 99



Elfenstrasse 19  
Postfach  
CH-3000 Bern 16  
Tel 031 352 11 88  
Fax 031 352 11 85



Thunstrasse 82  
Postfach  
CH-3000 Bern 16  
Tel 031 356 21 21  
Fax 031 351 00 65

Lösung zugunsten derjenigen Hersteller zu verankern, welche die Verwendung eines Firmenlogos mit Schweizer Kreuz für vollumfänglich in der Schweiz fabrizierte Produkte gestattet; dies im Sinne eines Bekenntnisses zum Werkplatz Schweiz.

### **Die Swissnesserwartungen der Konsumenten**

Die über die Begründungen des Bundesrates für das Gewichtskriterium nicht glückliche fial wollte genau wissen, welches die aktuellen Konsumentenerwartungen an die Swissness von Nahrungsmitteln sind. Sie gab eine auf über 1'100 Interviews basierende Meinungsforschung in Auftrag, welche zu aufschlussreichen Ergebnissen geführt hat. Für 75 Prozent der Konsumenten ist es beim Kauf eines Produktes wichtig, dass es sich um ein Schweizer Produkt handelt. Der gleiche Prozentwert ergab sich bei der Frage, ob es wichtig ist, dass Produkte, welche die "Marke Schweiz" tragen, vollständig in der Schweiz hergestellt wurden. 97 Prozent der Konsumenten sind der Ansicht, dass vollständig in der Schweiz hergestellte Produkte besondere Ansprüche an Qualität, Konstanz und Sicherheit erfüllen. Für 54 Prozent der Konsumenten ist der Herstellungsort eines Produkts wichtiger als die Herkunft des Rohstoffs. Ein Biskuit, das in der Schweiz mit Mehl gebacken wird, das in der Schweiz aus ausländischem Getreide gemahlen wurde, ist für 60 Prozent der Konsumenten ein Schweizer Biskuit. Für 92 Prozent der Konsumenten ist ein Ricola-Bonbon ein Schweizer Produkt. Basler Lächerli kamen auf 89 Prozent, Ovomaltine auf 80 Prozent, Willisauer Ringli auf 76 Prozent, Thomy Senf auf 67 Prozent und Knorr-Suppen auf 57 Prozent.

### **Landesverweis für Knorri?**

Daniel Lutz, Direktor Tiefkühlprodukte und Glacen von Nestlé Suisse SA, monierte, dass das Gewichtskriterium Qualität, Wissen, Arbeitsleistung und Innovation der Schweizer Nahrungsmittelhersteller ignoriert. Die von Nestlé hergestellten Produkte "Le Parfait", "Thomy Senf" und Glacecornets mit Fruchtpuree könnten nach der vorgeschlagenen Regelung nicht mehr als Schweizer Produkte vermarktet werden. Lutz unterstrich mit der Aussage "Zuviel Swissness tötet die Swissness" die Forderung nach einer einfachen, wahrhaftigen und transparenten Lösung. Monique Bourquin, Country Managing Director der in Thayingen domizilierten Unilever Schweiz, qualifizierte die 80 Prozent-Gewichtsregel als "Killerkriterium" für viele Knorrprodukte. Die Nahrungsmittel-Industrie werde gegenüber anderen Branchen diskriminiert. Ohne Korrektur der Vorlage, wie sie die fial vorschlage, sei der Produktionsstandort Schweiz für Unilever und andere Firmen in Gefahr. Unilever beschäftigt in der Schweiz an zwei Standorten rund 1'200 Mitarbeitende. Für Oscar A. Kambly, Verwaltungsratspräsident der Kambly SA, schießt die Vorlage über das ursprüngliche Ziel der Missbrauchsbekämpfung hinaus. Es fehlt ihm an einer Differenzierung zwischen Agrarrohstoffen und verarbeiteten Lebensmitteln. Die Vorlage laufe auf eine Schwächung der "Marke Schweiz" hinaus und dürfte auch der Landwirtschaft schaden, weil es den Herstellern, welche ihre Produkte nicht mehr mit "Schweiz" deklarieren dürften, an der Motivation fehle, noch Schweizer Agrarrohstoffe zu verarbeiten. Bei der Kambly SA stammten alle in der nötigen Qualität und Menge verfügbaren Rohstoffe aus der Schweiz und nach Möglichkeit aus dem Emmental.