

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
Abteilung Recht & Internationales
Herr Felix Addor, Stellvertretender Direktor
Stauffacherstrasse 65
3003 Bern

Bern, 25. März 2008 / ml

Vernehmlassung zur Revision des BG über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben und des BG zum Schutz öffentlicher Wappen.

Sehr geehrter Herr Addor
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Zustellung der Vernehmlassungsunterlagen und für die Möglichkeit, Stellung zu nehmen. Für die Tourismuswirtschaft ist diese „Swissness-Vorlage“ von besonderem Belang.

1. Vorbemerkung

Der Schweizer Tourismus-Verband STV ist die nationale tourismuspolitische Dachorganisation mit mehr als 600 Mitgliedern, darunter rund 40 schweizerischen Branchen- und Fachverbänden des Tourismus mit insgesamt rund 30'000 touristischen Leistungserbringern (vorwiegend KMU). Als Vertreter des drittgrössten Exportbereichs in der Schweizer Wirtschaft setzen wir uns insbesondere für die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Branche und der einzelnen Betriebe sowie für politische Rahmenbedingungen ein, die eine nachhaltige touristische Entwicklung fördern.

2. Ausgangslage

Erstens soll der Schutz der Bezeichnung „Schweiz“ und des Schweizerkreuzes im In- und Ausland verstärkt werden und zweitens sollen präzisere Regelungen rund um die Bezeichnung „Schweiz“ und das Schweizerkreuz zu mehr Klarheit und Rechtssicherheit führen. Werden die Voraussetzungen erfüllt, dürfen Schweizer Fahne und Schweizerkreuz verwendet werden, das Wappen-/schild wird aber für das Gemeinwesen reserviert.

Grundsätzliches

- Der STV begrüsst das Ziel, den Missbrauch des Qualitätslabels „Schweiz“ stärker zu bekämpfen und damit das Image des Landes zu schützen. Unverwechselbare Werte, wie echte Schweizer Qualität, Tradition und Innovation bilden für die standortgebundene, exportorientierte Tourismuswirtschaft die Basis der landeswerblichen Anstrengungen in aller Welt und gereichen zu Vorteilen im harten, globalen Wettbewerb um Kundschaft.

- Wir erwarten, dass neu definierte Gesetzesartikel keine einschneidend-negativen Folgen für bereits erfolgreich am internationalen Markt agierende Schweizer Unternehmen haben.

3. Bemerkungen

Markenschutzgesetz, MSchG

Neu sollen Kriterien zur präziseren Bestimmung der geographischen Herkunft eines Produkts Schweizer Herkunft verankert werden. Diese Kriterien erhöhen die Transparenz der von den Produzenten verwendeten Herkunftsangaben und sind im Interesse der Konsumenten, die die Angaben besser verstehen und bei ihrem Kaufentscheid gezielter berücksichtigen können. Vom gestärkten Bezug auf die Produktherkunft, bzw. die Verwendung einheimischer Produkte und den damit verbundenen ökologischen Nachhaltigkeiten verspricht sich auch die Tourismuswirtschaft einen positiv-nachhaltigen Beitrag in der Wertschätzung der Kundschaft.

Wappenschutzgesetz, WSchG

Art. 8 Gebrauch der Wappen

Das Wappen (= Schweizerkreuz in einem Wappenschild) der Eidgenossenschaft darf nur von dieser selbst und ihren Einheiten verwendet werden. In der Folge dürfen z.B. der Touring Club Schweiz (TCS) oder die Firma Victorinox ihre Anwendungen künftig nicht mehr verwenden. Es soll keine Rolle spielen, welche Form das Schild aufweist.



Die restriktive Auslegung des Verbots jeglicher Anwendungen (*es spielt keine Rolle, welche Form...*, Bericht, S. 64) widerspricht dem Gebot der Verhältnismässigkeit. Insbesondere im Fall Victorinox, die ihr Logo seit bald 100 Jahren in dekorativer Anwendung und originär rechtmässig anwendet, muss eine geeignete Ausnahme-/Regelung definiert werden. Von einer identischen, täuschend ähnlichen Anwendung oder gar Verwechslungsgefahr im „Ausdruck staatlicher Macht und Würde“ kann objektiv gesehen keine Rede sein. Das längst etablierte Kennzeichen identifiziert die Produkte eines Schweizer Unternehmens, das für die Tourismuswirtschaft wichtige Imagewerte der Schweiz positiv zu beeinflussen vermag. Der Besitzstand soll dort gewährleistet bleiben, wo sich Kennzeichen eines Unternehmens bereits durchgesetzt haben.

Wir danken Ihnen für die Berücksichtigung unserer Anliegen und stehen für weitergehende Auskünfte gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

SCHWEIZER TOURISMUS-VERBAND



Franz Steinegger
Präsident



Mario Lütolf
Direktor