

PRESSEMITTEILUNG

80. Promarca-Mitgliederversammlung vom 4. Juni 2009 in Bern:

Produktkopien, Innovation und „Anpassung oder Widerstand“ als zentrale Themen

Promarca-Markenunternehmen steigern Umsatz auf über 10 Milliarden Franken - Verband fordert schärferes Vorgehen gegen Produktkopien

Der Nettoumsatz aller 97 Promarca-Mitgliedsunternehmen überschritt im 2008 erstmals die 10-Milliarden-Grenze und erreichte ein Plus von 5,27 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Weniger erfreulich sind für den Schweizerischen Markenartikelverband Promarca hingegen Markenprodukt-Kopien. Der Schaden für Markeninhaber ist immens. Es ist unverständlich, dass sich die Rechtspraxis z.B. bei der Durchsetzung des markenrechtlichen Schutzes bei Farb- und Formmarken zurückhaltend zeigt. Präsident Dr. Alexander Jost fordert ein konsequenteres Vorgehen.

Eine starke Handels- und Machtkonzentration, hoher Kosten- und Margendruck, beschränkte Grösse – der Schweizer Markt ist für Markenartikelproduzenten kein einfacher. Erschwerend hinzu kommen Produktimitationen durch Detailhandel und Produzenten, wie der Schweizerische Markenartikelverband Promarca im öffentlichen Teil seiner Mitgliederversammlung vor rund 120 Führungspersonen aus Industrie und Handel erklärte.

Trittbrettfahrer profitieren von erfolgreichen Marken – und richten Schaden an

Die Schweizer Rechtspraxis geht mit dem Thema Kopien/Imitate – zum Beispiel durch Grossverteiler – sehr zurückhaltend um. Damit begünstigt sie nicht nur das Ausnutzen von Hersteller-Investitionen in Forschung, Innovation und Marketing; auch eine konsequente Anwendung des markenrechtlichen Schutzes, der sich in den letzten Jahren dank der möglichen Hinterlegung von Farb- und Formmarken weiterentwickelt hat, kommt nicht zum Tragen. Oder wie es Promarcas Präsident Dr. Alexander Jost ausdrückt: „Kopieren ist nicht nur unethisch, sondern schadet unserer Wirtschaft! Politik und Rechtspraxis sind gefordert, die Entwicklungen im Markenrecht zu respektieren.“ Ansonsten droht die Gefahr, dass Markenhersteller Investitionen in Forschung und Innovation immer mehr zurückschrauben.

Promarca-Mitgliedsunternehmen: positiver Geschäftsgang 2008

Derartige Gefahren abzuwenden ist vital, wie Promarca-Direktorin Anastasia Li-Treyer anhand der Jahreszahlen 2008 der 97 Promarca-Mitgliedsunternehmen aufzeigte. Denn Markenproduzenten werden für den Wirtschaftsstandort Schweiz immer wichtiger: 16`125 Angestellte (Vollzeit) liessen die Nettoumsätze um 5,3 Prozent auf über 10,26 Milliarden Franken anwachsen. Der ausschliesslich in der Schweiz generierte

Umsatz legte um 6,9 Prozent zu. Geld, das in Forschung und Entwicklung, Personal, Social Sponsoring und Marketing reinvestiert wird. In Letzteres flossen durchschnittlich mehr als 13 Prozent des Umsatzes.

Beat Kappeler: „Anpassung oder Widerstand?“

Gastreferent Dr. Beat Kappeler, Autor und Journalist bei der NZZ am Sonntag und Le Temps, hinterfragte in seiner Rede die Anpassungsbestrebungen der EU. Es sei oft unverständlich, wie souveräne Staaten sich unter einen Schirm drängten, ihre Währung aufgeben, Recht anpassen. Dies führe Harmonisierungen herbei, „welche die Vielfalt Europas, den Wettbewerb der Lösungen abschaffen, die den Kontinent reich gemacht haben“ so Kappeler. Die Schweiz darf und soll sich in einem gemässigten, nicht eigenbrötlerischen Widerstand üben. Ein Widerstand, den die Marken bereits vorleben. Kappeler: „Marken schaffen Souveränität und Bewegungsfreiheit anstatt Anpassung an die Mengenvolumina. Sie rufen Bilder der Eigengesetzlichkeit, des Eigencharakters, letztlich des Widerstands gegen Gängiges ab.“

Funktionierender Wettbewerb statt staatlicher Überreglementierung

Alexander Jost schloss die Veranstaltung mit einer klaren Position zum politisch vieldiskutierten Thema Kartellrecht. „Promarca befürwortet eine Anpassung des Kartellgesetzes. Der Nachweis, dass ein funktionierender Interbrand-Wettbewerb vorherrscht, muss genügen, um den Vorwurf wettbewerbswidrigen Verhaltens abzuschmettern.“ Schliesslich machen die voranschreitende Öffnung der Grenzen (z.B. Cassis de Dijon) sowie die Verabschiedung des Prinzips der regionalen Erschöpfung zu enge staatliche Überreglementierungen überflüssig. Wenn genügend Konkurrenz besteht, sollen Preis-, Distributions-, und Margengestaltung Hersteller und Handel überlassen werden.

Der Schweizerische Markenartikelverband Promarca, gegründet 1929, vertritt die Interessen von 97 Mitgliedunternehmen im Konsumgüterbereich (Food/Near Food), die einen Nettoumsatz von rund 10,2 Mrd. Franken erzielen. Diese Markenunternehmen beschäftigen rund 16'000 Mitarbeiter in der Schweiz.

KONTAKT

Dr. Alexander Jost, Präsident
Anastasia Li-Treyer, Direktorin

Schweizerischer Markenartikelverband
Bahnhofplatz 1
Postfach
CH-3000 Bern 7
Tel. +41 031 310 54 54
E-Mail: info@promarca.ch

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Weiterführende Informationen (Referate, Artikel, Beiträge, Bildmaterial) zur 80. Promarca-Mitgliederversammlung finden Sie unter www.promarca.ch

Promarcas Jahresbericht 2008 kann bei der Geschäftsstelle (info@promarca.ch) angefordert werden.