

Bundesamt für Landwirtschaft  
Herr Vizedirektor  
Jacques Chavaz  
Mattenhofstrasse 5  
CH-3003 Bern

Zürich, 5. Juli 2007

## **Verordnung über das gemeinsame Erscheinungsbild bei vom Bund unterstützten Kommunikationsmassnahmen für Landwirtschaftsprodukte**

Sehr geehrter Herr Chavaz  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Gelegenheit, uns an der Vernehmlassung zur Verordnung über das gemeinsame Erscheinungsbild bei vom Bund unterstützten Kommunikationsmassnahmen für Landwirtschaftsprodukte beteiligen zu können. Gerne nehmen wir dazu wie folgt Stellung.

### **Einleitung**

Bereits in unserer Stellungnahme vom 17. März 2006 zur Verordnung über die Unterstützung der Absatzförderung für Landwirtschaftsprodukte haben wir dargelegt, weshalb sich das Konsumentenforum für die Lancierung von „Suisse Garantie“ eingesetzt hat. Dank „Suisse Garantie“ ist es Konsumentinnen und Konsumenten möglich, die hochwertige, kontrollierte Qualität der nach Schweizer Gesetzgebung produzierten Lebensmittel gegenüber Importprodukten leicht zu erkennen. Da gesetzliche Standards nicht mit einer Garantiemarke ausgelobt werden dürfen und obwohl „Suisse Garantie“ darüber hinaus geht, haben sich die Trägerorganisationen auf eine zertifizierte Herkunftsmarke geeinigt. Wir bedauern es sehr, dass „Suisse Garantie“ trotz der erbrachten grossen Leistungen und beträchtlichen finanziellen Aufwendungen seitens der Agro-Marketing Suisse und vieler Produzenten und deren Verbände nicht den durchschlagenden Erfolg erzielen konnte. Ein Produkt, ausgezeichnet mit „Suisse Garantie“ wird von Konsumentinnen und Konsumenten leicht und problemlos als einheimisches Produkt erkannt. Wir hätten es deshalb begrüsst, wenn „Suisse Garantie“ als gemeinsames Erscheinungsbild bei vom Bund unterstützten Kommunikationsmassnahmen für Landwirtschaftsprodukte als CD für das In- und Ausland berücksichtigt worden wäre.

## Zur Verordnung

Die von Ihnen vorgeschlagene Variante dient ohne Zweifel ebenfalls der Erkennung der einheimischen landwirtschaftlichen Produktion. Sie weist auch gewisse positive Aspekte auf:

- Das Baukastensystem könnte Ordnung in das Chaos der unzähligen Garantie- und Individualmarken und Claims bringen.
- Die rote Fläche im Gestaltungselement können wir akzeptieren. Den Begriff „Schweiz natürlich“ finden wir gut und die Gleichschaltung mit Schweiz Tourismus und deren Werbekampagne sinnvoll.
- Der vorgeschlagenen Platzierung der Garantie- oder Individualmarken können wir zustimmen.

Soviel zu den positiven Punkten, nun die kritischen:

Probleme sehen wir bei den Garantimarken (Labels), insbesondere „Suisse Garantie“. Als Herkunftsbezeichnung wird die Herkunft Schweiz immer doppelt ausgezeichnet. Somit müsste „Suisse Garantie“ von einer Herkunftsmarke zu einer Garantimarkte mutieren. Hier könnte der Widerstand der Trägerschaft von „Suisse Garantie“ gross sein. „Suisse Garantie“ wäre neu die Garantimarkte für die Standardproduktion mit zusätzlichen Auflagen wie GVO frei, ohne die in der EU erlaubten Zusatzstoffe bei der Käseverarbeitung usw., demnach eine Garantimarkte für Leistungen, die über die gesetzlichen Auflagen hinaus gehen. Nur wer sich der Zertifizierung unterstellt, darf die Auszeichnung „Suisse Garantie“ anbringen.

Auch sonst sind Überschneidungen mit „Schweiz natürlich“ vorprogrammiert. „BIO Suisse“, „IP Suisse“ und auch „Suisse Garantie“ zeichnen privatrechtlich frei gewählte Marken aus, können aber auch als doppelte Herkunftsbezeichnung ausgelegt werden, insbesondere bei „Suisse Garantie“ mit der integrierten Schweizerfahne. Hier müsste eine Lösung gefunden werden.

## Allgemeine Bemerkungen

Konsumentinnen und Konsumenten haben es schwer, den Überblick zu wahren im „Labelsalat“ der unzähligen Garantie- und Individualmarken und Claims – und laufend kommen neue dazu. Eine Vereinheitlichung mit einer einfachen, klaren Botschaft ist deshalb dringend notwendig. Der rote Balken ergänzt mit den entsprechenden Garantie- oder Individualmarken könnte dieser Forderung entgegen kommen, wenn die oben erwähnten kritischen Punkte für alle befriedigend gelöst werden können.

Wir sind der Meinung, dass für das Inland und den Export das gleiche Gestaltungselement verwendet werden sollte. Das Schweizerkreuz ist deshalb in den roten Balken einzufügen.

Zu prüfen wäre unserer Ansicht nach, ob das vorgeschlagene Erscheinungsbild nicht auch auf dem Produkt anzubringen sei. Dadurch könnte der Effekt der Basiswerbung verstärkt, den Konsumentinnen und Konsumenten die Wahl erleichtert und die finanziellen Aufwendungen von knapp 60 Millionen Franken besser gerechtfertigt werden.

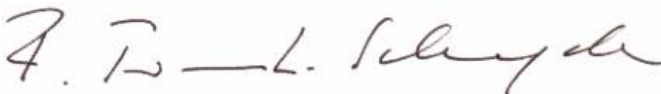
Die Verordnung sollte unserer Ansicht nach auch griffige Sanktionen für die Nichteinhaltung zwingender Vorschriften vorsehen.

Wir hoffen sehr, dass es gelingen wird, ein gemeinsames, leicht zu erkennendes und Vertrauen erweckendes Erscheinungsbild zu lancieren und danken für die Berücksichtigung unserer Anliegen.

Wir hoffen, Ihnen mit unserer Stellungnahme gedient zu haben.

Freundliche Grüsse

Franziska Troesch-Schnyder



Präsidentin  
Konsumentenforum kf

Liselotte Steffen



Vizepräsidentin und  
Ressort Landwirtschaft  
Konsumentenforum kf