



Beethovenstrasse 11
CH-8027 Zürich
Telefon +41 (0)44 286 50 10
Telefax +41 (0)44 286 50 18

spugatsch@rp-law.ch

Sehr geehrte Frau Bundesrätin

Sehr geehrter Herr Addor

- 1 Mit Schreiben vom 03. Dezember 2007 wurde die Interessengemeinschaft „IG Swiss Made“ eingeladen, zur Revision des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben und des Bundesgesetzes zum Schutz öffentlicher Wappen eine Vernehmlassungsantwort einzureichen. Für die Möglichkeit zur Stellungnahme danken wir Ihnen. Wir äussern uns dazu wie folgt:

1. Präambel

- 2 Die Bestrebungen, die Marke „Schweiz“ zu verstärken, sind für die Uhrenindustrie von vordringlicher Bedeutung. Die Schweizer Uhr unter der traditionellen Bezeichnung „Swiss-Made“ ist weltweit zu einem Symbol für Schweizer Präzision und Qualität geworden. Der Begriff „Swiss-Made“ stellt ähnlich wie „Schweizer Schokolade“ im Bereich der Schokoladen den Lebensnerv der Schweizer Uhrenindustrie dar.
- 3 Die Schweizer Uhrenbranche ist sehr breit gefächert. Neben den grossen Konzernen behaupten sich zahlreiche kleine und mittelständische Unternehmen erfolgreich am Markt und sichern dadurch Arbeitsplätze in der Schweiz. Die Fédération de l'industrie horlogère suisse FH repräsentiert nicht die Interessen der gesamten Uhrenbranche. Sie wird vielmehr von den drei grossen Uhrenkonzernen beherrscht. Allein Swatch Group, Rolex und Richemont verfügen zusammen mit der Zulieferindustrie über die Mehrheit in der FH-Generalversammlung¹. Daher hat es sich die „IG Swiss Made“ zur Aufgabe gemacht, „ im Hinblick auf die Revision der Swiss-Made-Bestimmungen Lösungen anzustreben, welche für die gesamte Branche tragbar sind und nicht partikuläre Interessen unterstützt.

¹ Vgl. Le Temps, 23. Juni 2007, „Swatch Group peut désormais produire des composants à des prix similaires à l'Asie »
Beilage 1

- 4 Der vom Bundesrat Ende November 2007 in die Vernehmlassung gegebene Vorentwurf verfolgt zwei Hauptziele:
 - Erstens soll der Schutz der Bezeichnung „Schweiz“ und des Schweizerkreuzes im In- und Ausland verstärkt werden.
 - Zweitens soll die Regelungen rund um die Bezeichnung „Schweiz“ und das Schweizerkreuz präzisiert werden, was zu mehr Klarheit, Transparenz und Rechtsicherheit führen soll.
- 5 Diese Zielsetzung wird seitens der „IG Swiss Made“ begrüsst und unterstützt.
- 6 Im erläuternden Bericht wird die wichtige Rolle der KMU klar erkannt und die Auswirkungen etwaiger Regulierungsmassnahmen auf deren Wettbewerbsfähigkeit besonders hervorgehoben.² Mit den vorliegenden Anregungen wird bezweckt, dass die Revision tatsächlich die gesteckten Ziele erreicht im Hinblick auf eine bessere schweizerische Qualität.
- 7 Zum Vorgehen: Die „IG Swiss Made“ wird sich im Rahmen der Vernehmlassung nur zu den Bereichen äussern, welche die Uhrenbranche und mithin die Mitglieder der Interessengemeinschaft unmittelbar betreffen.

2. Markenschutzgesetz (E-MSchG)

2.1. Herkunftsangabe (Art. 48 E-MSchG)

- 8 Massgebend für die Anbringung von Herkunftsangaben auf einer Ware ist die Bestimmung von *Art. 48 E-MSchG*. Dieser bestimmt die Kriterien zur Feststellung, ob die Herkunftsangabe auf einer Ware rechtmässig angebracht wird oder nicht.
- 9 Nach dem Revisionsvorschlag werden die Waren in drei Kategorien aufgeteilt:
 - Naturprodukte,
 - verarbeitete Naturprodukte und
 - industrielle Produkte.

² Erläuternder Bericht Seite 89

- 10 Uhren fallen hiernach in die letzte Kategorie, der industriellen Produkte, so dass seitens der „IG Swiss Made“ nur diese Kategorie betreffende Vernehmlassungsaspekte als relevant aufgegriffen werden.

2.1.1. Bestimmung der Herkunftsangabe

(Art. 48 Abs.2, Abs. 3 und Abs. 5 E-MSchG)

- 11 Für die Definition als Schweizer Produkt werden für die Warenkategorien kumulative Voraussetzungen festgelegt. Allgemeines Kriterium für sämtliche Warenkategorien ist die Forderung gemäss Art. 48 Abs. 2 E-MSchG, wonach die Herkunft dem Ort entspricht, an dem mindestens **60 %** der Herstellungskosten anfallen.
- 12 Daneben gilt für industrielle Produkte wie Uhren zusätzlich die Voraussetzung, dass an dem Herkunftsort die wesentlichen Eigenschaften des Produktes festgelegt werden müssen, wobei mindestens ein Fabrikationsschritt an diesem Ort stattfinden muss (Art. 48 Abs. 3 E-MSchG).
- 13 Diese Kriterien sind im Einzelfall nach dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise und ihrem Einfluss auf den Ruf der betreffenden Ware zu bestimmen. Entspricht demzufolge eine Herkunftsangabe diesem Verständnis, so gilt sie als zutreffend (Art. 48 Abs. 5 E-MSchG).

2.1.2. Qualitätsbestimmungen de lege lata

- Qualitätskriterien in der Schweiz

- 14 Aus dem erläuternden Bericht wird nicht ersichtlich, woraus sich gerade diese gewählte Prozentzahl ergibt und warum nicht etwa 50 % als ausschlaggebende Grösse gewählt wurde. Seitens des IGE wurde nur folgende Begründung bekannt: „Wir haben die St. Galler Praxis als Ausgangslage genommen. Das Parlament hat eine Verschärfung gefordert, der Bundesrat hat sie zugesagt, also sind wir auf 60 % gegangen.“³
- 15 Der Bundesrat war bisher auch stets in seinen Berichten nicht von 60 % als Bemessungsgrundlage ausgegangen, sondern von der bestehenden Praxis⁴.

³ Schweizer Bauer, Ressort Agrarpolitik, 22. Februar 2008, „Der Begriff „Schweiz“ ist etwas wert“ – Interview mit Felix Addor

Beilage 2

⁴ Vgl. nebst anderen Bericht des Bundesrates vom 15. November 2006 „Schutz der Bezeichnung „Schweiz“ und des Schweizerkreuzes“ S.10

- 16 Nach der kantonalen Rechtsprechung, insbesondere die des Handelsgericht St. Gallen, gelte für industrielle Produkte: „Handelt es sich um Fabrikate, die nur teilweise in der Schweiz hergestellt werden, so gilt im allgemeinen die Regel, dass der schweizerische Wertanteil an den Herstellungskosten (...) mindestens 50 % betragen soll.“⁵
- 17 Die Lauterkeitskommission hat in Ihren Grundsätzen zur Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation gemäss Grundsatz 2.1 Abs.1 Ziff. 2 festgelegt: „Die Verwendung des Begriffs «Schweizer Ware» oder eine gleichlautende Bezeichnung in der Werbung ist unlauter, mit Ausnahme für Fabrikate, soweit eine sonstige Verarbeitung in der Schweiz wertmässig mindestens 50 % der totalen Produktionskosten (...) ausmacht.“⁶
- 18 Zwar handelt es sich bei der Kommission um eine nichtstaatliche Schiedsstelle, die keine staatlichen Sanktionsmöglichkeiten wahrnimmt. Dennoch hat sich durchgesetzt, dass den von ihr erlassenen Grundsätzen ein wesentlicher Stellenwert für Konsumenten, Medienschaffende und Werber zukommt. Die Grundsätze sollten daher für diese Revision Berücksichtigung finden.
- 19 Präzisierte Bestimmungen für den Gebrauch der Herkunftsangaben lassen sich auch aus der „Swiss Made“ – Verordnung für Uhren⁷ von 1971 entnehmen. Hierbei handelt es sich um die einzige bisher gemäss Art. 50 MSchG seitens des Bundesrates erfolgte, aber seitdem bewährte Umschreibung. Dort werden als Kriterien für eine Schweizer Uhr festgelegt, dass neben gewissen Arbeitsvorgängen in der Schweiz das Werk schweizerisch sein muss (Art. 1a „Swiss Made“ – Verordnung für Uhren). Das Uhrwerk wiederum gilt als schweizerisch, wenn unter anderem die Bestandteile aus schweizerischer Produktion (...) mindestens 50 % des Wertes ausmachen (Art. 2 „Swiss Made“ – Verordnung für Uhren). Das internationale Abkommen betreffend die Erzeugnisse der Uhrenindustrie bzw. das ergänzende Abkommen hierzu sieht entsprechend vor, dass das Uhrwerk Bestandteile von mindestens 50 % des Wertes aus Schweizer Fabrikation enthalten muss (Art. 2).
- 20 Bei den derzeit auftretenden Bedenken über eine etwaige Konformität dieser Verordnung mit dem geltendem Recht, wie sie nebst anderen das Handelsgericht Zürich geäussert hat, wurde die 50 % Anforderung gleichfalls nicht in Frage gestellt, vielmehr die zu berücksichtigenden Bestandteile für die Beurteilung der Herkunft⁸.
- 21 Laut Bundesgericht sollte sich die Änderung der Rechtsprechung aber auf „ernsthafte, sachliche Gründe stützen können, die - vor allem im Hinblick auf das Gebot der Rechtssicherheit – umso gewichtiger sein müssen, je länger die als (...) nicht mehr zeitgemäss erkannte Rechtsanwendung

⁵ Urteil vom Handelsgericht des Kantons St. Gallen vom 24. April 1968 (GVP 1968 S.53)

⁶ Grundsätze Schweizerische Lauterkeitskommission: Lauterkeit in der kommerziellen Kommunikation
Stand: Mai 2007

⁷ Verordnung über die Benützung des Schweizer Namens für Uhren vom 23. Dezember 1971 (SR 232.119)

⁸ Vgl. Beschluss vom Handelsgericht Zürich vom 3. April 2000 (ZR 102 (2003) N.2)

Beilage 3

für zutreffend erachtet worden ist.“⁹ „Eine Praxisänderung lässt sich grundsätzlich nur begründen, wenn die neue Lösung bessere Erkenntnisse der ratio legis, veränderten äusseren Verhältnisse oder gewandelten Rechtsanschauungen entspricht; andernfalls ist die bisherige Praxis beizubehalten (BGE 126 I 122 E. 5 S. 129; 125 I 458 E. 4a S. 471; 125 III 312 E. 7 S. 321; 125 V 205 E. S. 207; 124 V 386 E. 4c S. 387)“¹⁰.

22 Solche Erwägungen kommen im erläuternden Bericht nur ansatzweise zum Tragen. Abgestellt wird lediglich auf eine Zunahme der „Swissness“ zu missbräuchlichen Marketingzwecken¹¹. Auf die Wahl der Prozentzahl 60 hingegen wird nicht näher eingegangen. Die Übernahme der St. Galler Kriterien, welche unter anderem die 50 % anwenden, wird mit der blossen Begründung abgelehnt, dass dieser für traditionelle Produkte entwickelt wurde und daher nicht ohne weiteres übernommen werden könnte¹². Bei Uhren handelt es sich um solche traditionellen Produkte, für die die 50 % - Grenze beibehalten werden sollte.

- **Qualitätskriterien im Ausland**

23 Auch die Rechtspraxis im Ausland muss in die Erwägungen eingehen, damit zum einen keine Benachteiligung von Schweizer Unternehmen im Wettbewerb erfolgt und zum anderen keine Verstösse gegen EU-Recht vorliegen.

24 Wie bereits im Bericht erwähnt, wird vielfach im Ausland entweder ganz auf eine zahlenmässige Festlegung verzichtet oder man geht von einem Prozentsatz von 50 % aus.

25 Die Bezeichnung „Made in Austria“ etwa darf für Produkte aus **Österreich** verwendet werden, sofern der Anteil an inländischer Wertschöpfung 50 % übersteigt. Die österreichische Herkunft der Rohstoffe ist dabei nicht zwingend vorgeschrieben.

26 Das **deutsche Recht** enthält keine präzisen Regeln zur Bestimmung der Herkunft. Die entscheidenden Kriterien entstammen vielmehr der Auslegung des § 3 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) durch die Rechtsprechung. Ob die Angabe „Made in Germany“ irreführend ist, kann praktisch nur in jedem Einzelfall gesondert beantwortet werden. Die Tendenz geht dahin, dass die Angaben „Made in Germany“ bzw. „Germany“ dann als irreführend betrachtet werden, wenn wesentliche Teile eines Produktes aus dem Ausland stammen.¹³ Nach dem Bundesgerichtshof ist die Herkunftsangabe „Germany“ unter bestimmten Umständen irreführend, wenn nicht völlig unerhebliche Teile der beteiligten Verkehrskreise mit ihr eine unrichtige geographische Herkunftsvorstellung in Bezug auf das betreffende Produkt verbinden. Das OLG Stuttgart entschied, dass die Angabe „Made in Germany“ irreführend sei, wenn

⁹ BGE 127 II 289 S. 292

¹⁰ BGE 127 II 289 S. 292 f.

¹¹ Vgl. unter anderem Erläuternder Bericht Seite 11 und Seite 19

¹² Erläuternder Bericht Seite 25 f.

¹³ BGH GRUR 1974, 665-666; Entscheidung des OLG Stuttgart aus dem Jahre 1995 (2 U 124/95)

zahlreiche wesentliche Teile eines Geräts aus dem Ausland stammen. Wenn allerdings einzelne Teile eines industriellen Erzeugnisses im Ausland zugekauft wurden, darf das Erzeugnis die Bezeichnung „Made in Germany“ tragen, sofern die Leistungen in Deutschland erbracht worden sind, die für die Wertschätzung des Verkehrs im Vordergrund stehen.

- 27 Sowohl **Frankreich** als auch **Italien** stellen in der Beurteilung über die Herkunftsbezeichnung auf die Ansicht der Konsumentinnen und Konsumenten ab und die letzte wesentliche Verarbeitung, nicht aber auf eine fixe zahlenmässige Vorgabe¹⁴. So werden die Bezeichnungen "fabriqué en France" oder "produit de France" unter anderem auch im code de la consommation geregelt.

- 28 Diese Länder stützen sich gleichfalls bei der Bestimmung des Herkunftsortes auf die Kriterien des Zollkodexes der Gemeinschaftsstaaten. Der besagt in Artikel 24, dass eine Ware Ursprungsware desjenigen Landes ist, in dem sie der letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist. Und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder eine bedeutende Herstellungsstufe darstellt¹⁵.

- 29 Auch das **TRIPS-Abkommen**¹⁶ beinhaltet den Schutz für geographische Angaben gemäss Art. 22 basierend auf einem Irreführungs¹⁷- und Unlauterkeitsverbot¹⁸. Für die Beurteilung, ob die Verwendung einer Angabe irreführend oder in unlauterer Weise erfolgt, wird wiederum auf die herrschende Verkehrsauffassung des Schutzlandes abgestellt. Dies sollte von den beteiligten Vertragsstaaten entsprechend umgesetzt werden.

- 30 Die PVÜ¹⁹ bietet für geographische Angaben zwar nur einen rudimentären Schutz. Aber auch hier wird für die Beurteilung der Herkunftsangabe die Verkehrsauffassung des Schutzlandes herangezogen.

- 31 Für das Madrider Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben ist ebenfalls grundsätzlich das Recht des Schutzlandes massgeblich.

- 32 Diesen rechtlichen Prinzipien sollten nicht unbeachtet bleiben. Dies vor allem um schweizerische Unternehmen auf dem nationalen und internationalen Markt wettbewerbsfähig zu halten.

¹⁴ Erläuternder Bericht S. 30

¹⁵ Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 des Rates vom 12. Oktober 1992 zur Festlegung des Zollkodex der Gemeinschaften (ABl. L 302 vom 19.10.1992, S. 1)

¹⁶ Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS)

¹⁷ „der Benutzung irgendeines Mittels in der Bezeichnung oder Aufmachung einer Ware, das auf eine das **Publikum** hinsichtlich der geographischen Herkunft der Ware **irreführende** Weise angibt oder nahelegt, daß die fragliche Ware ihren Ursprung in einem anderen geographischen Gebiet als dem wahren Ursprungsort hat;“

¹⁸ „jeder Benutzung, die eine **unlautere Wettbewerbshandlung** im Sinne des Artikels 10bis der Pariser Verbandsübereinkunft (1967) darstellt.“

¹⁹ Pariser Übereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (SR 0.232.04)

- 33 Die Gesetzgebung in der Schweiz sollte nicht restriktiv sein, da die dort ansässigen Unternehmen ansonsten gegenüber dem Ausland im Wettbewerb benachteiligt würden. Wie der Schutz beurteilt wird, bleibt auch nach den internationalen Vereinbarungen den einzelnen Ländern überlassen. Verbote und Rechtspraxis können daher sehr stark variieren. Was in der Schweiz als verboten qualifiziert würde, kann in andern Ländern gegebenenfalls mangels Irreführungsgefahr der dortigen Verkehrskreise oder als Phantasiebezeichnung frei genutzt werden.

2.1.3. Zwischenergebnis Qualitätsbestimmungen de lege lata

- 34 Man hätte sogar in dogmatischer Sicht überlegen können, die Swissness-Frage im Rahmen einer Sonderbestimmung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu lösen.
- 35 Seitens der „IG Swiss Made“ wird die Festlegung eines Prozentsatzes von 50 % in Art. 48 E-MSchG klar gegenüber einer 60 % Lösung bevorzugt.

2.1.4. Besondere Aspekte aus Sicht der Uhrenindustrie

(Art. 48 Abs.2, Abs. 3 und Abs. 5 E-MSchG)

- 36 Grundsätzlich ist auch aus Sicht der Uhrenbranche von der Sichtweise der massgebenden Verkehrskreise auszugehen.
- 37 Nach der derzeit geltenden Regelung für Uhren sind diese schweizerisch, wenn ihr Uhrwerk schweizerisch ist, das Werk in der Schweiz eingeschaltet wird und die Endkontrolle in der Schweiz durchgeführt wird (Art. 1 a Verordnung).
- 38 Bei einem Schweizerischen Uhrwerk wiederum müssen neben der Zusammensetzung und der Kontrolle in der Schweiz die Bestandteile aus schweizerischer Fabrikation mindestens 50 % des Wertes ausmachen. Wobei die Kosten für das Zusammensetzen grundsätzlich nicht dazugerechnet werden dürfen (Art. 2 Verordnung).
- 39 Die Verordnung enthält daneben auch genaue Vorschriften für die Behandlung von Ziffernblättern, Zeigern, Uhrengehäusen und andere Uhrenbestandteile.
- 40 Neu würde hingegen die Grundregel gelten, dass die Herkunft dem Ort entspricht, an dem mindestens 60 % der Herstellungskosten anfallen und dass dort die wesentlichen Eigenschaften des Produktes festgelegt werden müssen, wobei mindestens ein Fabrikationsschritt an diesem

Ort stattfinden muss. Daneben muss gemäss Art. 2 des ergänzenden Abkommens²⁰ weiterhin gelten, dass eine Uhr, deren Werk mindestens 50 % des Wertes aller Bestandteile, einschliesslich der Kosten des Zusammensetzens, an schweizerischer Fabrikation enthält, als Schweizer Uhr angesehen werden muss. Eine Neuverhandlung des Abkommens wird gerade nicht in Betracht gezogen werden, was aus Sicht der „IG Swiss Made“ begrüssenswert ist.

- **Kritik an der hohen Schwelle zur Berechnungshöhe der Swissness-Qualität**

- 41 Bei der Festlegung einer fixen Prozentzahl in den Revisionsentwürfen bei der Ermittlung der Herstellungskosten wurde nicht berücksichtigt, dass diese externen Einflüssen unterliegen, auf die der Hersteller keinen unmittelbaren Einfluss ausüben kann. So besteht neben den natürlichen Preisschwankungen auch das Risiko von unabsehbaren Wechselkurschwankungen. Dies könnte etwa dazu führen, dass ein Produkt kursabhängig als „Swiss Made“ bezeichnet werden dürfte oder eben nicht.
- 42 In der vorliegenden Fassung des Entwurfs könnte dieser dem erwünschten Schutz der Schweizer Qualität sogar paradoxerweise zuwiderlaufen. Die Erfüllung der 60 %-Schwelle regt dazu an, die Kosten für die ausländischen Anteile einer Uhr möglichst gering zu halten, um diese als „Swiss Made“ verkaufen zu dürfen. Das bedeutet aber nicht unbedingt, dass der Schweizer Anteil höher ausfallen muss, sondern kann gleichfalls bedeuten, dass auf billigere und qualitativ minderwertigere ausländische Komponenten zurückgegriffen wird. Dies hätte zur Folge, dass absolute Billigprodukte als schweizerisch bezeichnet werden dürften. Wobei hingegen vielen Unternehmen aus dem Mittelpreis-Segment das Recht auf die Verwendung des Swiss Labels genommen würde, obwohl sie einen höheren Qualitätsstandard aufrecht erhalten. Diesem Paradox könnte entgegengewirkt werden, indem primär auf die Fiktion des Art. 48 Abs. 5 E-MSchG abgestellt würde oder zumindest einzelne Komponenten wie etwa Zeiger und Ziffernblätter bei der Berechnungsgrundlage ausgenommen würden.
- 43 Bei der Frage nach der Kompatibilität des Uhrenabkommens von 1967 und des ergänzenden Abkommens von 1972 mit dem Entwurf des Markenschutzgesetzes wird im erläuternden Bericht unrichtigerweise davon ausgegangen, dass die Kosten der Zusammensetzung stets zu den 50 % des Wertes der Bestandteile hinzugerechnet werden können²¹. Allerdings konnten diese Kosten bereits nach der alten Rechtslage teilweise berücksichtigt werden²².

²⁰ Ergänzendes Abkommen zum «Abkommen betreffend die Erzeugnisse der Uhrenindustrie zwischen der Schweizerischen Eidgenossenschaft und der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und ihren Mitgliedstaaten (SR 0.632.290.131)

²¹ Erläuternder Bericht Seite 95

²² Zwischen der Schweiz und der Gemeinschaft wurde in Art. 2 Ergänzendes Abkommen ein Bestätigungsverfahren festgelegt, um die durch die enge industrielle Zusammenarbeit bedingte gleichwertige Qualität der ausländischen Bestandteile mit den schweizerischen Bestandteilen zu gewährleisten. Aufgrund dessen konnten die Kosten des

- 44 Die Gesetzeslage nach der Revision könnte damit in extremis gar dazu führen, dass das Uhrwerk einer Schweizer Uhr nicht schweizerisch sein muss und die Uhr dennoch als Swiss Made gelten könnte. Würden nämlich mindestens 60 % der Herstellungskosten ausserhalb des Werkes in der Schweiz anfallen, dann könnte die Uhr als Schweizer Uhr bezeichnet werden, selbst wenn das Uhrwerk ausländisch wäre. Dies wäre umso eher dann der Fall, umso geringer der Wert der Komponente des Uhrwerks verglichen zu den übrigen Kosten wäre. Je billiger das Uhrwerk je schweizerischer wäre die Uhr.
- 45 Unbestritten ist, dass ein zuverlässig und genau laufendes Uhrwerk auf jeden Fall massgebendes Kriterium für die Qualität einer Schweizer Uhr ist²³.
- 46 Ob dies dem Anliegen des internationalen Abkommen entgegenliefe und die Konsumenten dadurch nicht sogar eher über die Qualität getäuscht würden, soll hier dahingestellt bleiben.
- 47 Eine anderslautende Regelung wäre daher erstrebenswert, damit solche grundlegenden Aspekte von vornherein gesetzlich geregelt würden und nicht erst in einer allfälligen Verordnung nach langwierigen Diskussionen, bei denen die Entscheidung aufgrund von nicht voraussehbaren Kräfteverhältnissen fällt.
- 48 Die „IG Swiss Made“ fordert daher, die Fiktion des *Art. 48 Abs. 5 E-MSchG* als Ausgangspunkt zu nehmen, wäre nach dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise wohl eine Uhr nicht schweizerisch ohne Schweizer Uhrwerk. „Wann eine Irreführung vorliegt, bestimmt sich nach dem Vorstellungsbild, das sich der Letztabnehmer von einer Uhr macht.“²⁴

- Berechnungsgrundlage der Swissness-Qualität

- 49 Bei der derzeit geltenden Swiss Made Verordnung für Uhren wird bereits heute die Gesetzeskonformität in Frage gestellt gerade unter dem Aspekt, auf welche Kriterien es für die Herkunfts- und damit Qualitätsbeurteilung einer Uhr ankommt.
- 50 Diese Frage wird auch relevant für die Berechnung der Herstellungskosten gemäss *Art. 48 Abs. 2 E-MSchG*. Gesetzlich verankert wird nur, dass namentlich die Kosten für den Vertrieb der Ware wie für Marketing und Kundenservice nicht als Herstellungskosten gelten. Zu den Herstellungskosten hinzugerechnet werden dafür die Kosten für Forschung, Entwicklung, Herstellung im engeren Sinne und der Zusammensetzung²⁵. Namentlich bei der Uhrenindustrie ist es entscheidend, welche Faktoren inwieweit dabei Berücksichtigung finden.

Zusammensetzen in der Berechnung des Wertanteils der Bestandteile schweizerischer Fabrikation gemäss *Art. 2 Abs. 1 Buchstabe c* Verordnung, also den 50 %, mitberücksichtigt werden.

²³ Beschluss vom Handelsgericht Zürich vom 3. April 2000 (ZR 102 (2003) N.2) Seite 8

Beilage 3

<http://www.fhs.ch/en/swissm.php>

²⁴ Botschaft des Bundesrates von 1970, BBl 1979, S.710

²⁵ Erläuternder Bericht Seite 46

- 51 Um den Hauptanliegen der Revision gerecht zu werden, müsste aber vor allem die **Sicherung der Qualität** gewährleistet werden. So sollten alle für die Güte von Uhren ausschlaggebenden Kriterien Beachtung finden.
- 52 Bei der Berechnung der Herstellungskosten einer Uhr ist zunächst das **Uhrwerk** als wesentlicher Bestandteil einzubeziehen. Unter Abstellen auf das Verständnis der massgebenden Kreise (*Art. 48 Abs. 5 E-MSchG*) müssten bei einem Schweizer Uhrwerk dessen Gesamtkosten zu 100 % als Schweizer-Anteil angerechnet werden. Wird das Uhrwerk einmal als schweizerisch anerkannt, so ist es das vollständig und nicht mehr anteilig nach den jeweiligen Komponenten.
- 53 Daneben gibt es weitere wesentliche Elemente und Eigenschaften einer Uhr, die deren Qualität ausmachen.
- 54 Nach der FH umfasst die Bezeichnung „Swiss Made“ die **technische Eigenschaft** einer Uhr (Genauigkeit, Zuverlässigkeit, Beständigkeit, Wasser- und Stoss-Resistenz) genauso wie deren Ästhetik (Eleganz und Originalität des Designs). Dies beinhaltet demzufolge bei der Herstellung sowohl die traditionellen als auch die neuen Technologien (wie Mikro-Elektronik)²⁶.
- 55 Während die Ästhetik bei Edeluhrn einen entscheidenden Faktor darstellen mag, gilt dies nicht für andere Modelltypen wie etwa Pilotenuhren. Für letztere ist das Design unwesentliches Beiwerk und es wird dabei vermehrt auf konservative Konstruktionen vertraut. Die Raumfahrt greift auf erprobte und voll ausgereifte Systeme zurück. Dabei stehen eine aussergewöhnlich gute Gangbarkeit, die Wasserdichtigkeit, die Stossfestigkeit und ein gut lesbares Ziffernblatt im Vordergrund. Nur solche Uhren erhalten das Gütesiegel „flight-qualified by Nasa for all manned space missions“²⁷. Dies zeigt noch einmal auf, dass seitens der FH die Ansicht der Edeluhrnindustrie vertreten wird, nicht jedoch der Bereich der Mittelklasse-Uhren.
- 56 Das Handelsgericht Zürich, unter Berufung auf Test-Kriterien der Uhren-Zeitschrift Chronos, erachtet neben dem Uhrwerk die Herkunft von Armband, Schliesse, Gehäuse, Krone, Drücker und der anderen sichtbaren Bestandteile als relevant für die Herkunftsbeurteilung seitens des Kunden²⁸. Bei einer solchen Beurteilung könnte allerdings durch das blosses Austauschen des **Armbandes** mit **Schliesse** die Herkunft der Uhr einfach gewechselt werden.

²⁶ <http://www.fhs.ch/en/swissm.php>

²⁷ NZZ, 15./ 16. März 2008, S. e 15, „Der Speedmaster-Chronograf – die Uhr für den Mond“
Beilage 4

²⁸ Beschluss vom Handelsgericht Zürich vom 3. April 2000 (ZR 102 (2003) N.2) Seite 8 f.
Beilage 3

- 57 Daher dürfen aus Sicht der „IG Swiss-Made“ **Bestandteile**, die nicht fest mit der Uhr verbunden sind und beliebig ausgewechselt werden können, nicht in die Berechnung einfließen, weder in die 100 % noch in die relevanten 60 % (respektive geforderten 50 %).
- 58 Nach Auffassung des Handelsgerichts Zürich gehört auch das **Gehäuse** zu den entscheidenden Herkunftsfaktoren einer Uhr.²⁹ Allerdings ist der vorrangige Sinn eines Gehäuses der Schutz des Uhrwerks. Daher steht beim Kunden bei der Beurteilung nicht der Rohstoff im Vordergrund, sondern die Stoss- und Wasserfestigkeit. Diese Qualität kann aber auch bei ausländischen Gehäusen garantiert werden, da es hierbei vorrangig auf das Zusammensetzen und die Kontrolle ankommt. Diese Kosten werden aber bereits unter dem Aspekt der Herstellungskosten berücksichtigt. Für das **Uhrengehäuse** sollte daher die Fiktion des *Art. 48 Abs. 5 E-MSchG* gelten, denn ein „Uhrengehäuse wird als schweizerisch erachtet, auch wenn es aus Gold hergestellt wurde, dessen Wert den Grossteil der Gesamtkosten des Uhrengehäuses ausmachen“³⁰. Die Rohstoffe dürfen dabei nicht berücksichtigt werden, ansonsten würde Edeluhren mit teuren Materialien bevorzugt, was zu einer Ungleichbehandlung der Uhrenhersteller führen würde.
- 59 Um zu vermeiden, dass auf billige und qualitativ minderwertigere ausländische Komponenten zurückgegriffen wird, sollte auf **Zeiger und Ziffernblätter** ebenfalls diese Fiktion angewendet werden oder diese Komponenten vollständig von der Berechnungsgrundlage ausgenommen werden.
- 60 Die Anforderungen der Revision sind denn auch unrealistisch und entsprechen nicht der Marktlage der Uhrenindustrie: Sowohl für das Gehäuse als auch für Zeiger und Ziffernblatt wäre eine etwaige Kapazität für eine angemessene Befriedigung der Nachfrage nach Schweizer Produkten nicht erzielbar, auch nicht innert einer fünfjährigen Übergangsfrist. Daneben würde eine erhöhte Nachfrage zu einer wesentlichen Teuerung dieser Komponenten führen und mithin der entsprechenden Endprodukte ohne eine qualitative Verbesserung. Hinzu kommt, dass die Lieferzeit für allfällige Produkte aus diesem Segment wesentlich länger ist (derzeit drei- bis vierfach so lang), als bei ausländischen, qualitativ gleichwertigen. Dies würde im Wettbewerb zu einer deutlichen Schlechterstellung der Unternehmen führen, die auf inländische Produkte zurückgreifen.
- 61 Weiterhin müsste genau festgelegt werden, welche **Fabrikationsschritte** in der Schweiz erfolgen müssen und welche Kosten davon in die Berechnung einfließen dürfen. Dies betrifft neben den

²⁹ Beschluss vom Handelsgericht Zürich vom 3. April 2000 (ZR 102 (2003) N.2) Seite 9
Beilage 3

³⁰ Erläuternder Bericht Seite 50

Werkzeugkosten und den Kosten für die Arbeitsvorbereitung, die nicht unmittelbar am Werk selber erfolgt, insbesondere den Service. Pünktliche Lieferung oder langfristiger Service wie die Ersatzteilgarantie stellen ein wesentliches Qualitätsmerkmal einer Uhr da und sind sehr kosten- und arbeitsintensiv. Daher müssten allfällige Aspekte den Service betreffend ebenfalls einbezogen werden. Das Hauptanliegen der Gesetzesrevision, die Qualität der Bezeichnung „Schweiz“ zu sichern, würde ansonsten nicht erreicht.

- 62 Die „IG Swiss Made“ begrüsst es grundsätzlich, dass die Kosten für **Forschung und Entwicklung** in die Ermittlung der Herstellungskosten einfließen sollen. Dies erscheint indes nicht praktikabel, da Entwicklungs- und Forschungsprozesse in der Regel nicht bezogen auf ein Einzelprodukt erfolgen, sondern für ganze Produktpaletten. Entsprechend fallen auch die Kosten nicht für ein spezifisches Wirtschaftsgut an und können nicht oder nur schwierig für ein solches berechnet werden. Daher sollte aus Gründen der Klarheit und Rechtssicherheit eher auf einen Einbezug dieser Kosten zugunsten eines niedrigeren Prozentsatzes verzichtet werden.

2.1.5. Zwischenergebnis besondere Aspekte aus Sicht der Uhrenindustrie

(Art. 48 Abs.2, Abs. 3 und Abs. 5 E-MSchG)

- 63 Seitens der „IG Swiss Made“ wird ein griffiges Gesetz gewünscht, das zu mehr Transparenz und Rechtssicherheit führt. Daher wäre das Zugrundelegen der Fiktion gemäss *Art. 48 Abs. 5 E-MSchG* als Ausgangsbasis wünschenswert, die gerade auf die Sicht der massgebenden Verkehrskreise abstellt. Dadurch wären interessengerechte Einzelfallentscheidungen möglich. Dies wird im Hinblick auf die Beurteilung der wesentlichen Faktoren einer Uhr verständlich. Nach den obigen Ausführungen³¹ wird deutlich, dass diese unterschiedlich ausfallen und sich sogar teilweise widersprechen, ohne dass die Aussagen als falsch eingestuft werden können, so etwa bei der auffallenden Diskrepanz zwischen Edel- und Pilotenuhren.
- 64 Erst im Falle eines Nichtzutreffens der Fiktion sollte die derzeit in *Art. 48 Abs. 2 E-MSchG* festgelegte Prozentregelung herangezogen werden können.
- 65 Ansonsten hätte für mehr Rechtssicherheit eine präzise Regelung aller relevanten Bestandteile im Rahmen der Ermittlung der Herstellungskosten zu erfolgen, was wiederum dem für die Revision angestrebten Ziel der Transparenz entgegenstehen würde. Eine solche Präzisierung müsste im Rahmen der Revision der „Swiss Made“ – Verordnung für Uhren erfolgen.

2.1.6. Weitere Aspekte (Art. 48 E-MSchG)

³¹ Vgl. 2.1.4. Besondere Aspekte aus Sicht der Uhrenindustrie, insbesondere Seite 10 f.

66 Einer Regelung zur Behandlung von ausländischen geografischen Angaben in dem entsprechenden Land bedarf es nicht. Dies ergibt sich vielmehr aus den einschlägigen internationalen Abkommen und Vereinbarungen. Daher ist nach Ansicht der „IG Swiss Made“ *Art. 48 Abs. 6 E-MSchG* zu streichen, da dieser als überflüssig erachtet wird.

67 *Art. 48 E-MSchG* ist nicht nur auf den Gebrauch einer Herkunftsangabe im eigentlichen Sinne anwendbar, sondern auch dann, wenn Korrektive wie etwa „nach Schweizer Art“, „Schweizer Qualität“ oder „Nachahmung Genfer Uhr“ verwendet werden. Hier soll drauf hingewiesen werden, dass die Regelung im Gesetz keine Garantie für eine Durchsetzbarkeit im Ausland darstellt. Da in einigen internationalen Abkommen die Mitgliedsländer nicht ohne weiteres verpflichtet sind, den Gebrauch von geographischen Angaben mit entlokalisierten Zusätzen oder Korrekturen im Zusammenhang mit der Verwendung einer Herkunftsangabe zu verbieten³².

2.2. Garantie- oder Kollektivmarke (*Art. 22 c E-MSchG*)

68 Gemäss *Art. 22 c E-MSchG* kann die Dachorganisation einer Branche, für die der Bundesrat gestützt auf *Art. 50 MSchG* eine Verordnung erlassen hat, eine Garantie- oder Kollektivmarke für eine qualifizierte geografische Herkunftsangabe eintragen lassen, die Gegenstand der Verordnung ist. Ziel dieser Regelung ist es, die Branchenverbände zu stärken und konsequenten Schutz im Ausland zu erreichen.

2.2.1. Allgemeine Anregungen

(*Art. 22 c E-MSchG*)

69 Bereits im erläuternden Bericht werden berechtigte Bedenken gegen diese Handhabung geäussert.³³

70 Die Repräsentativität der gesamten Gruppierung wird durch den *Art. 22 c E-MSchG* nicht gewährleistet. Einige Unternehmen einer Branche mit gemeinsamen Interessen könnten sich innerhalb der Dachorganisation zusammenschliessen, um eine solche Marke zu hinterlegen. Den Verbänden würde mit dieser Bestimmung ein Instrument in die Hand gegeben, das eine verbindliche Interpretation des Gesetzes aufgrund von Macht- oder Stimmenverhältnissen zur Folge hat. Dies entspricht einer Privatisierung des Rechts.

³² Vgl. *Art. 10 PVÜ* bzw. *Art. 10^{bis} PVÜ*

³³ Erläuternder Bericht Seite 38

- 71 Mit dieser Lösung könnten die Dachverbände Kriterien festlegen, welche nicht den von Art. 48 E-MSchG definierten entsprechen, sondern diese bei weitem übertreffen. So könnte eine Marke „exklusiv Swiss Made“ entstehen für Produkte, die einen besonders hohen Anteil an schweizerischen Bestandteilen aufweisen. Dadurch würden Unternehmen, die sich „nur“ nach den gesetzlichen Anforderungen richten würden, ungewollt benachteiligt.
- 72 Um diese Instrumentalisierung zu vermeiden, müsste eine entsprechende Verankerung im Gesetz erfolgen, welche bestimmt, dass eine solche Verschärfung der Anforderungen nicht möglich ist.
- 73 Die Ausarbeitung eines Pflichtenheftes im Sinne des Art. 22 a E-MSchG oder einer Verordnung im Sinne des Art. 22 c E-MSchG ist oft mit einem schwierigen und langwierigen Prozess verbunden³⁴, wie auch die Praxis gezeigt hat. Nach geltendem Recht kann der Bundesrat gemäss Art. 50 MSchG die Voraussetzungen näher umschreiben, unter denen eine schweizerische Herkunftsangabe für bestimmte Waren oder Dienstleistungen gebraucht werden darf. Bisher hat er dies einzig in der „Swiss Made“ Verordnung für Uhren nach länger andauernder Auseinandersetzung mit den oft höchst kontroversen Interessen der Uhrenbranche getan. Dies erfolgt mithin niemals objektiv. Deshalb wäre das Herbeiziehen einer neutralen Stelle, wie des IGE, zumindest in spezifischen Fragen bei der Bewerkstelligung wünschenswert. Auf jeden Fall wäre nach Ansicht der „IG Swiss Made“ die beabsichtigte Erhöhung der Rechtssicherheit in diesem Zusammenhang ein griffigeres Gesetz jeder Branchenrichtlinie vorzuziehen.
- 74 Die Garantie- oder Kollektivmarke soll für die Produzenten ein zusätzliches Instrument sein zur Stärkung des Schutzes im Ausland³⁵. Neben den grundlegenden Problemen, die sowohl die Benützung des Madrider Systems aufgrund der Vielfalt der Markentypen, als auch die nationalen Besonderheiten einzelner wichtiger Absatzmärkte wie Japan und die USA mit sich bringen³⁶, bleibt weiterhin die Gefahr bestehen, dass Schweizerische Unternehmen im Wettbewerb benachteiligt werden. Die Voraussetzungen für die Eintragung einer solchen Garantie- oder Kollektivmarke sind zeit- und arbeitsintensiv. Ausserdem ist das Schweizer Recht aufgrund des Territorialitätsprinzips im Ausland nicht anwendbar, was eine Schlechterstellung gegenüber ausländischen Unternehmen zur Folge hat. Vielmehr sollten die Bestrebungen des Bundesrates unterstützt werden, vermehrt Schutz der Bezeichnung „Schweiz“ durch zusätzliche bilaterale Abkommen oder im Rahmen von Verhandlungen über Freihandelsabkommen zu erlangen.

2.2.2. Besondere Aspekte aus Sicht der Uhrenindustrie

³⁴ Erläuternder Bericht Seite 23

³⁵ Erläuternder Bericht Seite 24

³⁶ Erläuternder Bericht Seite 24

(Art. 22 c E-MSchG)

- 75 Als Beispiel für einen Dachverband wird im erläuternden Bericht der Verband der Schweizerischen Uhrenindustrie FH ausdrücklich angeführt³⁷. So könnte dieser eine Garantie- oder Kollektivmarke „Schweiz“ oder „Swiss Made“ für Uhren eintragen lassen.
- 76 Wie bereits mehrfach dargelegt, repräsentiert die FH aber gerade nicht die Interessen der gesamten Uhrenbranche. Somit könnte das Instrument sich gegen die zu Schützenden richten.

2.2.3. Zwischenergebnis (Art. 22 c E-MSchG)

- 77 Die „IG Swiss Made“ vertritt aus oben genannten Gründen die Auffassung, dass die Möglichkeit der Eintragung einer Garantie- oder Kollektivmarke abweichend von dem Entwurf geregelt werden sollte. Insbesondere sind Anforderungen gesetzlich zu verankern, dass keine schärferen Kriterien mittels Pflichtenheft oder Verordnung festgelegt werden können.
- 78 In Betracht käme auch die Erwägung, dass dieser Artikel ganz gestrichen werden sollte.

2.3. Beweislastumkehr (Art. 51 a E-MSchG)

- 79 Der Gesetzesentwurf sieht in *Art. 51 a E-MSchG* eine Beweislastumkehr vor, indem dem Benutzer einer Herkunftsangabe der Beweis auferlegt werden kann, dass die von ihm verwendeten geografischen Bezeichnungen effektiv den Tatsachen entsprechen.
- 80 Die Einführung dieser Bestimmung sei notwendig, da die Beweislastumkehr gemäss Art. 13 a UWG nur im Zusammenhang mit Werbung gelte³⁸. Um allerdings eine umfassende Ergänzung zu Art. 13 a UWG darzustellen, müsste *Art. 51 a E-MSchG* auch entsprechend formuliert werden. Die Bestimmungen zum unlauteren Wettbewerb einerseits und den Herkunftsangaben andererseits sollten in dieser Hinsicht übereinstimmen, wie seitens des Bundesrates beabsichtigt³⁹.
- 81 Es sei darauf hingewiesen, dass diese Beweislastumkehr im Rahmen eines Prozessverfahrens das Risiko in sich birgt, dass der Benutzer einer Herkunftsangabe verpflichtet ist, lediglich gestützt auf

³⁷ Erläuternder Bericht Seite 40

³⁸ Erläuternder Bericht Seite 52

³⁹ Erläuternder Bericht Seite 52

die Glaubhaftmachung durch den Kläger, die von ihm verwendete geografische Bezeichnung zu belegen. Dies stellt sich umso schwieriger für den Benutzer dar, umso unklarer die Voraussetzungen für die Ermittlung der Herkunftsangabe gemäss *Art. 48 E-MSchG* und die Berechnung der einschlägigen 60 %-Regel definiert sind.

82 Daher spricht sich die „IG Swiss Made“ zumindest für eine Anpassung des *Art. 51 a E-MSchG* im Hinblick auf die Übereinstimmung mit dem Lauterkeitsrecht aus.

3. Wappenschutzgesetz (E-WSchG)

83 Zentrale Bestimmung der Gesetzesrevision stellt *Art. 9 Abs. 2 E-WSchG* dar. Werden danach künftig Schweizerkreuz oder Schweizerfahne von Seiten der angesprochenen Verkehrskreise als Hinweis auf die geografische Herkunft der derart gekennzeichneten Ware aufgefasst, muss die Ware den im *E-MSchG* definierten Anforderungen an die Herkunft gerecht werden. So darf das Schweizerkreuz auf einer Ware nur angebracht werden, wenn es sich um ein Schweizer Produkt im Sinne des *Art. 48 E-MSchG* handelt. Mithin gelten entsprechend die Bestimmungen des Markenschutzgesetzes für die Waren, insbesondere dass in der Schweiz 60 % der Herstellungskosten anfallen müssen. Aufgrund dessen wird auf die Ausführungen hierzu vollumfänglich verwiesen⁴⁰.

84 Gemäss *Art. 8 E-WSchG* soll der Gebrauch des Schweizer Wappens zukünftig dem Gemeinwesen vorbehalten bleiben. Dieses statuierte Gebrauchsverbot erstreckt sich auch auf verwechselbare Zeichen. Durch die Neuregelung wird allerdings auch die nach altem Recht rechtmässig erfolgte Verwendung untersagt. Auf bestehende Besitzstände wird dabei nicht angemessen Rücksicht genommen und mit Traditionen von Unternehmen gebrochen. Da den Rechten von Personen, die bereits über eine eingetragene Marke, Firma etc. verfügen oder die bisher ein Wappen rechtmässig verwenden durften, lediglich mittels einer Übergangsregelung gemäss *Art. 30 E-WSchG* Rechnung getragen wird⁴¹. Auf lange Sicht hin gesehen, werden diesen Geschäftsbetrieben, die für Schweizer Qualität und deren Nachhaltigkeit stehen, dennoch die aufgebauten Grundlagen entzogen. Bereits bestehende Rechte und entstandene Rechtsverhältnisse sollten daher über die Revision hinausgehend Bestand erhalten⁴².

85 Auch in diesem Zusammenhang ist zu konstatieren, dass der Schweizer Markt gegenüber dem Ausland durch eine solche Regelung eine Benachteiligung erfährt. Können dort weiterhin die öffentlichen Zeichen der Schweiz genutzt werden, verbietet sich dieses weitläufig für Schweizer Unternehmer.

⁴⁰ Vgl. 2.1. Herkunftsangabe, insbesondere S. 3 f. und S. 8 ff.

⁴¹ Erläuternder Bericht Seite 64

⁴² Vgl. Art. 76 Abs. 2 Alkoholgesetz (SR 680 Bundesgesetz über die gebrannten Wasser)

86 Es sei nur darauf hingewiesen, dass gemäss Art. 2 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums wiederum das Schutzlandprinzip gilt. Ausserdem enthält das Genfer Abkommen⁴³ keine Schutzbestimmungen für kantonale Wappen und Art. 6^{ter} Abs. 3 PVÜ findet gemäss grammatikalischer Auslegung auf Dienstleistungsmarken keine Anwendung. Die Mitgliedstaaten sind daher nicht verpflichtet, die Bestimmungen auf Dienstleistungsmarken anzuwenden, falls sich der Gebrauch des Schweizer Wappens als unzulässig erweisen sollte.

4. Inkrafttreten

87 Aus Gründen der Umsetzbarkeit sollte ein Inkrafttreten der Gesetze nicht vor Ablauf einer Übergangsfrist von mindestens fünf Jahren festgesetzt werden⁴⁴.

5. Anträge zu den einzelnen Artikeln

88 Die „IG Swiss Made“ möchte zu der Revision einen aktiven Beitrag leisten, der sich möglichst nahe an den vorgeschlagenen Entwürfen orientiert, aber stets unter Hinweis auf die weitergehenden Ausführungen zu den einzelnen Artikeln.

89 Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben

(Markenschutzgesetz, MSchG)

Art. 22 c Garantie- und Kollektivmarke für eine durch Verordnung geregelte Herkunftsangabe

¹ (...)

² (...)

³ *Die Garantie- oder Kollektivmarke darf keinen engeren Kriterien unterworfen werden, als dies durch das Gesetz gemäss Art. 48 vorgegeben wird.*

Ansonsten wäre der Artikel ersatzlos zu streichen.

⁴³ Genfer Abkommen zur Verbesserung des Loses der Verwundeten und Kranken der bewaffneten Kräfte im Feld (SR 0.518.12)

⁴⁴ Vgl. Erläuternder Bericht S. 65, 80

Art. 48 Herkunftsangabe für Waren

¹ Entspricht eine Herkunftsangabe dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise, so gilt sie als zutreffend.

² Sofern eine Vermutung gemäss Absatz 1 nicht nachgewiesen werden kann, ist die Herkunftsangabe für eine Ware dennoch zutreffend, wenn die Anforderungen der Absätze 3 und 4 erfüllt sind.

³ Die Herkunft entspricht dem Ort, wo mindestens 50 % der Herstellungskosten anfallen. Nicht als Herstellungskosten gelten namentlich die Kosten für den Vertrieb der Ware wie für Marketing und allfällige Kosten von durch den Konsumenten auswechselbaren Teilen

⁴ Der Ort nach Absatz 3 muss folgendem Ort entsprechen:

(...)

c. für industrielle Produkte: dem Ort, wo die Ware der letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist.

⁵ Die Kriterien nach den Absätzen 3 und 4 sind im Einzelfall nach dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise und nach ihrem Einfluss auf den Ruf und die Qualität der betreffenden Waren zu bestimmen.

⁶ [zu streichen]

Alternativvorschlag zu Absatz 3:

³ Die Herkunft entspricht dem Ort, wo mindestens 60 % der Herstellungskosten anfallen. Nicht als Herstellungskosten gelten namentlich die Kosten für den Vertrieb der Ware wie für Marketing und allfällige Kosten von durch den Konsumenten auswechselbaren Teilen.

Art. 51 Beweislastumkehr

¹ Der Richter kann vom Benutzer einer Herkunftsangabe den Beweis für deren Richtigkeit verlangen, wenn dies unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Benutzers und anderer am Verfahren beteiligter Personen im Einzelfall angemessen erscheint.

² Der Richter kann die Herkunftsangabe als unrichtig ansehen, wenn der Beweis nicht angetreten oder für unzureichend erachtet wird.

6. Gesamtergebnis

- 90 Durch die vorliegenden Gesetzesentwürfe werden die Hauptanliegen nicht erreicht. Der Standort Schweiz wird nicht gestärkt, sondern eher geschwächt. Durch die Verschärfung der Kriterien für „Schweizer Produkte“ erfolgt, wie dargelegt, eine wesentliche Schlechterstellung der Schweizer Unternehmen gegenüber der ausländischen Konkurrenz.
- 91 Die Täuschung des Konsumenten wird dadurch ebenfalls negativ beeinflusst. Die Qualität der Produkte wird nicht gesichert oder gar verbessert.
- 92 Für die Uhrenindustrie im speziellen würde die Revision in der vorliegenden Art zu einer strukturellen Veränderung der Branche führen insbesondere aufgrund der Bevorzugung der Edeluhrenherstellung. Aber auch die Etablisserie (Unternehmen, die sich ausschließlich mit dem Design, Einkauf, Zusammenbau (Remontage) und Vertrieb von Uhren befassen) würden gegenüber der Uhrenmanufaktur (Unternehmen, die eigene Uhrwerke entwickeln, herstellen und weitgehend auf Zulieferer verzichten) wesentlich benachteiligt.
- 93 Für den Kunden würde das eine Verteuerung der Produkte bedeuten ohne Erzielung einer qualitativen Verbesserung.
- 94 Aufgrund dessen tritt die „IG Swiss Made“ für eine Überarbeitung der Entwürfe nach den oben erwähnten Gesichtspunkten ein. Wir hoffen, dass dieses Anliegen Ihrerseits Berücksichtigung findet.

Beilagen: erwähnt