

«Swissness» zieht vor allem bei Schweizern

Marketing Schweizer lieben Schweizer Marken wie Sugus, Rivella, Thomy und Zweifel. Im Ausland dagegen ziehen die helvetischen Brands nicht immer.

Wer gedacht hat, dass hierzulande globale Marken wie Rolex, BMW, Nokia, UBS oder Nespresso am meisten gefragt sind, irrt. Unter den Power-Brands der Schweiz befinden sich viele alte Schweizer Traditionsmarken wie Sugus, Ricola, Thomy und Rivella (siehe Box). Dies geht aus einer Umfrage der Werbeagentur Advico Young & Rubicam hervor.

«Kurlige» Schweizer Merkmale kommen gut an

Gefragt ist vielmehr «Swissness». Beispiel Rivella. Es enthält Milchserum und verkörpert damit ein typisch schweizerisches Merkmal: Die Kuh. Versuche, das Getränk in Amerika zu etablieren sind gescheitert. «Der Swissness-Trend ist ein Schweizer Phänomen.



KEVSTONE

Konservative Schweizer: Einheimische Marken bevorzugt.

DIE 20 STÄRKSTEN MARKEN DER SCHWEIZ

In alphabetischer Reihenfolge:
Appenzeller (Käse);
Circus Knie; Coca-Cola;
Emmentaler; Gruyère;
Ikea; Lego; M-Budget*;

Migros; Nivea; Ovomaltine; Die Post*; Ragusa;
Ricola; Rivella, Sugus;
Thomy; Tilsiter; Toblerone, Zweifel.
(* = neu in den Top 20)

Marken, die in der Schweiz stark sind, weil sie typisch schweizerische, manchmal auch kurlige Eigenarten aufneh-

men, ziehen im Ausland nicht, weil dort andere Eigenarten vorherrschen», erklärt Caspar Coppetti von Advico Young & Rubi-

cam, der die Marken-Umfrage durchgeführt hat.

Markenstärke geht in der Schweiz also nicht unbedingt mit Marktstärke einher. Sugus etwa, das 1928 erfundene Fruchtbonbon, erreicht gemäss dem neuen Eigentümer Wrigley gerade mal einen jährlichen Umsatz im tiefen zweistelligen Millionenbetrag. Dass die Marke dennoch bei Schweizern zu den Lieblingsmarken zählt, erstaunt selbst alte Werbefüchse: «Sugus genießt offenbar in den Köpfen der Schweizer noch gewisse Sympathien, auch wenn die Marke wirtschaftlich gesehen kaum mehr relevant ist», so Frank Bodin, Chef der Werbeagentur Euro RSCG.

Marc Fischer

Die Top-Marken auf www.cashdaily.ch

Coop fischt mit WWF

Fisch Coop nimmt bedrohte Arten aus dem Sortiment.

Zum Kampf gegen die Überfischung lancieren Coop und der WWF heute die «Seafood Group». Coop ist das erste Mitglied. Dabei soll es nicht bleiben: «Wir sind mit allen Grosshändlern im Gespräch», sagt Projektleiterin Jennifer Zimmermann vom WWF. «Und wir hoffen natürlich, dass bald auch die Migros mitmacht.»

Für Coop bedeutet das Engagement: Ab sofort werden vier akut bedrohte Fischarten aus dem Sortiment genommen, unter anderem der bei Sushi-Freunden beliebte Blauflossen-Thunfisch. Für andere Fische aus stark überfischten Beständen sucht Coop nach einer ökologisch sinnvollen Lösung. «Wenn das nicht gelingt, bieten wir auch diese Fische nicht mehr an», beteuert Sprecherin Susanne Erdös.

Pro Kopf essen die Schweizer jährlich 8,2 Kilo Fisch und Meeresfrüchte. 1945 waren es noch 1,4 Kilo. Zugenommen hat vor allem der Import: Gut 92 Prozent der Ware stammt heute aus dem Ausland. Weltweit sind drei Viertel der kommerziell genutzten Fischbestände überfischt oder davon bedroht. **JTS**

Staatsanwaltschaft drohen weitere Nuller

Swissair Sechs Jahre Ermittlungen, Kosten von mehr als vier Millionen Franken und kein Schuldspruch: Die Zürcher Staatsanwaltschaft läuft ins Leere – nicht nur im Fall Swissair.

Christian Weber, Leitender Staatsanwalt für Wirtschaftsdelikte in Zürich, ist nicht zu beneiden. Die mit immensem Aufwand geführten Ermittlungen gegen die Swissair-Chefs enden mit einer Totalabfuhr. Weber wird das Verdikt wohl anfechten – mit ungewissen Ausgang.

Das gilt nicht nur für den Fall Swissair. In Webers Abteilung stapeln sich die Pendenzen mit den spektakulärsten Wirtschaftsfällen der letzten Jahre. Sind die Gerichte ähnlich mild wie im Fall Swissair, drohen weitere Nuller. Etwa im Pleitefall



KEVSTONE

Pendente Fälle stapeln sich: Staatsanwalt Christian Weber.

der Erb-Gruppe. Die Familienfirma ist 2003 zusammengekracht. Gläubigerforderungen von vier Milliarden Franken sind offen. Webers Truppe ermittelt seit über drei Jah-

ren wegen Urkunden- und Bilanzfälschung und Täuschungen bei Kreditvergaben. Ein Ende ist nicht in Sicht.

Das gilt auch für die seit vier Jahren laufenden Ermittlungen bei Swiss Life. Webers Verdacht: Die Ex-Chefs sollen sich über das Beteiligungsvehikel Long Term Strategy (LTS) unrechtmässig bereichert haben. Ob es zu einer Anklage kommt, ist fraglich.

Schon seit sieben Jahren ermittelt die Zürcher Staatsanwaltschaft gegen ehemalige Spitzenleute der Bank Vontobel – wegen Verdachts auf Gehilfenschaft auf Urkunden-

fälschung. Dazu kommen Vermögensdelikte beim Börsengang der Softwarefirma Think Tools. Bisher ohne zählbares Ergebnis.

Das Problem: Die Fälle werden zunehmend komplexer. Die Zahl der Ermittler bleibt indes bescheiden. Zudem hat Weber bei der Wahl der externen Helfer keine glückliche Hand. Das im Fall Swissair bestellte Gutachten von Aldo C. Schellenberg war fehlerhaft und parteiisch. Vor Gericht hatte es keine Chancen. Solche Missgriffe kann sich Weber künftig nicht mehr leisten. **RS/GS**

Impressum

CASHdaily

Die Wirtschaftstageszeitung der Schweiz

Erscheint Montag bis Freitag als Livepaper unter www.cashdaily.ch und als Zeitung.

Herausgeber: Ringier AG, Zofingen

Chefredaktor: Dirk Schütz

Redaktionsleiter: Rudi Steiner

Geschäftsführer: Christoph Bauer

Redaktion/Verlag CASH daily:

Dufourstrasse 23

8008 Zürich

Telefon Redaktion: 044 259 87 00

Telefon Verlag: 044 259 87 17

www.cashdaily.ch

Anzeigen: denise.mayer@ringier.ch, 044 259 87 31

Nachrichtengagenturen: Reuters, AWP, AWP International

Auslandsteil: Handelsblatt Düsseldorf

Kundenservice: Telefon: 062 746 40 84

Ab: 1 Jahr in Ihrem Briefkasten für 52 Franken

(nur in der Schweiz, inkl. 2,4 Prozent MWST)

Druck: Ringier Print AG, 6043 Adligenswil

© Ringier AG

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen i.S. von

Art. 322 StGB:

Additive Productions AG, Betty Bossi Verlag AG,

Bolero Zeitschriftenverlag AG, ER Publishing SA,

Good News Productions AG, Grundy Schweiz AG,

Investhaus AG, JRP Ringier Kunstverlag AG, 2R

Media SA, Mediamat AG, Prevision AG, Rincovision

AG, Sat.1 (Schweiz) AG, SMD Schweizer Medien-

datenbank AG, SMI Schule für Medienintegration

AG, Teleclub AG, Zana Media AG, Ringier France

SA, Paris, B.V. Tabora, Amsterdam, Halvidar B.V.,

Amsterdam, Ringier (Niederland) B.V., Amsterdam,

Ringier Pacific Ltd., Hongkong, Ringier Print (HK)

Ltd., Hongkong. Die Wiedergabe von Artikeln und

Bildern, auch auszugsweise oder in Ausschnitten,

ist nur mit Genehmigung der Redaktion erlaubt.

Für unverlangte Zusendungen und Manuskripte

lehnen Redaktion und Verlag jede Haftung ab.