

17.03.2016 – 08:00 Uhr

Schweizer Exporteure vor der Umsetzung des Swissness Gesetzes

Chur (ots) -

Die Schweiz hat im Ausland einen ausgezeichneten Ruf. Sie wird mit Schokolade, Käse, Uhren und Bergen assoziiert und steht für eine schöne Landschaft, hohe Lebensqualität, Zuverlässigkeit, Vertrauenswürdigkeit und Sauberkeit.

International tätige Schweizer Unternehmen nutzen dieses positive Image, indem sie den Begriff Schweiz und entsprechende Symbole in ihrem Marktauftritt zeigen. Die Marke Schweiz wird aber nicht nur genutzt, sondern auch missbraucht. Zum Schutz dagegen verabschiedete das Parlament im Juni 2013 das neue Swissness Gesetz, welches die Verwendung des Schweizerkreuzes für Produkte und Dienstleistungen regelt und Kriterien definiert, die erfüllt werden müssen, um mit der Herkunftsbezeichnung Schweiz werben zu können.

Eine Studie der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW Chur hat geprüft, welche Bedeutung die Herkunftsbezeichnung für exportierende Schweizer Unternehmen hat, wie gut sie auf die Einführung des neuen Swissness Gesetzes vorbereitet sind und welche Unterstützung sie bei dessen Umsetzung benötigen.

Die Untersuchung zeigt, dass drei Viertel der befragten Unternehmen die Herkunftsbezeichnung Schweiz verbal und bildhaft in ihrem Marketing verwenden. Die grösste Bedeutung hat die Swissness im Bereich Lebensmittel. Etwas geringer ist deren Wichtigkeit für Industriebetriebe.

Der Erfüllungsgrad des neuen Swissness Gesetzes ist nach Branchen stark verschieden. Nur 17% der befragten Lebensmittelhersteller erfüllen die Anforderung, dass mindestens 80% der verwendeten Rohstoffe aus dem Inland stammen. 72% der Industriebetriebe erfüllen die Bedingung, dass die Herstellkosten zu 60% in der Schweiz anfallen. 93% der befragten Dienstleister entsprechen der Auflage, dass der Firmensitz in der Schweiz angesiedelt ist.

Der Informationsstand der befragten Schweizer Unternehmen erscheint angesichts der hohen Bedeutung der Herkunftsbezeichnung noch ungenügend zu sein. Lediglich 2% der Unternehmen fühlen sich sehr gut informiert. 31% schätzen ihren Kenntnisstand als gut, 48% als genügend und 19% als ungenügend ein. 46% der Firmen gaben an, dass sie Unterstützung in Form von Beratung und dem Austausch mit anderen Unternehmen wünschen.

Viele Schweizer Unternehmen stehen demnach noch vor der Aufgabe, sich genau über die Anforderungen des neuen Swissness Gesetzes zu informieren und ihren Wertschöpfungsprozess zu überdenken, sofern sie auch nach 2017 vom positiven Image der Schweiz profitieren wollen.

Kontakt:

Prof. Dr. Ralph Lehmann
Tel: +41 (0)81 286 39 45
ralph.lehmann@htwchur.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100007389/100785463> abgerufen werden.