



Der Bund

Detektiv der Schokoladenindustrie

Der Vizedirektor von Chocosuisse suchte an der Branchenmesse in Köln Schweizer Kreuze. Er fand fünf Verdachtsfälle.



Pralinen an einem Stand der Süswarenmesse ISM in Köln. Foto: DPA/AFP

Die Augen von Sevan Nalbandian sind geschult auf Schweizer Kreuze, Bergketten, Edelweisse sowie jegliche Wortkombinationen mit «Swiss». Der Vizedirektor von **Chocosuisse**, dem Verband der Schweizer Schokoladehersteller, spürt falsche Schweizer Schokolade auf. Also solche, die zu Unrecht mit der Marke Schweiz wirbt. Das ist eine seiner Hauptaufgaben. Und in den vergangenen Tagen war sein Revier die Süswarenmesse ISM in Köln, die heute zu Ende geht.

Es ist die weltweit grösste Messe für Schokolade, Backwaren, Glace und Snacks. Mehr als 1600 Aussteller präsentieren dort an Ständen ihre Waren. An diesen schlenderte Nalbandian vorbei, mit scharfem Blick auf die Verpackungen, während Verbandsdirektor Urs Furrer unter anderem Kontaktpflege betrieb.

Gestern sind die beiden nach zwei Tagen in Köln in die Schweiz zurückgefliegen. Nalbandians Ausbeute: Am Stand eines US-Herstellers entdeckte er die «First Aid Chocolate». Die Verpackung erinnert an das Logo des Roten Kreuzes. Allerdings sind die Farben verkehrt: weisses Kreuz auf rotem Grund, exakt wie beim Schweizer Kreuz. Dasselbe ist bei der «Emergency Chocolate» eines neuseeländischen Herstellers der Fall. Eine andere Schokolade, die er entdeckte, trägt den Namen «Alpino». Eine Bergkette ziert die Verpackung. Nalbandian hat sich diese und andere Produkte gemerkt. Zurück im Büro, wird er abklären, ob die Produzenten mit weiteren Angaben einen Bezug zur Schweiz vortäuschen. Mit einem Matterhorn auf der Website beispielsweise oder dem Vermerk «Swiss Style» bei der Beschreibung der Rezeptur.

Yvonne Debrunner
Redaktorin Wirtschaft
@yvonnedebunner 01.02.2017



Sevan Nalbandian
Vizedirektor von Chocosuisse

Artikel zum Thema

Und dann schlagen die Schweizer Markenwächter Alarm



Wie Swissness weltweit hintergangen wird und was den Markensündern im Ausland nun droht. [Mehr...](#)

Matthias Pfander. 09.01.2017

Das Kreuz mit dem Kompromiss

Kommentar Das neue Swissness-Gesetz ist mit so vielen Spezialregelungen befrachtet worden, dass der einfache Grundsatz abhanden kam. [Mehr...](#)

Matthias Pfander. 08.01.2017

Weniger Schweiz-Fälschungen

Fünf Verdachtsfälle hat sich Nalbandian dieses Jahr notiert. Einen offensichtlichen Fall von Falschdeklaration entdeckte er nicht. In früheren Jahren war das anders. «Die Zahl der Hersteller, die an der Süswarenmesse möglicherweise zu Unrecht mit der Schweiz werben, ist gesunken», sagt Verbandsdirektor Furrer. Er glaubt aber nicht, dass das daran liegt, dass Schweizer Schokolade weniger beliebt wäre. Auch nicht, dass die Hersteller die falsch deklarierte Schokolade unter der Theke versteckten, wenn der unterdessen bekannte Nalbandian im Anmarsch sei. Der Rückgang sei eine Folge der bisherigen Arbeit, sagt Furrer. «Die Schokoladenhersteller wissen, dass sie einen Brief von uns erhalten, wenn sie zu Unrecht mit einem Schweizer Logo werben.»

Der Verband hat aktuell 100 bis 150 Fälle pendent. In einigen führt er Gerichtsverfahren. Bei vielen lenken die Hersteller aber freiwillig ein. Pro Jahr schliesst Chocosuisse 10 bis 20 Fälle ab, rund drei Viertel erfolgreich. Einen wichtigen Erfolg erzielte der Verband letztes Jahr. Ein malaysisches Unternehmen hatte unter der Marke «Maestro Swiss» Schokolade verkauft. Einen Bezug zur Schweiz gab es nicht. Trotzdem wollte die Firma den Namen nicht ändern. Der Verband zog den Fall durch alle Instanzen, bis er schliesslich vor dem obersten Gericht Malaysias einen Sieg errang.

Weiter zurück liegt der Fall «Swiss Chalet». Unter diesem Namen vermarktete der britische Süswarenhersteller Cadbury eine in Grossbritannien hergestellte Schokolade, deren Verpackung zusätzlich das Matterhorn schmückte. Für Chocosuisse eindeutig ein Fall von Ruf-Ausbeutung. Der Verband klagte – und erhielt 1999 definitiv recht. Die britische Justiz verurteilte Cadbury dazu, den Verkauf der «Swiss Chalet»-Schokolade einzustellen.

Vorlage als Bedrohung

Die Branchenvereinbarung von Chocosuisse, die alle Schweizer Schokoladehersteller unterzeichnet haben, legt fest, dass Schokolade, spätestens ab der Verarbeitungsstufe Kakaomasse, komplett in der Schweiz hergestellt werden muss. Nur dann darf man mit der Schweizer Herkunft werben. Diese strikte Vereinbarung hat auch international eine gewisse Gültigkeit. Sie dient als Grundlage für die eingetragenen «Schweizer Herkunft»-Marken in Europa und den USA.

**Schokolade muss spätestens ab
der Verarbeitungsstufe
Kakaomasse, komplett in der
Schweiz hergestellt werden.**

Absurderweise könnte die Swissness-Vorlage, die Anfang Jahr in Kraft trat und Schweizer Produkte schützen soll, ein Leck in dieses Abwehrdispositiv schlagen. Denn sie ist in Bezug auf den Herstellungsort lascher als die Branchenvereinbarung: Das Gesetz sagt lediglich, dass der Verarbeitungsschritt, der dem Lebensmittel «seine wesentlichen Eigenschaften» verleiht, in der Schweiz erfolgen muss. «Theoretisch könnte ein ausländisches Unternehmen, das nicht an die Branchenvereinbarung gebunden ist, also auf die Idee kommen, nur einen Teil der Herstellung in der Schweiz vorzunehmen und dennoch mit dem Schweizer Logo zu werben», sagt Furrer. Solche «Schlaumeiereien» wolle man verhindern. Aktuell prüft Chocosuisse, ob eine Branchenverordnung beantragt werden soll. Diese würde die strengeren Herkunftsregeln der Branche quasi offizialisieren. Die Uhren- und Kosmetikindustrie hat bereits Spezialverordnungen, welche die Swissness-Regeln für ihre Branche genauer bestimmen.

Die Schokoladeindustrie hat noch keine solche Verordnung. Das liege daran, dass es bei den Lebensmitteln länger gedauert habe, bis das zuständige Bundesamt alle Umsetzungsdetails vorgelegt habe, sagt Furrer. Bei Lebensmitteln ist im Gegensatz zu allen anderen Branchen nicht das Eidgenössische Institut für geistiges Eigentum,

Toblerone darf roten Pass behalten

Verliert die Toblerone wegen der Swissness-Vorlage das Schweizer Kreuz? Der Bund will einlenken. [Mehr...](#)

Von Fabian Schäfer 30.07.2015

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

@derbund folgen

sondern das Bundesamt für Landwirtschaft für die Umsetzung zuständig. «Bei Lebensmitteln geht es, verglichen mit anderen Produkten, häufiger um Politik», sagt Furrer. Denn dort spielten auch die Interessen der Landwirtschaft eine Rolle. (Tages-Anzeiger)

Erstellt: 31.01.2017, 21:42 Uhr

Ist dieser Artikel lesenswert?

Ja

Nein

HIERÜBER SPRICHT DIE FINANZWELT IM NETZ		
<small>6:10 PM - 02 Feb 2017</small>		
Top Aktien Schweiz	Swatch Group	+563%
Top Themen	Nestle	+290%
	Syngenta	+225%
Top Währungen	Roche	+197%
	Julius Baer	+158%
Top Rohstoffe		



Möchten Sie ein paar ideas mehr?
Jetzt gratis abonnieren!