



Bundesamt für Landwirtschaft
Herr Jacques Chavaz
Mattenhofstr. 5
3003 Bern

Bern, 11. April 2006

Zuständig: Rhea Beltrami
Sekretariat: Séverine Maridor
Dokument:

Stellungnahme zur Kurzkonsultation zu Art. 7 und 9 der Absatzförderungsverordnung

Sehr geehrter Herr Chavaz
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit, uns erneut zu den Verordnungsänderungen äussern zu können. Der Schweizerische Bauernverband (SBV) beanstandet aber erneut die äusserst kurze Vernehmlassungsfrist. Wenn den interessierten Kreisen nicht einmal drei Wochen für ihre Stellungnahmen eingeräumt werden ist dies nicht akzeptabel. Den zur Stellungnahme eingeladenen Kreisen wird es weitgehend verunmöglicht, sich in den zuständigen Gremien mit dem Thema auseinander zu setzen. Wir verlangen ausdrücklich, dass in Zukunft für Vernehmlassungen mindestens zwei Monate Zeit eingeräumt werden.

Wir haben bereits bei der vorangehenden Konsultation Ihren Vorschlag, dass die Marketingkommunikation grundsätzlich einer gemeinsamen CI/CD unter zu ordnen ist, damit der Bund diese mitfinanziert, ausdrücklich gutgeheissen. Wir können jedoch Ihren neuen Vorschlag betreffend Art. 7 und 9 nicht gutheissen. Wir sprechen uns gegen die von Ihnen neu gemachten Änderungsvorschlägen aus - mit folgender Begründung:

- Uns ist unklar, was mit „gemeinsames Erscheinungsbild“ schlussendlich gemeint ist und wie dies dann tatsächlich umgesetzt werden soll. Die Inhalte des Corporate-Design-Handbuchs müssten wenigstens ansatzweise bei der Konsultation bekannt sein.
- Die wichtigste Botschaft der Garantiemarke „Suisse Garantie – nämlich die Herkunft Schweiz – wird nach Ihrem neuen Vorschlag auf das gemeinsame Erscheinungsbild übertragen. Die bereits bestehende Herkunftsmarke „Suisse Garantie“ wird dadurch stark konkurrenziert. Es darf nicht sein, dass die durch die Landwirtschaftsbranche bis heute geleisteten Arbeiten betreffend einer gemeinsamen Herkunftsmarke zunichte gemacht werden. Die Herkunftsmarke „Suisse Garantie“ ist bereits heute für alle Produktionsbereiche und deren Produktionslabel offen und verfügbar. Ein neues Erscheinungsbild mit der Botschaft „Herkunft Schweiz“ ist nach unserer Meinung daher überflüssig und könnte gar zur Verwirrung der Konsumenten führen.

Wir sind uns der Problematik, die sich in einzelnen Branchen bei der Einführung von „Suisse Garantie“ stellt, bewusst. Deshalb schlagen wir vor, eine angemessene Übergangsfrist

bis zur Gültigkeit der entsprechenden Artikel der Absatzverordnung gutzuheissen. Es sollen alle interessierten Kreise die Möglichkeit bekommen, sich entsprechend ausrichten zu können. Wir haben uns auch für Ausnahmen bei Bio- und AOC/IGP-Produkten ausgesprochen. Eine Ausnahme müsste allenfalls auch für die Exportprodukte bewilligt werden im Rahmen der koordinierten Landeswerbung.

- Auch aus marketingtechnischen Überlegungen macht der neue Vorschlag keinen Sinn. Sollen die durch den Bund unterstützten Produkte eine gleiche Packung erhalten, eine gleiche Farbe? Wohl kaum. Also wieso Gestaltungselemente kreieren, die dann aber an der Verkaufsfrent nie wahrgenommen werden können?

Der SBV erachtet es im Hinblick auf die Abgrenzung zu ausländischen Produkten als äusserst wichtig, dass alle landwirtschaftlichen Produkte unter einer Herkunftsmarke auftreten. Dazu eignet sich die bereits bestehende Garantimärke „Suisse Garantie“. Diese Marke gilt es zu stärken und nicht durch ein anderes gemeinsames Erscheinungsbild zu schwächen.

Wir bitten Sie, unsere Bemerkungen und Anliegen zu berücksichtigen.

Freundliche Grüsse

Schweizerischer Bauernverband

Hansjörg Walter
Präsident

Jacques Bourgeois
Direktor