



Eidgenössisches Institut für Geistiges
Eigentum
Herr Felix Addor
Stauffacherstrasse 65
3003 Bern

Basel, 14. März 2008

Referenz: Sibyl Anwander Phan-huy

Revision des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Swissness)

Sehr geehrter Herr Addor

Gerne nehmen wir als grosses national tätiges Detailhandelsunternehmen Stellung zur Vorlage "Swissness". Wir begrüssen es grundsätzlich sehr, dass die Auslobung der Schweizer Herkunft a) klarer definiert und b) besser geschützt wird.

Wir sind allerdings der Ansicht, dass der vorliegende Gesetzesentwurf nicht sehr klar ist und zum Teil zu neuen Verunsicherungen führen kann.

Wir möchten deshalb beliebt machen, dass in der Gesetzgebung klar unterschieden wird zwischen dem Bereich Food einerseits, wo die Herkunftsdeklaration bereits in der Lebensmittelgesetzgebung definiert und teilweise auch vorgeschrieben wird, und dem Bereich Non-Food andererseits. Wir werden unsere Überlegungen konsequenterweise auch für Produkte im Bereich Food und Non-Food separat vorlegen.

Bereich Food

Wir erachten es als falsch, dass die Voraussetzung für die Auslobung des Herkunftslandes Schweiz in der Markenschutzgesetzgebung geregelt werden soll, weil dies bereits umfassend in der Lebensmittelgesetzgebung gemacht wird.

Was aus unserer Sicht keine Glaubwürdigkeit schafft, sind weniger weit gehende oder abweichende Anforderungen für die Auslobung mit dem Schweizer Kreuz als für die Herkunftsdeklaration gemäss LMG. Eine Definition, die sich pauschal an Prozenten des Mehrwerts orientiert, ist zudem verwirrend.

Aus Sicht der Konsumenten ist eine zwingende Voraussetzung für die Auslobung mit dem Schweizer Kreuz, dass die Rohstoffe mehrheitlich aus der Schweiz stammen. Es würde nicht der Idee der Gesetzesvorlage entsprechen, wenn Trockenfleisch aus brasilianischem Rindfleisch, aber in der Schweiz getrocknet, nun als Schweizer Bündnerfleisch mit dem

Coop
Wirtschaftspolitik und
Nachhaltigkeit

Thiersteinallee 14
Postfach 2550
CH-4002 Basel

Tel. +41 61 336 70 88
Fax +41 61 336 71 35
Mobile +41 79 292 20 48
MWST Nr. 498000
sibyl.anwander@coop.ch
www.coop.ch
Vernehmlassung Swissness 03-08.doc

Wappen der Schweiz ausgelobt werden könnte und damit Trockenfleisch konkurrenziert von Tieren, die in der Schweiz unter Berücksichtigung der Schweizer Gesetzgebung aufgewachsen sind. Auf der anderen Seite ist es einsichtig, dass der Gesetzgeber bei Schokolade nicht voraussetzt, dass der Kakao aus der Schweiz stammen muss, damit von Schweizer Schokolade gesprochen werden kann.

In diesem Sinne möchten wir anregen, dass in der Lebensmittelgesetzgebung pro Produktgruppe definiert wird, welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, um eine Auslobung mit dem Schweizer Kreuz zu rechtfertigen. Im Wappengesetz müsste dann geregelt werden, wie sichergestellt wird, dass die Anwendung des Wappens korrekt erfolgt und wie abweichende oder missbräuchliche Verwendungen durch inländische oder ausländische Anbieter sanktioniert werden. Wir möchten zudem darauf hinweisen, dass aus Sicht der Konsumenten nicht unterschieden wird, ob das Schweizer Kreuz als offizielles Wappen daherkommt oder als Fähnchen, Flagge oder ähnliches.

Im übrigen möchten wir aufmerksam machen, dass mit SUISSE GARANTIE bereits eine sehr klare Herkunfts- und Qualitätsmarke besteht, deren korrekte Verwendung privatrechtlich sichergestellt wird (www.suissegarantie.ch). Jede weniger weit gehende Herkunftsdeklaration konkurrenziert diese privatrechtliche, aber sehr umfassende Initiative. Die Marke Suisse Garantie hat bereits einen hohen Bekanntheitsgrad und geniesst eine hohe Glaubwürdigkeit, gerade weil sie beide Aspekte - Schweizer Rohstoffe und Verarbeitung in der Schweiz - abdeckt.

Bereich Non-Food

Offenbar hat auch die Definition, dass mind. 60% der Wertschöpfung (ohne Marketing und Vertrieb) in der Schweiz erfolgen muss, auch innerhalb der Wirtschaft zu Diskussionen geführt. Wir möchten deshalb anregen, dass die Definition, unter welchen Voraussetzungen eine Auslobung mit dem Schweizer Kreuz / Schweizer Wappen möglich ist, jeweils nach Produktgruppe spezifisch geregelt wird. Wer sein Produkt mit dem Schweizer Wappen ausloben und am Markt positionieren will, der soll offenlegen, was am Produkt schweizerisch ist (F&E, Rohstoffe, Produktion, ...). Diese Selbstdeklaration - von Einzelunternehmen oder noch besser von Branchenorganisationen - erleichtert auch den Vollzug und die Kontrolle. In Anlehnung an die Eidg. Kommission für Konsumentenfragen möchten wir postulieren, dass grundsätzlich 70% der Wertschöpfung in der Schweiz erfolgen muss, wobei in Einzelfällen und aufgrund von überzeugender Selbstdeklaration Abweichungen nach unten möglich sein sollen.

Zusammenfassend stellen wir den Antrag, die Gesetzesvorlage nochmals grundlegend zu überarbeiten und dabei bestehenden Ansätzen zur Auslobung der Schweizer Herkunft und den nach Produktgruppen unterschiedlichen Konsumentenerwartungen besser Rechnung zu tragen.

Freundliche Grüsse



Dr. Felix Wehrle
Leiter Kommunikation und Qualitätssicherung
Mitglied der Direktion



Dr. Sibyl Anwender Phan-huy
Leiterin Wirtschaftspolitik / Nachhaltigkeit
Mitglied des Managements