

Wer das Schweizerkreuz nutzen will, muss viel Aufwand betreiben

Vorstellung der neuen Swissness-Gesetzgebung in Winterthur und Weinfelden

Die Swissness-Vorlage bringt kurzfristig mehr Aufwand. Langfristig stellt sie eine Chance für die Schweizer Industrie dar. Diese Meinung vertritt Prof. Dr. Felix Addor, stellvertretender Direktor des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGE), Bern. Der Thurgauer Unternehmer Dieter Bachmann steht der neuen Gesetzgebung dagegen kritisch gegenüber.



Sie referierten in Winterthur über die Swissness-Vorlage: Stefan Szabo (IGE), Luana Cresta Lehmann (BLW), Christoph Peter (S-GE), René ab Egg (Kuhn Rikon AG), Thomas Anwander (Präsident HAW) und Dieter Bachmann (Gottlieb Spezialitäten AG).

Von Peter Maag

An zwei Anlässen wurde die Swissness-Vorlage vorgestellt: zuerst an einem gemeinsamen Anlass der IHK Thurgau, der Handelskammer und Arbeitgebervereinigung Winterthur (HAW) sowie von Switzerland Global Enterprise (SG-E) am 13. September 2016 in Winterthur. In der Folgewoche bildete die neue Gesetzgebung, die Anfang 2017 in Kraft tritt, am Wirtschaftsforum vom

21. September 2016 in Weinfelden ebenfalls ein Thema.

Missbräuche verhindern

Schweizer Produkte geniessen einen guten Ruf und können zum Teil teurer verkauft werden. Felix Addor erblickt darin «einen dicken, fetten Baum», von dem die Schweizer Unternehmen profitieren können. Eine Studie der Universität St. Gallen beziffert den Wert der Marke Schweiz auf CHF 6 Milliarden. Laut Christoph

Peter, Leiter Business Development bei SG-E, ist die Prämie für Schweizer Produkte bei Uhren am höchsten. Bei den Airlines tendiere sie gegen null. Besonders hoch im Kurs stehen Schweizer Produkte in Brasilien, China, Indien und Russland.

Die neue «Swissness»-Gesetzgebung verstärkt den Schutz der Bezeichnung «Schweiz» und des Schweizerkreuzes. Sie soll dazu beitragen, die missbräuchliche Verwendung zu verhindern oder

ezindämmen. Die Grundprinzipien sind einfach: Swissness soll nicht täuschen. Sie ist freiwillig und kostenlos. Und es gibt keine Bewilligungsverfahren. Währenddem die Durchsetzung im Inland kaum Probleme bieten dürfte, erwartet man im Ausland einen aufwändigen Weg.

Geschäftsmässig auf Produkten

Bisher war der Gebrauch des Schweizerkreuzes auf Produkten – mit Ausnahme von Souvenirs – verboten. Verschiedene Anbieter haben sich nicht an dieses Verbot gehalten, so dass aktuell viele Produkte gegen das Wappenschutzgesetz verstossen. Künftig darf das Schweizerkreuz geschäftsmässig auf Produkten oder auf der Verpackung von Produkten angebracht werden – allerdings nur, wenn die Swissness-Kriterien erfüllt sind. Über diese Kriterien haben interessierte Kreise und das Parlament jahrelang gestritten.

Bisher bildete die St. Galler Gerichtspraxis den Massstab. Diese sieht die Schweizer Herkunft als gegeben an, wenn mindestens 50 Prozent der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen und ein wesentlicher Fabrikationsschritt im Land erfolgt. Mit der Swissness-Vorlage wird bei Industrieprodukten der Mindestanteil der Herstellkosten in der Schweiz auf 60 Prozent erhöht. Da nicht alle Kosten geltend gemacht werden können, wird es ein Berechnungstool geben.

Den Swissness-Mehrwert ermitteln

Bei Lebensmitteln ist die Herkunft der Rohstoffe relevant, wie Luana Cresta Lehmann vom Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) darlegte. 80 Prozent der Rohstoffe müssen aus der Schweiz



Prof. Dr. Felix Addor erläuterte die neue Gesetzgebung am Wirtschaftsforum in Winterthuren.

stammen, bei Milchprodukten gar 100 Prozent. Die Berechnung erfolgt aufgrund der Rezeptur. Massgebend ist der Warenfluss eines Kalenderjahres. Insbesondere im Lebensmittelbereich bestehen diverse Ausnahmen. Die Umsetzung gestaltet sich wegen der Fülle der Ausnahmen sehr komplex. Der Fabrikationsbeziehungsweise Verarbeitungsschritt bildet auch in Zukunft eine wesentliche Voraussetzung – sowohl für Industrieprodukte als auch für Lebensmittel. Worin er besteht, wird gemäss Stefan Szabo vom IGE vom Produzenten festgelegt. Im Konfliktfall muss er plausibel dargelegt werden können. Neu kann das Schweizerkreuz als Bestandteil einer Marke eingetragen werden.

Felix Addor empfiehlt, den Swissness-Mehrwert der eigenen Produkte abzuschätzen. Falls man mit der Schweizer Herkunft keinen höheren Preis erzielen kann, braucht man sich mit den komplizierten Swissness-Regeln gar nicht

Die Grundlagen

Die neue «Swissness»-Gesetzgebung umfasst eine Revision des Bundesgesetzes über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (MSchG) sowie eine Totalrevision des Bundesgesetzes zum Schutz öffentlicher Wappen und anderer öffentlicher Zeichen (WSchG). Hinzu kommen vier Verordnungen sowie spezielle Branchenverordnungen.

auseinanderzusetzen. Wenn die Swissness dagegen relevant ist, lohnt es sich, die gesamte Wertschöpfungskette samt den Zulieferern unter die Lupe zu nehmen.

Viel Aufwand bei Kuhn Rikon

Eine Firma, die das bereits gemacht hat, ist die Kuhn Rikon AG. «Die Swissness ist für uns ein wichtiges Verkaufsargument», sagt René ab Egg, Leiter Marketing und Produktmanagement. In Rikon hat man den grossen Aufwand deshalb auf sich genommen. Ein Teil der Produkte erfüllt die Vorgaben mühelos. Die übrigen Produkte werden künftig ohne Schweizerkreuz, dafür mit Zusätzen wie «Swiss Design» daherkommen. Die Umsetzung erfordert Zeit. Anpassungen waren nicht nur in der Produktion und bei der Verpackung nötig. Auch das gesamte Bildmaterial musste erneuert werden.

Dieter Bachmann, Geschäftsführer der Gottlieb Spezialitäten AG, äussert sich kritisch zur Vorlage. Seiner Überzeugung nach haben die Unternehmer den «Brand» gemacht, den man nun zu schützen versuche. Mühe hat er mit dem Rohstoffanteil als wesentlichem Kriterium bei den Lebensmitteln. Nach seiner Einschätzung sind die Menschen, die hinter einem Produkt stehen, wichtiger als die Rohstoffherkunft. «Ich kenne niemanden, der Freude hat an diesem Gesetz», sagt Bachmann. Da er in seinem Unternehmen zum Teil auf ausländische Rohstoffe angewiesen sei, müsse er faktisch aufs Schweizerkreuz verzichten. Er geht davon aus, dass auch weitere Betriebe diesen Weg gehen werden und befürchtet einen Bumerang für den Standort Schweiz und die Schweizer Landwirtschaft.



Der Apéro riche in Winterthur fand bei schönem Herbstwetter im Freien statt.