



Reglement Label Schweizer Holz vom 6. Juli 2021



**SCHWEIZER
HOLZ**

holz-bois-legno.ch

Beschlussfassung:
Schlussabstimmung:
Inkraftsetzung:

Vorstand Lignum, 6. Juli 2021
Vorstand Lignum, 28. März 2022
per 1. Juli 2022

Inhalt

| | |
|---|----------|
| 1. Vorwort | 3 |
| 2. Einleitung | 3 |
| 3. Label-Mitgliedschaft | 4 |
| 4. Mitgliedschaftskategorien | 4 |
| 4.1 Urproduzenten | 4 |
| 4.2 Produzenten (Betriebe der Holzindustrie und -energie) | 5 |
| 4.3 Händler | 5 |
| 4.4 Anwender | 6 |
| 4.5 Fachpartner | 6 |
| 4.6 Interne Partner | 7 |
| 5. Marketing und Kommunikation | 7 |
| 6. Objektauszeichnungen | 7 |
| 7. Kontrollen, Audits & Kosten | 8 |
| 8. Sanktionswesen | 8 |
| 9. Schlussbestimmungen | 9 |

In diesem Reglement wird zur Vereinfachung und besseren Lesbarkeit entweder die männliche oder die weibliche Form stellvertretend (und ohne Wertung) auch für das andere Geschlecht verwendet, sofern beide Geschlechter in Frage kommen können.

1. Vorwort

Die Sensibilität für regionale Produkte ist in den letzten Jahren zunehmend gestiegen. Dasselbe gilt für die Standards im Bereich Nachhaltigkeit sowie Fragen rund um Produktionsstandorte und Transportwege von Waren. Das Label Schweizer Holz nimmt diese Sensibilität auf und überträgt sie auf Produkte der Wald- und Holzwirtschaft.

Der Rohstoff Holz ist die wichtigste natürlich nachwachsende Ressource der Schweiz. Er kommt seit Jahrtausenden zum Einsatz. Schweizer Holz hat somit auch heute das Potenzial, einen wertvollen Beitrag zu wesentlichen politischen und gesellschaftlichen Themen unserer Zeit zu leisten. Den drei Dimensionen Gesellschaft, Ökologie und Ökonomie wird in der Schweizer Waldbewirtschaftung und in der gesamten Wertschöpfungskette entsprechend Rechnung getragen. In diesem Sinne setzt sich das Label für die nachhaltige Nutzung von Schweizer Holz ein.

Das «Bundesgesetz über den Wald» bildet das wichtigste Fundament für das Label und gibt feste Rahmenbedingungen und Regeln vor. Das Schweizer Waldgesetz gilt als eines der strengsten der Welt. Hier stehen eine nachhaltige und schonende Waldpflege und -nutzung, die Biodiversität und die umwelt- und klimafreundliche Verarbeitung im Fokus. Diese strengen Vorgaben zeichnen das Label Schweizer Holz aus und machen es qualitativ einzigartig.

Holz aus dem Schweizer Wald ist bezüglich illegalen Holzeinschlags unbedenklich: Durch die flächendeckende Aufsicht und Kontrolle des Forstdienstes ist sichergestellt, dass in der Schweiz die gesetzlichen Vorschriften zur nachhaltigen Waldbewirtschaftung und Holznutzung eingehalten und überprüft werden. Dies gewährleistet, dass das Risiko einer illegalen Holznutzung in der Schweiz vernachlässigbar ist.

Die Schweiz hat im europäischen Vergleich die höchsten Holzvorräte und Wälder, die jahrzehntelang nicht genutzt oder unternutzt wurden. Jährlich dehnt sich die Waldfläche um gut die Grösse des Bielersees (rund 40 km²) aus. Durch den vermehrten Gebrauch von Holz aus Schweizer Wäldern trägt unser Label dazu bei, die Überalterung und den Vitalitätsverlust des Waldes zu bremsen, diesen nachhaltig aufzubauen, ein ausgewogenes leistungsfähiges Ökosystem zu fördern und die Biodiversität durch vielfältige Nutzungsmuster zu gewährleisten, inklusive der Anpassung der Bestände an den Klimawandel.

2. Einleitung

Art. 1 Ziel

Ziel des Labels Schweizer Holz ist die Erhöhung des Marktanteils von Schweizer Holz und dessen Kennzeichnung. Das Label Schweizer Holz steht als Label für eine nachhaltige Wertschöpfungskette.

Art. 2 Grundlage

Lignum, der Dachverband der Schweizer Holzwirtschaft, erlässt als Marken- und Labelinhaberin das vorliegende Reglement. Dieses definiert zusammen mit den Ausführungsbestimmungen alle technischen Grundsatz- und Vollzugsfragen der Labelhandhabung.

Art. 3 Geltungsbereich

¹ Das vorliegende Reglement beschreibt die Anforderungen an die Label-Mitgliedschaft, die Bedingungen an den Gebrauch des Labels, die Anforderungen für ein Zertifizierung von Produkten sowie für die Auszeichnung von Objekten.

² Das vorliegende Reglement stützt sich auf das Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Markenschutzgesetz; MSchG) und die daraus hervorgehende „Swissness-Regelung“. Für das vorliegende Reglement bedeutsam ist die Unterscheidung zwischen Naturprodukten (Art. 48a MSchG) und industriellen Produkten (Art. 48c MSchG).

³ Bei Naturprodukten entspricht der Herkunftsort für pflanzliche Produkte dem Ort

der Ernte (Art. 48a Abs. 1 b. MSchG).

⁴ Bei Industrieprodukten entspricht die Herkunft dem Ort, an dem mindestens 60% der Herstellungskosten anfallen (Art. 48c Abs. 1 MSchG). Die Herkunftsangabe muss ausserdem dem Ort entsprechen, an dem die Tätigkeit vorgenommen worden ist, die dem Produkt seine wesentlichen Eigenschaften verliehen hat (Art. 48c Abs. 4 MSchG).

⁵ Das in gelabelten Industrieprodukten verarbeitete Holz besteht darüber hinaus zu mindestens 80% aus Schweizer Holz.

⁶ Die Ausführungsbestimmungen regeln die Umsetzung des vorliegenden Reglements.

3. Label-Mitgliedschaft

Art. 4 Bedeutung Mitgliedschaft

Eine Label-Mitgliedschaft erlaubt die Nutzung des Labels und bedeutet ein klares Bekenntnis zu einer starken und nachhaltigen Schweizer Wald- und Holzkette.

Art. 5 Erwerb Label-Mitgliedschaft

¹ Als Mitglied anmelden können sich interessierte, in der Schweiz ansässige Betriebe, die die geforderten Bedingungen der jeweiligen Kategorie erfüllen.

² Das Label-Mitglied verpflichtet sich schriftlich zur Einhaltung des vorliegenden Reglements und der Ausführungsbestimmungen.

Art. 6 Dauer und Kündigung Label-Mitgliedschaft

¹ Die Label-Mitgliedschaft wird für die Dauer von fünf Jahren erteilt. Die Bewilligung wird für dieselbe Dauer automatisch verlängert, sofern das Mitglied die Voraussetzungen der betreffenden Kategorie weiterhin erfüllt.

² Die Kündigung ist auf das Ende eines Kalenderjahres und unter Einhaltung einer dreimonatigen Kündigungsfrist möglich. Sie muss schriftlich an die Geschäftsstelle der Marken- und Labelinhaberin erfolgen.

4. Mitgliedschaftskategorien

Art. 7 Grundsatz

¹ Es wird zwischen sechs Label-Mitgliedschaftskategorien unterschieden. Ein Unternehmen kann mehreren Label-Kategorien angehören, wenn die nötigen Bedingungen erfüllt sind. Die Zuteilung in die entsprechende Kategorie erfolgt durch die Marken- und Labelinhaberin.

² Alle Kategorien können einzelne Objekte, die ganze Produktion und/oder Produktlinien zertifizieren.

Art. 8 Datenlieferung und Nachweise

Anforderungen und Vorgaben an die Datenlieferung und Nachweisdokumente sind in den Ausführungsbestimmungen geregelt.

Art. 9 Kategorien

Es bestehen folgende Kategorien:

- a. Urproduzenten
- b. Produzenten
- c. Händler
- d. Anwender
- e. Fachpartner
- f. Interne Partner

4.1 Urproduzenten

Art. 10 Definition

¹ Als Urproduzenten gelten alle Betriebe der Waldwirtschaft, die dem ersten Teil der Wertschöpfungskette zugeordnet werden können. Dazu gehören namentlich Waldeigentümer, Forstbetriebe und Forstunternehmen.

² Dies trifft auf den Schweizer Wald zu, der per Definition 100 % Schweizer Holz

produziert. Die Definition Urproduzenten gilt namentlich auch für Energie-Stückholz, Finnenkerzen, Weihnachtsbäume, Hackschnitzel und Rindenmulch.

³ Für die Nutzung des Labels Schweizer Holz werden mit den kantonalen und regionalen Verbänden der Wald- und Forstwirtschaft Pauschal-Vereinbarungen für die Anwendung des Labels Schweizer Holz getroffen.

4.2 Produzenten (Betriebe der Holzindustrie und -energie)

Art. 11 Definition

¹ Zu den Produzenten gehört namentlich die erste Verarbeitungsstufe, wie Rohholzproduzenten, Sägewerke, Hobel- und Leimholzproduzenten, Verpackungs-, Paletten-, Holzwerkstoff- und Papierproduzenten.

² Zu den Produzenten zählen auch weitere Unternehmungen, die Produkte verkaufen, welche seriell als Massenware hergestellt werden, namentlich Pellets- und Holzenergieproduzenten sowie andere Restholz verarbeitende Betriebe, ebenso weitere Betriebe mit serieller Produktion.

Art. 12 Anforderungen und Bedingungen an das Produkt

¹ Im Grundsatz gilt die 80 %-Regelung, die sich auf die Massen-, Gewichts- oder Volumenteile des Rohmaterials bezieht. Damit hat ein Produkt einen Anteil von mindestens 80 % Schweizer Holz aufzuweisen, was als Jahresmenge zu verstehen ist, welche nicht unterschritten werden darf.

² Eine Spezialvorschrift gilt für Pellets. Hier besteht eine Übergangsfrist für das Erreichen eines Anteils von heute 60% auf 80% bis 1. Januar 2025.

³ In Einzelfällen darf Produkten Recycling-Holz beigegeben werden. Diese müssen in Bezug auf die Herkunft nachvollziehbar ausgewiesen werden. Wo keine Daten zur Verfügung stehen, ist dies zu deklarieren und sind konservative Annahmen zu treffen. Der Schweizer Recycling-Holzanteil wird von der Geschäftsstelle der Marken- und Labelinhaberin verifiziert und freigegeben.

⁴ Die «Label Schweizer Holz-Produkte» dürfen bei der Lagerung nicht mit anderer nicht zertifizierter Ware vermischt werden.

Art. 13 Zwischenproduktion im Ausland

Unter Einhaltung der in Art. 3 genannten gesetzlichen Vorgaben kann eine Zertifizierung von Produkten mit Zwischenproduktion im Ausland unter folgenden Bedingungen erfolgen:

- a. Der Labelbewerber selber hat seinen Hauptsitz im Inland. Er erbringt den Nachweis, wonach der entsprechende ausländische Produktionsschritt die Swissness-Regelung erfüllt.
- b. Die physische Trennung von Holz mit und ohne Label ist in jedem Fall sichergestellt.
- c. Die im Ausland erfolgende Produktion wird vor Ort überprüft.

Art. 14 Anforderungen an den Gebrauch des Labels

¹ Der Gebrauch des Labels setzt einen Nutzervertrag zwischen der Marken- und Labelinhaberin und dem Label-Mitglied voraus.

² Der Produzent verpflichtet sich zur aktiven Meldepflicht, wenn bestimmte prozentuale Mengen nicht mehr eingehalten werden können und Änderungen anstehen, die für die Einhaltung des vorliegenden Reglements relevant sind.

4.3 Händler

Art. 15 Definition

¹ Als Händler gelten grundsätzlich Holz-, Holzprodukte-, Holzwerkstoff- oder Detailhändler sowie Vermarktungsorganisationen. Der Händler kann mit dem Label ausgezeichnetes Holz weitergeben.

² Es können sowohl der Prozess für eine Produktlinie als auch für das Gesamtsortiment zertifiziert werden. Dies obliegt dem jeweiligen Betrieb und dessen Bedürfnissen oder Möglichkeiten, Schweizer Holz zu handeln.

Art. 16 Anforderungen und Bedingungen an den Prozess

¹ Die Betriebsstätten (namentlich Geschäftssitz, Lagerräume) des Antragstellers liegen in der Schweiz und/oder im Fürstentum Liechtenstein.

² Die Herkunft des Holzes muss nachvollziehbar, dokumentiert und gekennzeichnet und somit jederzeit überprüfbar sein. Es müssen aussagekräftige Dokumente vorliegen, die auch weitergegeben werden können.

³ Ein Label-Mitglied der Kategorie Händler muss nachweisen, dass es die Lagerung des gelabelten Holzes separat führt und eine Durchmischung beim Handling ausgeschlossen werden kann.

⁴ In den Verkaufsunterlagen, auf Offerten, Lieferscheinen und Rechnungen müssen die «Label Schweizer Holz-Produkte» erkennbar sein.

Art. 17 Anforderungen an den Gebrauch des Labels

¹ Der Gebrauch des Labels setzt einen Nutzervertrag zwischen der Marken- und Labelinhaberin und dem Label-Mitglied voraus.

² Händler bieten Schweizer Holz an.

³ Der Handel verpflichtet sich zudem zur aktiven Meldepflicht, wenn Änderungen anstehen, die für die Einhaltung des vorliegenden Reglements relevant sind.

4.4 Anwender

Art. 18 Definition

¹ Als Anwender gelten Betriebe, die dem letzten Teil der Wertschöpfungskette zugeordnet werden können. Der Anwender kann mit dem Label ausgezeichnetes Holz verarbeiten oder weitergeben.

² Anwender fertigen auftragsbezogene Objekte und Bauteile an, namentlich Gebäude, Tragwerke, Innenausbauten oder Möbel.

Art. 19 Anforderungen und Bedingungen an den Prozess

¹ Die Herkunft des Holzes muss nachvollziehbar, dokumentiert und gekennzeichnet und somit jederzeit überprüfbar sein. Es müssen aussagekräftige Dokumente vorliegen, die auch weitergegeben werden können.

² Um den Nachweis gelabelter, verbauter Produkte erbringen zu können ist ein nachvollzieh- und überprüfbarer Warenfluss der «Label Schweizer Holz-Produkte» sicherzustellen.

³ Auch bei Lagerware muss der Warenfluss jederzeit in Bezug auf die Produktdurchmischung nachgewiesen werden können.

Art. 20 Anforderung an den Gebrauch des Labels

¹ Der Gebrauch des Labels setzt einen Nutzervertrag zwischen der Marken- und Labelinhaberin und dem Label-Mitglied voraus.

² Mitglieder der Kategorie Anwender weisen mind. ein Objekt jährlich vor, das eine Auszeichnung erhält.

³ In den Verkaufsunterlagen, auf Offerten, Lieferscheinen und Rechnungen müssen die «Label Schweizer Holz-Produkte» erkennbar sein.

4.5 Fachpartner

Art. 21 Definition

Als Fachpartner gelten alle Personen und Firmen, die als Multiplikatoren innerhalb der Ingenieur-, Architektur-, Design- und Baubranche fungieren. Fachpartner sind Dienstleistungsbetriebe und agieren als Bindeglied und Vermittler, wenn es darum geht, Schweizer Holz in einem Objekt einzusetzen.

Art. 22 Anforderung an den Gebrauch des Labels

¹ Der Gebrauch des Labels setzt einen Nutzervertrag zwischen der Marken- und Labelinhaberin und dem Label-Mitglied voraus.

² Die Fachpartner setzen sich für die Anwendung von Schweizer Holz ein.

³ Anhand eines periodischen Leistungsausweises (z. B. ausgezeichnete Objekte, geplante und ausgeschriebene Objekte) zuhanden der Marken- und Labelinhaberin wird die Einhaltung der Anforderungen an den Gebrauch des Labels nachgewiesen.

4.6 Interne Partner

Art. 23 Definition

¹ Interne Partner sind Branchenverbände, Regionale Arbeitsgemeinschaften von Lignum (RAG/CAR) und Cluster, welche das Label ohne Entschädigungsfolgen verbreiten.

² Sie sind wichtige Partner, welche über ihr Netzwerk dem Label die nötige regionale oder branchenbezogene Identität verleihen können.

³ Anstelle einer Zertifizierung oder Auszeichnung wird bei internen Partnern auf die Kooperation gesetzt.

5. Marketing und Kommunikation

Art. 24 Grundsatz

¹ Es dürfen ausschliesslich Label-Mitglieder das Label Schweizer Holz für die eigene Kommunikation einsetzen. Die Anwendung und Nutzung des Logos bleibt somit dem registrierten Mitglied vorbehalten.

² Das Label Schweizer Holz darf von Mitgliedern für Briefe, Firmenbroschüren, digitale Kommunikationsmittel oder ähnliches verwendet werden. Der Absender muss als Kommunikator deutlich erkennbar sein.

³ Für reine Werbezwecke kann die Marken- und Labelinhaberin das Logo fallweise Dritten zur Verfügung stellen.

6. Objektauszeichnungen

Art. 25 Generelle Bestimmungen

¹ Mitglieder aller sechs Kategorien haben die Möglichkeit, Objektauszeichnungen zu lancieren. Auch Bauherrschaften steht es offen, das Label Schweizer Holz zu beantragen.

² Objektauszeichnungen sind ein wichtiges Kommunikationsinstrument für das Label Schweizer Holz und dessen Nutzer. Ausgezeichnet werden können auftragsbezogene Objekte als Ganzes, namentlich Gebäude, Gebäudeteile oder massgefertigte Möbel.

Art. 26 Prüfbestimmungen

¹ In der Regel befindet sich das auszuzeichnende Objekt in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein. Ausnahmsweise können auch im Ausland errichtete Gebäude mit dem Label Schweizer Holz ausgezeichnet werden, sofern der ausführende Betrieb Label-Mitglied ist.

² Die Prüfung der vorzulegenden Objektbilanz obliegt der Marken- und Labelinhaberin oder einer beauftragten Prüfstelle.

³ Die Marken- und Labelinhaberin ist für die Ausstellung der Auszeichnung und der Plaketten zuständig.

Art. 27 Möglichkeiten für eine Auszeichnung

¹ Die Auszeichnung erfolgt über einzelne oder die Gesamtheit der Bauteile. Bauteile, welche aus mind. 80% gelabeltem Schweizer Holz bestehen und deren Herstellungskosten zu mind. 60% im Inland anfallen werden ausgezeichnet.

² Im Falle einer Auszeichnung eines Gesamtobjekts oder grosser Bauteile beträgt der zu verbauende Mindestanteil an gelabeltem Schweizer Holz 60%. Die Ausführungsbestimmungen definieren den Begriff der grossen Bauteile.

³ In Ergänzung zur Nennung eines bestimmten Bauteils kann die im Objekt verbaute Menge des gelabelten Holzes in Prozent des gesamten Holzanteils oder absolut in Kubikmetern (m³) genannt werden.

Art. 28 Ablauf und Vorgehen

¹ Alle nötigen Daten müssen objektspezifisch eingereicht und durch die Marken- und Labelinhaberin geprüft werden.

² Label-Mitglieder, die über eine gelabelte Gesamt- oder Linienproduktion verfügen, können Objektauszeichnungen im vereinfachten Verfahren beantragen.

7. Kontrollen, Audits & Kosten

Art. 29 Grundsatz und Ablauf

¹ Die Marken- und Labelinhaberin ist für die Kontrolle der Label-Mitglieder verantwortlich. Sie kann Bereiche der Kontrollfunktion und dafür nötige Kompetenzen an Partner- oder Trägerverbände übertragen, die als sogenanntes Gruppenmanagement Teilaufträge selbstständig erledigen.

² Unternehmen werden vor Bewilligungserteilung mittels Erstaudits überprüft und anschliessend einer regelmässigen Prüfung unterzogen.

³ Die Fremdüberwachung erfolgt durch regelmässige externe Audits.

⁴ Die Einzelheiten zu Kontrollen und Audits umschreiben die Ausführungsbestimmungen.

Art. 30 Kosten

¹ Die Gebühren werden durch die Marken- und Labelinhaberin erhoben.

² Die mit der Umsetzung des Reglements in Verbindung stehenden Kontrollen, Audits, Zertifizierungen und Auszeichnungen werden in den Ausführungsbestimmungen geregelt.

³ Die Audits sind kostenpflichtig.

⁴ Die Details über Gebühren und Kosten regeln die Ausführungsbestimmungen.

8. Sanktionswesen

Art. 31 Sanktionen

¹ Bei Zuwiderhandlungen gegen dieses Reglement sowie die dazugehörenden Ausführungsbestimmungen kann die Marken- und Labelinhaberin folgende Sanktionen verhängen:

- a. Schriftliche Anordnung von Korrekturmassnahmen.
- b. Schriftliche Verwarnung, verbunden mit einer Aufforderung zur Behebung von reglementswidrigen Zuständen in der Regel innert 20 Werktagen.
- c. Verhängung einer Konventionalstrafe je nach Fall von CHF 1'000.– bis CHF 25'000.– für den Missbrauch des Labels in jeglicher Form. Die Zahlung der Konventionalgebühr entbindet dabei nicht von der weiteren Einhaltung der Bestimmungen des Reglements.
- d. Einen sofortigen befristeten oder unbefristeten Entzug des Labels. Ein abschliessend sanktionierter Missbrauch zieht automatisch den Ausschluss als Mitglied und den Entzug des Labels für mindestens zwei Jahre nach sich. Nach Ablauf dieser Frist kann ein neues Gesuch um Nutzung des Labels Schweizer Holz gestellt werden.

² Die Marken- und Labelinhaberin behält sich die Geltendmachung von Ersatzmassnahmen und weitergehenden Ansprüchen gegenüber fehlbaren Mitgliedern in jedem Fall ausdrücklich vor.

³ Zeigt eine Kontrolle ein reglementwidriges Verhalten des kontrollierten berechtigten Mitglieds auf, ist die Marken- und Labelinhaberin berechtigt, bei diesem die Entschädigung der Kosten für Nachkontrollen und andere Aufwendungen einzufordern.

Art. 32 Rekurse

¹ Als Rekursinstanz gegen Entscheide der Marken- und Labelinhaberin betreffend Labelvergabe fungiert der Vorstand der Marken- und Labelinhaberin. Der Entscheid der Rekursinstanz ist abschliessend.

² Ein Rekurs ist innert 30 Tagen nach Erhalt des Sanktionsentscheides der Marken- und Labelinhaberin schriftlich einzureichen.

Art. 33 Gerichtsstand

Für Streitigkeiten ausserhalb des Sanktionswesens gilt als Gerichtsstand Zürich.

9. Schlussbestimmungen

Art. 34 Labelkommission

¹ In Fällen, die im vorliegenden Reglement und den dazugehörigen Ausführungsbestimmungen nicht explizit geregelt sind, entscheidet die vom Vorstand der Marken- und Labelinhaberin mandatierte Labelkommission.

² Bei Entscheiden mit grosser Tragweite wird der Vorstand der Marken- und Labelinhaberin beigezogen. Der Vorstand kann der Labelkommission Aufträge erteilen.

Art. 35 Übergangsregelung

Bisherige Verträge behalten bis auf Widerruf ihre Gültigkeit. Das vorliegende Reglement gilt sinngemäss.

Art. 36 Inkrafttreten

¹ Dieses Reglement wurde vom Vorstand der Marken- und Labelinhaberin an seiner Sitzung vom 6. Juli 2021 genehmigt und am 28. März 2022 in der Schlussabstimmung verabschiedet.

² Die Ausführungsbestimmungen zum Reglement sind durch den Vorstand der Marken- und Labelinhaberin zu genehmigen und zusammen mit dem Reglement in Kraft zu setzen.

³ Mit der gemeinsamen Inkraftsetzung von Reglement und Ausführungsbestimmungen gilt das bisherige Reglement vom 11. November 2016 als aufgehoben.

⁴ Künftige Änderungen des Reglementes oder der Ausführungsbestimmungen bedürfen eines Beschlusses des Vorstandes der Marken- und Labelinhaberin.

Zürich, 28. März 2022

Lignum, Holzwirtschaft Schweiz



Ständerat Jakob Stark
Präsident



Sandra Burlet
Direktorin