

Medienmitteilung zur AMS-Vorstandssitzung vom 4. Mai 2016 in Bern

SUISSE GARANTIE und die Swissness-Verordnung

Die am 1. Januar 2017 in Kraft tretende Swissness-Verordnung betrifft auch die Dachmarke SUISSE GARANTIE. Der Vorstand von Agro-Marketing Suisse (AMS) hat deshalb entsprechende Beschlüsse gefasst. Die bisherigen Anforderungen an die Herkunft der Rohstoffe für SUISSE GARANTIE-Produkte werden beibehalten und werden damit strenger sein als bei der Swissness, und sie gehen deutlich über die gesetzlichen Mindestanforderungen für Schweizer Produkte hinaus. Zusatzanforderungen bleiben auch der Verzicht auf den Einsatz von gentechnisch veränderte Organismen sowie die Kontrollen durch unabhängige Zertifizierungsstellen. Bezüglich Anwendung in den Grenzzonen wird SUISSE GARANTIE mit den Swissness-Anforderungen harmonisiert.

Mit Blick auf die am 1. Januar 2017 in Kraft tretende Swissness-Verordnung hat der Vorstand der Agro-Marketing Suisse (AMS) bedeutende Entscheide zur Garantiemarke SUISSE GARANTIE gefällt. Von spezieller Bedeutung waren die Fragen der Grenzzonen und jene der Rohstoffe.

Bestimmungen für die Grenzzonen werden harmonisiert

SUISSE GARANTIE übernimmt bezüglich der Grenzzonen ab 1. Januar 2017 die Regelung der Swissness-Verordnung und harmonisiert die Vorschriften. Damit dürfen Lebensmittel, die aus der Schweiz, dem Fürstentum Liechtenstein, der Freizone Genf sowie von Flächen in der Grenzzone, die bis Anfang 2014 ununterbrochen von Schweizer Betrieben bewirtschaftet wurden, mit der Garantiemarke gekennzeichnet werden. Es handelt sich um eine moderate SUISSE GARANTIE-Anpassung mit dem Vorteil, dass einheitlich definiert wird, woher die Rohstoffe stammen dürfen. Eine Differenzierung zur Swissness würde in dieser Sache Verwirrung stiften. Der Vorstand verzichtet auch darauf, abweichende Lösungen in den Branchenreglementen zuzulassen, um Rechtsungleichheiten zu vermeiden. Mit der in der Swissness verankerten Lösung, nur bis zum 1. Januar 2014 bewirtschaftete Flächen zu berücksichtigen, wird der im Schweizer Recht hohe Bedeutung geniessenden Besitzstandswahrung und den historisch gewachsenen Strukturen entlang der Grenze Rechnung getragen und gleichzeitig gewährleistet, dass keine neuen Flächen dazukommen. Ebenfalls ist der Entscheid kompatibel mit dem Zollrecht. Die Produkte aus den Grenzzonen unterstehen auch den gleichen Anforderungen und Kontrollen wie alle anderen SUISSE GARANTIE-Produkte.

Anteil an Schweizer Rohstoffen wird nicht gesenkt

Damit ein zusammengesetztes Produkt mit SUISSE GARANTIE gekennzeichnet werden kann, muss es in jedem Fall mindestens 90 Prozent einheimische Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs enthalten. Die Swissness-Regelung geht mit 80 Prozent und Ausnahmeregelungen weniger weit. Viele Produkte können das Schweizer Kreuz tragen, obwohl sie einen geringen Anteil an Schweizer Zutaten enthalten. Die AMS will hier die Vorschriften bewusst nicht aufweichen und hält an der strengeren Regelung für SUISSE GARANTIE fest. Für nicht zusammengesetzte Produkte wird weiterhin 100 Prozent Schweizer Herkunft gelten, für zusammengesetzte Produkte mindestens 90 Prozent.

Die Reglementsanpassungen vermeiden eine unnötige Verwirrung bei der Herkunft der Rohstoffe, bewahren aber die einzigartige Positionierung von SUISSE GARANTIE. Sie bleibt die Marke, die einen sehr hohen Anteil an Schweizer Rohstoffen enthält, die den ökologischen Leistungsnachweis und ein strenges Kontrollsystem erfordert sowie den Einsatz gentechnisch veränderter Organismen untersagt. Diese Regelungen sind gleich streng für alle Produktgruppen, welche über ein SUISSE GARANTIE Branchenreglement verfügen. Damit gehen Produkte mit der Garantiemarke SUISSE GARANTIE weiterhin deutlich über die gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus. Konsumentinnen und Konsumenten können sich auch zukünftig an einem Herkunftszeichen orientieren, das ihnen die sichere Wahl echter Schweizer Produkte ermöglicht.

Die AMS Agro-Marketing Suisse

Über 40 Produzenten- und Branchenorganisationen der Schweiz sind im Verein Agro-Marketing Suisse (AMS) zusammengeschlossen. Hauptziele der AMS sind:

- Die Förderung des Absatzes von Schweizer Produkten im In- und Ausland.
- Bewerbung von Produkten mit dem Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE, welches die Rohstoffherkunft aus der Schweiz, einen ökologischen Leistungsnachweis, Gentechfreiheit und eine zertifizierte Kontrolle voraussetzt.
- Optimale Marketing-Unterstützung beim Absatz und der Verwertung von landwirtschaftlichen Produkten bieten.
- Service- und Koordinationsfunktionen für die Branchenorganisationen wahrnehmen.
- Maximale Qualität der Dienstleistungen durch hohe Sachkompetenz in den Bereichen Marketing, Agrarwirtschaft und -politik gewährleisten.

Auskunft:

Urs Schneider, Präsident Agro-Marketing Suisse

Laurstrasse 10, CH-5201 Brugg

Mail: urs.schneider@sbv-usp.ch, Tel. 0041/ 56 462 51 11, Mobil 0041/ 79 438 97 17

