

Swissness —

So geht's konkret



Soeben hat der Bundesrat die neuen Regeln bei der Verwendung der Bezeichnung «Swiss Made» per 1. Januar 2017 in Kraft gesetzt. Nachdem die schweizerische Wirtschaft zuerst eine strengere Regulierung zu ihrem Schutz verlangt hat, werden nun im letzten Moment auch wieder kritische Stimmen laut; auch wegen einer veränderten wirtschaftlichen Ausgangslage.

Umfragen des Forschungsinstituts gfs und des Tages-Anzeigers online zeigen jedoch, dass die neuen Regeln einen grossen Rückhalt in der Bevölkerung haben. Ändert sich denn mit den neuen Regeln überhaupt etwas und wie werden sie konkret angewendet?

Obwohl der Aufschrei von betroffenen Branchen in letzter Zeit gross ist, kann bemerkt werden, dass die Swissness-Vorlage im Prinzip keine neuen Vorschriften zur Verwendung des Claims «Swiss Made» bringt, sondern die bisherigen allgemeinen Bestimmungen des Lauterkeitsgesetzes (UWG), des Marken- (MSchG) und des Wappenschutzgesetzes (WSchG) konkretisiert. Schon jetzt ist es nicht zulässig, eine Ware oder eine Dienstleistung als «schweizerisch» zu bezeichnen, wenn die Ware überwiegend im Ausland produziert wird oder die Dienstleistung überwiegend aus dem Ausland erbracht wird. Dabei kommt es ganz allgemein darauf an, ob der Konsument getäuscht wird. Konkrete Vorschriften mit entsprechenden Prozentzahlen gibt es bis anhin aber nur für Schweizer Uhren in der sogenannten «Swiss Made»-Verordnung.

Im Rahmen der Swissness-Vorlage werden nun im Wesentlichen das Markenschutzgesetz, das Wappenschutzgesetz und die entsprechende Verordnung für Uhren angepasst. Dabei unterscheiden die Regelungen inskünftig zwischen Naturprodukten, Lebensmitteln, anderen, insbesondere industriellen Produkten und Dienstleistungen.

Produkte, die ohne Verarbeitung verwendet werden können, wie Pflanzen, Kies, Sand, Mineralwasser, Produkte aus Jagd und Fischfang, sogenannte Naturprodukte dürfen dann als «schweizerisch» bezeichnet werden, wenn der Ort der Gewinnung,

der Ort der Ernte, der Ort, an dem die Tiere den überwiegenden Teil ihres Lebens verbracht haben, der Ort der Jagd oder des Fischfangs in der Schweiz liegen.

Schweizerisch oder nicht?

Bei Lebensmitteln gemäss Lebensmittelgesetz (LMG), die als «Swiss Made» deklariert werden, müssen 80% des Gewichts der Rohstoffe aus der Schweiz stammen. Bei Milch und Milchprodukten ist dieser Anteil sogar 100% der Milch. Jedoch müssen bei der Berechnung dieser Prozentzahlen Rohstoffe, die in der Schweiz nicht oder nicht in genügender Menge produziert werden, je nach Selbstversorgungsgrad nur teilweise oder gar nicht angerechnet werden. So kann es denn sein, dass ein Olivenöl, das in der Schweiz veredelt wird, als «schweizerisch» bezeichnet werden darf. Neben dem in der Schweiz nicht oder nur in kleinen Mengen produzierten Olivenöl spielt dabei auch noch eine Rolle, dass der spezielle Geschmack, mit dem das Produkt angereichert wird, wie z.B. Trüffel, das Produkt prägt und dies durch die Produktion in der Schweiz geschieht.

Bei allen anderen Produkten, insbesondere industriellen Produkten, die als «schweizerisch» bezeichnet werden, müssen 60% der Herstellungskosten, bestehend aus Fabrikation, Zusammensetzung, Forschung, Entwicklung, Qualitätssicherung und Zertifizierung, in der Schweiz anfallen. Andere Aufwendungen können dafür nicht berücksichtigt werden. Jedoch müssen auch hier Rohstoffe, die in der Schweiz nicht oder nicht in genügender Menge produziert werden, je nach Selbstversorgungsgrad nur teilweise oder gar nicht angerechnet werden. Zudem muss die Produktion in der Schweiz das Produkt prägen.

Beim Angebot von «Swiss Made»-Dienstleistungen müssen der Geschäftssitz und der tatsächliche Ort der Verwaltung des Dienstleisters in der Schweiz liegen.

Für Schweizer Unternehmen interessant ist die auch unter neuem Recht mögliche Auslobung spezifischer Tätigkeiten als «schweizerisch», auch wenn die Swissness-Kriterien für das gesamte Produkt nicht erfüllt sind. Auf einem Produkt eines Schweizer Unternehmens, das in der Schweiz entwickelt, jedoch im Ausland produziert wurde, dürfte also stehen «Developed and designed in Switzerland»; so, wie auf jedem iPhone des US-Unternehmens Apple steht «Designed by Apple in California Assembled in China».

Swissness-Kriterien berücksichtigen

Neu darf das Schweizer Kreuz auch auf Waren, die die Swissness-Kriterien erfüllen, verwendet werden, was bisher ohne Weiteres nur für Schweizer Dienstleistungen zulässig war. Für Waren und Dienstleistungen, die die Swissness-Kriterien nicht erfüllen, könnte dafür allenfalls eine stilisierte Form des Schweizer Kreuzes verwendet werden, wie z.B. ein schwarzes Kreuz mit verlängerten Schenkeln auf rotem Grund.

Für die Umsetzung der «Swiss Made»-Regeln bleibt noch etwas Zeit, es ist jedoch ratsam, sie schon jetzt in neuen Projekten zu berücksichtigen. Die Bestimmungen werden am 1. Januar 2017 in Kraft treten. Vor diesem Zeitpunkt hergestellte Waren dürfen bis längstens Ende 2018 gemäss den bisherigen Bestimmungen in Verkehr gebracht werden.



Ueli Grüter, LL.M., Rechtsanwalt, Grüter Schneider & Partner AG, Zürich/Luzern, www.gsplaw.ch, ist Dozent für Kommunikationsrecht an der Hochschule Luzern, www.hslu.ch, und Co-Herausgeber des Buches kommunikationsrecht.ch.

 **ONLINE**
Weitere Informationen:
[www.ige.ch/de/
herkunftangaben/
swissness.html](http://www.ige.ch/de/herkunftangaben/swissness.html)

Ueli Grüter