

Bern, 27. März 2008

Eidgenössisches Institut  
für Geistiges Eigentum  
Herr Dr. Felix Addor  
Mitglied der Direktion u. Rechtskonsulent  
Stauffacherstrasse 65  
3003 Bern

## **Schutz für die Bezeichnung „Schweiz“ und das Schweizerkreuz**

Sehr geehrter Herr Dr. Addor

Das Vernehmlassungsverfahren ist eröffnet und wir möchten Ihnen und Ihrem Team zur hervorragenden Qualität der Vorlage gratulieren aber auch dafür, dass Anastasia Li sich am Workshop „Swissness“ – organisiert vom IGE im Jahr 2006 – einbringen durfte.

Ihr Vorentwurf zum Gesetzgebungsprojekt wurde den Mitgliedern von Promarca mit einem Fragebogen zugestellt, mit der Bitte um Stellungnahme. Wir können Ihnen bestätigen, dass die Vorlage sehr positiv aufgenommen wurde. Alle Unternehmen sind sich einig, dass der Schutz der Bezeichnung „Schweiz“ verstärkt und die Ungleichbehandlung zwischen Waren und Dienstleistungen abgeschafft werden muss.

Unsere Stellungnahme widerspiegelt im ersten Teil das Resultat der Mitgliederumfrage und wird in einem zweiten Teil auf die Perspektive der Markenführung kurz eingehen.

### **1. Allgemein gültiges Kriterium zu „Swissness“**

Damit eine Ware als aus der Schweiz stammend gilt, soll gemäss Ihrer Vorlage der schweizerische Anteil an den Herstellungskosten mindestens 60% betragen für alle Warenkategorien (Naturprodukte, verarbeitete Naturprodukte, industrielle Produkte). Kosten für Forschung & Entwicklung sollen in den 60% mitberücksichtigt werden, Kosten für Werbung und Kundendienstleistungen jedoch nicht.

Dieser Ansatz wird von der grossen Mehrheit der Mitgliedsunternehmen unterstützt. Es herrscht Einigkeit darüber, dass die Kosten für Forschung und Entwicklung in den 60% mitberücksichtigt werden sollen, die Kosten für Werbung nicht.

Einzig die Problematik des Einbezugs der Rohstoffe bleibt offen. So kann es in der Konsumgüterindustrie vorkommen, dass Rohstoffe aus freier Wahl importiert werden oder importiert werden müssen, weil sie schlicht und einfach in der Schweiz nicht vorhanden sind (z.B. Kakao, Kunststoffgranulate usw.). Die Kosten dieser Rohstoffe sind höchst variabel und können die Herstellungskosten – je nachdem, welchen proportionalen Anteil die Rohstoffe an den

**Schweizerischer Markenartikelverband**  
**Union suisse de l'article de marque**

Spitalgasse 9, Postfach, CH-3000 Bern 7  
Telefon +41 31 310 54 54, Telefax +41 31 310 54 50  
info@promarca.ch, www.promarca.ch

Herstellkosten halten – das Erreichen der 60%-Grenze drastisch beeinflussen, ja sogar verunmöglichen, obwohl alle weiteren und wesentlichen Verarbeitungsprozesse in der Schweiz stattfinden.

In Anbetracht dieser Situation und um eine Benachteiligung von Unternehmen, die ihre Rohstoffe aus dem Ausland einführen müssen, zu vermeiden, schlagen wir vor, bei den verarbeiteten Naturprodukten und den Industrieprodukten die Rohstoffkosten aus der Berechnung der Herstellkosten auszuklammern und ausschliesslich auf die Verarbeitungskosten sowie die Kosten für Forschung & Entwicklung abzustellen.

Die Frage des Packmaterials wäre ebenfalls zu klären. Sollte es Bestandteil der Herstellkosten sein – wir gehen nicht davon aus – sollte auch das Packmaterial ausgeklammert werden.

## **2. Bezug Produkt/Herkunftsort**

Eine Unterscheidung zwischen industriellen Produkten und Naturprodukten wird von den Mitgliedsunternehmen als angebracht betrachtet. Für industrielle Produkte soll die Herkunft vermutungsweise dem Ort entsprechen, wo die wesentlichen Eigenschaften der Ware festgelegt werden und ein physischer Fabrikationsschritt erfolgt. Anders bei Naturprodukten, wo die Herkunft dem Ort der Gewinnung oder dem Ort, wo das Produkt vollständig gewachsen ist, entsprechen soll.

Bei Lebensmitteln wäre ein Vorbehalt der lebensmittelrechtlichen Bestimmungen aufzunehmen, um Doppelspurigkeiten bei Bestimmungen über die Herkunft zu vermeiden.

## **3. Wappen/Fahne/Schweizerkreuz**

Eine klare Unterscheidung zwischen amtlich und wirtschaftlich genutzten Kennzeichen sowie eine Gleichbehandlung zwischen Produkten und Dienstleistungen wurde von den Mitgliedsunternehmen klar unterstützt.

## **4. Eintragung in ein nationales Register und als Kollektiv- oder Garantimärke**

Zur Verstärkung des Schutzes von (namentlich schweizerischen) Herkunftsangaben soll beim Institut für Geistiges Eigentum ein Register geführt werden. Sämtliche in diesem Register eingetragenen Herkunftsangaben können in einem zweiten Schritt als sog. Garantimärke eingetragen werden, die von jedermann benutzt werden darf, der die in einem Reglement definierten Bedingungen erfüllt. Dank einer solchen Garantimärke könnte der Schutz dann unter Beanspruchung des sog. Madrider Systems auch auf andere Länder ausgedehnt werden.

Hier ist zu betonen, dass es den Mitgliedsunternehmen nicht hauptsächlich um die Verbesserung des Rechtsschutzes in der Schweiz geht, sondern um den Rechtsschutz im Ausland. Die Mitglieder von Promarca nehmen zur Kenntnis, dass der Eintrag in ein beim IGE angesiedeltes Register nicht nur eine Verbesserung des Rechtsschutzes in der Schweiz bietet, sondern mit einer solchen Eintragung, mit welcher der Schutz und der Bestand einer schweizerischen Herkunftsangabe nachgewiesen werden kann, auch die Erfolgsaussichten für den Schutzwettbewerb im Ausland vergrössert wird, was zu begrüssen ist.

Es ist allerdings darauf zu achten, dass die Eintragung einer Bezeichnung in das Register für geografische Herkunftsangaben und als Garantie- bzw. Kollektivmarke mit möglichst geringem administrativem Aufwand realisierbar sein sollte. Es ist insbesondere zu vermeiden, dass zwei Mal dasselbe geprüft wird, einmal um den Eintrag in das Register für Herkunftsangaben zu erlangen und in einem weiteren Schritt um eine Garantie- oder Kollektivmarke eintragen zu können.

## 5. Die Markenperspektive

Aus einer reinen Markenperspektive bedauern wir, dass der Schutzwerb über einen „registerlastigen“ und nicht über das Markenrecht mit einem „Co-Branding“-Ansatz erreicht wird. Schliesslich steigern Markenunternehmen als Treiber von Wertschöpfung den Wohlstand in der Schweiz und fördern das Image der „Marke Schweiz“ im Ausland. Wir wagen sogar zu behaupten, dass das Image der Schweiz im Ausland massgeblich durch Markenprodukte geprägt wird. Ein Markenunternehmen, das sich zur Veredelung seiner Produkte auf jeder Stufe der Wertschöpfungskette gegenüber den Konsumenten verpflichtet, sollte den Bezug zur Schweiz herstellen und schützen können und dies mit einem geringen administrativen Aufwand, wenn er die gemäss Vorlage erwähnten Kriterien erfüllt.

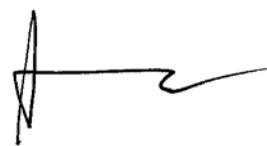
Die Einführung eines Registers für geographische Herkunftsangaben dürfte jedoch mit einigem administrativem Aufwand verbunden sein, ohne dass zurzeit klar ist, welche Vorteile ein solches Register für den Schutz schweizerischer geographischer Herkunftsangaben im Ausland in absehbarer Zukunft bringen wird. Der Ausgang der WTO-Verhandlungen, wo die Einführung eines Registers für geographische Herkunftsangaben auf internationaler Ebene diskutiert wird, ist zurzeit mehr als ungewiss.

Freundliche Grüsse

PROMARCA



Alexander Jost  
Präsident



Anastasia Li-Treyer  
Direktorin

**Schweizerischer Markenartikelverband**  
**Union suisse de l'article de marque**

Spitalgasse 9, Postfach, CH-3000 Bern 7  
Telefon +41 31 310 54 54, Telefax +41 31 310 54 50  
info@promarca.ch, www.promarca.ch