DOK 000 005 372

PROMARCA

Bern, 8. Oktober 2014

Eidgenössisches Institut
für Geistiges Eigentum
Abteilung Recht und Internationales
Stauffacherstrasse 65/59g
3003 Bern

swissness@ipi.ch

Ausführungsverordnungen zur neuen Gesetzgebung «Swissness»

Sehr geehrte Damen und Herren

Die obersten Ziele der neuen Gesetzgebung, die Ausstrahlungskraft der Swissness zu stärken und die Marke Schweiz im Ausland gegen Missbrauch zu schützen, müssen permanent im Mittelpunkt bleiben. Es ist zu vermeiden, dass sich am Schluss nur wenige Unternehmen auf die Swissness beziehen können, weil die Anforderungen nicht realisierbar sind oder diese zu einem solch hohen administrativen Aufwand führen, dass in der Schweiz produzierende Unternehmen darauf verzichten.

Aus der Sicht der Markenartikelindustrie sind noch folgende Punkte anzupassen:

A. Allgemein gültiges Kriterium zu „Swissness"

Damit eine Ware als aus der Schweiz stammend gilt, soll gemäss Ihrer Verordnung der schweizerische Anteil am Rohstoffgewicht bei Lebensmitteln mindestens 80% betragen. Für Milch und Milchprodukte ist eine Sonderregelung von 100% des Rohstoffs Milch vorgesehen. Erfreulicherweise wurde dabei das Anliegen der Promarca-Mitglieder in die Verordnung aufgenommen, bei der Beurteilung der Verfügbarkeit der Rohstoffe zwingend die benötigte Qualität zu berücksichtigen.

Die Methode zur Berechnung des erforderlichen Mindestanteils schweizerischer Naturprodukte und daraus hergestellten Rohstoffen erweist sich jedoch als höchst problematisch:

- Die Qualitätsbedürfnisse werden nur auf sogenannte Naturprodukte bezogen und nicht auf Rohstoffe oder Zutaten. In vielen Fällen fehlt in der Schweiz aber nicht das Naturprodukt (z.B. Früchte), sondern die entsprechende Verarbeitungstechnik zu einem Halbfabrikat.

- Darüber hinaus ist ein Prozess zum Erlangen einer Ausnahmebewilligung für ein bestimmtes Naturprodukt vorgesehen, welcher nicht ausschliesst, dass den betroffenen Produzentenverbänden geheime Rezepturen vorgelegt werden müssen und diese anschliessend über die vertretbaren Qualitäten der Produkte mitentscheiden.

Schweizerischer Markenartikelverband
Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
Telefon +41 (0)31 310 54 54, Telefax +41 (0)31 310 54 50
info@promarca.ch www.promarca.ch

Beispiel 1

Für Birchermüesli werden in Bezug auf den Geschmack und die Grösse spezifisch hergestellte und tiefgefrorene Apfelwürfel benötigt. Bis jetzt konnte kein Schweizer Lieferant diese Anforderungen erfüllen. Nach der Swissness-Vorlage kann der Obstverband eine Ausnahmebewilligung verhindern bzw. verzögern, mit dem Argument, die Hersteller können ein Halbfabrikat abweichender Qualität einsetzen. Die Innovationsbereitschaft eines Unternehmens leidet massiv, wenn voraussichtlich 1-2 Jahre lang Unklarheit darüber herrscht, welche Zutaten für ein Produkt eingesetzt werden und auf der Verpackung aufgezeigt werden müssen.

Beispiel 2

Für die industrielle Herstellung von Fertigfondue werden eine einheitliche Losgrösse mit einem spezifischen und konstanten Säuregrad, einer konstanten Farbe und einem konstanten ph-Wert benötigt. Fehlen diese spezifischen Halbfabrikate, so unterscheiden sich die Endprodukte in ihrer sensorischen Qualität. Nach der Swissness-Vorlage kann das Bundesamt für Landwirtschaft zum Schluss kommen, dass die in der Schweiz verfügbaren Qualitäten und Halbfabrikate für eine „zufriedenstellende" Endproduktqualität genügen müssen.

Beispiel 3

Die Anforderungen der Swissness-Vorlage sind nicht mit der Einhaltung von Fair Trade Standards zu vereinbaren. In der Folge muss sich ein Hersteller zwischen dem wichtigen Absender Schweiz und der Fair Trade Zertifizierung entscheiden.

Eine Schokoladentafellinie, welche Fair Trade zertifiziert ist, setzt voraus, dass sämtliche auf dem Markt erhältlichen Zutaten in Fair Trade Qualität eingekauft werden müssen (Prinzip: All that can be Fair Trade must be Fair Trade). Der Fair Trade Standard von Kakao kann mit der Swissness-Bestimmungen aufrecht erhalten werden, da Kakao unter die Naturprodukte fällt, welche aufgrund der natürlichen Gegebenheiten nicht in der Schweiz produziert werden. Beim Zucker jedoch liegt der Anteil an Fair Trade Rohzucker aus Südamerika bei mindestens 20% in sämtlichen Tafeln der Linie, weshalb das 80%-Gewichtskriterium nicht eingehalten werden kann.

Diese Beispiele zeigen, wie sich bürokratische und aufwändige Bestimmungen der Swissness-Regelung kontraproduktiv auswirken können. Mitglieder von Promarca sind bisher davon ausgegangen, dass mit der Swissness-Gesetzgebung auch effektiv die Schweizer Qualitätsprodukte gefördert werden sollen. Der beschriebene Prozess könnte aber dazu führen, dass die Qualität von Schweizer Lebensmitteln sinkt. Aus langfristiger Sicht können Schweizer Lebensmittelhersteller zudem den Anreiz verlieren, das Label „Schweiz" auf nationaler wie internationaler Ebene zu verwenden.

Schweizerischer Markenartikelverband
Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
Telefon +41 (0)31 310 54 54, Telefax +41 (0)31 310 54 50
info@promarca.ch, www.promarca.ch

Die Swissness-Umsetzungsverordnung für Lebensmittel muss deshalb entgegen dem aktuellen Entwurf zu einem administrativ einfachen Nachweis der Einhaltung des Gewichtskriteriums führen:

- **Von der Berechnung auszunehmen sind deshalb nicht nur Naturprodukte, sondern generell Rohstoffe und Zutaten, die in der Schweiz für die konkrete Verarbeitung nicht spezifikationsgemäss erhältlich sind, unabhängig davon, ob die ursprünglichen Naturprodukte in der Schweiz produziert werden können oder nicht (Art. 4 Abs. 2 lit.c HASLV).**

- **Massgeblich sein sollen Massenbilanzen über ein Jahr. Diese Massenbilanz-Berechnungen sollen folgendes ermöglichen:**

  - Der Zutaten-/Rohstoff-Mix muss nur über ein ganzes Jahr erfasst werden, nicht z.B. pro Batch oder gar Verpackungseinheit.
  - Zur Vermeidung von extremem administrativen Mehraufwand und aufwändigen Einzelberechnungen für eine Vielzahl von Produkten, sollten alle in einer Schweizer Fabrik hergestellten Produkte in einer Gesamt-Massenbilanz erfasst werden können. Wenn die Gesamtmassenbilanz stimmt, sollten alle dort hergestellten Produkte als schweizerisch ausgelobt werden können, auch wenn dies dann für einzelne Produkte nicht zutrifft.
  - Zumindest aber sollten ganze Produktkategorien zusammengefasst werden können.

- **Milchprodukte müssen nicht zu 100% aus der Schweiz stammen, nur die dazu erforderliche Milch, wie in Art. 48b Abs. 2 n MSchG genügend klar festgehalten ist. Art. 4 Abs. 6 HASLV geht deshalb über die gesetzliche Grundlage hinaus und kann gestrichen werden.**

- **In der Schweiz hergestellte Produkte, die aus Rohstoffen bestehen, die in der Schweiz nicht verfügbar sind, dürfen nicht diskriminiert werden (Art. 6 Abs. 2 HASLV).**

  Die Verordnung sieht vor, dass für Lebensmittel, die ausschliesslich aus importierten Naturprodukten und daraus hergestellten Rohstoffen bestehen, die Herkunftsangabe Schweiz nicht verwendet werden darf. Durch diese Bestimmung könnte beispielweise der in der Schweiz geröstete Kaffee nicht als schweizerisch ausgelobt werden. Dies hätte im harten Konkurrenzkampf mit ausländischen Produkten, die z.B. via Parallelimport in die Schweiz gelangen, potentiell verheerende Auswirkungen auf Schweizer Produktionsstandorte.

Schweizerischer Markenartikelverband
Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
Telefon +41 (0)31 310 54 54, Telefax +41 (0)31 310 54 50
info@promarca.ch, www.promarca.ch

- **Von einer Aufgliederung zusammengesetzter Zutaten ist abzusehen. Wenn die Zutat das 80%-Kriterium erfüllt, muss sie als vollständig schweizerischer Herkunft gelten (Art. 6 Abs. 1 HASLV).**

  Ansonsten ist der Artikel ist in der Praxis nicht umsetzbar, weil ein Lebensmittelhersteller dafür die Rezepte der ganzen Kaskade an Lieferanten kennen müsste. Dem stehen neben Praktikabilitätsaspekten die legitimen Geheimhaltungsinteressen der Lieferanten entgegen. Es ist z.B. unklar, wie mit Konzentraten (Fruchtkonzentrate, Kräuterextrakte) bei der Berechnung umzugehen ist, v.a. wenn diese als zusammengesetzte Rohstoffe vorliegen und als Zutat in einem Lebensmittel eingesetzt werden.

- **Auch die massgebenden Selbstversorgungsgrade sollen nicht nur für den ursprünglichen Agrarrohstoff, sondern für veredelte Rohstoffe festgelegt werden (also nicht einfach Äpfel, sondern Apfelzubereitungen).**

Die Mitglieder von Promarca sind enttäuscht darüber, dass eine sogenannte Bagatellklausel, welche zulassen sollte, dass die letzten 10% der Zutaten für die Berechnungen nicht berücksichtigt werden, keinen Eingang in die Verordnungen gefunden hat.

Im Markenschutzgesetz ist klar die Beweislastumkehr festgehalten. Im Klagefall muss der Lebensmittelhersteller nachweisen, dass er die Swissness-Anforderungen erfüllt.

- **Von den Anhängen, die die temporär oder spezifikationsgemäss nicht erhältlichen Rohstoffe bzw. solche mit einem Selbstversorgungsgrad unter 20% aufführen, ist aus diesem Grund abzusehen. Art. 7 und 8 HASLV sind deshalb ersatzlos zu streichen. Wenn kein Selbstversorgungsgrad definiert ist oder eine unklare Einstufung eines Rohstoffs besteht, soll der Hersteller die Annahme treffen können, der Selbstversorgungsgrad sei 0.**

  Der Mechanismus, auf welchem die Listen beruhen, ist zu bürokratisch und stellt ein Genehmigungsverfahren dar, das im Widerspruch zum angestrebten System der Selbstkontrolle steht. Es ist an den Unternehmen, zu entscheiden, welche Rohstoffe und Zutaten sie zur Erzielung einer bestimmten Qualität und für einen bestimmten Verwendungszweck benötigen. Als Alternative könnte gegebenfalls ein einfaches Meldeverfahren eingeführt werden.

B. Herkunftsangabe in der Werbung

Nach Art. 49a MschG dürfen Herkunftsangaben in der Werbung nur gemacht werden, wenn die beworbenen Produkte Art. 48 MschG entsprechen. Nach der Verordnung über die Verwendung der Herkunftsangabe „Schweiz" für Lebensmittel sollen nun bei Lebensmitteln auch „weitere direkte oder indirekte Hinweise auf die schweizerische Herkunft" als Herkunftsangabe „Schweiz" gelten (Art 2 lit. c HASLV).

Schweizerischer Markenartikelverband
Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
Telefon +41 (0)31 310 54 54, Telefax +41 (0)31 310 54 50
info@promarca.ch, www.promarca.ch

Angaben zum Hersteller eines Produktes z.B. auf einer Website könnten ebenfalls als direkter oder indirekter Hinweis auf die schweizerische Herkunft verstanden werden. Als Folge müssten sämtliche Produkte, welche unter der mit der Herkunftsangabe Schweiz beworbenen Marke vermarktet werden, die Kriterien von Art. 48 MschG respektiv HASLV erfüllen. Wäre dies nicht der Fall, z.B. weil der Rohstoffanteil gewisser Produkte nicht erfüllt wäre, wäre die Markenwerbung angreifbar. Indirekte Hinweise auf die schweizerische Herkunft bei Lebensmitteln als Herkunftsangabe Schweiz zu deklarieren, ist somit problematisch.

- **Deshalb sind zwingend die indirekten Hinweise aus Art. 2 lit. c HASLV zu streichen und es sollte eine ersatzlose Streichung von lit. c in Erwägungen gezogen werden.**

C. Übergangsfrist

Die Swissness-Umsetzungsverordnung für Lebensmittel muss entgegen dem aktuellen Entwurf HASLV zu praxisgemässen Übergangsfristen führen.

Erst ab Inkrafttreten der konkreten Umsetzungsbestimmungen werden die genauen Parameter bekannt sein. Ab diesem Zeitpunkt wird auch der Hersteller seine definitive Strategie bestimmen. Es ist damit zu rechnen, dass er die Herkunft bestimmter Rohstoffe anpassen, d.h. er diese anderswo beschaffen muss. Dies ist recht aufwändig.

Eine Produktentwicklung dauert ca. 18 Monate. Je nach Rohstoff, der ersetzt wird, benötigen Hersteller für die Labortests, Produktionsversuche und Kontrollen an die 18 Monate. Dazu kommt der Zeitraum, den Unternehmen benötigen, um grundsätzliche Entscheidungen bezüglich der Sourcingstrategie zu treffen. Diese Arbeiten müssen für jedes einzelne Produkt durchgeführt werden.

Ausserdem haben gewisse Rohstoffe einen Erntezyklus von einem Jahr. Nicht zu vergessen sind Verpackungen, die ebenfalls ersetzt werden müssten und in üblichen Chargengrössen eingekauft werden. Zum Beispiel enthalten alle in der Schweiz produzierten Verpackungen Angaben zur Herkunft Schweiz. Diese Angaben müssen einzeln überprüft werden, d.h. manchmal in mehr als 1'000 Fällen. Das braucht Zeit. Es ist auch sinnvoll, Verpackungsänderungen zeitgleich mit den zirka alle 3 Jahre stattfindenden generellen Relaunches zu planen – also ohne volks- und betriebswirtschaftlich unsinnige und unnütze Zusatzkosten.

- **Eine Übergangsfrist von Minimum drei Jahren muss gegeben werden.**

Schweizerischer Markenartikelverband
Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
Telefon +41 (0)31 310 54 54, Telefax +41 (0)31 310 54 50
info@promarca.ch, www.promarca.ch

PROMARCA

D. Die Markenperspektive

Markenunternehmen, die in der Schweiz produzieren, fördern als Treiber von Innovation das Image der „Marke Schweiz" im Ausland. Wir wagen sogar zu behaupten, dass das Image der Schweiz im Ausland massgeblich durch in der Schweiz hergestellte Markenprodukte geprägt wird.

Im Moment bedauern wir, dass die Swissness-Vorlage das Ziel, die Ausstrahlungskraft der Swissness zu stärken und die Marke Schweiz im Ausland gegen Missbrauch zu schützen, verfehlt.

Wir hoffen, dass es für ein in der Schweiz produzierendes Markenunternehmen weiterhin möglich sein wird, den Bezug zur Schweiz herzustellen und die Herkunftsangabe Schweiz mit einem möglichst geringen administrativen Aufwand in Zukunft schützen zu können.

In diesem Sinne wünschen wir uns, dass Sie den Anliegen der Markenartikelindustrie Rechnung tragen.

Selbstverständlich stehen Ihnen die Geschäftsstelle von Promarca oder ihre Mitglieder für Fragen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

PROMARCA

Joe Müller
Präsident

Anastasia Li-Treyer
Direktorin

Beilagen:
- Produktbeispiel 3 zur Veranschaulichung inkl. Deklaration der Rohstoffe. Die Schokolade ist selbstverständlich zum Geniessen und muss nicht retourniert werden.
- Vernehmlassungsformular mit zusätzlichen Hinweisen

Schweizerischer Markenartikelverband
Union suisse de l'article de marque
Bahnhofplatz 1, 3011 Bern
Telefon +41 (0)31 310 54 54, Telefax +41 (0)31 310 54 50
info@promarca.ch, www.promarca.ch