



CH-8903 Birmensdorf, WSL, Rosa Böni, Irmi Seidl

Bundesamt für Landwirtschaft  
Mattenhofstrasse 5  
3003 Bern  
schriftgutverwaltung@blw.admin.ch



**Eidg. Forschungsanstalt WSL**  
Institut fédéral de recherches WSL  
Istituto federale di ricerca WSL  
Swiss Federal Research Institute WSL

Birmensdorf, 26. Juli 2013

Rosa Böni, PD Dr. Irmi Seidl  
Verbundprojekt AlpFUTUR  
Telefon +41-44-739 23 24, Fax +41-44 739 22 15  
rosa.boeni@wsl.ch, irmi.seidl@wsl.ch

## **Betreff: Anhörung zur Verordnung des WBF über die offiziellen Zeichen für Berg- und Alpprodukte**

Sehr geehrte Damen und Herren

Sie laden ein, zur oben genannten Verordnung Stellung zu beziehen. Dies tun wir gerne in unserer Funktion als Koordinierende des AlpFUTUR-Forschungsverbundes ([www.alpfutur.ch](http://www.alpfutur.ch)) und Mitarbeitende des Teilprojektes Alpprodukte ([www.alpfutur.ch/alpprodukte](http://www.alpfutur.ch/alpprodukte)).

Im letztgenannten Projekt haben wir uns sehr ausführlich mit Alpprodukten beschäftigt – mit Angebot, Nachfrage, gesellschaftlicher Wertschätzung und auch potentiellen Labels. Es zeigte sich, dass Alpprodukte bei den Konsumierenden sehr geschätzt sind und sowohl Produzierende wie Konsumierende eine Unterscheidung von Alp- und Bergprodukten wünschen. Allerdings waren die Meinungen in Bezug auf die Einführung eines Labels für Alpprodukte nicht so eindeutig (31% der Produzierenden möchten ein Label, 67% der Konsumierenden). Die gängigen Argumente dagegen waren der befürchtete „Labelsalat“ und eine evtl. anspruchsvolle Zulassung. Gemäss Ergebnissen wird vor allem eine Rückverfolgbarkeit mittels Kennzeichnung der produzierenden Alp gewünscht (bei der Befragung mit 98% Zustimmung befürwortet). Für Konsumierende sind also Transparenz und Rückverfolgbarkeit entscheidende Kriterien für die Glaubwürdigkeit der Produkte.

Es ist davon auszugehen, dass das vorgesehene Label den Absatz von Bergprodukten fördert. Nicht offensichtlich ist, ob dies auch für Alpprodukte der Fall sein wird. Einerseits könnten die Konsumierenden Mühe bekunden, die Farbe Blau mit Alp zu assoziieren (das vorgeschlagene **Berg**produkte-Logo übernehme gemäss Ihrem Vorschlag die Farben des aktuellen und etablierten Logos von Schweizer **Alpkäse**). Andererseits könnte die frappante Ähnlichkeit der Logos einmal mehr dazu beitragen, dass Bergprodukte vom guten Image der Alpprodukte profitieren. Bei

unseren Umfragen hat sich gezeigt, dass sowohl Konsumierende als auch Käsehändler und selbst Experten und Produzenten die Unterschiede zwischen Alp- und Bergprodukten nicht oder nur teilweise kennen. Diese Problematik ist seit langem bekannt (vgl. Böni R., Seidl I., 2012: Alpprodukte und Alpdienstleistungen - Empirische Erhebung der Nachfrage. Yearbook of Socioeconomics in Agriculture 2012: 55–79, online unter [www.alpfutur.ch/publikationen](http://www.alpfutur.ch/publikationen), resp. Bratschi R., 2007: Wenn Recht Sprache lenkt, siehe unter [www.bk.admin.ch](http://www.bk.admin.ch)). Demnach sind die Konsumierenden meist überfordert damit, die Unterschiede zwischen Alp- und Bergprodukten zu identifizieren. Durch leicht verwechselbare Label für Alp- und Bergprodukte könnten allenfalls Alpprodukte am wenigsten davon profitieren.

Gleichwohl erachten wir die von Ihnen vorgeschlagene Trennung zwischen Berg- und Alpprodukt, die freiwillige Verwendung, die Bindung an die Kriterien der Berg- und Alpverordnung und das Design als zweckmässig. Aus den vorgenannten Gründen empfehlen wir, für Alpprodukte die Farbe Grün und für Bergprodukte die Farbe Blau oder Braun zu verwenden.

Vor dem Hintergrund der obigen Argumente ist, sollten diese Logos eingeführt werden, der Kommunikation der Unterschiede zwischen Alp- und Bergprodukten grösste Aufmerksamkeit zu schenken. Wir empfehlen, bei der Lancierung geeignete Organisationen, Organe und Medien einzubeziehen und längerfristig auf die Wahrnehmung der Differenz zwischen Berg- und Alpprodukten hinzuarbeiten.

Mit freundlichen Grüssen

  
Rosa Böni

  
Irmi Seidl