

Institut für Geistiges Eigentum			
E 13. MRZ. 2008			
Reg. Nr. 501			
z. Erl.	Vis	z. K	Bern.
		Add	
		Na	
		Sto	

Persönliche Kopie  
Copie personnelle

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

pie  
13d

**Wirtschaftspolitik**

**Sabine Schuppisser**  
Ressortleiterin

Kirchenweg 4  
Postfach  
CH-8032 Zürich  
Tel. +41 (0)44 384 48 06  
Fax +41 (0)44 384 48 43  
www.swissmem.ch  
s.schuppisser@swissmem.ch

Zürich, 11. März 2008 SaS - 062

### Stellungnahme zum Vernehmlassungsverfahren Gesetzgebungsprojekt «Swissness»

Sehr geehrter Herr Addor

Zum eingangs erwähnten Gesetzgebungsprojekt nehmen wir wie folgt Stellung:

Die Bezeichnung eines Produktes als «swiss made», resp. seine Kennzeichnung mit einem Schweizer Kreuz ist insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen ein wichtiges Argument zum Verkauf ihrer Produkte. Swissmem begrüsst daher grundsätzlich die vorgeschlagene Revision des Markenschutz- und des Wappenschutzgesetzes, da sie das Marketingargument «Swissness» definiert und schützt.

#### Zu Art. 48 Abs. 2 E-MSchG:

Wir sind insbesondere damit einverstanden, dass die Kosten für die Forschung und Entwicklung eines Produktes für die Ermittlung der Herstellungskosten mit einberechnet werden können. Damit wird der Forschungs- und Innovationsstandort Schweiz gefördert und sichergestellt, dass Unternehmen, welche grosse Investitionen in die Forschung und Entwicklung ihrer Produkte getätigt haben, vom Privileg der Bezeichnung «swiss made», resp. des Schweizer Kreuzes profitieren können. Ausserdem stellt die Bestimmung einen Anreiz dar, dass auch in Zukunft Forschung und Entwicklung in der Schweiz verbleiben und die damit verbundenen hochqualifizierten Arbeitsplätze in der Schweiz entstehen bzw. erhalten bleiben.

Allerdings erachtet wird die Regelung, dass in der Schweiz entstandene Marketingkosten nicht in die Herstellungskosten für das Endprodukt einberechnet werden können, als problematisch. Auch in unserer Branche gibt es Unternehmen, die Konsumgüter produzieren und dementsprechend für das Marketing ihrer Produkte hohe Ausgaben tätigen müssen. Die Marketingtätigkeit findet in der Schweiz statt und gehört im selben Masse zum Produkt, wie die Herstellung, da sie massgebend den Charakter und

die Reputation eines Produkts prägt. Die daraus entstehenden Kosten sollten deshalb ebenfalls für die Bestimmung der Herkunft des Produkts einberechnet werden können.

Des Weiteren verwenden einige unserer Mitglieder Rohstoffe für die Herstellung ihrer Produkte, welche in der Schweiz weder beschafft noch vorverarbeitet werden können, weil die entsprechenden Ressourcen, resp. die entsprechende Industrie fehlen. Die Kosten für diese Rohstoffe machen aber einen grossen Teil der Kosten des Endprodukts aus, sodass dieses trotz Forschung, Entwicklung und Verarbeitung in der Schweiz das Kriterium von Art. 48 Abs. 2 E-MSchG nicht zu erfüllen vermag und demnach nicht als schweizerisches Produkt gelten kann.

Aus diesen Gründen schlagen wir vor, dass die Kosten, die einem Produzenten aus der Beschaffung von in der Schweiz nicht erhältlichen oder nicht verarbeitbaren Rohstoffen entstehen, für die Bestimmung der Herkunft des Produktes nicht einbezogen werden. Des Weiteren schlagen wir vor, dass ein Produzent die für die Vermarktung des Produktes entstehenden Kosten dann zur Bestimmung der Herkunft des Produktes heranziehen kann, wenn sie in der Schweiz entstanden sind und die Vermarktung und der Kundenservice ein wesentliches Merkmal des Produktes darstellen.

Wir schlagen folgende Formulierung von Art. 48 Abs. 2 E-MSchG vor:

<sup>2</sup> Die Herkunft entspricht dem Ort, wo mindestens 60 Prozent der Herstellungskosten anfallen. Als Herstellungskosten gelten auch in der Schweiz angefallene Kosten für Marketing und Kundenservice, sofern diese Tätigkeiten wesentliche Merkmale des Produktes darstellen. Nicht als Herstellungskosten gelten namentlich die Kosten für Rohstoffe, die in der Schweiz nicht beschafft oder vorverarbeitet werden können.

#### **Zu Art. 48 Abs. 3 lit. c E-MSchG:**

Im Hinblick auf die Bedürfnisse der Maschinenindustrie ist die vorgeschlagene Lösung und Formulierung akzeptabel. Dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass durch das Erfordernis eines Fabrikationsschrittes in der Schweiz das Label «Schweiz» nicht seines Inhalts beraubt wird.

#### **Zu Art. 48 Abs. 5, 2. Halbsatz E-MSchG:**

Wir begrüssen die Möglichkeit eines Produzenten, die schweizerische Herkunft seiner Produkte nachweisen zu können, auch wenn er die Kriterien in den Absätzen 2 – 4 nicht erfüllt. Jedoch gilt es Folgendes zu bedenken:

Weder aus dem Gesetzestext noch aus dem erläuternden Bericht geht eindeutig und abschliessend hervor, wie ein Produzent den Nachweis erbringen soll, dass seine Produkte nach dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise schweizerisch sind. Zudem ist zu bedenken, dass der mit dieser Beweisforderung einhergehende Aufwand insbesondere für ein kleines oder mittleres Unternehmen sehr

gross ist. Je nach Fall ist der Beweis (wie im erläuternden Bericht vorgeschlagen) schlicht nicht oder nur mit unverhältnismässig hohem Aufwand und hohen Kosten zu erbringen, da sich bspw. die Befragung der massgebenden Verkehrskreise im Investitionsgüterbereich oftmals schwierig gestalten dürfte.

Die Umsetzung des in Art. 48 Abs. 5, 2. Halbsatz E-MSchG statuierten Beweises der Herkunft eines Produkts ist also nicht klar und es wird sich erst in der Praxis zeigen, wie der Beweis der schweizerischen Herkunft eines Produktes, das die Kriterien der Absätze 2 – 4 nicht erfüllt, erbracht werden kann. Für die Investitionsgüterindustrie wird entscheidend sein, wie der Begriff «massgebende Verkehrskreise» ausgelegt wird. Da eine Konsumentenbefragung für Investitionsgüter aus den oben genannten Gründen kaum in Frage kommen kann, müsste eine Befragung der wesentlichen Abnehmer des jeweiligen Produktes genügen können.

#### **Zu Art. 64 Abs. 3 E-MSchG:**

Ein weiterer positiver Aspekt der geplanten Revision des Marken- und des Wappenschutzgesetzes ist die Möglichkeit des IGE, Anzeige gegen Marktteilnehmer zu erheben, welche mit ihren Produkten die Anforderungen an die Bezeichnung «swiss made», resp. die Verwendung des Schweizer Kreuzes nicht erfüllen. Damit wird dem Schutz der Herkunftsbezeichnungen noch zusätzliches Gewicht verliehen.

#### **Zum E-WSchG:**

Wir begrüssen die Revision des Wappenschutzgesetzes.

Abschliessend bedanken wir uns für die Möglichkeit zur Stellungnahme bestens.

Freundliche Grüsse



Urs Meier  
Ressortleiter



Sabine Schuppisser  
Ressortleiterin