

Privater und öffentlicher Sektor schützen die Marke Schweiz

01.04.2021

Auf einen Blick

Zahlreiche Wirtschafts- und Branchenverbände, Unternehmen sowie staatliche Akteure wollen zukünftig im Ausland verstärkt und koordiniert gegen die missbräuchliche Verwendung von Schweizer Herkunftsangaben vorgehen. Sie haben sich auf der Jagd nach Swissness-Trittbrettfahrern zusammengeschlossen. Der Schutz der Marke Schweiz kann mit vereinten Kräften wirksamer durchgesetzt werden.

Ein Schweizerkreuz auf dem Zifferblatt, die Schweizerfahne auf der Verpackung einer Gesichtscrème oder «Suisse» im Firmennamen – dieses Vorgehen ist im Ausland meist so einfach wie lohnend. Für viele Konsumentinnen und Konsumenten verfügt die Schweiz über einen hervorragenden Ruf und steht als Sinnbild für Qualität und Sicherheit. Sie sind deshalb bereit, für die vermeintlich schweizerische Herkunft einen Aufpreis zu bezahlen. Doch häufig ist nicht Schweiz drin, wo Schweiz draufsteht. Dadurch werden Erwartungen der Konsumenten enttäuscht, die bereit sind, für qualitativ hochwertige Produkte, welche man mit der Schweiz in Verbindung bringt, einen Mehrpreis zu bezahlen. Akteure, die keinen Bezug zur Schweiz haben, sollen die Marke Schweiz daher nicht verwenden dürfen.

Von Swissness profitieren, ohne die Kriterien zu erfüllen

Weltweit spielen Trittbrettfahrer die Karte Swissness, ohne die damit verbundenen Kriterien zu erfüllen. Sie täuschen und enttäuschen die Kundschaft und schaden gleichzeitig der Marke Schweiz. Dies wiederum schadet den in der Schweiz produzierenden Unternehmen, welche die Voraussetzungen für die begehrte Swissness erfüllen. Dies gefährdet den herkunftsbezogenen Wettbewerbsvorteil der hiesigen Unternehmen. Schweizer Gesetze gelten grundsätzlich nur in der Schweiz. Exporteure von Waren und Lebensmitteln sowie von Dienstleistungen können im Ausland nicht von ihrem «Added Value» profitieren, wenn dort Schweizer Herkunftsangaben ohne Einschränkung genutzt werden. Bereits seit vielen Jahren wehren sich deshalb einzelne Branchenverbände, Unternehmen und das Institut für Geistiges Eigentum individuell gegen die missbräuchliche Verwendung von Schweizerkreuz und -wappen. Diese Aktivitäten sollen nun koordiniert werden.

Verein Swissness Enforcement füllt eine wichtige strategische Lücke

Um die Märkte weltweit zu überwachen und das Know-how zu den länderspezifischen Instrumenten zur Missbrauchsbekämpfung gemeinsam aufzubauen, haben die wichtigsten Akteure in der Rechtsdurchsetzung von Swissness den Verein Swissness Enforcement gegründet. Dieser ist eine gemeinsame Initiative des privaten und öffentlichen Sektors. Die Zusammenarbeit im Verein ermöglicht neben Effizienzsteigerung nicht nur eine geographische Ausweitung der Interventionen. Sie erlaubt auch kleineren Branchen und Unternehmen, sich an der Verteidigung der Marke Schweiz zu beteiligen. Zudem profitieren die Mitglieder vom Netzwerk der Schweizerischen Eidgenossenschaft im Ausland. Jahrelanger Dialog mit anderen Regierungen trägt – wie das Beispiel China zeigt – für die ganze Wirtschaft Früchte: Das chinesische Markenamt weist konsequent sämtliche Markenmeldungen zurück, wenn diese ungerechtfertigterweise Schweizer Herkunftsangaben enthalten.

Der Verein Swissness Enforcement hat unter Präsident Erich Herzog (economiesuisse) im Frühjahr dieses Jahres seine Tätigkeit aufgenommen. Vizepräsident ist Felix Addor vom Institut für geistiges Eigentum (IGE) und der Vorstand besteht aus Vertretern von Wirtschaftsverbänden aus dem Kreise der Mitglieder. Diese Zusammensetzung widerspiegelt den Grundgedanken der Partnerschaft zwischen privatem und öffentlichem Sektor und füllt somit eine strategische Lücke in der Swissness-Durchsetzung.



Erich Herzog

Bereichsleiter Wettbewerb & Regulatorisches, General Counsel, Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung