

Newsletter

Bern, 25. Juni 2013

Die Swissness-Gesetzgebung ist gut für die Schweizer Milchproduzenten

Nach vier Jahren intensiven Diskussionen hat das Schweizer Parlament mit sehr deutlichen Mehrheiten ein neues Wappenschutzgesetz beschlossen und des Markenschutzgesetz geändert. Um die schweizerische Herkunft bei Milch und Milchprodukten ausloben zu können, müssen 100 Prozent des Gewichts des Rohstoffs Milch aus der Schweiz oder den Zollanschlussgebieten stammen.

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

Die Vorlage passierte die Schlussabstimmung sehr deutlich. Die Bevölkerung nimmt den Beschluss positiv auf. Deshalb wagt kein Wirtschaftsverband das Referendum zu ergreifen. Nachstehend sind die neuen Regelungen erläutert.

Telefon 031 359 51 11

Telefax 031 359 58 51

smp@swissmilk.ch

www.swissmilk.ch

Wappenschutzgesetz

Mit dem Wappenschutzgesetz werden das Schweizerkreuz, das Schweizerwappen, die Schweizerfahne und die amtlichen Bezeichnungen wie "eidgenössisch" und "kantonal" definiert und deren Benutzung geregelt. Bisher durfte das Schweizer Wappen grundsätzlich nur für Dienstleistungen verwendet werden. Das wurde aber nicht konsequent umgesetzt und kontrolliert. Es gab einige krasse Missbrauchsfälle. Neu dürfen die Zeichen auch auf Schweizer Produkten als Hinweis auf die geografische Herkunft verwendet werden, sofern die Bestimmungen des Markenschutzgesetzes betreffend Herkunft der Rohstoffe und der Verarbeitung eingehalten sind. Es gibt eine Beweislastumkehr. Berufs- und Wirtschaftsverbände sowie Konsumentenorganisationen sind klageberechtigt. Die Benutzerinnen oder Benutzer der Zeichen müssen beweisen, dass sie die Auslobung gebrauchen dürfen. Die Kantone müssen Gerichte bezeichnen, die allfällige Zivilklagen beurteilen. Die Gerichte können Waren einziehen und vernichten lassen, die Verwendung der Auslobung verbieten, Geldstrafen aussprechen sowie Freiheitsstrafen anordnen. Die Zollverwaltung ist zur Hilfeleistung verpflichtet.

Markenschutzgesetz

Mit den Änderungen des Markenschutzgesetzes wird festgelegt, wann die Herkunft Schweiz ausgelobt werden darf. Bei Lebensmitteln müssen mindestens 80 Prozent des Gewichts der Rohstoffe, aus denen sich das Lebensmittel zusammensetzt, aus dem schweizerischen Staatsgebiet oder den Zollanschlussgebieten (Fürstentum Liechtenstein und Gemeinden Büsingen und Campione) stammen und dort verarbeitet worden sein. Weniger streng sind die Anforderungen, wenn der Selbstversorgungsgrad des Rohstoffs unter 50 Prozent ist (Anrechnung zur Hälfte); bei unter 20 Prozent Selbstversorgungsgrad können die entsprechenden Rohstoffe von der Berechnung ausgenommen werden. Der Bundesrat kann ausnahmsweise noch weitere Grenzgebiete definieren. Für tierische Erzeugnisse wie Milch und Eier müssen die Tiere in den genannten Gebieten gehalten werden. Bei Fleisch müssen die Tiere den überwiegenden Teil ihres Lebens in den genannten Gebieten verbracht haben. Für Milch und Milchprodukte gelten noch strengere Regeln. 100 Prozent des Gewichts des Rohstoffes Milch sind erforderlich, damit eine Auslobung erfolgen darf. Die Bestimmungen gelten auch für die Werbung. Neu können von Gruppierungen, Schweizer Kantonen und Dachorganisationen einer Branche auch geografische Marken eingetragen werden. Dazu muss ein Reglement eingereicht werden. Für den Gebrauch der geografischen Marke darf kein Entgelt erhoben werden. Ergeben sich Widersprüche zum Register über Ursprungsbezeichnungen und geografische Angaben gemäss Landwirtschaftsgesetz, werden Gesuche um Eintrag via Markenschutzgesetz sistiert.

Schweizer Herkunft der Lebensmittel ausloben

Zu den Gesetzen werden von den Behörden nun noch Ausführungsbestimmungen erarbeitet. Dabei ist von Seiten der Landwirtschaft darauf hinzuwirken, dass der Wille des Parlaments umgesetzt wird und keine Verwässerung erfolgt.

Die Auslobung der schweizerischen Herkunft bei Milch und Milchprodukten ist zweckmässig, weil die Landwirtschaft im Vergleich zu anderen Ländern viele Auflagen hinsichtlich Ökologie und Tierwohl zu erfüllen hat. Lebensmittel aus der Nähe, nachhaltig und sicher produziert, haben Zukunft.

25. Juni 2013

Thomas Reinhard, SMP

