

**Matthias Schumacher**

lic. iur.
Rechtsanwalt und Urkundsperson
E-MAIL: matthias.schumacher@mattig.ch

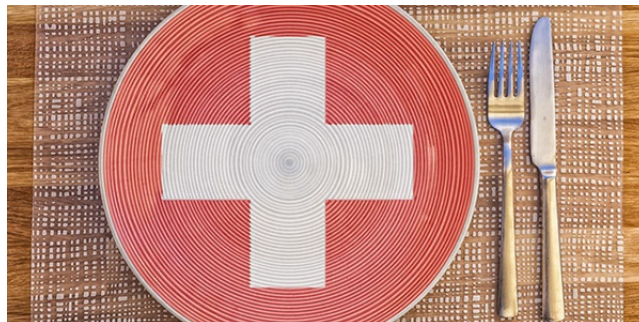


Blog > Rechtsberatung > Neue Gesetzgebung zum Thema Swissness

03.2017

Neue Gesetzgebung zum Thema Swissness

Am 1. Januar 2017 sind neue gesetzliche Bestimmungen zum Thema «Swissness» in Kraft getreten, wovon verschiedene Branchen in der Schweiz betroffen sind. Die neuen Regelungen stellen klare Leitlinien auf, wer in Zukunft von den Begriffen Swiss Made oder Schweizer Erzeugnis profitieren kann. Gerade von internationalen Konsumenten werden Produkte «Made in Switzerland» besonders hochwertig eingestuft.



© iStock.com/Tonygers

Frage

Worauf muss bei der neuen Regelung geachtet werden?

Antwort

Die wichtigsten Neuerungen im Überblick

Der Kern der Revision steckt im Markenschutzgesetz. Neu ist im Gesetz die geografische Herkunft einer Ware oder einer Dienstleistung präzise geregelt. Die Verordnung über die Verwendung von schweizerischen Herkunftsangaben für Lebensmittel (HasLV) und die WBF-Verordnung mit weiteren Detailregelungen zu den Vorschriften der «Swissness»-Regelung sind weitere Bestandteile des Gesetzes. Neu ist unter bestimmten Bedingungen ausdrücklich erlaubt, das Schweizerkreuz auf Waren anzubringen. Die Verwendung des Schweizer Wappens ist weiterhin grundsätzlich der Schweizerischen Eidgenossenschaft vorbehalten. Auf Gesuch hin besteht jedoch die Möglichkeit, von einem Weiterbenutzungsrecht zu profitieren, wenn das Wappen bereits über Jahrzehnte vor der neuen Gesetzgebung verwendet wurde. Weiter gelten neu unterschiedliche Regeln für verschiedene Warenkategorien – Naturprodukte, Lebensmittel und Industrieprodukte werden unterschiedlich behandelt. So ist die Wahrnehmung des Konsumenten massgebend. Konsumenten erwarten bei einem Schweizer Apfel, einem Schweizer Käse und einer Schweizer Zahnbürste nicht überall denselben Anteil «Schweiz».

Regelungen betreffend «Swissness» bei Naturprodukten

Bei Naturprodukten ist die Art des Produktes ausschlaggebend. Die Kriterien entsprechen materiell denjenigen des Lebensmittelrechts. Bei pflanzlichen Erzeugnissen ist der Ort entscheidend, wo sie geerntet werden. Ein Schweizer Apfel oder ein Schweizer Salat muss also in der Schweiz geerntet werden. Der Anwendungsbereich gilt gemäss Artikel 48a des Markenschutzgesetzes (MSchG) auch für Naturprodukte, die keine Lebensmittel sind – beispielsweise Kies oder Sand. Bei Lebensmitteln müssen mindestens 80 Prozent des Produktgewichts aus in der Schweiz verfügbaren Rohstoffen bestehen. Bei Milch und Milchprodukten müssen sogar 100 Prozent des Produktgewichts aus Schweizer Milch bestehen. Käse, der in der Schweiz mit ausländischer Milch hergestellt wird, darf daher nicht als Schweizer Käse bezeichnet werden. Dieser Grundsatz wird in mancher Hinsicht präzisiert oder gar durchbrochen: So werden bei der Berechnung nur die in der Schweiz überhaupt verfügbaren Rohstoffe berücksichtigt. Entscheidend ist der Selbstversorgungsgrad von Naturprodukten in der Schweiz. Liegt dieser bei über 50 Prozent, werden die entsprechenden Naturprodukte vollständig angerechnet. Liegt er zwischen 20 und 50 Prozent (wie z. B. bei Erdbeeren), werden sie lediglich zur Hälfte in die Berechnung einbezogen; liegt er unter 20 Prozent (wie z. B. bei Haselnüssen), können sie ganz vernachlässigt werden. Tabak und Tabakprodukte fallen nach der Revision des Lebensmittelgesetzes nicht mehr unter den Begriff Lebensmittel und gelten deshalb als industrielle Produkte. Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) stellt auf seiner Homepage Erläuterungen zu den neuen Bestimmungen sowie ein Tool zur Berechnung in Bezug auf die Umsetzung der Vorgaben der neuen «Swissness»-Vorschriften zur Verfügung. Empfehlenswert ist auch der Fragenkatalog (FAQ), der Antworten auf die häufigsten Praxisfragen gibt. Ausnahmsweise darf auf einen einzelnen Schweizer Rohstoff hingewiesen werden, wenn das Lebensmittel vollständig in der Schweiz hergestellt wurde und der Rohstoff für das Lebensmittel gewichtsmässig bedeutend sowie entweder namensgebend oder wesensbestimmend ist (Beispiel: Lasagne mit Schweizer Rindfleisch). Der wesentliche Produktionsschritt, der dem Produkt die entscheidende Eigenschaft verleiht (z. B. Verarbeitung von Milch zu Käse), muss also in der Schweiz erfolgt sein. In diesem Fall darf weder das Schweizerkreuz verwendet werden noch darf der Hinweis grösser als der Produktname geschrieben

sein. Für die Konsumenten muss klar sein, dass sich «Schweiz» nur auf den einzelnen Rohstoff und nicht auf das ganze Lebensmittel bezieht. Wie bereits heute müssen auch in Zukunft alle Lebensmittel den Anforderungen des Lebensmittelrechts entsprechen. An der Deklarationspflicht in Bezug auf das Produktionsland und die Herkunft der Rohstoffe ändert sich nichts. Dies betrifft auch die Angaben auf Speisekarten.

Regelungen betreffend «Swissness» bei Industrieprodukten

Bei Industrieprodukten müssen mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen. Berücksichtigt werden dabei sämtliche Fabrikationskosten (d. h. die Kosten für Rohmaterialien, Halbfabrikate, Zubehörteile, produktbezogene Löhne und die Fabrikationsgemeinkosten) sowie neu auch die Kosten für Forschung und Entwicklung, Qualitätssicherung und Zertifizierung. Aber auch hier gibt es Ausnahmen: Naturprodukt resp. Rohstoffe, die in der Schweiz nicht natürlich vorkommen (z.B. Edelmetalle, Stahl, Mineralöle), werden bei den Kosten nicht mit einberechnet. Zudem müssen Materialien, die in der Schweiz nicht in ausreichender Menge verfügbar sind, nur anteilmässig berücksichtigt werden, das heisst nur in dem Umfang, wie sie in der Schweiz verfügbar sind. Hilfsstoffe von untergeordneter Bedeutung können vernachlässigt werden. Ausserdem muss mindestens ein wesentlicher Herstellungsschritt in der Schweiz erfolgt sein. Unternehmen, die diese «Swissness»-Kriterien nicht erfüllen, haben die Möglichkeit, einzelne Produktionsschritte auszuloben, sofern die erwähnte spezifische Tätigkeit vollständig in der Schweiz ausgeführt wurde. Denkbar wäre hier die Bezeichnung «Designed in Switzerland». Analog der Regelung im Lebensmittelbereich darf für solche Waren jedoch nicht das Schweizerkreuz verwendet werden. Die neuen Bestimmungen zur «Swissness» gelten auch für Dienstleistungen. Ein Unternehmen kann seine Dienstleistungen als schweizerische Dienstleistungen anbieten, sofern es seinen Sitz und seinen tatsächlichen Verwaltungsort in der Schweiz hat.

Das Register für geografische Angaben für nicht-landwirtschaftliche Erzeugnisse und das Register für die geografische Marke

Neu gibt es ein Register für geografische Angaben für nicht-landwirtschaftliche Erzeugnisse und das Register für die geografische Marke. Damit stehen Instrumente zur Verfügung, die die Rechtsdurchsetzung im In- und Ausland erleichtern. Das Register für geografische Angaben wird vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW), das Register für geografische Marken wird vom Institut für geistiges Eigentum (IGE) geführt. So können in Zukunft auch geografische Angaben für Waren wie beispielsweise Uhren und Textilien registriert werden. Ausserdem können sämtliche in ein Register eingetragene geografische Angaben wie «Gruyère» für Käse oder «Schweiz» für Uhren als geografische Marken geschützt werden. Der Vorteil liegt vor allem darin, dass die Eintragung in das Register für geografische Angaben sowie die Registrierung einer geografischen Marke eine offizielle Schutzanerkennung ist. Damit wird der Schutz und die Durchsetzung im Ausland deutlich vereinfacht, denn die Herkunftsangabe hat einen klar identifizierbaren Rechtsinhaber.

Die neuen Regelungen zur «Swissness» und die neu normierten Bereiche bieten innovativen Unternehmen neue Möglichkeiten, von der Marke Schweiz zu profitieren und sich damit am Markt zu profilieren und zu behaupten. Der Gesetzgeber hat sich bemüht, ein praxisorientiertes Regelwerk zu schaffen, das auch die Spezialitäten der verschiedenen Branchen und den Dialog unter den Branchen fördert. Durch die Einführung der neuen Register wird der Rechtsschutz von Schweizer Unternehmen in Bezug auf ausländische Mitbewerber verstärkt. Von dieser Rechtssicherheit profitieren alle Marktteilnehmer.

Tags: Rechtsberatung, Markenschutz, Markenschutzgesetz, Schweiz, Swissness, Naturprodukte, Industrieprodukte, Rechtsschutz