



Alimenta  
3001 Bern  
031/ 340 30 30  
www.alimentaonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 3'431  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 14  
Fläche: 124'701 mm<sup>2</sup>

## Nachhaltigkeitslabel gewünscht

**Knapp die Hälfte der Deutschschweizer Konsumenten wünscht sich ein Nachhaltigkeitslabel für umweltverträgliche und sozial faire Produkte.**

**Das zeigt eine Studie der HAFL Zollikofen.**



*In der Schweiz gibt es viele Labels. Eines, das die verschiedenen Anforderungen der Nachhaltigkeit miteinschliesst, fehlt bis jetzt noch. Il y a en Suisse pléthore de labels. Il en manque cependant un qui englobe toute le domaine de la durabilité.*

**CHRISTIAN THALMANN** \*. Produktelabels sind für viele Konsumenten eine wichtige Informationsquelle für die Entscheidung, ob sie ein Lebensmittel kaufen wollen oder nicht. Fast drei Viertel der in der Studie befragten Personen gaben an, sich zumindest teilweise durch Labels in ihrer Kaufentscheidung leiten zu lassen. Von diesen lässt sich ein Viertel sogar stark leiten.

Dabei achten die befragten Personen bei diversen Produkten auf verschiedene Labels und zwar aus mehreren Gründen (Tabelle).

Generell fällt auf, dass bei praktisch allen Produkten (Gemüse, Fleisch, Obst und Milchprodukte) am stärksten auf das Knospe-Label (Bio Suisse) geschaut wird. Als Hauptgrund wurde die umwelt- und tierfreundliche Produktion mit wenig Chemie und mit geschlossenen Kreisläufen genannt. Nebst der guten Produktqualität werden auch die strengen Richtlinien und Kontrollen geschätzt, welche dem Label offenbar eine hohe Glaubwürdigkeit verleihen.

Anders ist es bei Produkten aus südlichen Ländern, wie bei Früchten, Kaffee oder Honig.



Alimenta  
3001 Bern  
031/ 340 30 30  
www.alimentaonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 3'431  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 14  
Fläche: 124'701 mm<sup>2</sup>

Bei diesen wird hauptsächlich auf das Fair-Trade-Label Max Havelaar (Max-Havelaar-Stiftung) Wert gelegt. Die befragten Personen wollen damit den fairen Handel mit besseren Arbeitsbedingungen und gerechten Löhnen unterstützen. Einem gewissen Teil der Personen ist es vor allem bei Obst und Gemüse wichtig, dass dieses in der Region produziert wird, um Transportwege kurz zu halten und die lokale Landwirtschaft zu unterstützen.

Auffallend ist, dass sich nur relativ wenige Personen durch das Marienkäfer-Label (IP-Suisse) in ihrem Kaufentscheid leiten liessen.

### Nachhaltige Produktion?

«Nachhaltige Produktion» ist zwar ein häufig verwendeter Begriff, der dennoch schwer zu definieren ist. Dies deshalb, weil Nachhaltigkeit ein integratives Konzept mit sozialen, ökonomischen und ökologischen Dimensio-

Produkt Produit	Anteil Personen Nombre de personnes	Labels (Anteil Personen) Labels (proportions de personnes)	Motivation
Bei ausgesuchten Lebensmitteln (nicht weiter präzisiert) Des aliments de choix (non définis)	34%	Knospe • Bourgeon (3%), Max Havelaar (3%), Demeter (1%), M-Budget (1%)	gerecht, Arbeitsbedingungen, ressourcenschonend, Preis Equitable, conditions de travail ménageant les ressources, prix
Gemüse • Légumes	31%	Knospe • Bourgeon (12%), Aus der Region • de la région (1%), Demeter (1%)	umweltfreundlich, gesund, kurze Transportwege, weniger Chemieinsatz, Kreisläufe, gute Kontrolle • Respectueux de l'environnement, sain, transports courts, moins de chimie, circuits, bon contrôle
Fleisch Viande	25%	Knospe • Bourgeon (6%), Naturafarm (2%), Marienkäfer • coccinelle (1%)	tiergerechte Haltung, Schweizer Produkt, Qualität, kurze Transportwege, umweltbewusst, gesund • Garde respectueuse des animaux, produit suisse, qualité, transports courts, respectueux de l'environnement, sain
Obst Fruits	18%	Knospe • Bourgeon (6%), Max Havelaar (2%), Marienkäfer • coccinelle (1%), Aus der Region • de la région (1%)	umweltfreundlich, lokale Produktion, faire Löhne Production respectueuse de l'environnement, salaires équitables
Milchprodukte Produits laitiers	12%	Knospe • Bourgeon (10%), Pro Montagna (1%)	Schweizer Bauern unterstützen, artgerechte Tierhaltung, glaubhaft Soutenir les paysans suisses, garde d'animaux respectueuse, crédible
Eier Œufs	12%	KAGfreiland (9%), Knospe • Bourgeon (1%)	artgerecht/Bodenhaltujg, regional, gut kontrolliert Respectueux de l'espèce/au sol, régional, bien contrôlé
Bananen Bananes	11%	Max Havelaar (4%)	fairer Handel, bessere Arbeitssituation, gerechte Löhne Commerce équitable, meilleure situation de travail, salaires équitables
Kaffee Café	9%	Max Havelaar (5%), Bio (1%)	fairer Handel, nachhaltig, gute Kontrollen Commerce équitable, durable, bons contrôles
Fisch • Poisson	5%	MSC (5%)	Erhalt der Fischbestände • Préservation des stocks de poissons
Bei keinem Produkt Pour aucun produit	21%		

Auf welche Label Konsumenten bei ihrem Einkauf besonders achten und aus welchen Gründen.  
A quels labels les consommateurs sont particulièrement attentifs et pour quelles raisons?

nen umfasst. Weiter beinhaltet Nachhaltigkeit eine zeitliche und auch ethische Komponente im Sinne einer Gerechtigkeit innerhalb und zwischen Generationen. Dies bedingt eine faire Nutzung der Ressourcen, welche deren Regenerationsfähigkeit respektiert. Trotz dieser Komplexität wussten nur 14% der Befragten mit dem Begriff Nachhaltigkeit nichts anzufangen. Begriffe, die am häufigsten für die Umschreibung von Nachhaltigkeit verwendet wurden, sind umweltschonend (auf

23% der Fragebögen), Regionalität/Transportwege (13%), biologische Produktion (10%), fair/sozial (9%), bewusste und naturgerechte Produktion (8%), tiergerechte Produktion (8%), bodenschonend (8%), für die nachkommende Generation verantwortlich (7%) und keine Giftstoffe/Rückstände/Zusatzstoffe (6%).

### Das beste Label

Aus Sicht von 42% der befragten Konsu-



Alimenta  
3001 Bern  
031/ 340 30 30  
www.alimentaonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 3'431  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 14  
Fläche: 124'701 mm<sup>2</sup>

menten erfüllt bereits heute das Knospelabel die Kriterien der nachhaltigen Produktion. Herausgehoben wurden die hohe Glaubwürdigkeit und Umweltfreundlichkeit (kein mineralischer Dünger, bodenschonend, gute «Ökobilanzen»). Vereinzelt wurden auch die guten Arbeitsbedingungen erwähnt. Trotzdem wurde das Label in den meisten Fällen als ein ökologisches Label angesehen. Deutlich weniger (17%) fanden, dass das Max Havelaar-Label die Nachhaltigkeitskriterien erfüllen würde. Die starke Ausrichtung des Labels auf soziale Kriterien schränkt die Verwendbarkeit als integratives Nachhaltigkeitslabel ein. Und nur gerade 6% der befragten Personen sahen das Marienkäfer-Label der IP-Suisse als Garant für eine nachhaltige Produktion. Von diesen Personen wurden hauptsächlich Tierhaltungskriterien und die integrierte Schädlingsbekämpfung als Hauptkriterien für Nachhaltigkeit erwähnt.

### Nachhaltigkeit interessiert

Viele der befragten Personen kritisierten spontan, dass es generell zu viele Labels gäbe. Dennoch gaben 47% der befragten Personen an, ein starkes Bedürfnis nach einem expliziten Nachhaltigkeitslabel zu haben. Denen standen lediglich 16% gegenüber, die ein schwaches Interesse an einem solchen Label haben.

Offenbar würde ein integratives Label, das alle wesentlichen Nachhaltigkeitskriterien abdeckt, einem Bedürfnis nach weniger, dafür

umfassender Gewährleistung von ökologisch und sozial integren Produktionsbedingungen entsprechen. Grundsätzlich könnte sowohl ein neu entwickeltes, als auch ein bestehendes Label diesem Bedürfnis entsprechen. Von den in der Studie behandelten Labels müsste aus Sicht der befragten Personen das Knospelabel der Bio Suisse den kürzesten Weg gehen, um als Nachhaltigkeitslabel gelten zu können.

### Schwierige Kommunikation

Dennoch bestehen für ein explizites Nachhaltigkeitslabel Hindernisse: Je mehr Aspekte ein Label beinhaltet, desto schwieriger ist es, ein klares, an die Konsumenten und Produzenten kommunizierbares, Profil zu schaffen. Dies ist aber die Voraussetzung für das mit dem Label in Verbindung gebrachte Vertrauen. Auch bestehende und etablierte Labels müssen diese Aufgabe immer neu bewältigen. So lässt sich erklären, warum häufig und spontan der Vorwurf mangelnder Transparenz der Labelrichtlinien erhoben wurde. Dies obschon alle Richtlinien im Internet öffentlich zugänglich sind. Nebst verbesserter Kommunikation können unabhängige und objektive Bewertungshilfen wie der Labelratgeber des WWF helfen, Transparenz, Vergleichbarkeit und damit das Vertrauen zu stärken.

*\*Christian Thalmann ist wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) in Zollikofen.*



Alimenta  
3001 Bern  
031/ 340 30 30  
www.alimentaonline.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 3'431  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 14  
Fläche: 124'701 mm<sup>2</sup>

## Gesetzesgrundlage steht

Mit der Agrarpolitik 2014/17 hat der Bund neu auch eine Gesetzesgrundlage, um eine Nachhaltigkeitskennzeichnung einzuführen. In Artikel 14 Absatz f, der die beiden Räte bereits unbeschadet überstanden hat, steht: «Im Interesse der Glaubwürdigkeit und zur Förderung von Qualität und Absatz kann der Bundesrat Vorschriften über die Kennzeichnung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und deren Verarbeitungsprodukten erlassen, die nach besonderen Kriterien der nachhaltigen Entwicklung hergestellt werden.» Und: «Der Bundesrat kann für die Kennzeichnungen ... offizielle Zeichen festlegen. Er kann deren Verwendung für obligatorisch erklären.» Derzeit sei man daran abzuklären, in welcher Form eine solche Kennzeichnung umgesetzt werden könne, sagt Christine Müller vom Bundesamt für Landwirtschaft. Klar sei, dass neben den ökologischen Aspekten auch soziale Kriterien berücksichtigt werden sollen. Die internationale Kompatibilität müsse

auch berücksichtigt werden, was sehr wichtig sei für den Import und Export von landwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Lebensmitteln. Das weitere Vorgehen soll mit mitbeteiligten Bundesämtern wie dem BAFU abgestimmt werden. Der weitere Prozess, bei dem auch ein breiter Einbezug aller Wirtschaftsbeteiligten vorgesehen ist, soll im 2013 lanciert werden.

Gegen das Anliegen gibt es allerdings Widerstand. In der Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2014/17 sprachen sich Coop und Migros, Emmi, Bell, IP-Suisse und das Konsumentenforum gegen Artikel 14 f aus. Zahlreiche bäuerliche Organisationen waren dafür. In der nationalrätlichen Beratung äusserte sich Prisca Birrer-Heimo, Präsidentin der Stiftung für Konsumentenschutz, kritisch: Mit der neuen Bestimmung würde eine verwässerte Kompromisslösung als staatliches Label etabliert und der Labelsalat würde noch vergrössert. wy

## Die Studie

Die Ergebnisse der Studie wurden von Vincent Egger und Sara Gomez im Rahmen ihrer Minorarbeit an der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) in Zollikofen erarbeitet. Dazu führten die beiden Studierenden Umfragen bei Konsumenten in den Regionen Bern, Basel, Zürich und St. Gallen durch. Insgesamt werteten sie 314 gültige Fragebögen aus. Dabei galt es, folgende Fragen zu beantworten:

- Auf welche Label achten Konsumenten bei ihrem Einkauf besonders und aus welchen Gründen?
- Was verstehen Konsumenten unter nachhaltiger Produktion?
- Welche bestehenden Labels erfüllen aus Konsumentensicht bereits heute die Kriterien einer nachhaltigen Produktion?
- Welche wichtigen Aspekte werden nicht abgedeckt?
- Wie gross ist das Bedürfnis nach einem expliziten Nachhaltigkeitslabel?



## Label de durabilité

**Près de la moitié des consommateurs suisses allemands souhaiterait un label de durabilité. Celui-ci devrait pouvoir leur fournir une garantie pour des aliments produits de manière écologique et en respectant des critères sociaux.**

Pour près de trois quarts des personnes interrogées dans le cadre d'une étude, les labels de produits offrent des informations précieuses pour l'aide à l'achat. Un quart d'entre elles y prêterait même une attention particulière. Les labels pris en compte diffèrent selon le groupe de produits considéré, le plus souvent cité pour presque tous les produits étant le label bio Bourgeon (Bio Suisse) en raison de sa crédibilité. Pour ce qui est des produits des pays du sud, comme les fruits, le café ou le miel, le label de commerce équitable Max Havelaar est celui auquel on accorde la plus grande valeur. Pour une certaine tranche de la population, une production de la région joue un rôle important, principalement lorsqu'il en va des fruits et des légumes.

La production durable, si elle est certes une notion fréquemment utilisée, reste toutefois difficile à définir, constituant un concept intégrant aussi bien des dimensions sociales, économiques et écologiques qu'une composante temporelle et éthique, requérant une exploitation équitable des ressources et un respect de leur capacité de régénération. Pour 42% des consommateurs, le label satisfaisant aujourd'hui le mieux les critères de production durable reste le label Bourgeon. Mais celui-ci reste le plus souvent considéré comme un label écologique.

Un grand nombre de personnes estime qu'il y a déjà trop de labels, mais 47% des per-

sonnes interrogées affichent un fort besoin de disposer d'un label explicitement axé sur la durabilité.

Un label reprenant tous les critères importants de durabilité, répondant à une garantie plus faible mais plus étendue de conditions de production écologiques et sociales. Cependant, un label de durabilité explicite comprendrait certains obstacles: plus un label contient d'aspects, plus il est difficile de créer un profil clairement communicable pour le consommateur et le producteur. Une condition pourtant indispensable pour créer la confiance.

*Christian Thalmann*

### Base légale établie

Avec la politique agricole 2014-17, le Conseil Fédéral dispose d'une base légale pour introduire des signes officiels de durabilité. L'article 14 mentionne: «Le Conseil fédéral peut, pour garantir la crédibilité des désignations et pour promouvoir la qualité et l'écoulement des produits agricoles, édicter des dispositions sur la désignation des produits élaborés selon des critères particuliers du développement durable. Il peut déclarer leur utilisation obligatoire.» Pour l'instant, des analyses sont en cours, pour savoir sous quelle forme de tels indicateurs peuvent être mis en place, précise Christine Müller de l'Office Fédérale de l'Agriculture.

Coop, Migros, Emmi, Bell, IP-Suisse et le forum de consommateurs ont déjà exprimé leur opposition face à l'article 14. wy