



GASTBEITRAG VON HANNES GERMANN, STÄNDERAT SCHAFFHAUSEN

Die Swissness-Vorlage kommt zur Unzeit

Die Nachricht: Der Bundesrat will mit der sogenannten Swissness-Vorlage sicherstellen, dass in Produkten mit dem Label «Swiss Made» tatsächlich Schweiz drinsteckt.

Der Kommentar: Die Freigabe des Euromindestkurses durch die Schweizer Nationalbank im vergangenen Januar trifft die Schweizer Wirtschaft hart. Immer mehr Unternehmen sehen sich gezwungen, entweder Arbeitsplätze abzubauen, ins Ausland zu verlagern oder von den Mitarbeitenden in der Schweiz längere Arbeitszeiten und Lohnzugeständnisse zu verlangen.

Vor diesem Hintergrund ist es nicht nur stossend, sondern schlicht unverständlich, wenn der Bundesrat jetzt eine Vorlage durchboxen will, die vor allem die kleinen und mittleren Unternehmen zusätzlich schwächt – weil sie ihnen einen massiven administrativen Mehraufwand und damit verbunden enorme Mehrkosten verursacht. Mehrkosten, die schliesslich die Arbeitnehmer durch den Abbau von Arbeitsplätzen und die Konsumentinnen und Konsumenten durch höhere Preise werden berappen müssen. Genau dies droht bei einer Umsetzung der Verordnung zum neuen Markenschutzgesetz, der sogenannten Swissness-Vorlage. Derzeit befindet sich der bundesrätliche Entwurf zur Revision dieser Verordnung im Parlament in Bern.

Es ist zu hoffen, dass National- und Ständerat die Notbremse ziehen und die Vorlage sistieren, bis sich die wirtschaftlichen Aussichten für die Schweizer Unternehmen gebessert haben. Und bis eine Verordnungslösung ausgearbeitet ist, die für unsere Wirtschaft nicht zusätzliche Hürden aufbaut und Unsicherheiten schafft, sondern eine praktikable Umsetzung des Swissness-Gesetzes erlaubt.

Dass dies im jetzt vorliegenden Entwurf des Bundesrates nicht der Fall ist, lässt sich anhand vieler Beispiele illustrieren. So müsste, egal ob bei Nahrungsmitteln, Uhren oder anderen Industrieprodukten, gemäss der Markenschutzverordnung jedes Unternehmen jederzeit für alle Bestandteile seiner Produkte auflisten können, woher sie kommen und was sie gekostet haben. Um festzustellen, ob das Produkt noch genügend «schweizerisch» ist, um die

Bezeichnung «Swiss Made» tragen zu dürfen.

Was dies zum Beispiel für die Marke Knorr bedeuten würde, die in der Schweiz 560 Schweizer Produkte mit insgesamt 970 Rohstoffen verkauft, lässt sich unschwer erahnen. Und der Inbegriff der Schweizer Schokolade, die Toblerone, hat angekündigt, in Zukunft auf das Prädikat «Swiss Made» verzichten zu wollen, weil die Auflagen der Swissness-Vorlage zu streng und zu kostspielig seien.

Knorr und Toblerone werden ohne grosse Nachteile auf das «Swiss Made» verzichten können, weil die Herkunft der beiden Traditionsmarken ohnehin weltweit bekannt ist. Aber für viele kleinere und noch nicht so bekannte Hersteller und ihre Marken würde der Verlust der Bezeichnung «schweizerisch» zu massiven Wettbewerbsnachteilen gegenüber ihrer ausländischen Konkurrenz führen.

Deshalb würden sie zwischen Hammer und Amboss geraten: Entweder erleiden diese Unternehmen Umsatzeinbussen, weil sie für ihre Produkte nicht mehr damit werben können, «schweizerisch» zu sein. Oder sie erleiden Umsatzeinbussen, weil sich ihre Produkte aufgrund des bürokratischen Mehraufwandes der Verordnung massiv verteuern. Kommt hinzu, dass gewisse Auflagen der vom Bundesrat präsentierten Verordnung (wettbewerbs-) rechtlich zweifelhaft sind.

> Wie kann zum Beispiel sichergestellt werden, dass die Lieferanten ihre Herstellungskosten korrekt angeben – und dass dabei nicht Geschäftsgeheimnisse öffentlich gemacht und das betreffende Unternehmen dadurch geschwächt wird?

> Und wie wird vermieden, dass ein Unternehmen allein deswegen gegenüber den Behörden zu einem kostspieligen Verfahren gezwungen wird, um die Richtigkeit der eigenen Angaben zu belegen, weil es von einem Konkurrenten grundlos angeschwärzt worden ist, um es aus dem Markt zu drängen?

Leider gibt es keine befriedigenden Antworten. Besonders beunruhigend ist, dass ein solches Bürokratiemonster nicht nur die direkt betroffenen Firmen gefährdet, sondern auch deren Lieferanten. So wür-

Datum: 17.05.2015

Schweiz am Sonntag

Ausgabe Aargau

Hauptausgabe

AZ Zeitungen AG
5401 Baden
058/ 200 53 10

www.schweizamsonntag.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 70'014
Erscheinungsweise: wöchentlich



Themen-Nr.: 999.208
Abo-Nr.: 1095889
Seite: 15
Fläche: 31'386 mm²

de beispielsweise der Verzicht von Toblerone, seine Schokolade weiterhin mit Schweizer Milch herzustellen, dazu führen, dass 500 Schweizer Bauern der Firma keine Milch mehr liefern könnten. Das Parlament ist deshalb gut beraten, auf den Bundesrat Druck auszuüben, damit er die Swissness-Vorlage auf Eis legt. Die Verordnung dazu sollte in einer verbesserten und entschlackten Neuauflage erst dann wieder traktandiert werden, wenn sich das

Umfeld verbessert hat. Die Wirtschaft hat derzeit genügend mit Problemen von aussen zu kämpfen. Hausgemachte braucht sie nicht auch noch.

* Hannes Germann ist seit 2002 Ständerat (SVP/SH). Der Betriebsökonom ist unter anderem Mitglied der Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK).

