Schweizer Kreuz unter Druck

Klare Herkunft statt verwässerter Swissness



Oktober 2026

marketagent.

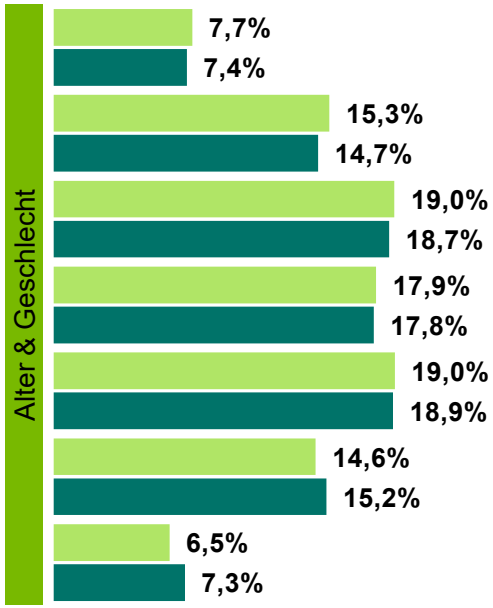
Umfrage-Basics

Auftraggeber	Eigenstudie
Methode	CAWI | Marketagent Online Access Panel
Sample-Grösse	n = 1.000 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren | Inzidenz: 100%
Quotensteuerung	Sample repräsentativ für die Schweizer Bevölkerung | Random Selection | gewichtet
Feldzeit	26.08.2026 - 02.09.2026
Studienumfang	18 Fragen
Mobile Teilnahme	57,8%

Zusammensetzung des Samples | n = 1.000

♂ **50,0%** ♀ **49,5%** Divers: **0,5%**

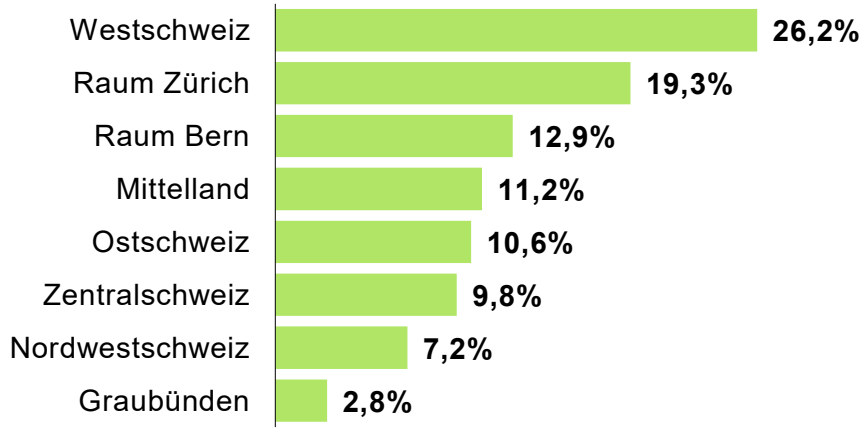
Sample Total	
14 - 19	**7,7%**
20 - 29	**15,3%**
30 - 39	**18,7%**
40 - 49	**17,8%**
50 - 59	**18,8%**
60 - 69	**14,8%**
70 - 75	**6,9%**



Ausbildungsniveau



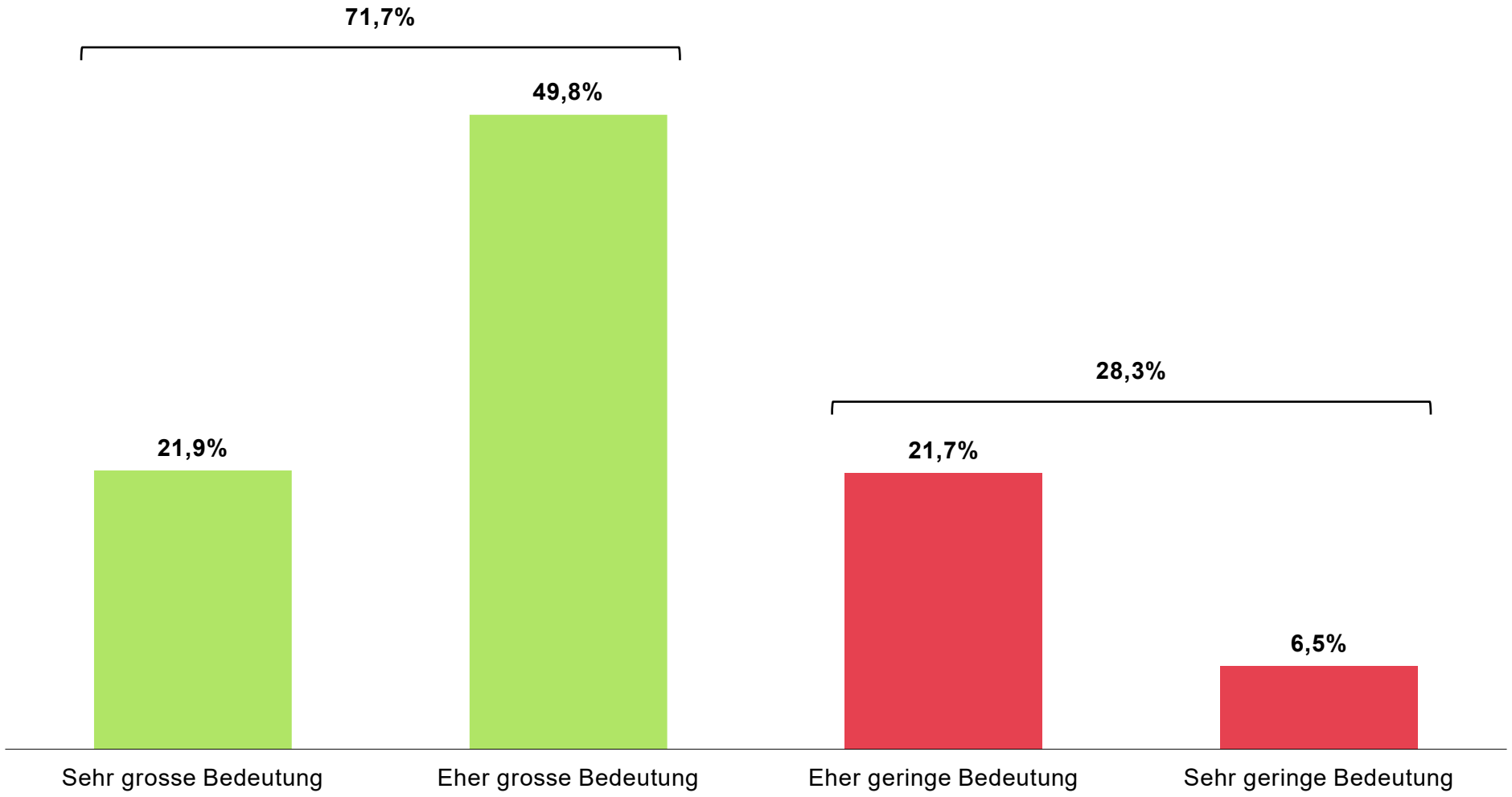
Region



Fact Box:

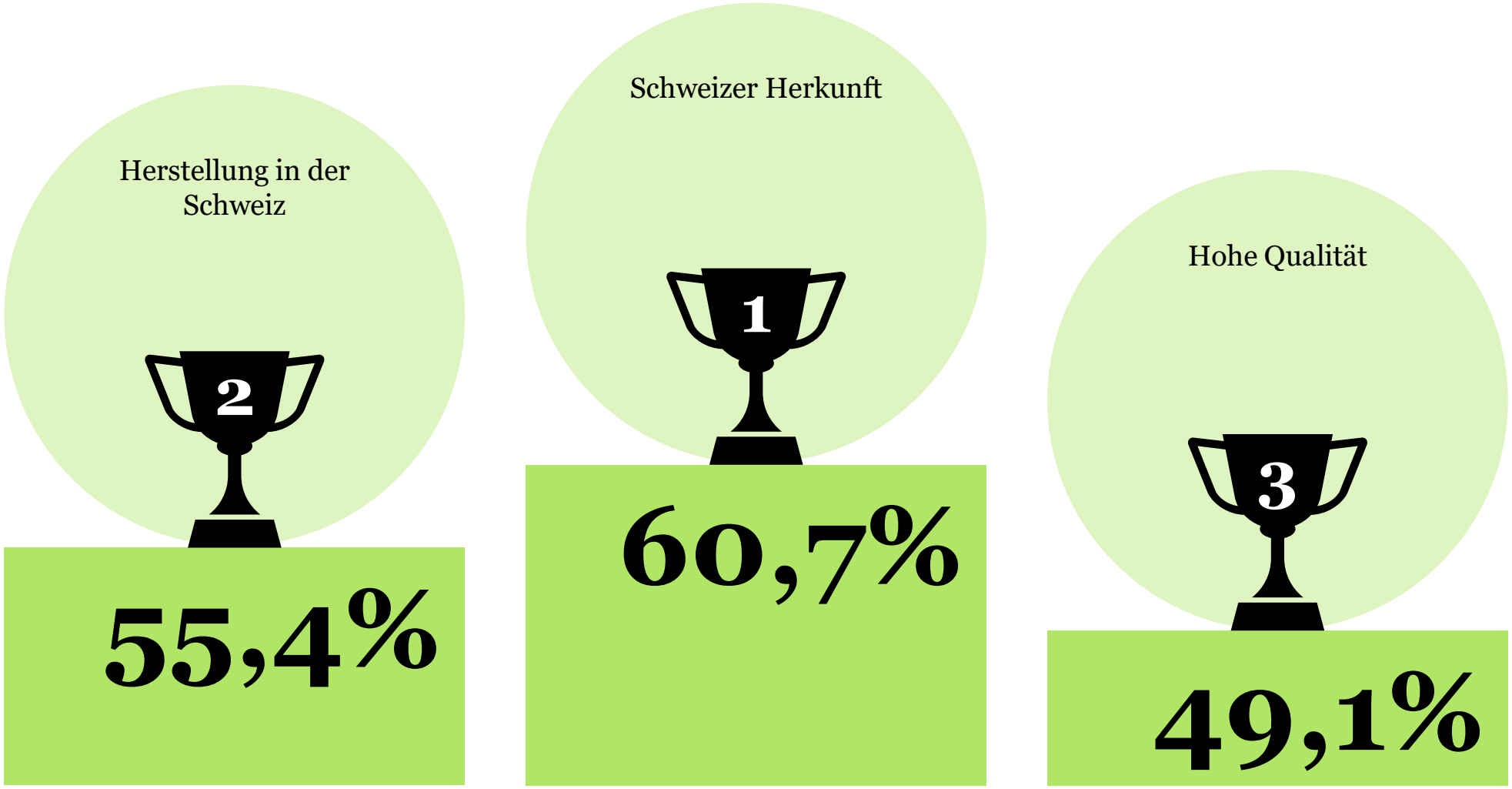
- **Swissness hat Gewicht**: Für 72% der Schweizer*innen haben Kennzeichnungen wie «Swiss Made», «Made in Switzerland» oder das Schweizer Kreuz eine grosse persönliche Bedeutung. 87% empfinden ein Produkt als wertvoller, wenn es in der Schweiz hergestellt wurde.
- **Schweizer Kreuz als Herkunftsversprechen**: 61% verbinden damit Schweizer Herkunft, 55% eine Herstellung in der Schweiz und 49% hohe Qualität.
- **Erwartungen an ein Produkt mit Schweizer Kreuz**: 35% erwarten, dass ein Produkt mit Schweizer Kreuz vollständig in der Schweiz hergestellt wurde. 28% gehen von einem überwiegenden Teil der Herstellung in der Schweiz aus.
- **Herkunft wird überprüft:** 89% prüfen beim Einkaufen zumindest gelegentlich aktiv, wo ein Produkt hergestellt wurde, 29% sogar häufig. Die Enttäuschung über ein Schweizer Kreuz auf einem im Ausland produzierten Produkt wäre gross. 67% würde dies bei Lebensmitteln besonders stören, 49% bei Medikamenten, 48% bei Uhren und Schmuck.
- **Forderung nach klaren Regeln:** 67% stehen der gelockerten Verwendung des Schweizer Kreuzes ablehnend gegenüber. 92% unterstützen die Forderung, dass das Schweizer Kreuz nur auf Produkten verwendet werden darf, die tatsächlich in der Schweiz hergestellt wurden.
- **Lockerung könnte dem Symbol schaden:** Für 72% würde die Verwendung auf im Ausland produzierten Produkten das Vertrauen in das Schweizer Kreuz (eher) stark beeinflussen. 85% befürchten einen Anreiz zur Produktionsverlagerung ins Ausland.
- **Swiss Engineering / Research:** Für 73% ist nicht eindeutig, was dieser Zusatz bedeutet.
- **Wirtschaftliches Potenzial echter Swissness**: 72% wären bereit, für ein vollständig in der Schweiz hergestelltes Produkt mehr zu bezahlen.

Persönliche Bedeutung von Swissness-Kennzeichnungen



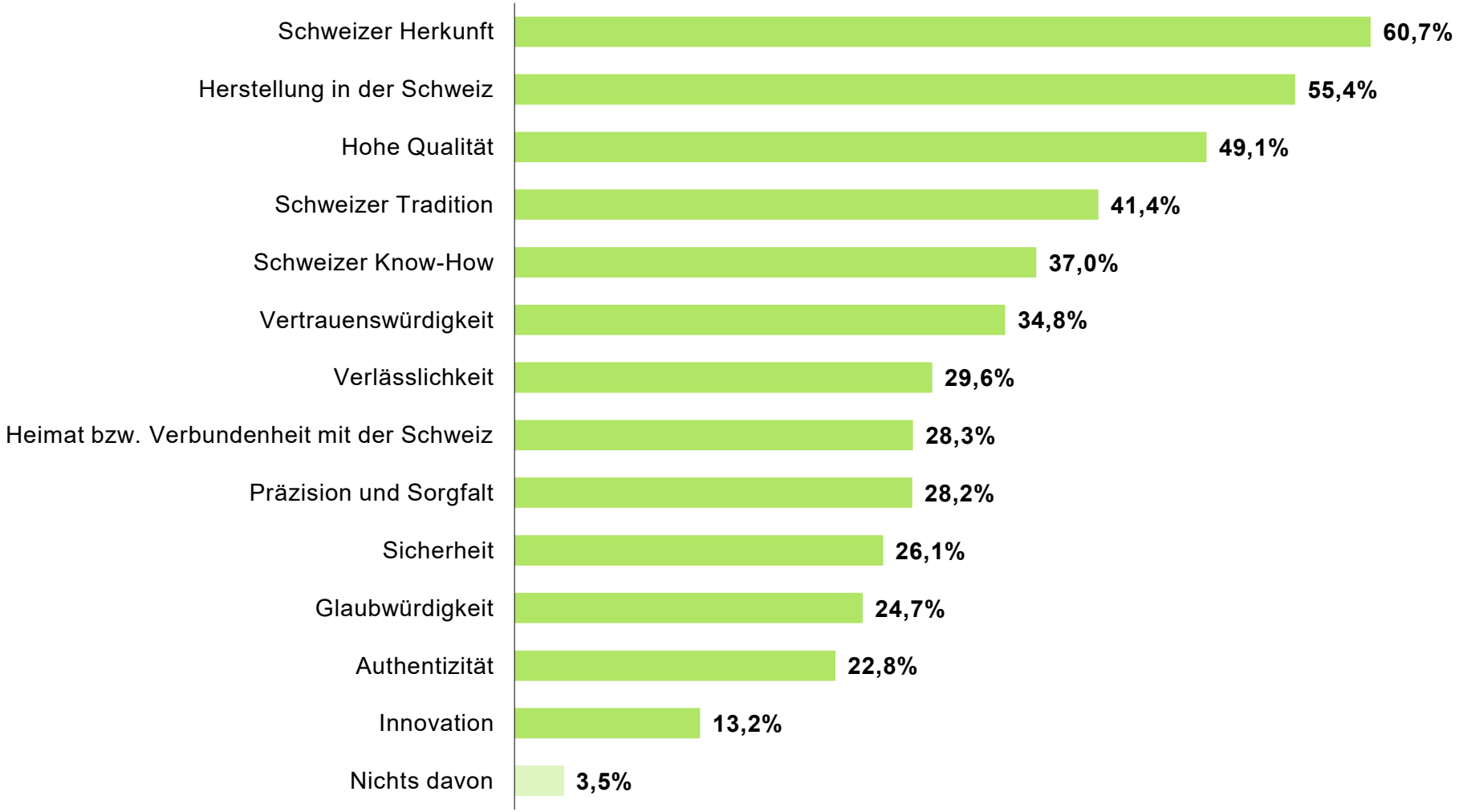
[...] Welche Bedeutung haben Bezeichnungen auf Produkten rund um das Thema "Swissness" (z.B. Swiss Made, Made in Switzerland, Schweizer Kreuz oder sonstige Hinweise auf das Herkunftsland Schweiz) für Sie persönlich? || n=1.000 || MW 2,9 (Skala von "4 = Sehr grosse Bedeutung" bis "1 = Sehr geringe Bedeutung")

Top-3 Assoziationen mit dem Schweizer Kreuz auf Produkten



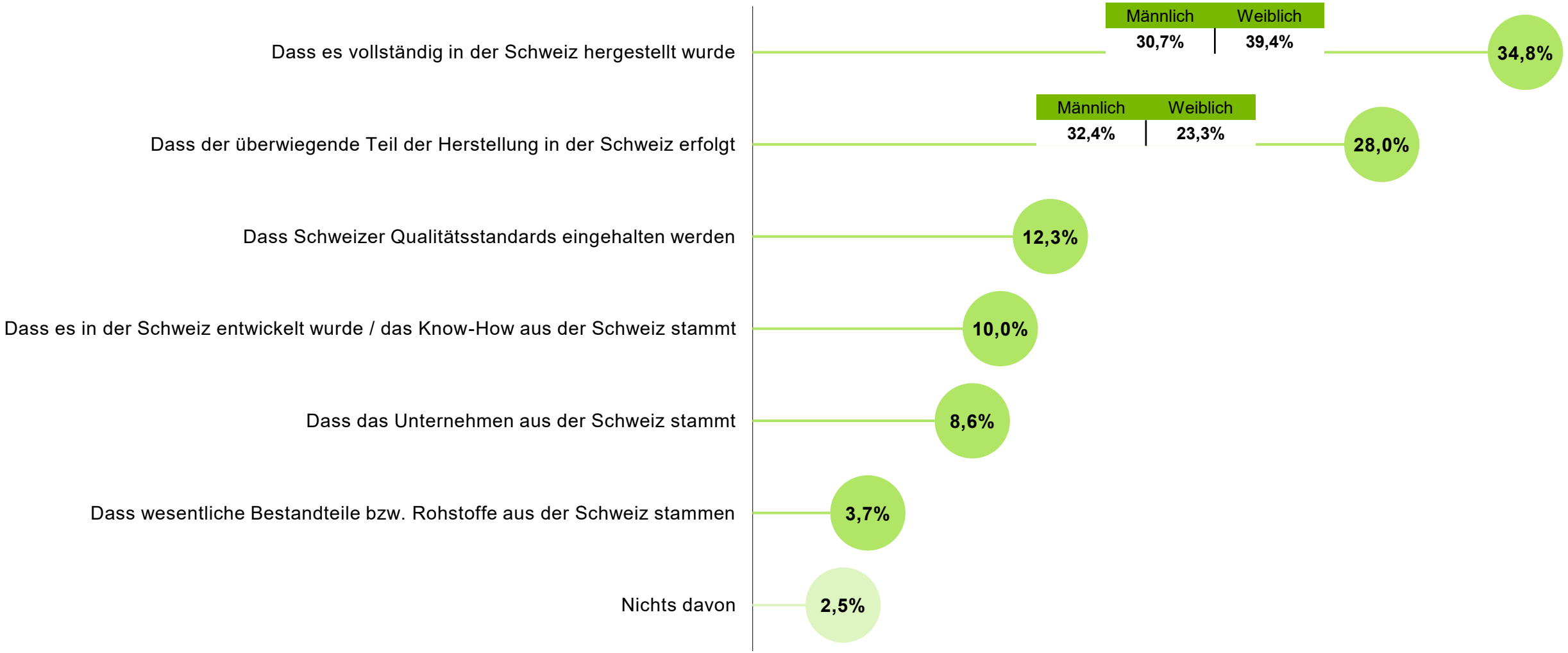
Was verbinden Sie hauptsächlich mit dem Schweizer Kreuz, wenn es auf einem Produkt abgebildet ist? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Assoziationen mit dem Schweizer Kreuz auf Produkten



Was verbinden Sie hauptsächlich mit dem Schweizer Kreuz, wenn es auf einem Produkt abgebildet ist? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Erwartungen an Produkte mit Schweizer Kreuz



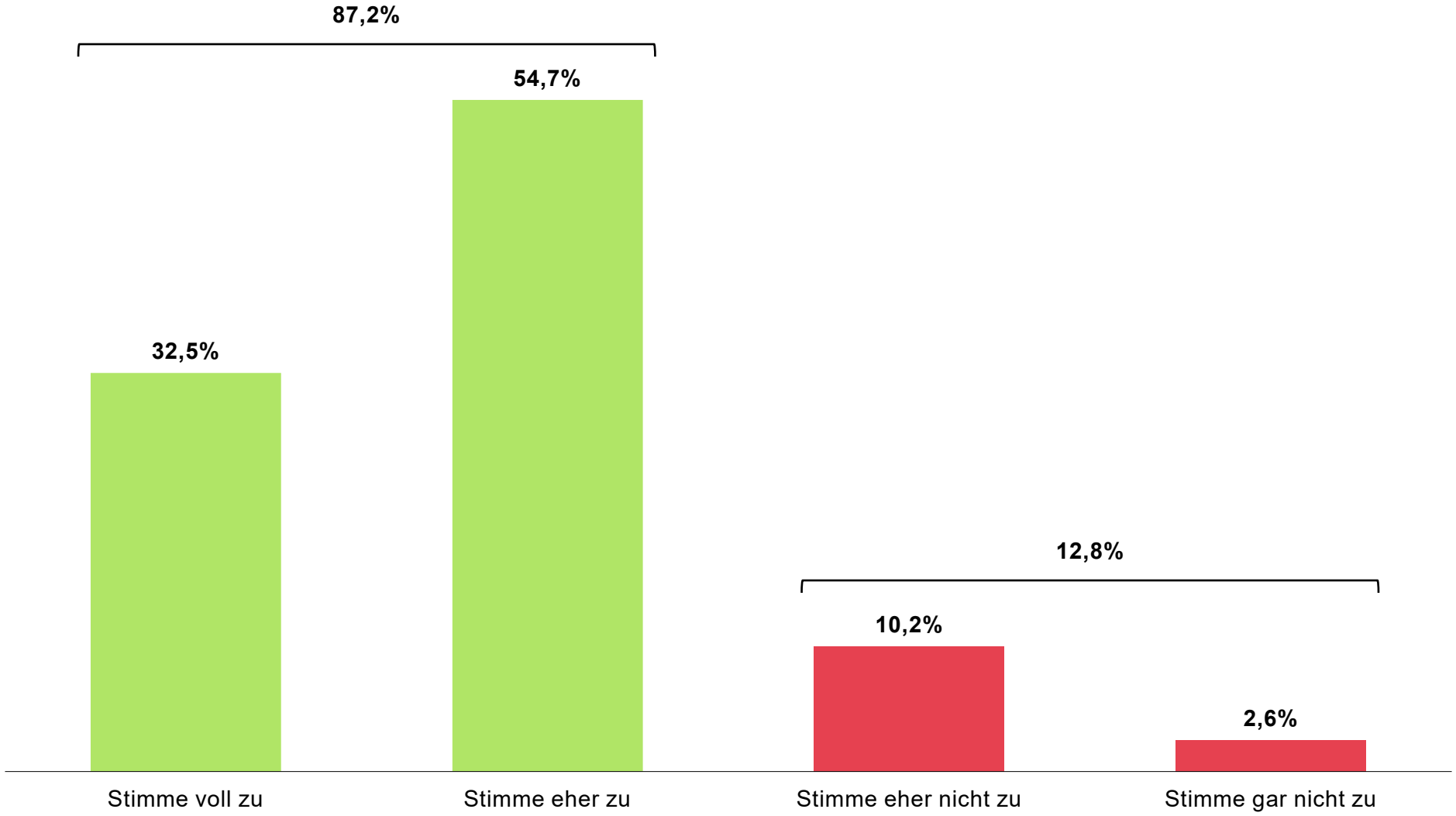
Was erwarten Sie persönlich am stärksten von einem Produkt, das mit dem Schweizer Kreuz gekennzeichnet ist? || n=1.000



Für die Schweizer Bevölkerung ist das Kreuz weit mehr als ein Marketingzeichen. In den Köpfen der Konsumentinnen und Konsumenten ist es sehr eng mit tatsächlicher Wertschöpfung in der Schweiz verbunden. Wird diese Verbindung aufgeweicht, droht aus Sicht einer grossen Mehrheit ein Verlust an Klarheit, Glaubwürdigkeit und Wertigkeit.

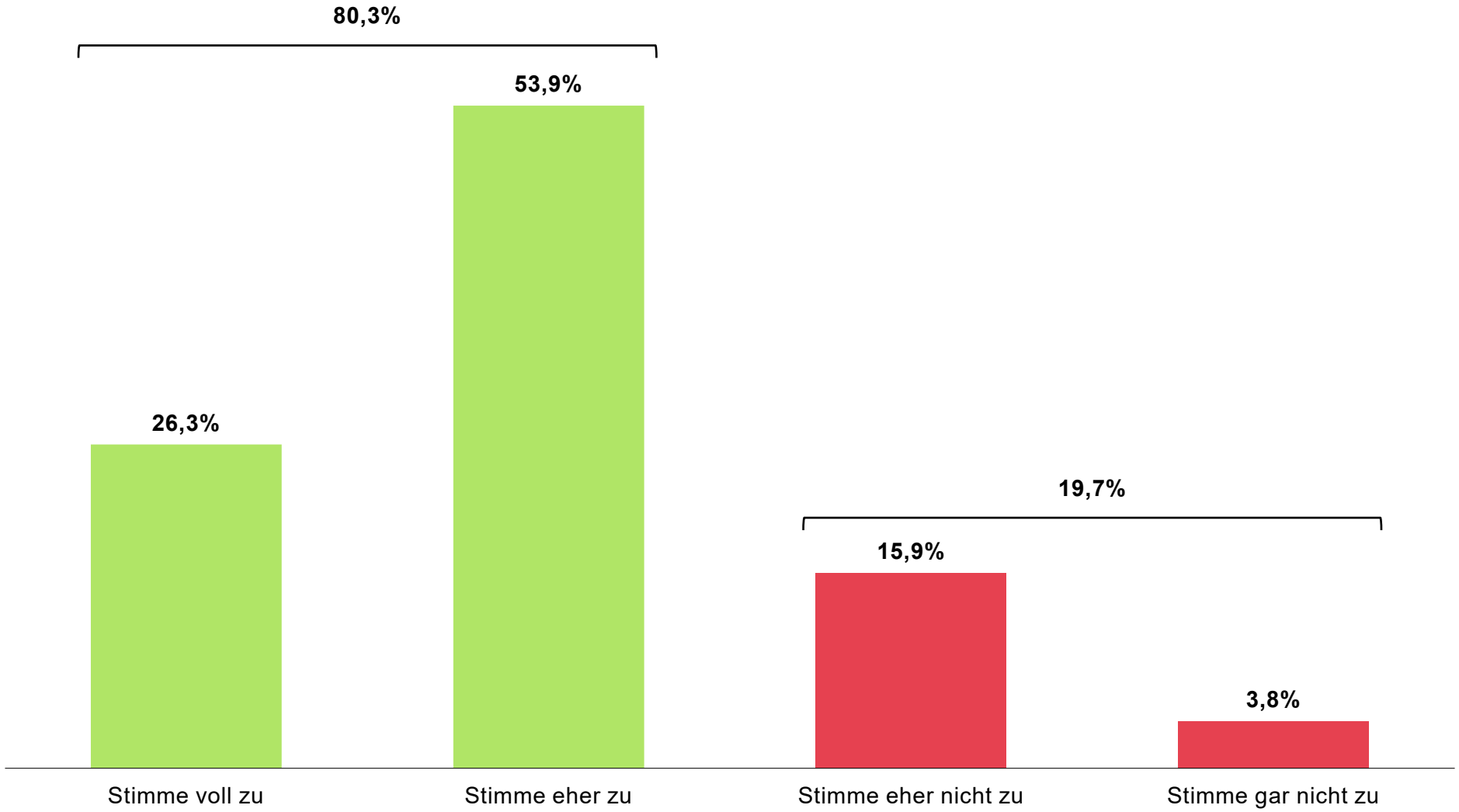
— Thomas Schwabl, Marketagent-Founder

Wertsteigerung durch Herstellung in der Schweiz



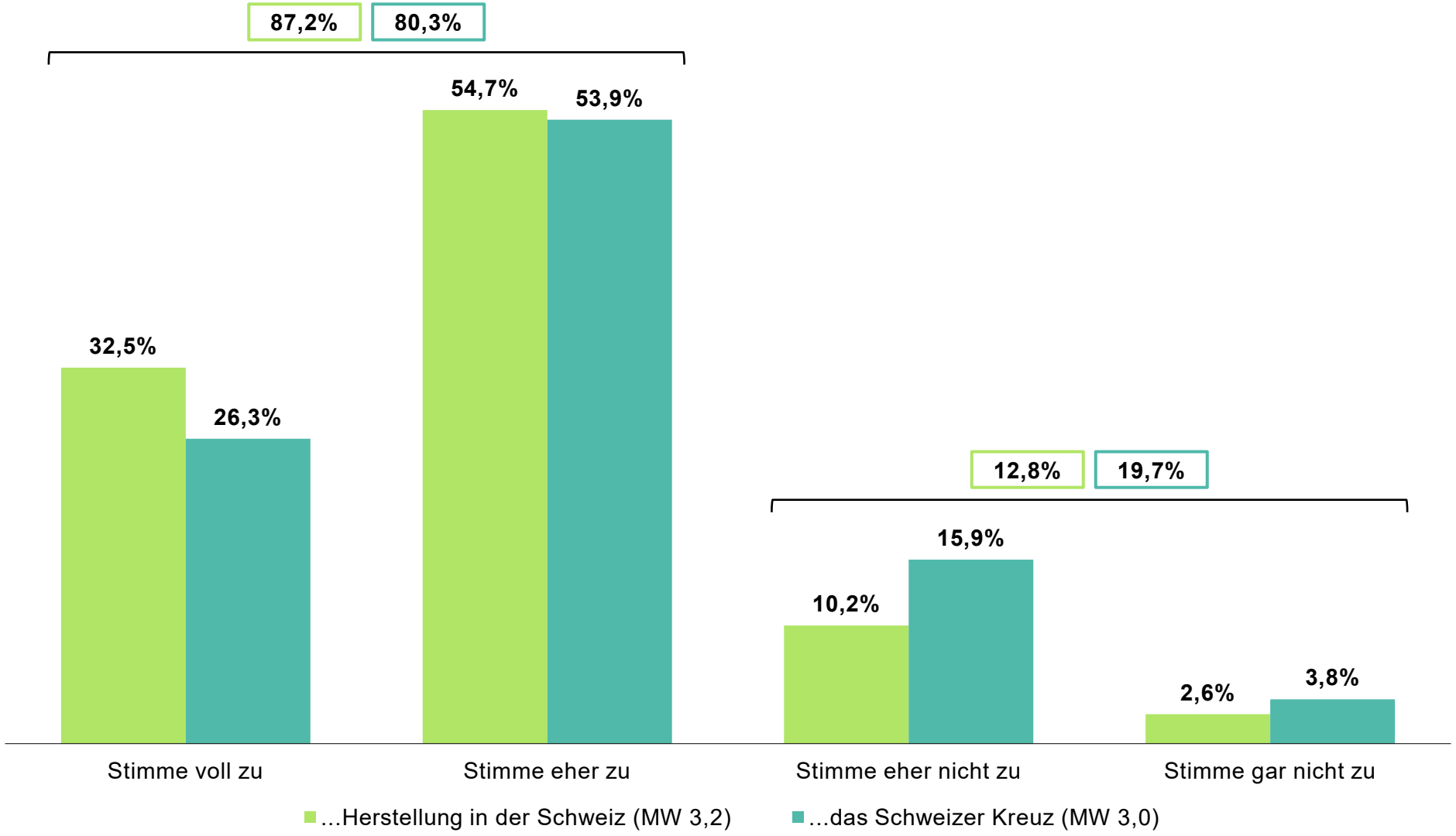
Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu: "Wenn ein Produkt in der Schweiz hergestellt wurde, empfinde ich das als wertsteigernd". || n=1.000 ||
MW 3,2 (Skala von "4 = Stimme voll zu" bis "1 = Stimme gar nicht zu")

Wertsteigerung durch das Schweizer Kreuz



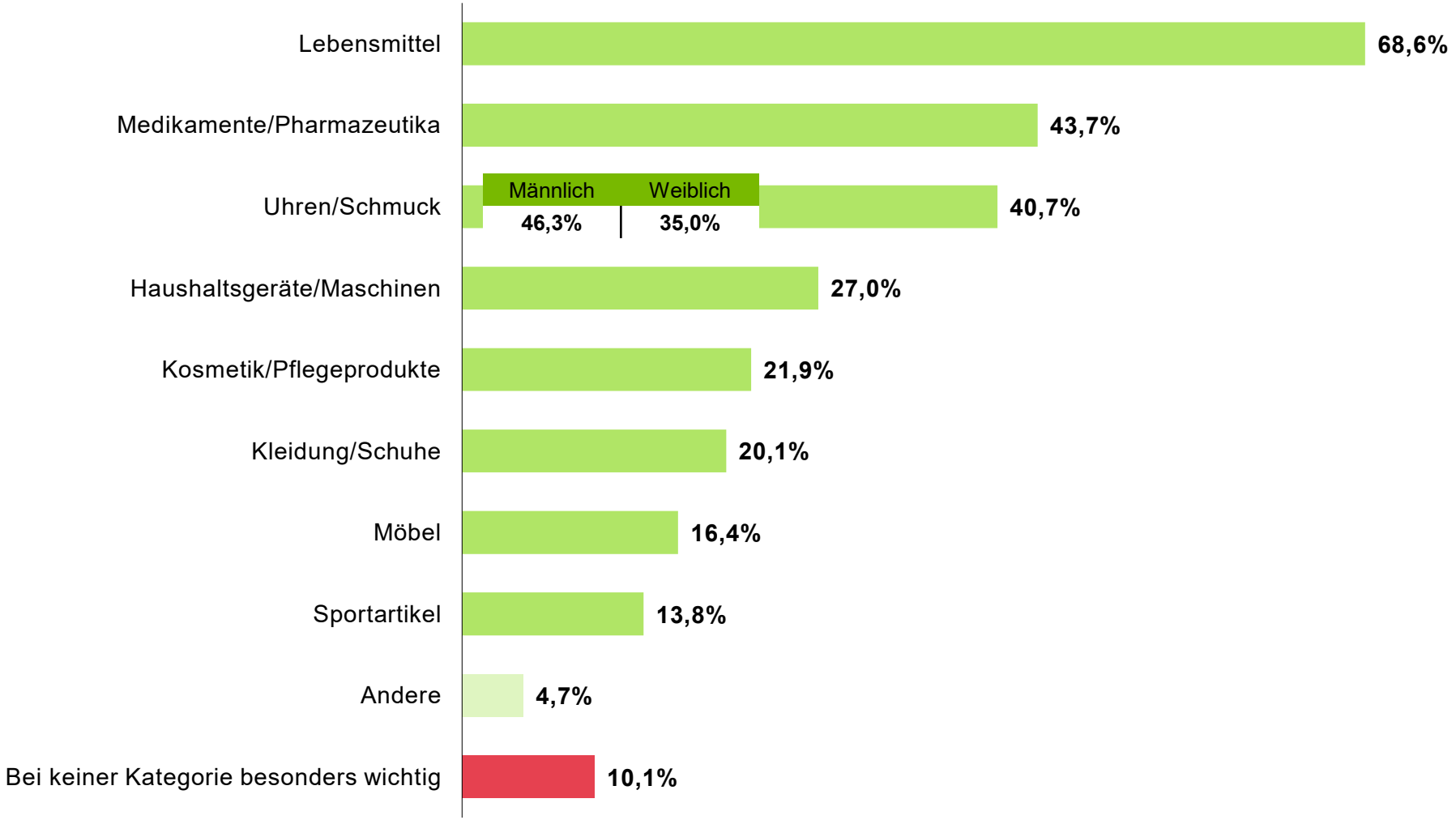
Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu: "Wenn ein Produkt mit dem Schweizer Kreuz gekennzeichnet ist, empfinde ich das als wertsteigernd". || n=1.000 || MW 3,0 (Skala von "4 = Stimme voll zu" bis "1 = Stimme gar nicht zu")

Wertsteigerung durch Herstellung in der Schweiz/ Schweizer Kreuz



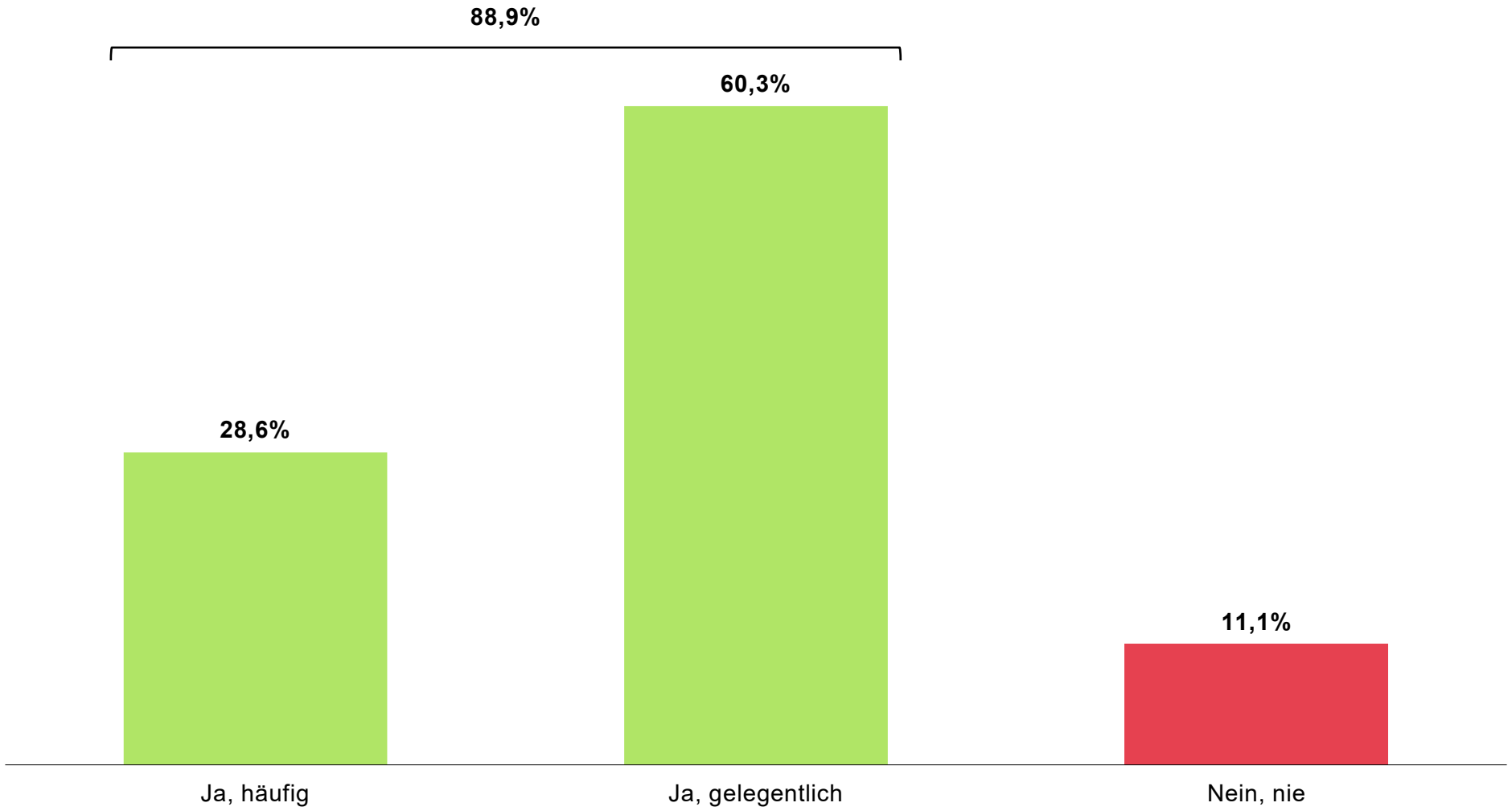
Summary: Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu: "Wenn ein Produkt in der Schweiz hergestellt wurde/ mit dem Schweizer Kreuz gekennzeichnet ist, empfinde ich das als wertsteigernd". || n=1.000 || Skala von "4 = Stimme voll zu" bis "1 = Stimme gar nicht zu"

Bedeutung der Schweizer Herstellung nach Produktkategorie



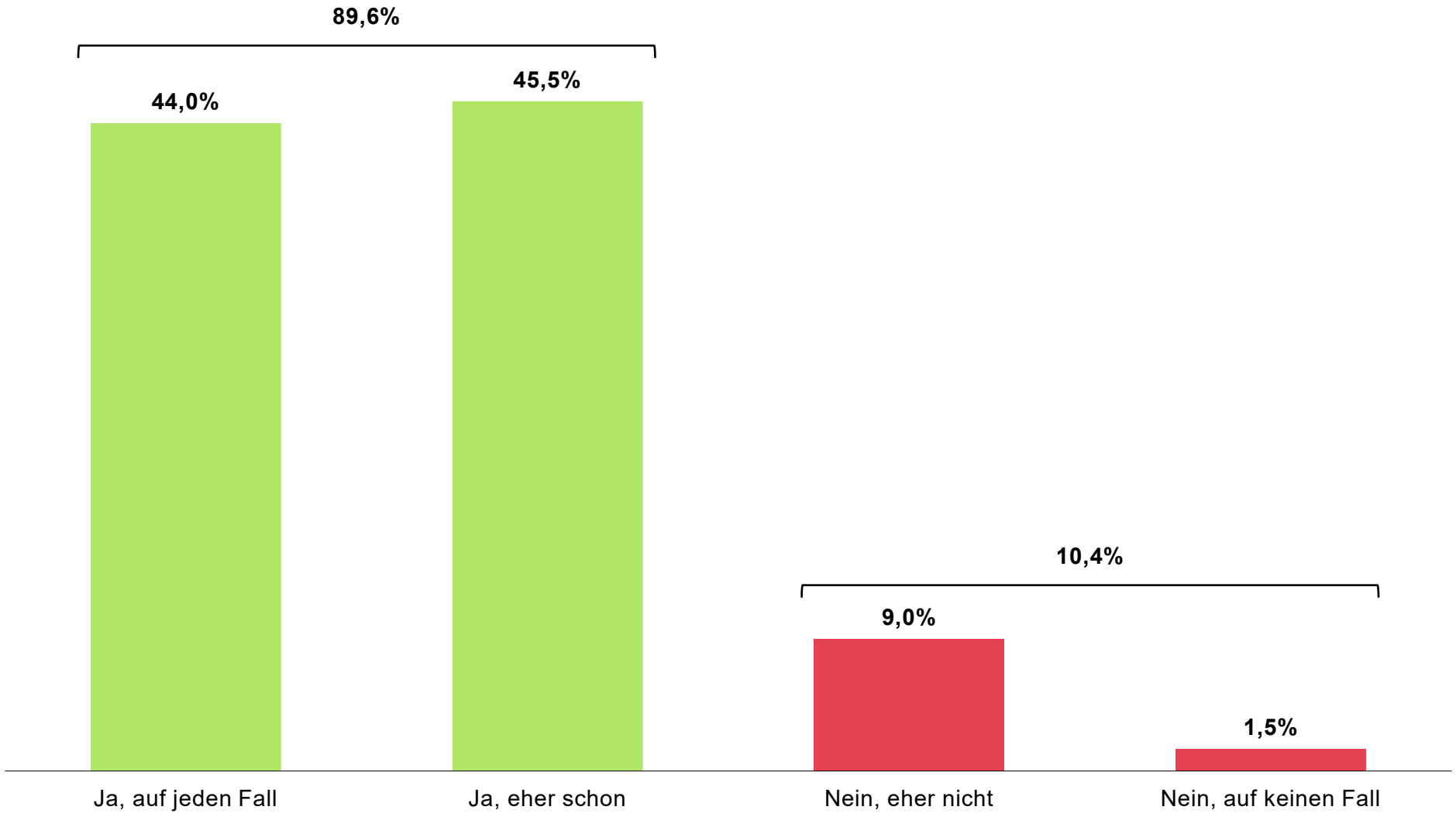
Bei welchen Produktkategorien ist Ihnen besonders wichtig, dass das Produkt in der Schweiz auch hergestellt wurde? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Aktive Prüfung des Herstellungslandes beim Einkauf



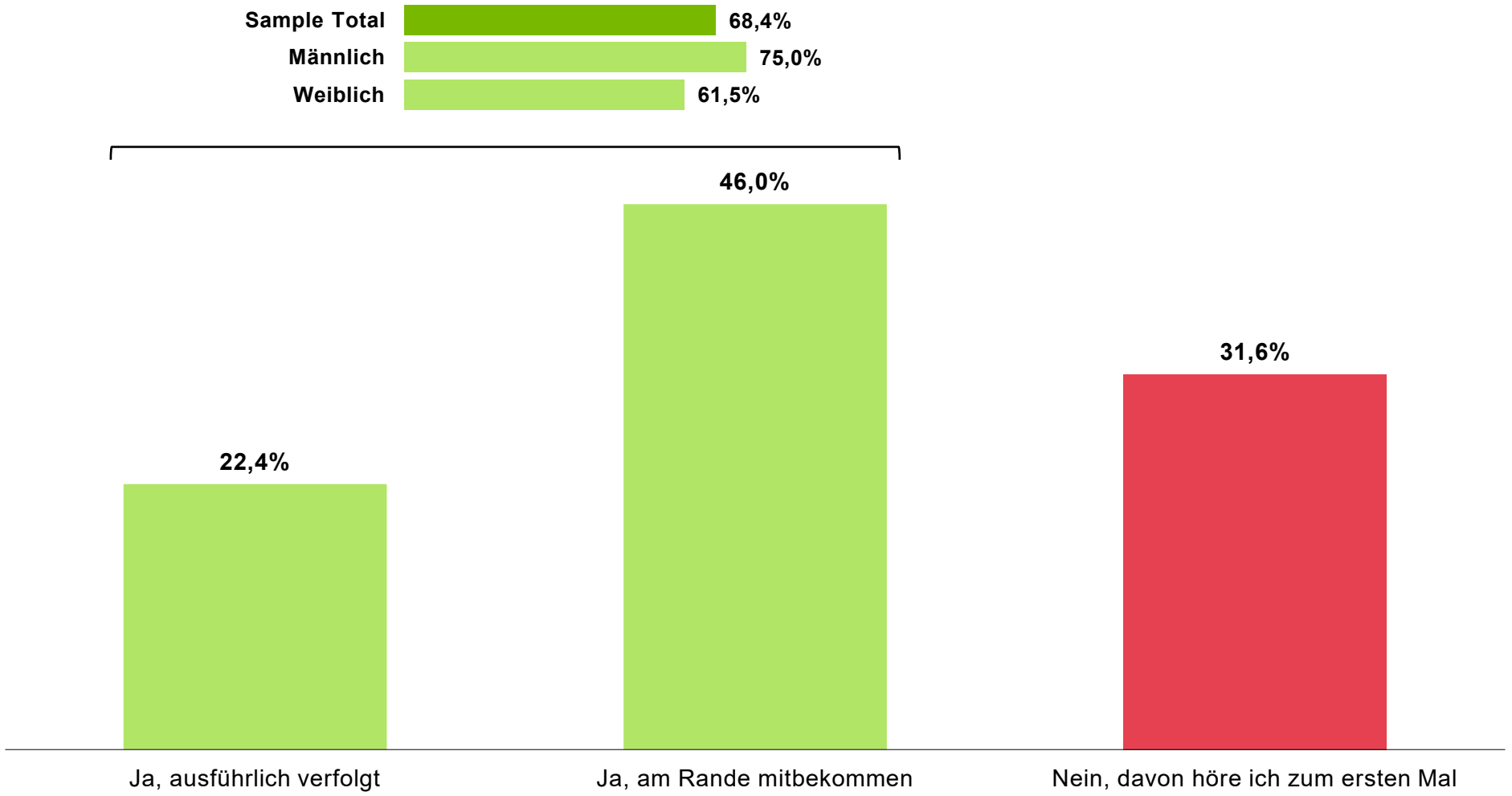
Prüfen Sie beim Einkaufen aktiv, wo ein Produkt tatsächlich hergestellt wurde? || n=1.000

Notwendigkeit gesetzlicher Regeln für „Swissness“-Bezeichnung



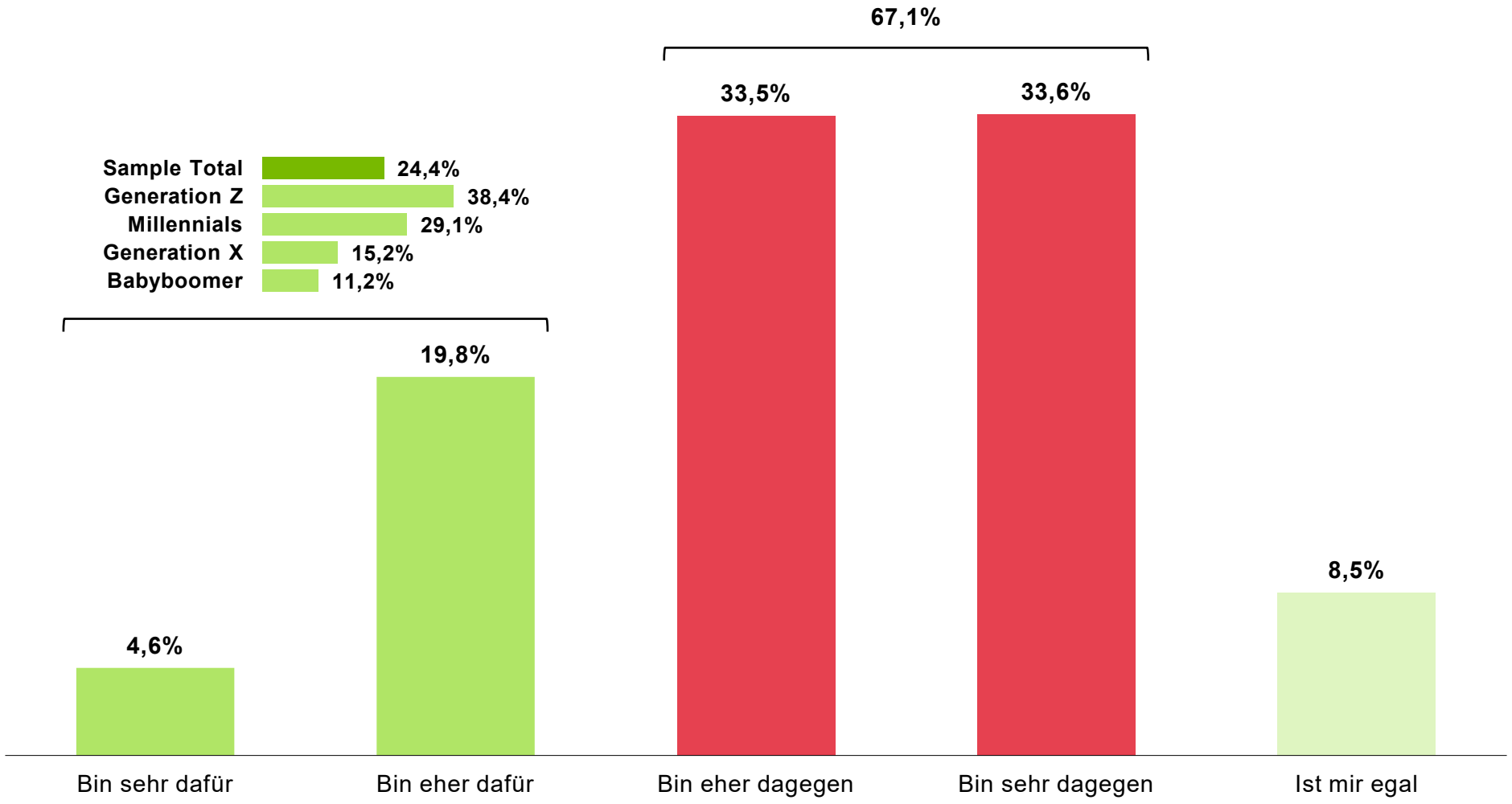
Erachten Sie eine gesetzliche Regelung für die "Swissness"-Bezeichnung (d.h. ab wann Produkte als "schweizerisch" deklariert werden bzw. mit dem Schweizer Kreuz markiert werden dürfen) als notwendig? || n=1.000 || MW 3,3 (Skala von "4 = Ja, auf jeden Fall" bis "1 = Nein, auf keinen Fall")

Bekanntheit der neuen Regeln zum Schweizer Kreuz



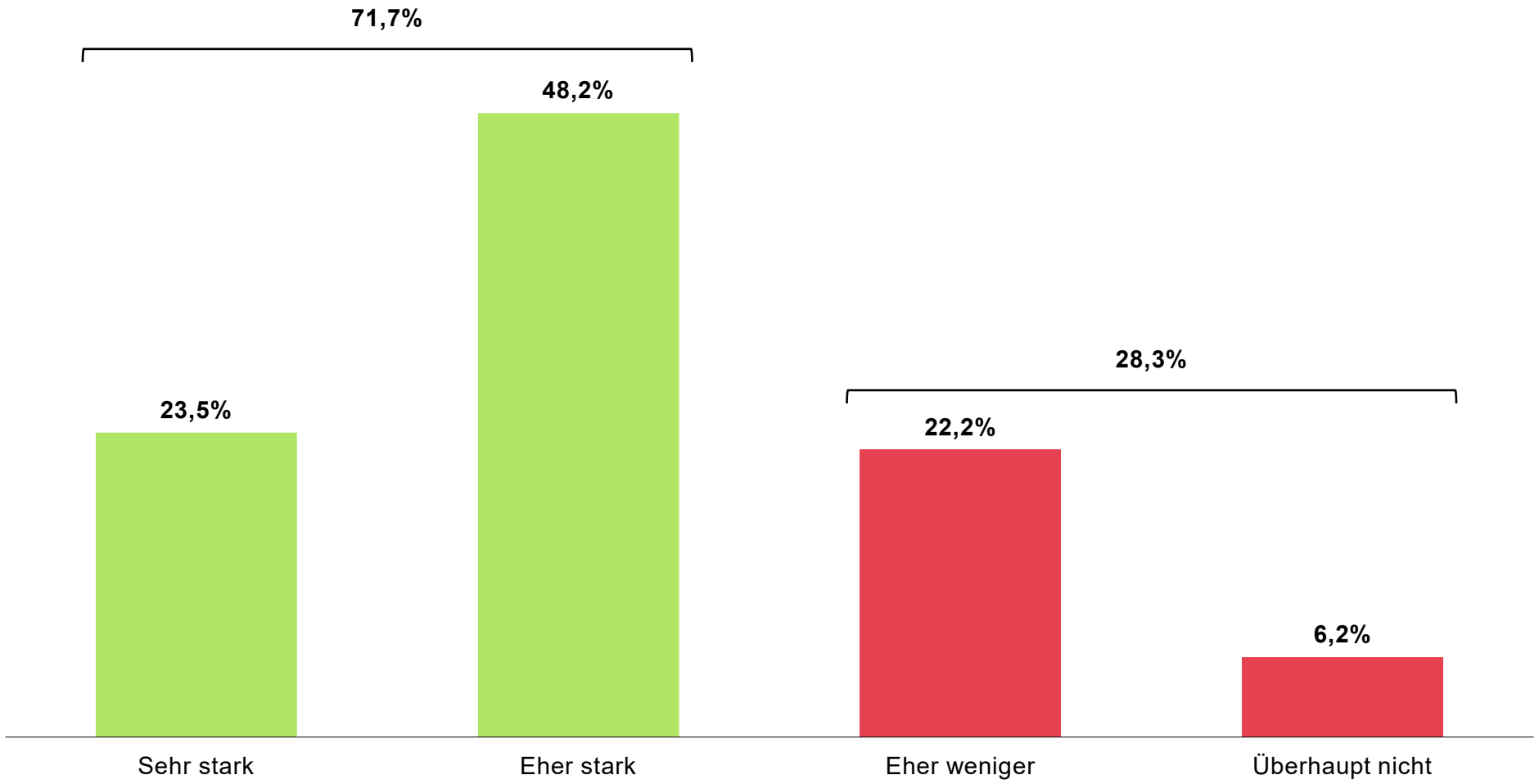
Seit März 2026 darf das Schweizer Kreuz unter bestimmten Voraussetzungen auch auf Produkten verwendet werden, die im Ausland hergestellt wurden (z.B. Firma On, die vollständig im Ausland produziert). [...] Haben Sie von dieser Änderung gehört? || n=1.000

Haltung zur Lockerung der Regeln zum Schweizer Kreuz



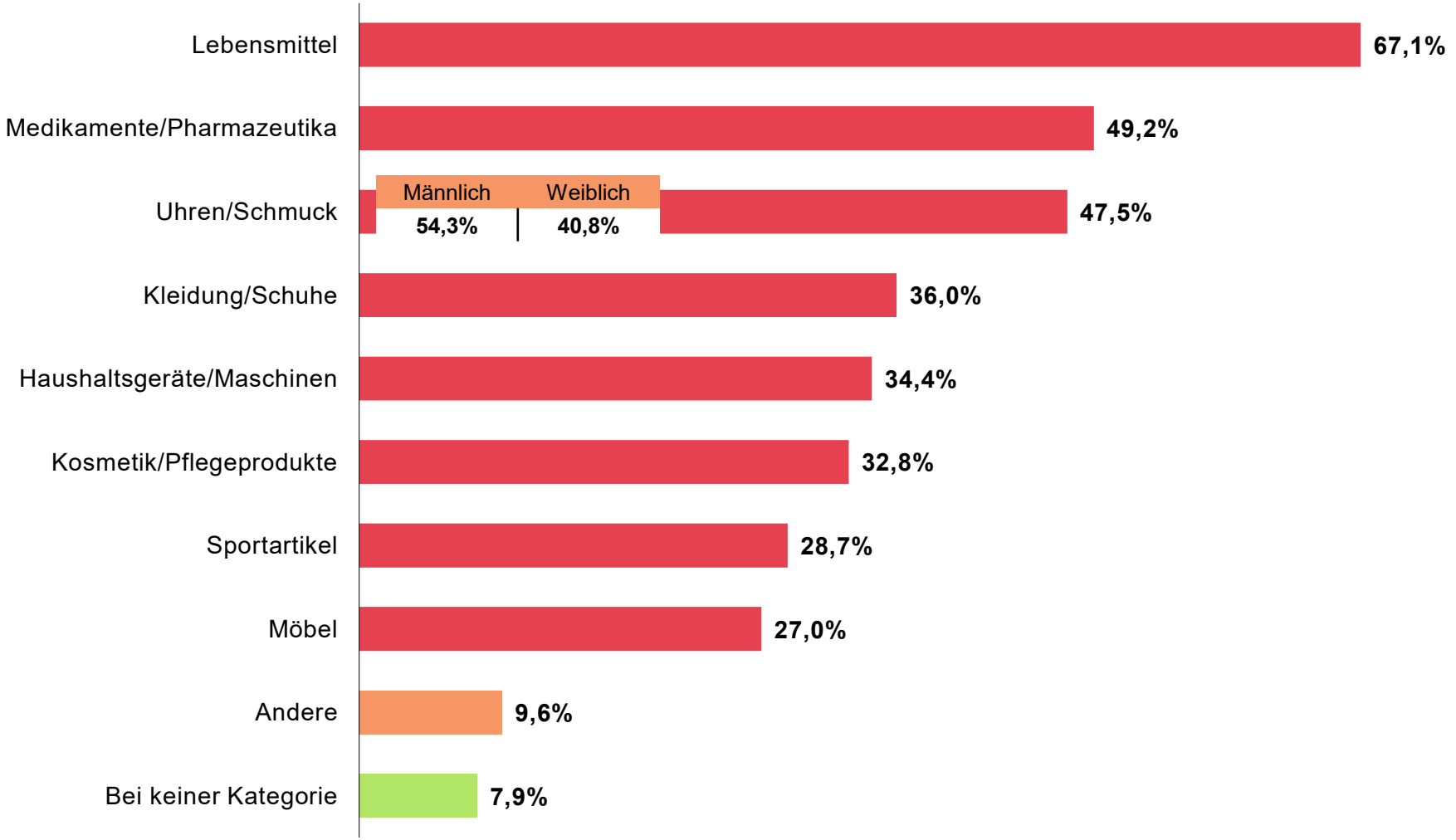
Wie stehen Sie grundsätzlich zu dieser Lockerung zur Verwendung des Schweizer Kreuzes? || n=1.000 ||
MW 1,9 (Skala von "4 = Bin sehr dafür" bis "1 = Bin sehr dagegen")

Einfluss der Lockerung auf das Vertrauen ins Schweizer Kreuz



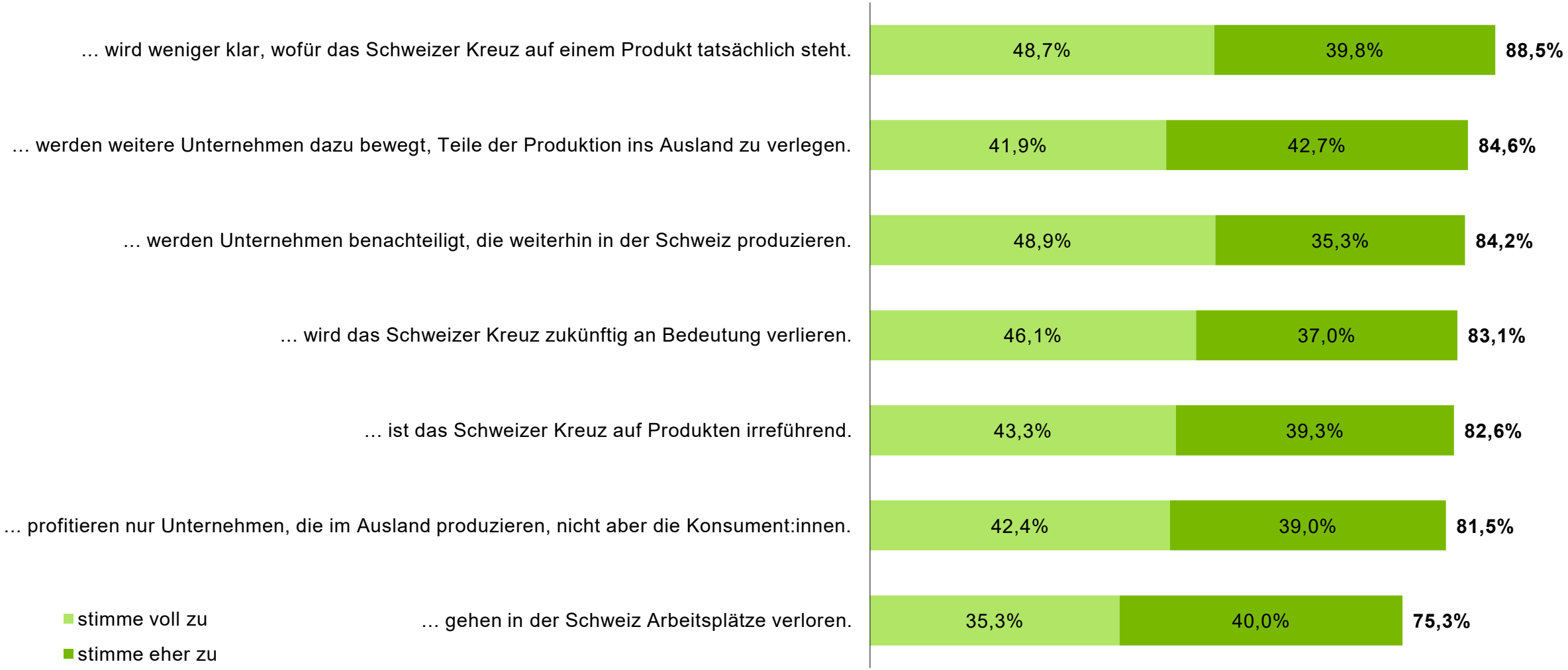
Wie stark beeinflusst es Ihr Vertrauen in das Schweizer Kreuz, wenn es auch auf im Ausland produzierten Produkten verwendet werden darf? || n=1.000 ||
MW 2,9 (Skala von "4 = Sehr stark" bis "1 = Überhaupt nicht")

Ablehnung ausländischer Produktion trotz Schweizer Kreuz



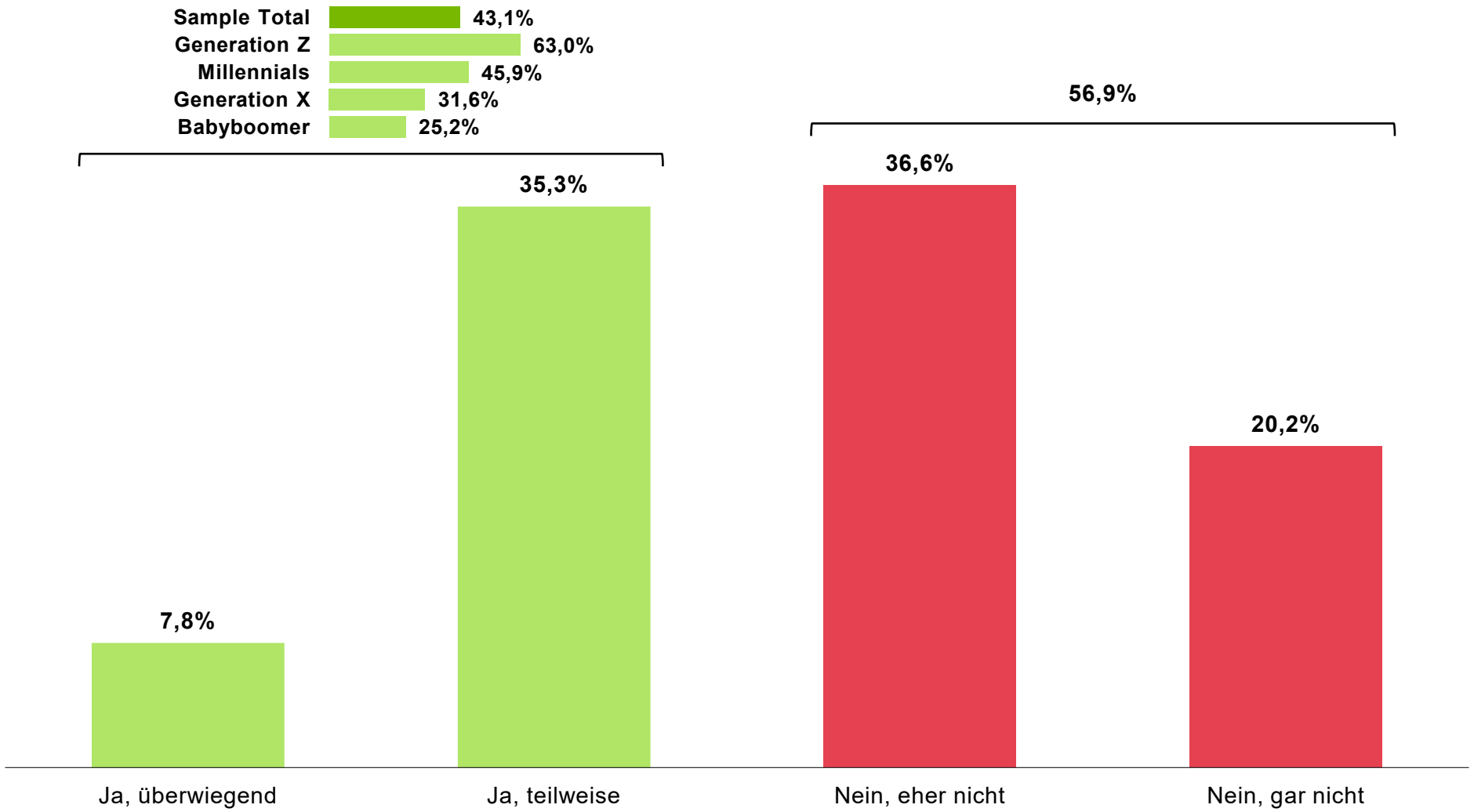
Bei welchen Produktkategorien würde es Sie beim Kauf besonders stören, wenn ein Produkt trotz Kennzeichnung mit dem Schweizer Kreuz im Ausland hergestellt wurde? || n=1.000 || Mehrfach-Nennung möglich

Wahrgenommene Folgen der Lockerung der Swissness-Regeln



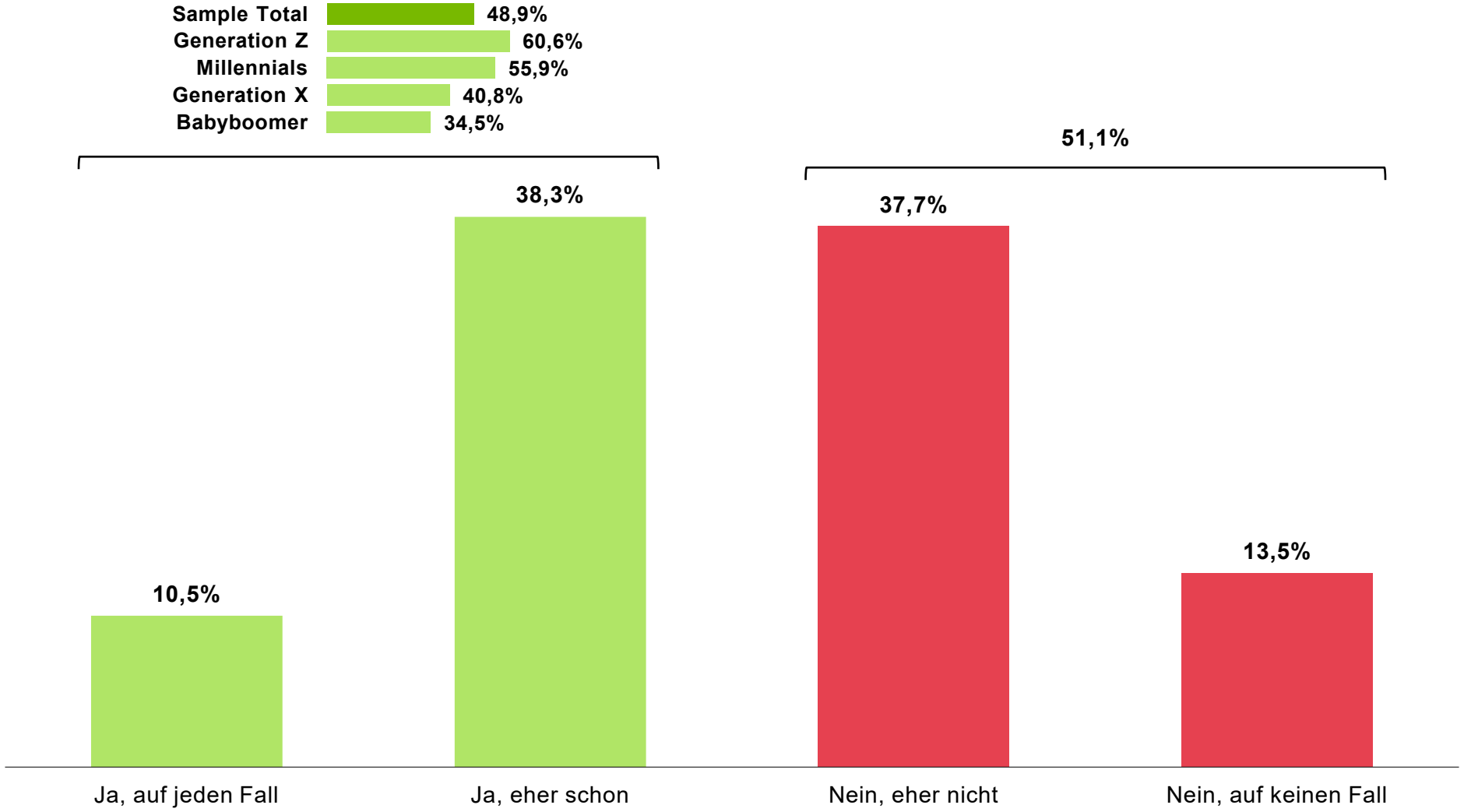
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Lockerung der Regeln für die Verwendung des Schweizer Kreuzes zu? Durch die Lockerung ... || n=1.000 || Top-2-Box: stimme voll zu / stimme eher zu

Weitergabe von Kosteneinsparungen an Konsument:innen



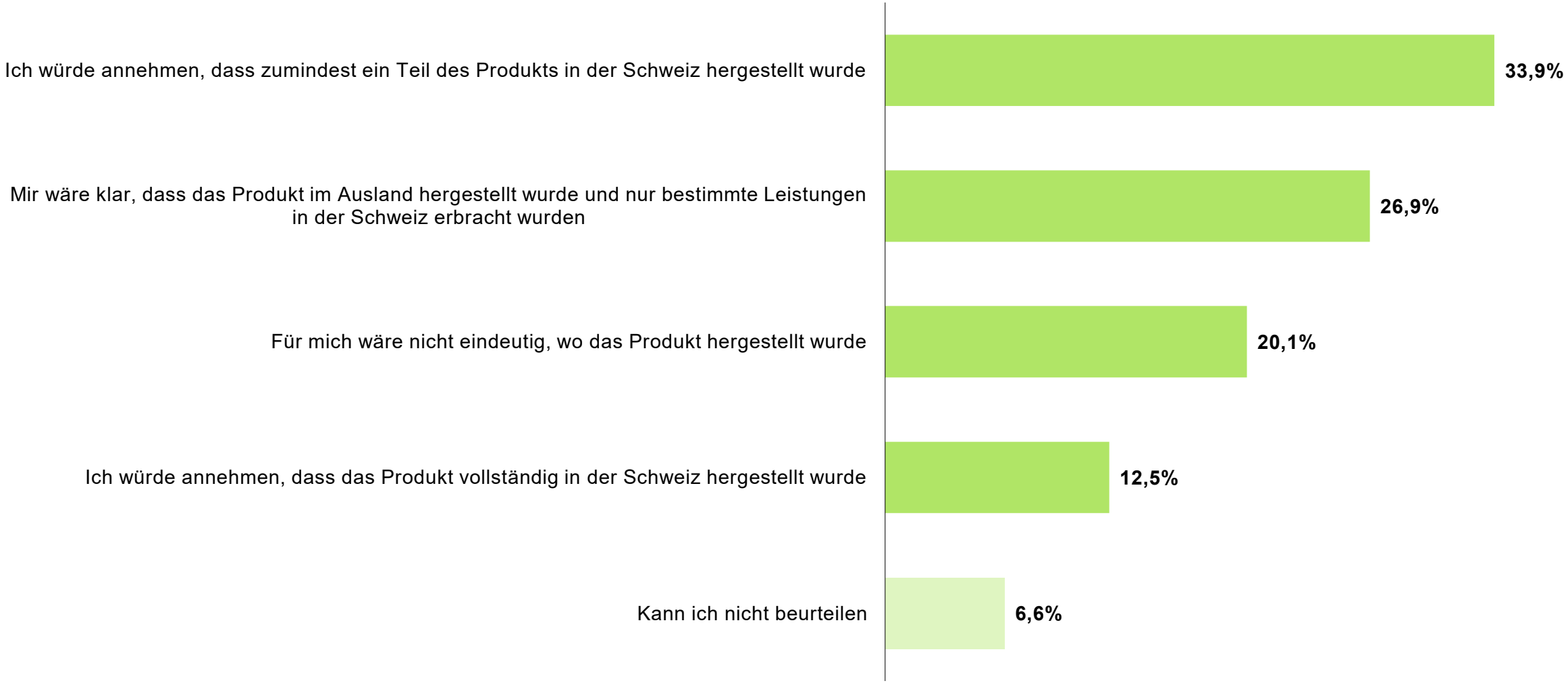
Glauben Sie, dass Kosteneinsparungen durch eine Produktion im Ausland an die Konsument:innen weitergegeben werden? || n=1.000 ||
MW 2,3 (Skala von "4 = Ja, überwiegend" bis "1 = Nein, gar nicht")

Preisvorteile erhöhen die Akzeptanz der Lockerung



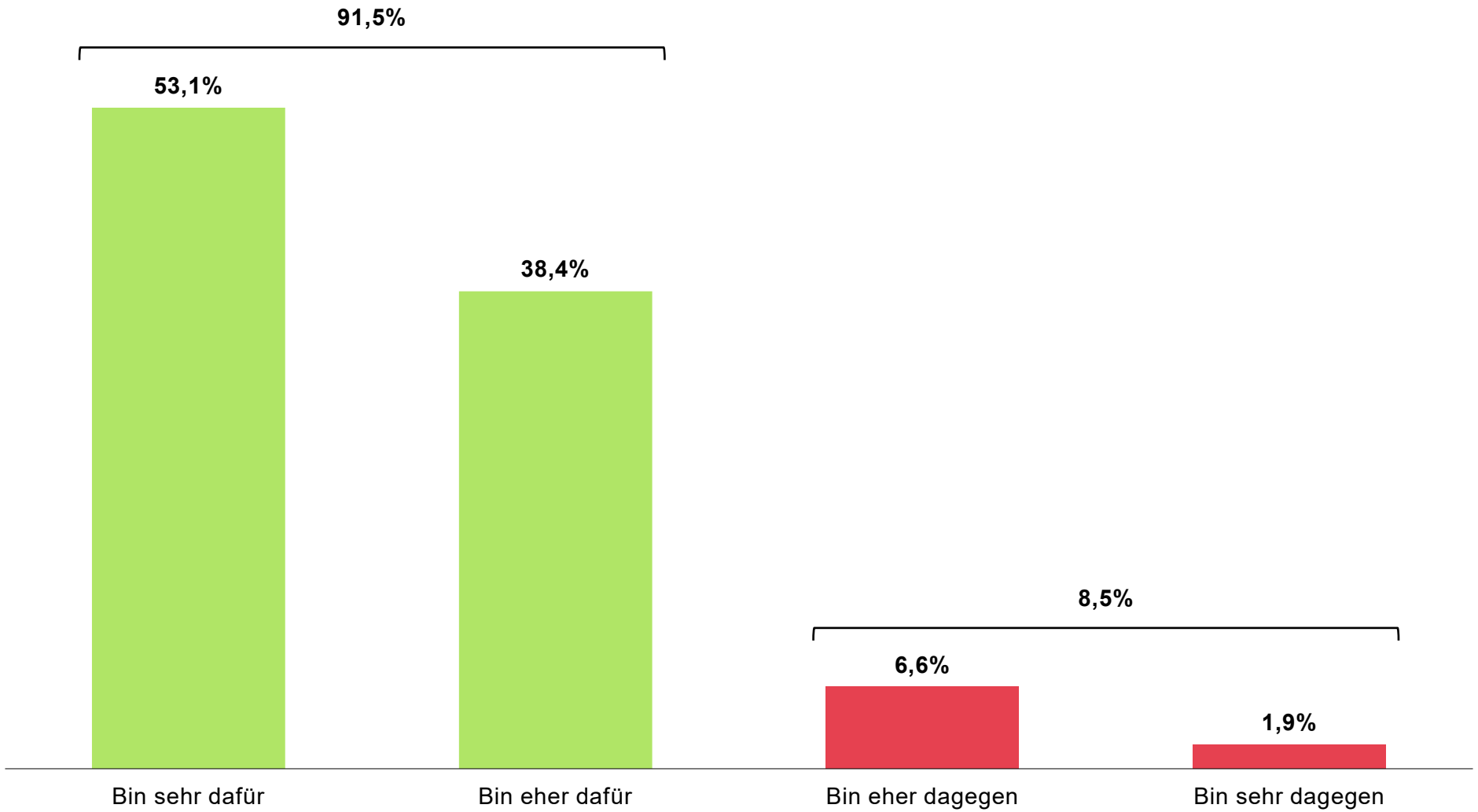
Wären Sie eher für die Lockerung der Regeln für die Verwendung des Schweizer Kreuzes, wenn Konsument:innen durch günstigere Preise von einer Produktion im Ausland profitieren würden? || n=1.000 || MW 2,5 (Skala von "4 = Ja, auf jeden Fall" bis "1 = Nein, auf keinen Fall")

Bedeutung: Schweizer Kreuz + Swiss Engineering / Swiss Research



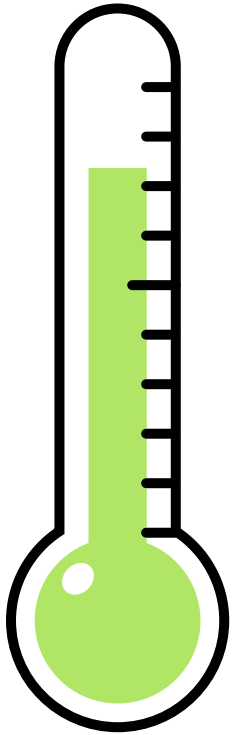
Wie würden Sie die Kennzeichnung mit dem Schweizer Kreuz und dem Hinweis "Swiss Engineering" bzw. "Swiss Research" verstehen? || n=1.000

Forderung: Schweizer Kreuz nur bei Schweizer Produktion



Im Schweizer Parlament wurden Vorstösse eingereicht, wonach das Schweizer Kreuz auf Produkten nur verwendet werden darf, wenn diese tatsächlich in der Schweiz hergestellt werden. Wie stehen Sie zu dieser Forderung? || n=1.000 || MW 3,4 (Skala von "4 = Bin sehr dafür" bis "1 = Bin sehr dagegen")

Aufpreisbereitschaft für vollständig in der Schweiz hergestellte Produkte

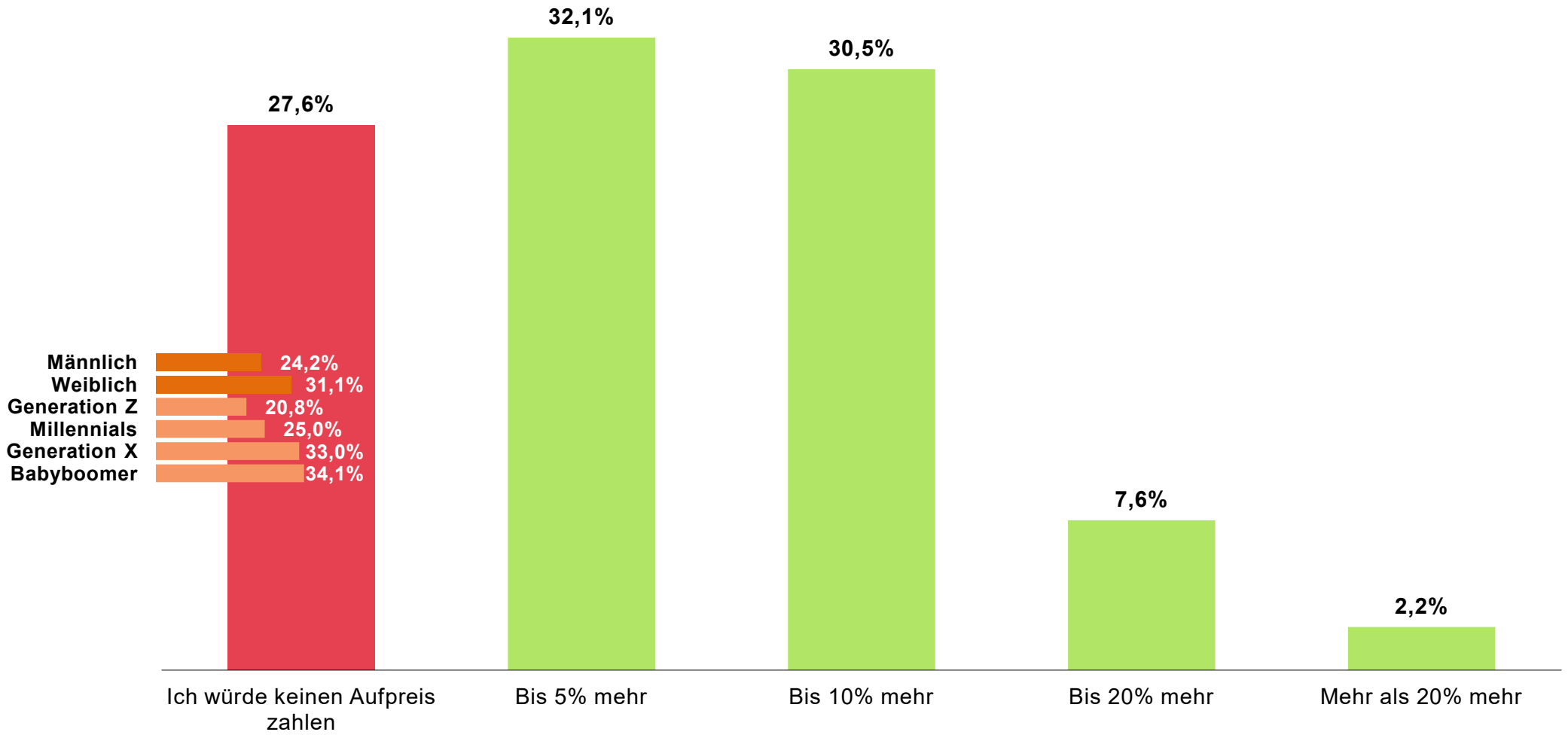


72,4%

wären bereit für vollständig in der Schweiz hergestellte Produkte einen Aufpreis zu zahlen

[...] Wie viel mehr wären Sie maximal bereit, für das in der Schweiz hergestellte Produkt zu bezahlen? || n=1.000

Aufpreisbereitschaft für vollständig in der Schweiz hergestellte Produkte



[...] Wie viel mehr wären Sie maximal bereit, für das in der Schweiz hergestellte Produkt zu bezahlen? || n=1.000

professionell
schnell
individuell

Mag. Andrea Berger
Research & Communications

a.berger@marketagent.com

marketagent-schweiz.ch

Market and Social Research by SWISS INSIGHTS

marketagent.