

Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
Groupement suisse pour les régions de montagne (SAB)
Gruppo svizzero per le regioni di montagna (SAB)
Gruppa svizra per las regiuns da muntogna (SAB)

3001 Bern / Seilerstrasse 4 / Postfach 7836 / Tel. 031/382 10 10 / Fax 031/382 10 16

Internet <http://www.sab.ch>

E-Mail info@sab.ch

Postkonto 50-6480-3



Bern, 8. Februar 2008/R7
Sachbearbeiterin: Dr. Sibylle Meyre

Eidg. Institut für Geistiges Eigentum
Abteilung Recht & Internationales
Herr Felix Addor
Stauffacherstrasse 65
3003 Bern

STELLUNGNAHME ZUR REVISION DES BUNDESGESETZES ÜBER DEN SCHUTZ VON MARKEN UND HERKUNFTSANGABEN UND DES BUNDES- GESETZES ZUM SCHUTZ ÖFFENTLICHER WAPPEN (SWISSNESS- VORLAGE)

Sehr geehrter Herr Addor, sehr geehrte Damen und Herren

Wir bedanken uns für die Möglichkeit, zur Swissness-Vorlage Stellung nehmen zu können. Die Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB) vertritt die Interessen der Berggebiete in den wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Belangen. Mitglieder der SAB sind 23 Kantone, rund 700 Gemeinden sowie zahlreiche Organisationen und Einzelmitglieder.

1. Allgemeine Bemerkungen

Das Schweizerkreuz und die Bezeichnungen „Schweiz“, „Schweizer Qualität“, „Made in Switzerland“ oder Bildzeichen mit dem Matterhorn oder mit Wilhelm Tell werden immer häufiger verwendet. Die „Swissness“ wurde in der Werbung neu entdeckt, so enthalten beispielsweise 6400 eingetragene Marken die Bezeichnung „Schweiz“ („Switzerland“, „Swiss“ usw.) oder das Schweizerkreuz. Oft nehmen diese Bezeichnungen direkten Bezug auf die Berggebiete (z.B. Matterhorn). Da ist es besonders auch für das Berggebiet wichtig, dass diese Bezeichnungen klar geregelt und geschützt werden.

Viele aktuelle negative Beispiele zeigen die Notwendigkeit einer einheitlichen und klaren Regelung für die Verwendung der Herkunftsangabe und des Schweizer Wappens:

- Schweizerkreuz auf Emmi Jogurt („Swiss Premium Lowfat Yogurt“), das in den USA hergestellt wird
- Schweizerkreuz auf SIGG Pfannen, die in China hergestellt werden
- Bezeichnung „Swiss Quality“ von Sonnenblumenkerne aus China, Kürbiskerne aus Ungarn usw. durch die Zwicky Mühle

Der SAB ist es ein Anliegen, dass das Image der Schweizer Produkte und Dienstleistungen nicht missbraucht wird. Sie befürwortet somit grundsätzlich die Swissness-Vorlage.

Sie begrüsst insbesondere

- Die neue Regelung zum Gebrauch des Schweizerkreuzes auf in der Schweiz hergestellten Waren. Bisher durfte das Schweizerkreuz nicht auf Waren angebracht werden, für Dienstleistungen war es jedoch erlaubt.
- Konsequenteres Vorgehen gegen Missbräuche im In- und Ausland
- Die Schaffung eines nationalen Registers für geografische Angaben für alle Waren. Heute besteht die Möglichkeit zum Registereintrag lediglich für landwirtschaftliche Erzeugnisse (beim Bundesamt für Landwirtschaft).
- Die Möglichkeit zur Eintragung als Garantiemarke oder Kollektivmarke für Waren, die im Register eingetragen sind.

2. Stellungnahme zum Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG)

Art. 48 Herkunftsangabe für Waren

Die SAB begrüsst, dass für Waren neu mit dem Schweizerkreuz geworben werden kann. Davon profitiert die Schweizer Wirtschaft. Die Herkunft muss allerdings streng und klar definiert werden, damit auch wirklich Schweizer Produkte gestärkt und die Konsumentinnen und Konsumenten nicht getäuscht werden.

² Die Herkunft entspricht dem Ort, wo mindestens 60 Prozent der Herstellungskosten anfallen. Nicht als Herstellungskosten gelten namentlich die Kosten für den Vertrieb der Ware wie für Marketing und Kundenservice.

³ Der Ort nach Abs 2 muss folgendem Ort entsprechen:

- a. für Naturprodukte: dem Ort der Gewinnung oder dem Ort, wo das Produkt vollständig gewachsen ist;
- b. für verarbeitete Naturprodukte: dem Ort, **wo der überwiegende Teil der Rohstoffe herkommt und** wo mit der Verarbeitung die wesentlichen Eigenschaften des Produkts festgelegt werden;
- c. für industrielle Produkte: dem Ort, wo mit der vorgenommenen Tätigkeit die wesentlichen Eigenschaften des Produkts festgelegt werden, wobei mindestens ein **wesentlicher** Fabrikationsschritt an diesem Ort stattfinden muss.

Unter die Herstellungskosten (Abs 2) fallen die Kosten für Forschung und Entwicklung, Herstellung und Zusammensetzung. Sobald 60 Prozent dieser Kosten in der Schweiz anfallen, kann das Produkt als „made in Switzerland“ bezeichnet werden. Die SAB besteht darauf, dass die Limite der Herstellungskosten bei mindestens 60 Prozent beibehalten wird. Eine Herabsetzung des Prozentsatzes lehnt sie klar ab. Sonst würde der Trend, die Produktion in Schwellenländer, wie China oder Osteuropa zu verlagern noch forciert. Wenn so nur die Idee in der Schweiz entsteht und der Rest der Wertschöpfung im Ausland stattfindet, werden den Konsumentinnen und Konsumenten falsche Tatsachen vorgespiegelt. Zudem verliert die Schweizerische Wirtschaft ein Wertschöpfungspotenzial, was sich vor allem im Berggebiet stark bemerkbar machen würde.

Abs 3b: Für verarbeitete Naturprodukte soll gemäss Vorschlag nur der Verarbeitungsort ausschlaggebend sein. Die SAB ist jedoch der Meinung, dass die Herkunft des Rohstoffes entscheidend ist, ob es sich um ein Schweizer Produkt handelt oder nicht. Für die Konsumentinnen und Konsumenten ist der „Inhalt“ relevant. Dies würde auch eindeutig die produzierende inländische Landwirtschaft stärken. Die SAB fordert deshalb eine Umformulierung dieses Absatzes.

Abs 3c: Die SAB fordert, dass ein wesentlicher Fabrikationsschritt, d.h. der Schritt, der das Produkt ausmacht (mindestens 60 Prozent des Arbeitsaufwands) hier ausgeführt werden muss.

Art. 49 Herkunftsangabe für Dienstleistungen

Die Herkunftsangabe einer Dienstleistung ist zutreffend, wenn die angegebene Herkunft einem der nachfolgenden Orte entspricht:

- a. ~~dem Geschäftssitz derjenigen Person, welche die Dienstleistung erbringt~~ **dem Geschäftssitz, an dem mindestens die Hälfte der Mitarbeitenden angestellt ist**, für Tochtergesellschaften auch der Sitz der Muttergesellschaft*
- b dem Wohnsitz der Personen, welche die tatsächliche Kontrolle über die Geschäftspolitik und Geschäftsführung ausüben.*

Die SAB verlangt, dass ein Schweizer Dienstleistungsbetrieb nicht nur eine Geschäftsleiterin/ ein Geschäftsleiter in der Schweiz haben muss, sondern dass auch mindestens die Hälfte des Personals hier angestellt ist. Die SAB setzt sich für Arbeitsplätze im Berggebiet ein. Insbesondere haben Arbeitsplätze in den Zentren des Berggebiets eine grosse Bedeutung für die Randregionen. Sie ermöglichen eine dezentrale Besiedlung der Schweiz.

3. Bundesgesetz zum Schutz des Schweizerwappens und anderer öffentlicher Zeichen (WSchG)

Die SAB ist mit der Definition und der Regelung für den Gebrauch des Schweizerwappens einverstanden.

Wir gehen davon aus, dass die Swissness-Vorlage keine Änderung im gemeinsamen Erscheinungsbild für Schweizer Agrarprodukte¹ („Schweiz natürlich“ und Schweizer Kreuz im roten Balken) verlangt.

¹ Verordnung über das gemeinsame Erscheinungsbild bei vom Bund unterstützte Absatzförderungs-massnahmen

Wir bedanken uns für die Berücksichtigung unserer Anliegen und hoffen, dass Sie die Besonderheiten für Produkte und Dienstleistungen aus dem Berggebiet beachten werden.

mit freundlichen Grüßen

**SCHWEIZERISCHE ARBEITSGEMEINSCHAFT
FÜR DIE BERGGEBIETE (SAB)**

Der Präsident:

Der Direktor:

Dr. Theo Maissen
Ständerat

Thomas Egger