

## 2.1 PRODUKTION UND ABSATZ

### **Repräsentative Umfrage zur Herkunft Schweiz**

Mit der Absatzförderung soll besonders eine positive Einstellung der Konsumentinnen und Konsumenten zu Schweizer Landwirtschaftsprodukten erreicht und damit das Kaufverhalten beeinflusst werden. Die Haushalt führenden Personen sollen bewusster auf die Herkunft achten, die Vorzüge der Schweizer Erzeugnisse kennen, und diese bevorzugen. Seit 1999 unterstützt das BLW die Massnahmen der Akteure aus der Landwirtschaft im Bereich der Marketingkommunikation und Marktforschung. In einer regelmässigen Befragung wird ermittelt, welche Wirkung damit erzielt wird. Die anfangs 2003 im Auftrag des BLW durchgeführte repräsentative Umfrage wird seit 1998 alle zwei Jahre realisiert. Dabei steht das Einkaufsverhalten der Schweizer Wohnbevölkerung bei landwirtschaftlichen Produkten im Mittelpunkt des Interesses. Insbesondere wird analysiert, ob beim Einkauf auf die Herkunft der einzelnen Produkte geachtet und inwieweit Schweizer Produkten gegenüber ausländischen der Vorzug gegeben wird.

Mit der jüngsten Umfrage wurden zudem der Informationsstand der Konsumentinnen und Konsumenten zur Herkunft ihrer Einkäufe und ihre Bedürfnisse zur Herkunftsbezeichnung von Schweizer Landwirtschaftsprodukten erhoben. Diese Fragestellungen stehen in Zusammenhang mit der geplanten Einführung eines einheitlichen Herkunftszeichens für Schweizer Produkte. Und schliesslich wurde auch zum wiederholten Male die Einstellung der Bevölkerung zur Schweizer Landwirtschaft erhoben.

### **Präferenz für Schweizer Produkte**

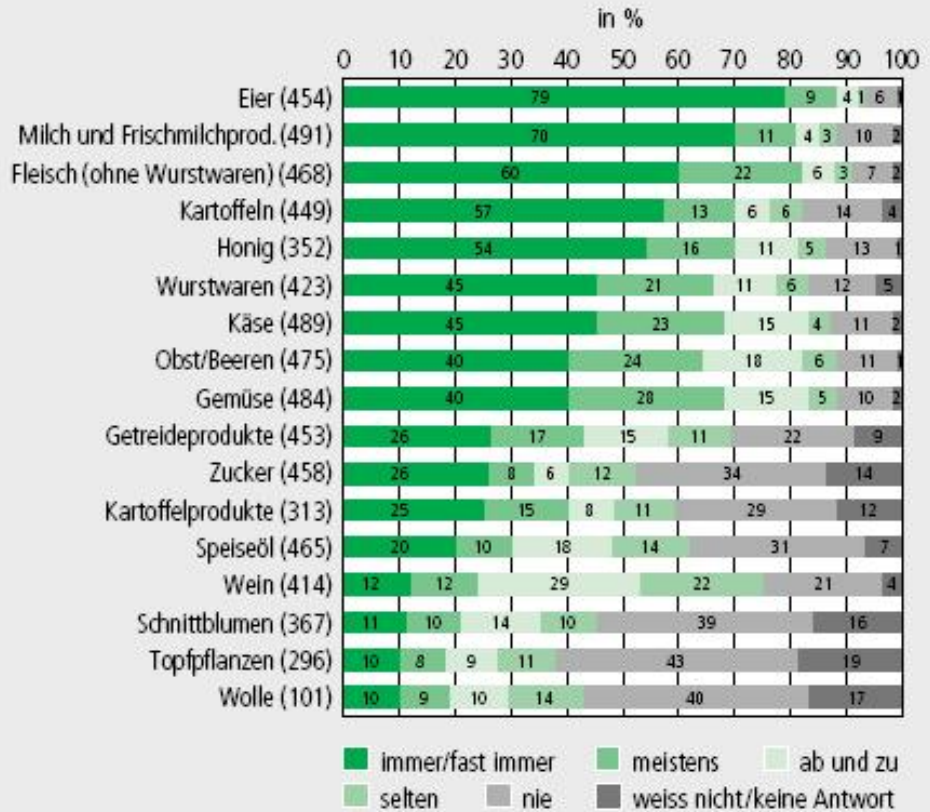
Bei der generellen Beachtung der Herkunft Schweiz ist ein geringfügig rückläufiger Trend zu beobachten. Dies könnte darauf zurück zu führen sein, dass auch Importprodukte eine hohe Qualität aufweisen und im Preisvergleich die Wahl auf sich lenken. Umso mehr sind Anstrengungen für die Schweizer Landwirtschaftsprodukte notwendig. Die Resultate zeigen, dass sich bei denjenigen Konsumentinnen und Konsumenten, welche überhaupt auf die Herkunft der Erzeugnisse achten, die Präferenz für Schweizer Produkte im Verlauf der letzten vier Jahre nicht signifikant verändert hat. Es kann somit auf eine gewisse Kontinuität im Kaufverhalten der Konsumenten geschlossen werden. Bestätigt wird, dass die Präferenz für einheimische Lebensmittel bei den tierischen Erzeugnissen wie Eier, Fleisch, Honig, Käse, Milch und Frischmilchprodukte am höchsten ist. Beim Kauf dieser Produkte werden Schweizer Produkte den ausländischen vorgezogen. Produkte aus dem Pflanzenbau wie Getreideprodukte oder Speiseöl können weniger von der Herkunft Schweiz profitieren. Bei Non-Food-Artikeln wie Schnittblumen, Wolle und Topfpflanzen spielt die Herkunft nur eine untergeordnete Rolle für den Kaufentscheid.

### **Kennzeichnung der Herkunft Schweiz**

Bis heute besteht kein breit verwendetes und einheitliches Herkunftszeichen für Schweizer Landwirtschaftsprodukte. Somit interessiert die Frage besonders, wie sich die Haushalt führenden Personen über die Herkunft der Schweizer Produkte informieren.



## Bevorzugung von Schweizer Produkten gegenüber ausländischen

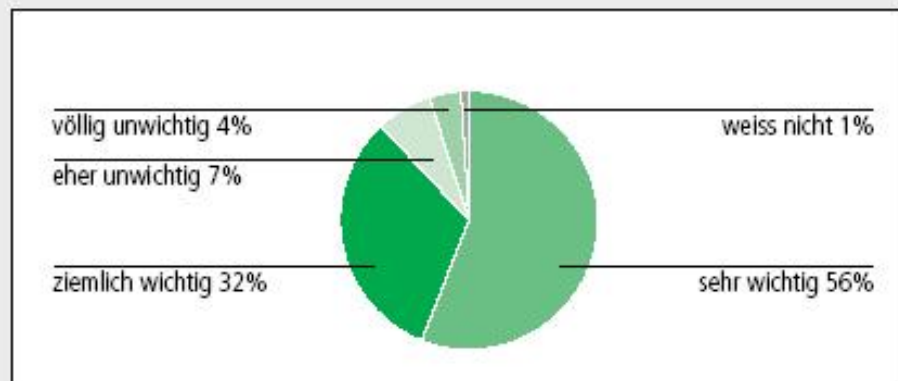


Quelle: DemoScope 2003

### Wichtigkeit der Kennzeichnung landwirtschaftlicher Produkte

Die meisten Konsumentinnen und Konsumenten erkennen Schweizer Landwirtschaftsprodukte durch einen Hinweis im Laden, am Gestell, auf den Waren oder der Verpackung. Einige wenige erkundigen sich auch direkt beim Verkaufspersonal. Die Kennzeichnung der einheimischen Erzeugnisse erachten 56% der Käuferinnen und Käufer als sehr wichtig und weitere 32% als ziemlich wichtig. Eine erstaunlich hohe Anzahl der Befragten messen der Herkunftskennzeichnung hohe Bedeutung zu.

### Wichtigkeit der Herkunftskennzeichnung landwirtschaftlicher Produkte



Quelle: DemoScope 2003

## **Einstellung zur Schweizer Landwirtschaft**

Rund 80% würden denn auch ein einheitliches Herkunftszeichen für Schweizer Landwirtschaftsprodukte begrüßen. Nur gut die Hälfte der Verbraucher findet, dass die inländischen Erzeugnisse heute genügend deutlich erkennbar sind. Zur Frage, ob darauf geachtet würde, wenn auch die Region als Herkunft angegeben wäre, äusserten sich drei Viertel der Konsumentinnen und Konsumenten überwiegend positiv.

Eine Mehrheit der Befragten erwartet, dass ein Produkt, das ein Schweizer Herkunftszeichen trägt, zu 100% aus der Schweiz stammen muss. Zudem werden weitere Eigenschaften der so gekennzeichneten Produkte erwartet, wie vor allem Frische, hohe Qualität, GVO-frei sowie artgerechte Tierhaltung und umweltgerechter Anbau.

Im Rahmen der Umfrage wird auch periodisch die Einstellung zur Schweizer Landwirtschaft bzw. deren Image erhoben. Die Schweizer Landwirtschaft hat das Vertrauen der Konsumenten nach wie vor mehrheitlich auf ihrer Seite. Sie wird als professionell, konsumentennah, zeitgemäss, umweltgerecht und konkurrenzfähig beschrieben. Dennoch zeigen die Resultate dieser Umfrage eine tendenzielle Verunsicherung seitens der Verbraucher auf. Im Jahre 2000 war der Anteil der Konsumenten, die deutlich ja zu den genannten Eigenschaften sagten, höher als im Jahr 2002.

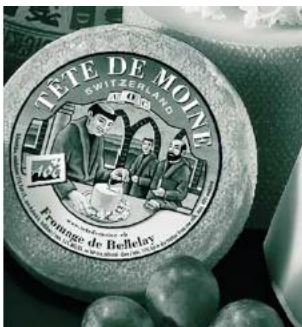
## **Kennzeichnung**

### **Register der geschützten Ursprungsbezeichnungen (GUB) und geografischen Angaben (GGA)**

Im Jahr 1997 ist die Verordnung über den Schutz von Ursprungsbezeichnungen und geografischen Angaben für landwirtschaftliche Erzeugnisse und verarbeitete landwirtschaftliche Erzeugnisse (GUB/GGA-Verordnung) in Kraft getreten. Diese Massnahme war insofern keine völlige Neuerung, als es seit 1962 bereits ein sektorielles Käseregister gibt.

Bei den GUB und GGA geht es um die Verwendung von Gebietsnamen für Produkte, deren Qualität und Haupteigenschaften durch ihre geografische Herkunft bestimmt werden. Bei der Ursprungsbezeichnung müssen alle Erzeugungsschritte in derselben Gegend erfolgen, während der Zusammenhang mit dem geografischen Gebiet bei den GGA weniger stark ist. Es genügt in diesem Fall, wenn das Produkt in der betreffenden Gegend produziert, verarbeitet oder veredelt wird.

Dank dem Register können die Berufskreise, die mit der Herstellung eines traditionellen landwirtschaftlichen Erzeugnisses zu tun haben, ihre Errungenschaften schützen. Es können nur Produkte eingetragen werden, bei denen ein Bezug zwischen Qualität und geografischer Herkunft besteht, und zwar in menschlicher (gewerbliches Know-how) und natürlicher Hinsicht (Höhenlage, Bodenbeschaffenheit, Bakterienflora usw.). Die gemeinsamen Regeln für die Verwendung von GUB und GGA werden in einem Pflichtenheft festgelegt; sie beschreiben das Produkt, das geografische Gebiet sowie die Produktions-, Verarbeitungs- und Veredelungsmethode. Unabhängige, akkreditierte Zertifizierungsstellen kontrollieren, ob diese vom Berufsstand freiwillig definierten Regeln eingehalten werden und garantieren dadurch, dass GUB und GGA nur für Produkte verwendet werden, die dem jeweiligen Pflichtenheft entsprechen. Das mittelfristige Ziel ist die Anerkennung des schweizerischen Registers durch die EU und damit ein Schutz der Bezeichnungen auf unserem Hauptexportmarkt. Bis zum 31. Dezember 2002 hat das BLW 24 GUB/GGA-Gesuche behandelt, davon 8 registriert.



Stand des GUB/GGA-Registers am 31. Dezember 2002

Bezeichnung	Schutz	Landwirtschaftsbetriebe	Betriebe (Verarbeitung/Veredelung)	Zertifizierte Produktionsmenge 2002	Zertifizierungsstelle
		Anzahl	Anzahl	t	
<b>Käse</b>					
L'Étivaz	GUB	86	1	355	OIC <sup>1</sup>
Greyerzer	GUB	3 452	245	26 300	OIC <sup>1</sup>
Sbrinz	GUB	241	35	<sup>2</sup>	Procert
Tête de Moine	GUB	165	12	<sup>2</sup>	OIC <sup>1</sup>
<b>Fleischwaren</b>					
Bündnerfleisch	GGA	-	18	645	Procert
Saucisse d'Ajoie	GGA	-	11	<sup>2</sup>	OIC <sup>1</sup>
<b>Spirituosen</b>					
Eau-de-vie de poire du Valais	GUB	620	10	<sup>2</sup>	OIC <sup>1</sup>
<b>Andere Erzeugnisse</b>					
Rheintaler Ribel	GUB	11	2	27	Procert
<b>Total</b>					

1 Organisme Intercantonal de Certification  
 2 Keine zertifizierte Produktion im 2002