

Vorstand

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

31. März 2008

Vernehmlassung des VSP zum Gesetzgebungsprojekt „Swissness“

Sehr geehrter Herr Addor
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen für die Möglichkeit einer Stellungnahme und lassen Ihnen in der Beilage unsere Vernehmlassung zukommen.

Grundsätzlich begrüsst der VSP die Stossrichtung des neuen Gesetzes, welches die Benutzung der Bezeichnung „Schweiz“ und des Schweizerkreuzes liberalisiert und zugleich mehr Klarheit und Rechtssicherheit im „Swissness“-Bereich schafft. In einigen Punkten, insbesondere in den folgenden, schlägt der VSP aber Änderungen oder Ergänzungen vor:

- Der VSP ist der Auffassung, dass die Schaffung eines weiteren Registers für geographische Angaben nicht zweckmässig ist. Sollte ein solches Register dennoch eingeführt werden, müssten die diversen Register zentralisiert werden.
- Anstelle der vorgeschlagenen uniformen 60%-Regelung werden flexiblere Branchenlösungen bevorzugt. Eine feste Quote sollte höchstens dann zum Tragen kommen, wenn in einzelnen Branchen eine Lösung nicht möglich erscheint.
- Firmenmarken, welche auf das Unternehmen als solches (und nicht auf dessen schweizerische Produktionsstätte) hinweisen, sollten nicht den für Waren gültigen Regeln unterliegen.
- Aus dem Gesetzesvorschlag können ungerechtfertigte Härtefälle resultieren, welche sich vor allem aus längeren Benutzungen ergeben und entsprechende Ausnahmeregelungen erfordern. Dabei ist bspw. an eingetragene Zeichen, welche ein Schweizerwappen enthalten und nicht mehr erneuert werden dürfen sowie an mit dem Schweizerwappen allenfalls ähnliche Zeichen zu denken, welche sich im Verkehr als Kennzeichen von Unternehmen durchgesetzt haben.

Im Rahmen des vorliegenden Gesetzesprojekts schlägt der VSP sodann Neuregelungen vor, welche keinen Bezug zur „Swissness“ aufweisen, es aber Wert sind, ins Gesetz aufgenommen zu werden. Vor allem betrifft dies ein vereinfachtes Lösungsverfahren vor dem IGE.



Vorstand

Für die Beantwortung allfälliger Fragen und für allfällige Diskussionen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

Vorstand VSP
André Werner, Präsident

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'André Werner', is written over a horizontal line.

Beilage: Stellungnahme VSP

Vorstand

Vernehmlassung des Verbandes Schweizerischer Patent- und Markenanwälte (VSP) zum Gesetzgebungsprojekt „Swissness“

Artikel	Text / Formulierungsvorschlag E-WschG
8 WSchG	<p>Der Vorentwurf nimmt im Wesentlichen eine Unterscheidung zwischen dem Schweizerkreuz, dem Schweizerwappen und der Schweizerfahne vor. Art. 2 definiert das Schweizerwappen als „ein Schweizerkreuz in einem Dreiecksschild“, während Art. 8 den Gebrauch der Wappen nur dem Gemeinwesen vorbehält. Der exklusive Gebrauch der Wappen durch die Gemeinwesen wird auf Seite 63 des erläuternden Berichtes damit begründet, dass Wappen „<i>Ausdruck staatlicher Macht und Würde</i>“ sind. Die strikte Anwendung dieser Aussage würde im Zusammenhang mit Zeichen, welche u.U. einem Wappen ähnlich sein können, dort zu Ungerechtigkeiten und zu einer völligen Verkennung des oben erwähnten Schutzgedankens des Schweizerwappens führen, wenn solche Zeichen überhaupt nicht mit hoheitlichem Handeln in Verbindung gesetzt werden, sondern als <i>Kennzeichen eines Unternehmens</i> verstanden werden. Praktisch dürfte dies v.a. dann der Fall sein, wenn sich ein solches Zeichen im Verkehr als Marke für ein bestimmtes Unternehmen durchgesetzt hat. Zu denken ist hier z.B. an das Victorinox-Logo (Schild mit Kreuz), welches auf Seite 64 des erläuternden Berichtes als Beispiel für ein nicht (mehr) zulässiges Zeichen herhalten muss. Ob diese Beurteilung betreffend Täuschungsgefahr einer juristischen Überprüfung standhält, muss an dieser Stelle nicht näher kommentiert werden. Jedenfalls mag die strenge Haltung im erläuternden Bericht auf die teilweise überzogene Praxis des IGE bei der Beurteilung von Herkunftsangaben zurückzuführen sein, welches beispielsweise selbst das CHEVROLET-Kreuz als Nachahmung des Schweizer Wappens interpretiert hat, bis eine Korrektur durch die RKGE vorgenommen wurde. In Fällen wie beim Victorinox-Logo käme eine Untersagung des seit Jahrzehnten geduldeten Gebrauchs faktisch einer Enteignung gleich. Entscheidend ist allein, ob eine Benutzung eines möglicherweise mit einem Wappen ähnlichen Zeichens als Ausdruck staatlichen Handelns verstanden wird oder nicht.</p> <p>Unter Würdigung der obigen Ausführungen schlägt der VSP vor, Art. 8 um einen zusätzlichen 5. Absatz, z.B. wie folgt zu ergänzen:</p> <p><i>„Kein Gebrauch des Wappens liegt vor, wenn ein mit einem Wappen ähnliches Zeichen verwendet wird, welches sich für bestimmte Waren oder Dienstleistungen im Verkehr als Kennzeichen eines Unternehmens durchgesetzt hat“.</i></p>
18 und 19 WSchG	<p>Der VSP schliesst sich der auf der Webseite des ZAV publizierten Vernehmlassung an, wonach eine Klageberechtigung nicht nur der Gemeinwesen, der Verbände und der Konsumentenschutzorganisationen, sondern auch der Wettbewerbsteilnehmer und der Konsumenten statuiert werden sollte. Die vom ZAV vorgeschlagene Änderung (analoge Übernahme von Art. 9 UWG) wie folgt findet unsere Zustimmung:</p> <p><i>"Wer durch widerrechtlichen Gebrauch von öffentlichen Zeichen in seinen wirtschaftlichen Interessen bedroht oder verletzt wird, kann dem Richter beantragen: ... "</i></p>
Neu: 21 bis bzw. 22 WSchG	<p>Entsprechend den anderen immaterialgüterrechtlichen Erlassen schlägt der VSP vor, auch im WSchG nur eine <i>einzig kantonale Instanz</i> vorzusehen. Dabei könnte eine analoge Formulierung wie in Art. 58 MSchG gewählt werden. Die Bestimmung müsste am ehesten in einen eigenständigen Artikel 22 (oder 21 bis) aufgenommen werden mit dem Titel „Einzige kantonale Instanz“.</p>

Vorstand

31 WSchG	Bei der übergangsrechtlichen Regelung von Abs. 2 stellt sich die Frage, ob diese Bestimmung unter gewissen Umständen nicht einer ungerechtfertigten entschädigungslosen Enteignung des Markeninhabers gleichkommt. Zu denken ist an Marken, welche ein Wappen enthalten und für Dienstleistungen registriert worden sind (z.B. die Wortbildmarke TCS). Damit die Priorität des Gesamtzeichens nicht verloren geht und um Härtefälle vermeiden zu können, schlägt der VSP vor, eine Regelung aufzunehmen, wonach die nun nicht mehr erneuerbaren Marken mit dem ursprünglichen Anmeldedatum (unter Weglassung bzw. Ersetzung des unzulässigen Wappens) neu hinterlegt werden können.
----------	---

Artikel	Text / Formulierungsvorschlag E-MschG
13 Abs. 2 bis MSchG	<p>Die vorgeschlagene Regelung von Art. 13 Abs.2 lit. d, wonach das Verbotsrecht des Markeninhabers über die blosse Ein- und Ausfuhr hinaus auch die Durchfuhr erfasst, entspringt einem Bedürfnis der von <i>Fälschungen und Piraterie</i> betroffenen Markeninhaber. Bisher konnten gefälschte Waren im Transit lediglich gestützt auf das Designrecht angehalten werden. Im Rahmen der PatG Revision soll die Ausdehnung des Verbotsrechts in den verschiedenen immaterialgüterrechtlichen Gesetzen einheitlich geregelt werden, was zu begrüssen ist.</p> <p>Bei der Revision des PatG wurde Art. 13 Abs. 2 bis MSchG noch wie folgt formuliert:</p> <p>„Die Ansprüche nach Absatz 2 Buchstabe d stehen dem Markeninhaber auch dann zu, wenn die Ein-, Aus- oder Durchfuhr von <i>gewerblich hergestellten Waren</i> zu privaten Zwecken erfolgt“.</p> <p>Der neue Vorschlag geht viel zu weit und würde bspw. auch die <i>zu privaten Zwecken</i> hergestellten Produkte erfassen. Zu denken ist bspw. an die laienhafte Versehung eines T-Shirts mit einem Krokodil-Logo für den Eigengebrauch. Die Einfuhr, Durchfuhr oder Ausfuhr eines nicht gewerblich hergestellten Produktes vom Verbotsrecht erfassen zu wollen, würde die Konzeption des MSchG als ein gewerbliches Schutzrecht sprengen.</p> <p>Generell ist die vorgeschlagene Regelung von Art. 13 Abs. 2 bis viel zu extensiv. Sie ist nämlich im Zusammenhang mit Art. 3 MSchG auszulegen und würde selbst die im äussersten Grenzbereich der Verwechslungsgefahr anzusiedelnden Fälle erfassen. Dabei muss der gesetzgeberische Wille unseres Erachtens so interpretiert werden, dass die Ausdehnung des Abwehrrechts nur im Hinblick auf die Bekämpfung der Markenpiraterie gerechtfertigt ist und Art. 13 Abs. 2 lit. d und Art. 13 Abs. 2 bis nur Pirateriefälle erfassen. Es kann folgenswer sein, diese Wertung den Gerichten zu überlassen, welche u.U. in solchen Fragenkomplexen wenig bewandert sind. Der VSP schlägt deshalb folgende Neuregelung von Art. 13 Abs. 2 MSchG vor:</p> <p>„d. unter dem Zeichen Waren, welche den Anschein von Originalwaren erwecken, ein-, aus- oder durchzuführen“.</p> <p>Sollte diese Änderung berücksichtigt werden, würde es genügen, Art. 13 Abs. 2 bis so zu belassen, wie er im Rahmen der Revision des PatG vorgeschlagen wurde (siehe oben). Ansonsten müsste Art. 13 Abs. 2 bis bspw. wie folgt geändert werden:</p>

Vorstand

	<p>„Die Ansprüche nach Absatz 2 Buchstabe d stehen dem Markeninhaber auch dann zu, wenn die Ein-, Aus- oder Durchführung von gewerblich hergestellten Waren, welche den Anschein von Originalwaren erwecken, zu privaten Zwecken erfolgt“.</p>
<p>Art. 22 a MSchG</p>	<p>1. Der VSP ist der Ansicht, dass die <i>Schaffung eines weiteren Registers für geographische Angaben nicht zweckmässig</i> ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Irrtum vorbehalten findet sich im Erläuternden Bericht nicht ein einziges Beispiel einer geographischen Angabe, welche nicht bereits in einem der vorhandenen Register Aufnahme finden würde bzw. gefunden hat. Die meisten Beispiele im Bericht betreffen verarbeitete Landwirtschaftsprodukte (z.B. Saucisson Vaudois, Gruyère). Ein weiteres zitiertes Beispiel ist „Genf“, welches wohl für Genfer Uhren steht. Hierfür gibt es die Swiss Made Verordnung. Ansonsten bleibt nur noch das zitierte Beispiel. Daraus schliesst der Leser des Berichts, dass es nur wenige geographische Angaben gibt, weshalb sich die Schaffung eines eigenständigen Registers nicht lohnt. - Damit hängt zusammen: Eine generelle Eintragbarkeit als Garantie- oder Kollektivmarken von allen Herkunftsangaben (auch solcher, die nicht als GUB / GGA geschützt sind), ist nach Ansicht des VSP problematisch. Die im Vorentwurf implizit vertretene These, dass sich aus den Mängeln an der bestehenden Swissness-Regelung nicht nur ein Mängelbehebungsanspruch, sondern quasi ein unbedingter Schutzanspruch für alle Arten von Herkunftsangaben ableitet, wird vom VSP nicht geteilt. Es wird in diesem Zusammenhang wiederholt, dass ein angemessener Schutz von „Swissness“ vom VSP als ausgewiesen betrachtet wird. Der Vorentwurf geht aber nach Ansicht des VSP sogar weiter als der seinerzeitige Bericht des Bundesrats. Von aussen erscheint es nun, dass Herkunftsangaben zu einem gesetzgeberisch qualifizierten Rechtsgut emporgehoben und mit einem hohen Rechtsschutz ausgestattet werden, wofür jedenfalls im Erläuternden Bericht ein Rechtsschutzbedürfnis nicht überzeugend belegt wird. Jedenfalls erscheint es nicht ohne Weiteres als einsichtig, dass selbst nicht qualifizierte Herkunftsangaben gegen eine Verwendung mit delokalisierenden Zusatz (z.B. so gut wie ein Schweizer Produkt, vgl. S. 45 erläuternder Bericht) geschützt werden. Dass berühmte Herkunftsangaben wie „Champagner“ („méthode champenoise“) weit geschützt werden, leuchtet ein, obwohl berühmten Marken, die nicht Herkunftsangaben sind, ein derartiger Schutzbereich nicht ohne weiteres zugestanden wird. Insofern ist daran zu erinnern, dass jedenfalls nicht qualifizierte Herkunftsangaben grundsätzlich nicht monopolisierbares Gemeingut darstellen und somit von allen Verkehrsteilnehmern, welche mit ihren Produkten die entsprechenden Herkunftskriterien erfüllen, benutzt werden dürfen. Die Eintragbarkeit als Garantie- oder Kollektivmarke sollte deshalb u.E. auf GUB / GGA



Vorstand

	<p>beschränkt werden. Ansonsten stellen sich überdies heikle Abgrenzungsprobleme bei Schutzzumfang und Durchsetzung der Markeneintragungen, die auf jeden Fall eine differenzierte Regelung erfordern und die in der Praxis durchaus zu Rechtsunsicherheit führen könnten.</p> <p>2. Aus diesen Gründen ist der VSP der Ansicht, dass kein zusätzliches Register geschaffen werden sollte. Der VSP spricht sich deshalb für die im Erläuternden Bericht dargestellte <i>Variante eines Schutzes von Herkunftsangaben im Rahmen der Markenprüfung</i> aus. Wie bereits dargelegt sollte der Schutz auf GGA/GUB beschränkt werden.</p> <p>3. Wenn trotz dieser Bedenken ein Register geschaffen werden soll, würde es sich aus Sicht der Praktiker empfehlen, ein <i>zentrales Register</i> zu schaffen, in welchem die aufzunehmenden Herkunftsangaben ohne Abgrenzungsprobleme erfasst und abgefragt werden können.</p>
<p>31 Abs. 2 bis MSchG</p>	<p>Das Verbot zur Einlegung eines Widerspruches gegen eine Garantie- oder Kollektivmarke nach Art. 22a ist zu weit gehend. Selbstverständlich muss es möglich sein, gestützt auf eine ältere Marke gegen jenen verwechselbar ähnlichen unterscheidungskräftigen Teil einer kombinierten Marke, welche auch eine Garantie- oder Kollektivmarke nach Art. 22a enthält, Widerspruch einzulegen. Der Vorschlag ist entsprechend zu ändern.</p>
<p>47 MSchG (OR 955 a)</p>	<p>Der explizite Einbezug der Firma in Abs. 3 lit. c. ist nicht gerechtfertigt, und zwar deshalb, weil die Firmenmarke eine Ausnahme verdient von der allgemeinen Regelung gemäss Art. 48 E-MSchG, wie das im Erläuternden Bericht bereits für Marken wie „Research“ (S. 45 f.) vorgesehen ist.</p> <p>Minimal ist jedenfalls in den Materialien zwecks dannzumaliger historischer Gesetzesauslegung darauf hinzuweisen, dass Marken, welche gemäss dem Gesamteindruck auf das Unternehmen als solches (und nicht auf dessen schweizerische Produktionsstätte) hinweisen, nicht den für Waren gültigen Regeln unterliegen.</p> <p>Der Gedankengang lässt sich gut mit dem San Francisco-49er's Entscheid des Bundesgerichts bzw. der nachfolgenden IGE-Praxis zur Einschränkung der Warenlisten illustrieren. Während das IGE zur Zeit des bundesgerichtlichen Entscheids noch davon ausging, dass das Zeichen „San Francisco-49ers“ von den Konsumenten als Hinweis auf die Produktionsstätte verstanden wird, ist diese Praxis zugunsten eines Verständnisses als (blossen) Unternehmenshinweis aufgegeben worden.</p> <p>Die Firmenmarke verdient aus folgendem Grund eine Ausnahme von der allgemeinen Regelung: Der VSP unterstützt das grundsätzliche Anliegen, den Schutz von „Swissness“ zu verstärken. Es darf aber nicht dazu führen, dass erfolgreiche Schweizer Unternehmen bestraft werden. Mit dieser Formulierung wird unterstellt, dass es verschiedene „echte“ Schweizer Unternehmen gibt, welche erkennen, dass ohne eine gewisse Verlagerung ins Ausland das Überleben der Firma in der Zukunft nicht gesichert werden kann. Beispielsweise gibt es Textilunternehmen, welche mehrheitlich in der Schweiz produzieren, aber für gewisse Produkte einen Technologie-Transfer ins Ausland machen, etwa in einen Joint-Venture in Taiwan oder Indien. Dort wird dann produziert. Es steht nach Ansicht des VSP ausser Frage, dass die „echte“ Schweizer Firma im Unternehmensauftritt darauf aufmerksam machen darf, dass es sich um ein Schweizer Unternehmen handelt (mit einem „Swissness-Zeichen“). Nach strenger Auffassung ist ein derartiger Hinweis nämlich in einem solchen Fall nicht richtig und kann zu Täuschungen Anlass geben, weil die Firma neben Schweizer Produkten auch ausländische herstellt und vermarktet. Es darf nun nicht sein, dass mit der Zeit eine –</p>

Vorstand

	<p>möglicherweise zum jetzigen Zeitpunkt – strenge Auslegung Platz greift und die echte Schweizer Firma, womöglich noch vom Staat, in ein Gerichtsverfahren gezwungen wird. Beispiel: Die Fa. Victorinox produziert und verkauft schweizerische und ausländische Produkte. Im Firmenauftritt handelt es sich zu Recht und klar um ein Schweizer Unternehmen.</p> <p>Dem VSP ist natürlich bekannt, dass die „Firmenmarke“ keine eigenständige Markenkategorie gemäss schweizerischem Markenrecht darstellt. Trotzdem kann bei einer Ex-Post-Auslegung im Einzelfall festgestellt werden, ob es sich bei einem „Swissness-Zeichen“ um einen Hinweis auf die schweizerische Herkunft des Unternehmens oder des Produkts handelt. In einem solchen Fall müssen die Herkunftskriterien des Dienstleistungsunternehmens gemäss Art. 49 MSchG erfüllt sein. Eine andere Abgrenzungsart wäre die, dass ein (Industrie-) Unternehmen als schweizerisch gilt, wenn die Gesamtproduktion einen bestimmten Anteil (z.B. 60%) überschreitet, welcher schweizerisch ist gemäss den Bestimmungskriterien von Art. 48 E-MSchG.</p> <p>Jedenfalls ist nach der Überzeugung des VSP eine Ausnahme für derartige schweizerische Firmenmarken gerechtfertigt. Es kann nicht sein, dass der Erfolgreiche, d.h. derjenige, der daran ist, den Sprung ins Ausland zu „schaffen“, bestraft wird. Andernfalls wird eine Gesetzgebung geschaffen, welche Strukturhaltung betreibt und schweizerische Gewerbebetriebe bevorzugt. Es kann nicht sein, dass wir gewerbliche Schuhproduzenten wie z.B. Kandahar als echte Schweizer Unternehmen bevorzugen – so sehr diesem Unternehmen der Erfolg zu gönnen ist (auch da sind wir alle Schweizer!) und andere echte Schweizer Unternehmen, wie etwa Schoeller oder Eschler (um in der Textilindustrie zu bleiben) oder Victorinox benachteiligen.</p> <p>Der VSP verzichtet auf die explizite Formulierung einer entsprechenden Gesetzesformulierung, in der Meinung, dass dies am besten durch das Institut gemacht wird (im Rahmen von Art. 47, allenfalls 48, minimal, wie erwähnt, durch Aufnahme entsprechender Erläuterungen in die Botschaft).</p>
48 MSchG	<p>Die Vernehmlassung des VSP beschränkt sich im Wesentlichen auf industrielle Produkte (gemäss Abs. 3 lit. c). Insgesamt ist die vorgeschlagene Regelung zu unausgegoren. Die vorgeschlagene Regelung leidet vor allem am Makel, dass sie mit dem einheitlichen Kriterium von 60% alle denkbaren Produkte, mithin die gesamte schweizerische Wirtschaft, über einen einzigen Leisten schlagen will. Uhren oder auch Schokolade auf der einen Seite sind nicht vergleichbar mit Textilien, Medizinalprodukten und vielen anderen Produkten auf der anderen Seite. Während die Uhren- und Schokoladenindustrie sich über viele Jahrzehnte einen ausgezeichneten Schweizer Ruf aufbauen und sich sowohl produktionsmässig als auch legislatorisch (z.B. Swiss Made Verordnung) auf die Anforderungen von „Swissness“ einstellen konnten, würde die im Vorentwurf vorgesehene Regelung dazu führen, dass die auf dem Weltmarkt kämpfenden „echten“ Schweizer Unternehmen anderer Branchen aus dem Markt gedrängt würden, wenn sie innert kurzer Zeit vollständig auf teure Schweizer</p>

Vorstand

	<p>Produktion umstellen müssten. Es gilt das bereits zu den Firmenmarken Gesagte. Die einheitliche 60%-Regelung ist deshalb abzulehnen.</p> <p>Stattdessen sind Branchenlösungen zu bevorzugen, wie sie noch im Bundesratsbericht vom 15. November 2006 propagiert wurden. Minimal fordert der VSP, dass die einheitliche Regelung nur gilt für den Fall, dass sich die Verbände nicht auf eine Branchenlösung einigen können.</p> <p>Das allgemeine Kriterium für den Anteil schweizerischer Herstellkosten wird ohne nähere Begründung von 50% gemäss alter „St.-Galler-Praxis“ auf 60%, einschliesslich Kosten für R&D, erhöht. Dies ist abzulehnen, jedenfalls soweit und solange das Kriterium absolut und nicht nur unter dem Vorbehalt abweichender Branchenlösungen gilt.</p> <p>Das allgemeine 60% Kriterium ist auch deshalb abzulehnen, weil die Uhren- und Schokoladenbranche bevorzugt werden. Wie bereits erwähnt konnten diese Industrien über lange Zeit ihren „Swissness-Ruf“ aufbauen und an den legislatorischen Vorschriften feilen, bis diese den Erfordernissen der Branche entsprachen. Im erläuternden Bericht wird dementsprechend ausdrücklich festgehalten, dass gemäss Abs. 5 die Uhrenindustrie nicht beweisen muss, dass eine Uhr mit teurem Uhrgehäuse trotz Nicht-Einhalten des allgemeinen 50% (oder 60%) Kriteriums als schweizerisch gilt. Ein schweizerisches Industrieunternehmen aus einer anderen Branche wird den harten Beweis antreten müssen und kann sich nicht auf einen bereits bestehenden Gesetzestext stützen.</p> <p>Dem Postulat, dass nicht alle Branchen der Schweizer Wirtschaft über einen einzigen Leisten geschlagen werden können, entspricht die Ansicht, dass nicht alle „Swissness-Zeichen“ einheitlich beurteilt werden können. Es ist etwas völlig anderes, wenn im Swissness-Zeichen zum Ausdruck gebracht wird, ob es sich um ein „Swiss Made“ handelt oder um ein Designed in Switzerland. Dies ist zwar unbestritten, da massgebendes Kriterium für die Beurteilung eines „Swissness-Zeichens“ der Gesamteindruck nach dem Verständnis der massgebenden Verkehrskreise ist. Dennoch ist es richtig, dass im Erläuternden Bericht ausgeführt wird, wie etwa das Zeichen „Swiss Research“ im Rahmen von Art. 48 E-MSchG nach der Ansicht des Gesetzgebers auszulegen ist. Auch Firmenmarken bedürfen, wie im Rahmen dieser Vernehmlassung bei Art. 47 ausgeführt wurde, einer besonderen Erwähnung. Nicht jedes Schweizer Kreuz im Firmenauftritt eines Schweizer Unternehmens will aussagen, dass die Produkte alle aus Schweizer Produktionsstätte sind.</p>
<p>64 III MSchG</p>	<p>Mit diesem neu eingefügten Absatz werden dem IGE für die Eidgenossenschaft volle Parteirechte eingeräumt. Wird dieser Vorschlag aufgenommen, wird das IGE faktisch zum Wächter über den Schutz des Schweizer Kreuzes. Aus einem liberalen Staatsverständnis heraus kann es nicht angehen, dass eine Behörde, deren Hauptaufgabe in der Registrierung von Schutzrechten besteht, zum strafrechtlichen Verfolgen von KMUs, welche ein Logo mit Kreuz benutzen, ermächtigt wird. Rechtlich ist es sodann bedenklich, der Eidgenossenschaft (vertreten durch das IGE) Parteirechte im Straf- oder Zivilverfahren einzuräumen. Im Strafverfahren könnte die Situation dadurch bereinigt werden, dass das Antragsdelikt in ein Offizialdelikt umgestaltet würde. Allerdings müsste dies dann auch für Art. 64 Abs. 1 lit. c gelten, was wegen der Schwere der Tat nicht gerechtfertigt wäre. Es verbleibt somit nur die Möglichkeit, Absatz 3 ersatzlos zu streichen.</p>

Vorstand

<p>neu</p>	<p>Im Rahmen der Gesetzesrevision des MSchG schlägt der VSP vor, dass ein vereinfachtes Lösungsverfahren eingeführt wird.</p> <p>In der Praxis ergeben sich oft Fälle, in denen nicht mehr gebrauchte Marken aus Gründen der Rechtssicherheit gelöscht werden sollten. Dabei sind die im Markenregister eingetragenen Markeninhaber oft nicht auffindbar oder existieren nicht mehr. Für solche Fälle ist es <i>kostspielig und aufwendig</i>, wenn die interessierte Partei ein <i>zivilrechtliches Lösungsverfahren</i> anstrengen muss.</p> <p>Ein <i>vereinfachtes Lösungsverfahren</i> könnte hier Abhilfe bringen. Es könnte in Anlehnung an einstweilige, ex parte ausgesprochene Verfügungen derart ausgestaltet werden, dass der Antragsteller die Löschung unter Glaubhaftmachung des Nichtgebrauchs oder Glaubhaftmachung der fehlenden Existenz oder Auffindbarkeit des Markeninhabers <i>beim IGE</i> beantragt. Dem Markeninhaber wäre eine angemessene Frist zu setzen, um sich gegen die Löschung auszusprechen. In die Markenschutzverordnung ist ein dem Art. 6 der Patentverordnung entsprechender Artikel aufzunehmen. Erfolgt eine Einsprache, würde die Löschung nicht erfolgen und der Antragsteller wäre auf den zivilrechtlichen Weg zu verweisen. Unterbleibt dagegen die fristgerechte Einsprache, so könnte die Löschung durch das IGE vorgenommen werden.</p> <p>Eine entsprechende Bestimmung könnte z.B. im</p> <ul style="list-style-type: none"> - dritten Kapitel „Eintragung der Marke“, - dritten Abschnitt „Löschung der Eintragung“ <p>eingefügt werden.</p> <p>Mit einer solchen vereinfachten Löschungsmöglichkeit würde den Marktteilnehmern die Chance eröffnet, „Registerleichen“ kostengünstig und effizient aus dem Register zu löschen.</p>
<p>neu</p>	<p>Seit Jahren sind <i>nicht-amtliche Register</i> wechselnder Anbieter, welche den Inhabern von Marken Zahlungsaufforderungen zusenden, die den Anschein von amtlichen Publikationen erwecken, ein Ärgernis. Solche Publikationen sind in aller Regel nicht zugänglich und für den Markeninhaber völlig nutzlos. Im Rahmen der Swissness-Vorlage ist eine isolierte gesetzliche Regelung, welche z.B. auch die Herausgabe der Zahlungen durch die Betreiber von privaten Registern vorsieht, im MSchG thematisch nicht angebracht. Es liegt dem VSP aber daran, eine Regelung betreffend die privaten bzw. nicht-amtlichen Register anlässlich der jetzigen Gesetzesrevision an die Hand zu nehmen. Die ins UWG (oder allenfalls ins StGB) aufzunehmende Bestimmung könnte wie folgt aussehen, wobei eine Ausdehnung über die Markenregister hinaus erfolgen sollte:</p> <p><i>Nicht-amtliche (private) Markenregister</i></p> <p>1. Für die Herstellung eines nicht-amtlichen Markenregisters, in welches die Eintragung einer Marke nur aufgrund einer Gegenleistung (wie z.B. Zahlung einer Eintragungsgebühr oder Verpflichtung zum entgeltlichen Bezug eines Exemplars des Registers) möglich ist, und für die Durchführung entsprechender Aquisitionen müssen sowohl die entsprechenden Reklame-Unterlagen wie auch die zu unterzeichnenden Vertragsunterlagen mindestens die folgenden Informationen, die in der Vollziehungsverordnung ergänzt werden können, enthalten:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Angaben über die Zugänglichkeit des Registers und die Eintragungsvoraussetzungen; b) Angaben über die Dauer eines solchen Registereintrages;

Vorstand

	<p><i>c) Angaben über zusätzliche im Register enthaltene Informationen;</i> <i>d) Erscheinungsort und –intervalle des Registers und Angaben darüber, wie und wo solche Register eingesehen werden können;</i> <i>e) Angaben über die Preise für solche Registereinträge</i></p> <p><i>2. Für die Gültigkeit eines Eintragungsvertrages ist die Verwendung eines Formulars mit den in Abs. 1 genannten Informationen Voraussetzung. Die Verwendung von Unterlagen für die Aquisition und zum Abschluss eines Eintragungsauftrages, die die in Abs. 1 genannten Informationen nicht enthalten, wird mit Busse und im Wiederholungsfall mit Freiheitsstrafe bis zu einem Jahr bestraft.</i></p>
--	--

Für die VSP-Arbeitsgruppe "Swissness"

Dr. Corsin Blumenthal