

Umfragen zur «Swissness» von Juli / August 2026

Zusammenfassung der Ergebnisse



I. Ausgangslage

«Swiss Made» und das Schweizerkreuz

Bisher durfte das Schweizerkreuz nur für Produkte verwendet werden, die die gesetzlichen Swissness-Anforderungen erfüllen. Angaben wie «Swiss Design» oder «Swiss Engineering» waren zwar zulässig, das Schweizerkreuz durfte jedoch nicht verwendet werden, wenn die Produktion im Ausland erfolgte¹.

Im März 2026 änderte das Eidgenössische Institut für geistiges Eigentum IGE diese Praxis. Seither darf das Schweizerkreuz auch für Angaben wie «Swiss Design» oder «Swiss Engineering» verwendet werden, selbst wenn die Herstellung vollständig im Ausland erfolgt. Das IGE begründet dies damit, dass die Schweizer Wirtschaft «aufgrund der anhaltenden Frankenstärke und der hohen US-Zölle seit einiger Zeit stark unter Druck» stehe und dass mit der Praxisänderung der «Innovationsstandort Schweiz nachhaltig gestärkt» werde.²

¹ Artikel 47ff. Markenschutzgesetz (MSchG)

Umfragen im Gewerbe und in der Stimmbevölkerung

Der Schweizerische Gewerbeverband sgv hat von Mitte Juli bis Anfang August 2026 via Kantonalverbände eine nicht repräsentative online-Umfrage zur Bedeutung der Swissness und zur Praxisänderung des IGE durchgeführt. Es gingen 289 Antworten ein.

Gleichzeitig wurde über Demoscope eine repräsentative Umfrage durchgeführt. Befragt wurden 1154 Personen im Alter von über 18 Jahren und mit Schweizer Staatsbürgerschaft in der deutsch-, französisch- und italienischsprachigen Schweiz.

II. Ergebnisse der Umfragen

Die Ergebnisse der repräsentativen Demoscope-Umfrage bei Stimmberechtigten bestätigen im Wesentlichen die Ergebnisse der vom sgv im Gewerbe durchgeführten, nicht repräsentativen Online-Umfrage.

Nachfolgend werden die wichtigsten Ergebnisse der beiden Umfrage dargestellt.

Ergebnisse der Online-Umfrage des sgv

- **Knapp 70% der Antwortenden beurteilen die Verwendung der Herkunftsbezeichnung Schweiz (z.B. «Swiss Made») für ihr Unternehmen oder für die Produkte ihres Unternehmens als «sehr wichtig» oder «eher wichtig».** KMU betrachten die Marke Schweiz damit als relevanten Wettbewerbsfaktor.
- **Mit Blick auf den unter Druck stehenden Produktionsstandort sind 89% der Befragten der Meinung, dass die Wirtschaft besser unterstützt wird, wenn das Schweizerkreuz den Schweizer Produzenten vorbehalten bleibt.** Auf die Frage, wie die Schweizer Wirtschaft angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen (Frankenstärke, geopolitische Entwicklungen) besser unterstützt werden kann, antworteten 55% mit «indem die Verwendung des Schweizerkreuzes als Exklusivrecht den Schweizer Produzenten vorbehalten bleibt». Zusätzliche 34% bestätigten diese Aussage und ergänzten sie mit der Forderung nach Erleichterungen für Schweizer Produzenten bei den gesetzlichen Schwellen bezüglich Herstellkosten und Rohstoffgewicht.
- **Die Mehrheit der Antwortenden beurteilt die Auswirkungen der IGE-Praxisänderung für Schweizer KMU ohne Produktion im Ausland als «sehr nachteilig»** und hat auch keine Pläne, um von der neuen Möglichkeit zur Verwendung des Schweizerkreuzes für im Ausland produzierte Produkte Gebrauch zu machen.
- **9 von 10 Antwortenden stimmen der Aussage vollständig oder eher zu, dass eine Abwanderung der Produktion ins Ausland auch die Innovationsstärke des Standorts Schweiz schwächt.**

Frage:

Wie wichtig ist die Verwendung der Herkunftsbezeichnung Schweiz (z.B. «Swiss Made», «Swiss Quality», etc.) für Ihr Unternehmen oder für die Produkte Ihres Unternehmens?

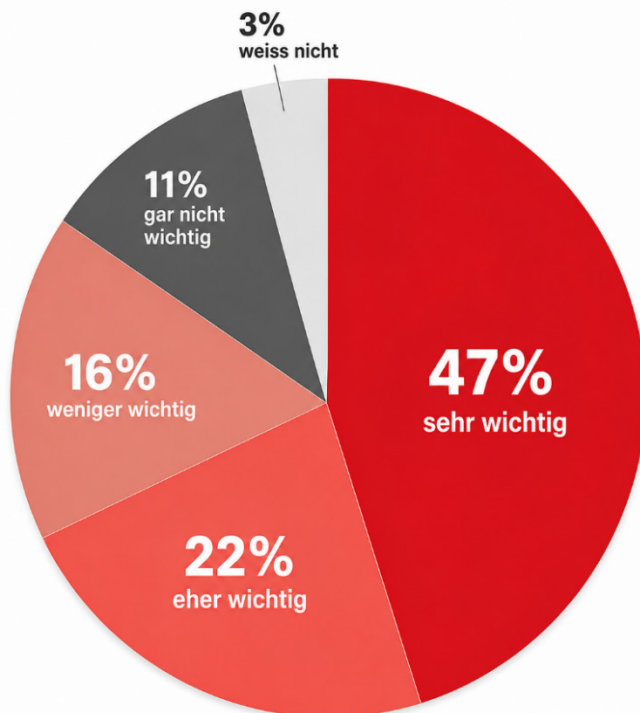


Abb. 1: Bedeutung der Herkunftsbezeichnung Schweiz – Quelle: Umfrage sgv online

Frage:

Der Produktionsstandort Schweiz steht aufgrund der Frankenstärke und der geopolitischen Entwicklungen unter Druck. Wie wird die Wirtschaft in dieser Situation besser unterstützt? (nur eine Antwort möglich)

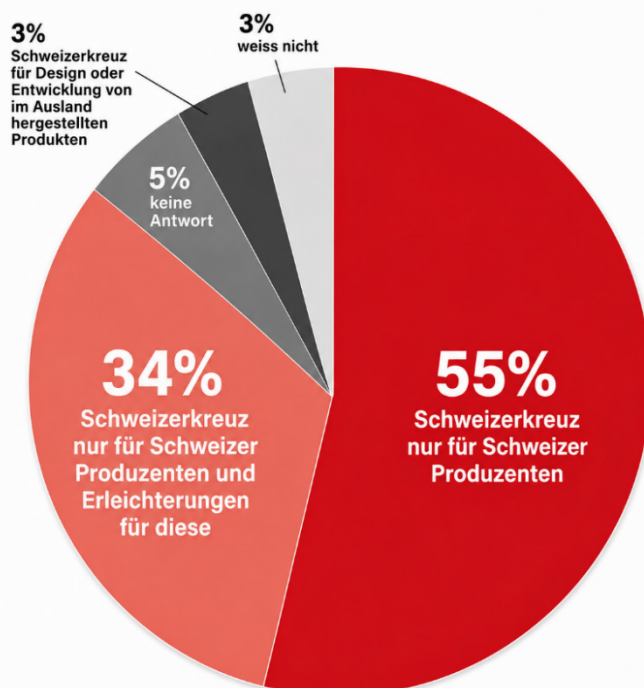


Abb. 2: Wie kann die Schweizer Wirtschaft in einem schwierigen Umfeld besser unterstützt werden? – Quelle: Umfrage sgv online

Frage:

Wie beurteilen Sie die folgende Aussage: Innovation entsteht durch ständige Verbesserung und Perfektionierung in der Produktion. Wandert die Produktion ins Ausland ab, schwächt dies auch die Innovationsstärke des Standorts Schweiz. (nur eine Antwort möglich)

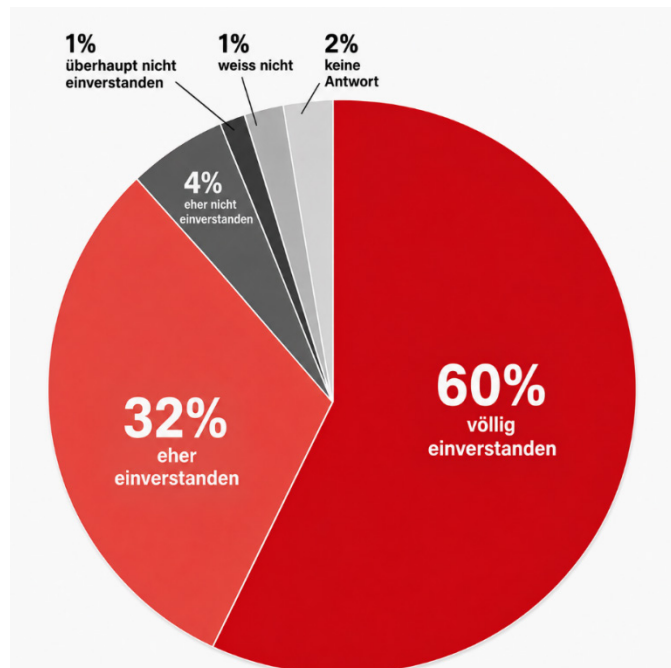


Abb. 3: Wie beurteilen Sie die folgende Aussage: Innovation entsteht durch ständige Verbesserung und Perfektionierung in der Produktion. Wandert die Produktion ins Ausland ab, schwächt dies auch die Innovationsstärke des Standorts Schweiz. – Quelle: Umfrage sgv online

Frage

Wie beurteilen Sie die Auswirkungen dieser Praxisänderung auf Schweizer KMU ohne Produktionsstätten im Ausland? (nur eine Antwort möglich)

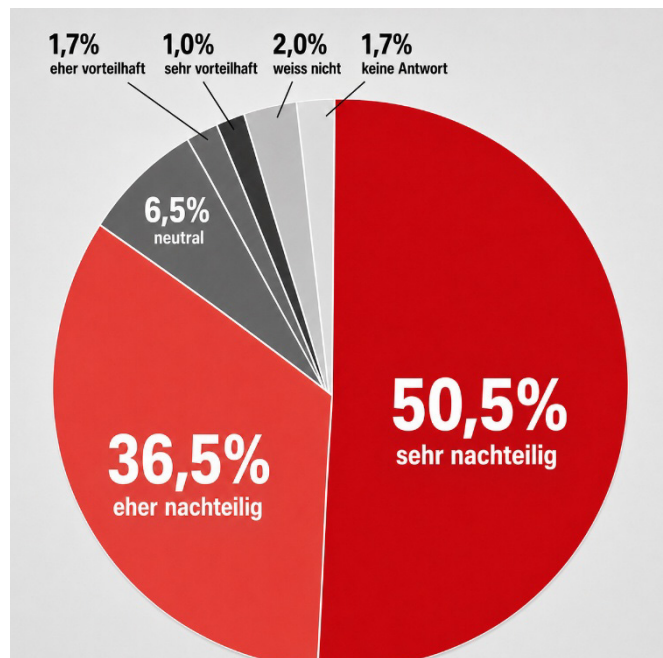


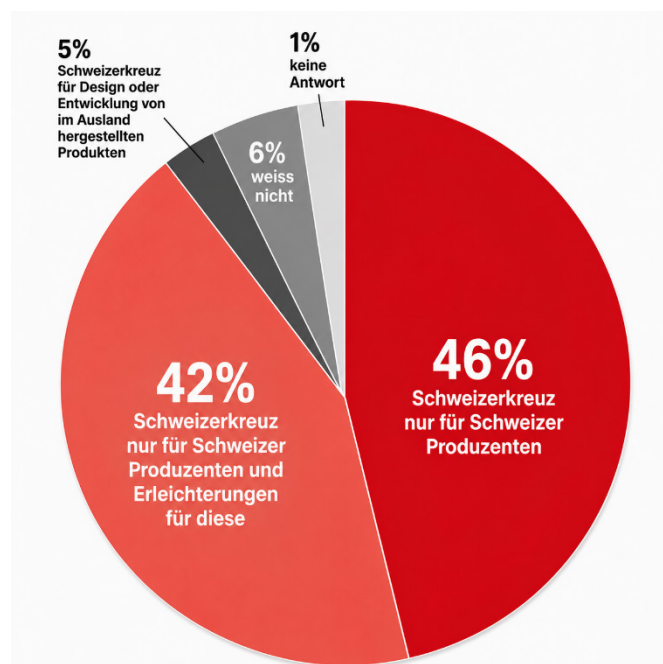
Abb. 4: Wie beurteilen Sie die Auswirkungen dieser Praxisänderung auf Schweizer KMU ohne Produktionsstätten im Ausland? (nur eine Antwort möglich). – Quelle: Umfrage sgv online

Ergebnisse der Umfrage von Demoscope

- **Mit Blick auf den unter Druck stehenden Produktionsstandort sind 88% der Befragten der Meinung, dass die Wirtschaft besser unterstützt wird, wenn das Schweizerkreuz den Schweizer Produzenten vorbehalten bleibt.** Auf die Frage, wie die Wirtschaft angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen (Frankenstärke, geopolitische Entwicklungen) besser unterstützt werden kann, antworteten 46% mit «indem die Verwendung des Schweizerkreuzes als Exklusivrecht den Schweizer Produzenten vorbehalten bleibt». Zusätzliche 42% bestätigten diese Aussage und ergänzten sie mit der Forderung nach Erleichterungen für Schweizer Produzenten bei den gesetzlichen Schwellen bezüglich Herstellkosten und Rohstoffgewicht.
- **60% der befragten Personen antworteten, dass ihr Vertrauen in die Aussagekraft des Schweizerkreuzes als Zeichen für Schweizer Herkunft und Qualität durch die Praxisänderung des IGE abnimmt** (je hälftig zusammengesetzt durch die Antworten «Mein Vertrauen nimmt stark ab» und «Mein Vertrauen nimmt eher ab»).
- **85% stimmen der Aussage vollständig oder eher zu, dass eine Abwanderung der Produktion ins Ausland die Innovationsstärke des Standorts Schweiz schwächt.**

Frage:

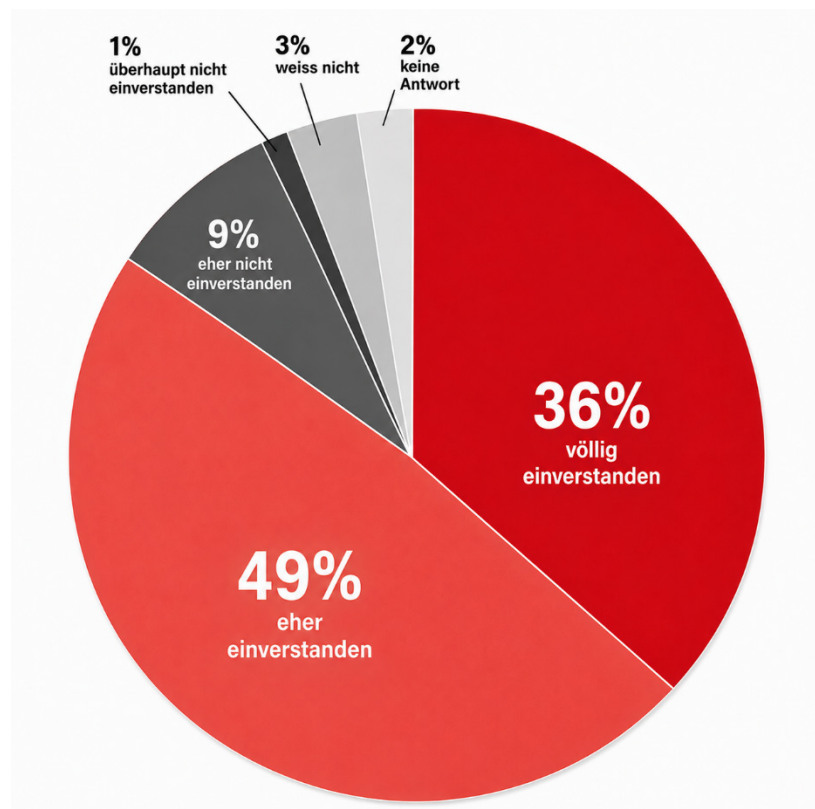
Der Produktionsstandort Schweiz steht aufgrund der Frankenstärke und der geopolitischen Entwicklungen unter Druck. Wie wird die Wirtschaft in dieser Situation besser unterstützt? (nur eine Antwort möglich)



Quelle: Umfrage Demoscope

Frage:

Wie beurteilen Sie die folgende Aussage: Innovation entsteht durch ständige Verbesserung und Perfektionierung in der Produktion. Wandert die Produktion ins Ausland ab, schwächt dies auch die Innovationsstärke des Standorts Schweiz. (nur eine Antwort möglich)



Quelle: Umfrage Demoscope

III. Fazit der Ergebnisse der beiden Umfragen

Die Ergebnisse der beiden Umfragen zeigen im Wesentlichen ein einheitliches Bild:

- **Die Praxisänderung des IGE wird sowohl im Gewerbe als auch im Stimmvolk deutlich abgelehnt.** Schweizer KMU betrachten Swissness und die Herkunftsbezeichnung Schweiz als wichtige Wettbewerbsfaktoren und lehnen eine Verwässerung des Schweizerkreuzes ab. Das Vertrauen des Stimmvolks in die Aussagekraft des Schweizerkreuzes wird durch die neue IGE-Praxis reduziert.
- **Mit Blick auf den unter Druck stehenden Produktionsstandort sind fast 9 von 10 Befragten der Meinung, dass die Wirtschaft besser unterstützt wird, wenn das Schweizerkreuz den Schweizer Produzenten vorbehalten bleibt.** Knapp die Hälfte derjenigen Stimmberechtigten, welche das Schweizerkreuz damit als Exklusivrecht den Schweizer Produzenten vorbehalten wollen, sprechen sich zusätzlich für Erleichterungen für die Schweizer Produzenten bei den gesetzlichen Schwellen betreffend die Herstellungskosten und Rohstoffmindestanteile aus.
- **Die überwiegende Mehrheit der Befragten im Gewerbe und in der Stimmbevölkerung betrachten die Produktion als Bestandteil der Innovationsfähigkeit des Standorts Schweiz.** Mit der Abwanderung der Produktion ins Ausland wird auch eine Schwächung der Innovationsfähigkeit des Standorts befürchtet.

Bern, 11. August 2026

Für Fragen:

Urs Furrer, Direktor sgV | u.furrer@sgv-usam.ch | +41 79 215 81 30

Simone Hinnen, Leiterin Kommunikation und Kampagnen | s.hinnen@sgv-usam.ch | +41 76 373 79 74