

Herkunftsangaben, Kennzeichen und „Made in Germany“

Unter „Kennzeichen“ versteht man sämtliche der im Gewerbeverkehr verwendeten kennzeichnenden Mittel. Begrifflich ist dabei von drei Hauptgruppen auszugehen:

- 1) **Marken** im Sinne von Produktbezeichnungen, die eine Ware oder eine Dienstleistung, mithin ein wirtschaftliches Leistungsergebnis, kennzeichnen;
- 2) **Unternehmenskennzeichen**, die den Leistungserbringer, zum Teil auch den Hersteller einer Ware, den Händler dieser Ware oder den Erbringer einer Dienstleistung bezeichnen, d. h. ein ganzes Unternehmen, einen Teil davon oder den Unternehmer selbst, kennzeichnen;
- 3) **Herkunftsangaben**, die auf einen geografischen Ort hinweisen und dabei die Information vermitteln, dass an diesem Ort bei der Erzeugung der aus der entsprechenden Gegend stammenden Produkte bestimmte Beschaffenheits- und Qualitätskriterien beachtet wurden.

Auch andere Begriffe tauchen zuweilen im Rechts- und Sprachverkehr auf. Die Worte *Logo, Werktitel, Firma, Handelsmarke und -name, Warenzeichen*,... meinen dabei vielfach das Gleiche.

In welcher Erscheinungsform die Kennzeichen auch immer verwendet werden: Sie vermitteln Informationen, anhand derer der Verbraucher und Kunde entweder unmittelbare oder zumindest mittelbare Rückschlüsse auf den Inhaber bzw. Verwender des Kennzeichens und damit auf den jeweiligen Anbieter zieht bzw. ziehen kann.

Schwierigkeiten treten in folgendem Fall auf:

Der Verkäufer bietet eine Ware mit einem bestimmten Kennzeichen an und erhält dafür eine Gegenleistung (z. B. den Kaufpreis). Wenn seinem Produkt in Wirklichkeit nicht vorhandene Eigenschaften zugeschrieben werden, besteht **zwischen Vorstellungsbild** des Abnehmers **und den objektiven Gegebenheiten eine Diskrepanz**. Führt dies zu einem Irrtum und einer objektiven Irreführung durch den Verkäufer zu Lasten des Verbrauchers, liegt ein Verstoß gegen das Kennzeichnungsrecht vor.

Herkunftskennzeichen/-angaben

Unter **Herkunftskennzeichen** (geografische Angaben) versteht man die Angabe, die eine Ware als aus dem Hoheitsgebiet eines Staates oder einer Region stammend kennzeichnen, wenn:

- eine bestimmte Qualität,
- ein bestimmter Ruf oder
- ein anderes bestimmtes Merkmal

der Ware im Wesentlichen seinem geografischen Ursprung zuzuschreiben ist¹.

¹ nach Art. 22 I des ‚Abkommens über handelsbezogene Aspekte der Rechte an geistigem Eigentum‘ (Agreement on trade-related aspects of intellectual property in counterfeit goods)

Das bedeutet, die betreffende Ware wird gerade mit einer bestimmten Qualität, einem bestimmten Ruf oder einem sonstigen bestimmten Merkmal verbunden, weshalb der Kunde die Ware diesem spezifischen geographischen Ursprung zuschreibt (Achtung: besondere Regelungen existieren bei Käse, Weinbauerzeugnissen, Spirituosen und bestimmten landwirtschaftlichen Erzeugnissen).

Deshalb: Haben die durch eine geografische Herkunftsangabe gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen besondere Eigenschaften oder eine besondere Qualität, so darf diese geografische Herkunftsangabe im geschäftlichen Verkehr **nur dann** benutzt werden, wenn die Waren oder Dienstleistungen diese besonderen Eigenschaften oder diese besondere Qualität auch aufweisen!

Durch die Herkunftsangabe wird also die Beziehung der Ware zu ihrem geografischen Ursprung gekennzeichnet. Damit wird der **gewerbliche Hinweis auf das Herkunftsgebiet** bzw. auf den Ort der Herstellung oder der Herkunft der verwendeten Ausgangsstoffe und Bestandteile gegeben.

Geografische Herkunftsangaben im Sinne des **deutschen Gesetzes** über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen: (MarkenG) sind also konkret die Namen von:

- Orten,
- Gegenden,
- Gebieten oder
- Ländern

sowie sonstige Angaben oder Zeichen, **die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geografischen Herkunft** von Waren und Dienstleistungen benutzt werden.

In Bezug auf **geografische Angaben** sind in den Mitgliedsstaaten der **Europäischen Union** Rechtsvorschriften erlassen worden, mit denen Folgendes **untersagt** werden kann:

- 1) die Verwendung eines Hinweises in der Bezeichnung oder der Aufmachung einer Ware, wenn er hinsichtlich des geografischen Ursprungs der Ware auf eine die Öffentlichkeit irreführende Weise angibt oder nahe legt, dass die betreffende Ware ihren Ursprung in einem anderen geografischen Gebiet als dem wahren Ursprungsort hat;
- 2) jede Verwendung, die unlauteren Wettbewerb im Sinne von Art 10^{bis} der Pariser Verbandübereinkunft (1967) darstellt.

Der Schutz kann auch auf geografische Angaben angewendet werden, die zwar hinsichtlich des Ursprungsgebietes, der Ursprungsregion oder des Ursprungsortes der Waren **dem Buchstaben nach wahr sind**, in der Öffentlichkeit aber den falschen Eindruck hervorrufen, dass die Waren aus einem anderen Gebiet kommen. Das bedeutet, dass eine Ware ihren Ursprungsort **nicht automatisch** auch als Herkunftsangabe tragen darf!

In bestimmten Fällen dürfen geografische Herkunftsangaben im geschäftlichen Verkehr **nicht** für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, die **nicht** aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das durch die geografische Herkunftsangabe bezeichnet wird. Das ist dann der Fall, **wenn bei der Benutzung solcher Namen**, Angaben oder Zeichen für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft **eine Gefahr der Irreführung** über die geografische Herkunft besteht (§ 127 MarkenG).

Als geografische Herkunftsangaben **nicht geschützt** - sie dürfen also auch entgegen dem bereits Gesagten verwendet werden - sind solche Namen, Angaben oder Zeichen, bei denen es sich um **Gattungsbezeichnungen** handelt.

Das sind solche Bezeichnungen, die zwar eine Angabe über die geografische Herkunft enthalten oder von einer solchen abgeleitet sind. Sie haben jedoch ihre ursprüngliche Bedeutung verloren und dienen *nunmehr nur noch* als:

- Name von Waren,
- Name von Dienstleistungen,
- Bezeichnung oder Angabe:
 - der Beschaffenheit,
 - der Art,
 - der Sorte
 - oder sonstiger Eigenschaften oder Merkmale

von Waren oder Dienstleistungen (§ 126 Absatz 2 MarkenG).

Konsequenzen

Bei einem Verstoß gegen die vorgenannten Vorschriften und Regelungen kann der betreffende Verwender der Herkunftsangabe durch den jeweiligen Berechtigten nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG, insbesondere § 5) auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 128 MarkenG).

Zudem kann er als Inhaber des Betriebes auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden (§ 128 Absatz 2 MarkenG). Dies gilt auch dann, wenn er fahrlässig oder vorsätzlich einen Schaden verursacht hat.

Der Unterlassungsanspruch gegen den Inhaber des Betriebes ist auch dann gegeben, wenn im geschäftlichen Bereich ein Angestellter oder Beauftragter diesen Vorschriften zuwider handelt.

„Made in Germany“

Eine gesetzliche Grundlage für die Bezeichnung „Made in Germany“ existiert nicht. Eine Verpflichtung zur Kennzeichnung von Produkten mit „Made in Germany“ gibt es auch nicht. Allerdings bestehen in verschiedenen Ländern noch Einfuhrvorschriften, die – zollrechtlich gesehen – eine solche Markierung notwendig machen.

Von diesen Einfuhrvorschriften zu trennen ist dagegen die Tatsache, dass Produkte, die mit „Made in Germany“ in Deutschland angeboten werden, vom Verbraucher bzw. Abnehmer als maßgeblich in Deutschland hergestellt angesehen werden. Die gerechtfertigte Auszeichnung einer Ware mit der Bezeichnung „Made in Germany“ richtet sich nach der **allgemeinen Verkehrsanschauung**, letztlich also danach, wie der Abnehmer die Angabe im Einzelfall wertet.

Eine von der Verkehrsanschauung abgeleitete „Made in Germany“- Markierung darf also nicht zu falschen, insbesondere kundenorientierten und -genehmen Ursprungsangaben führen. Angaben sind dann als falsch zu bewerten, wenn sie von den beteiligten Verkehrskreisen in einer Weise verstanden werden, die den tatsächlichen Verhältnissen nicht entspricht.

Für den geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs - zum Beispiel in der Werbung - ist, verschiedenen EG-Verordnungen und der Rechtsprechung nach, ein **Wertschöpfungsanteil von 45 % in Deutschland** erforderlich, um die Herkunftsbezeichnung eines Produktes aus Deutschland zu rechtfertigen. Allerdings ist jeder

Einzelfall überprüfbar, sodass auch ein deutlich geringerer Wertschöpfungsanteil in Deutschland die Kennzeichnung mit „Made in Germany“ noch rechtfertigen kann!

Die letztendlich endgültige Entscheidung, ob eine „Made in...“-Angabe irreführend ist oder nicht, obliegt damit **der gerichtlichen Entscheidung** und kann hier nicht verbindlich und abschließend geklärt werden.

Die Bezeichnung „Made in Germany“ verstößt gegen das „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“, wenn zahlreiche wesentliche Teile eines Gerätes aus dem Ausland kommen.

So entschied das

- **LG Stuttgart** mit seinem Urteil vom 27.02.2003 (Az. 35 O 170/02). Die in Deutschland allein durchgeführte Qualitätskontrolle der Bauteile eines PC's und deren Zusammenfügung reicht nicht aus, laut Gericht, die Aussage „Qualität Made in Germany“ zu rechtfertigen. Maßgebliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise verstünden diese Angabe wegen der damit verbundenen Wertschätzung und Gütevorstellung nicht nur dahin, dass der Akt der Konstruktion und Endfertigung in Deutschland liegt, sondern dass außerdem Leistungen in Deutschland erbracht wurden, die für jene Eigenschaft des Produkts ausschlaggebend sind, die für die Wertschätzung des Verkehrs im Vordergrund stehen bzw. dass die qualitätsbegründende Behandlung in Deutschland stattgefunden hat. Diese Rechtsprechung wurde erneut bestätigt durch das
- **Landgericht Frankfurt am Main** (Urteil vom 07.11.2008, Az.: 3/12 U.50/08). Ein in Deutschland ansässiger Hersteller von Messern und Schneidwaren hat die Werbung seiner Messer mit der Bezeichnung „Germany“ durchgeführt. Die Messer wurden jedoch unstrittig nicht in Deutschland hergestellt, sondern die beworbenen Produkte wurden im Ausland im Wege der Lohnfertigung produziert. Das Landgericht Frankfurt am Main hat in seinem Urteil bestätigt, dass in der Angabe „Germany“ eine geografische Herkunftsangabe liegt. Angesichts der Fertigung im Ausland dürfen die Produkte nicht mit der Herkunftsangabe „Germany“ gekennzeichnet werden.
- Das **OLG Düsseldorf** hat mit Urteil vom 05.04.2011, Az.: I-20 U 110/10, auch ausgeführt, dass die Aussagen „Made in Germany“ und „Produziert in Deutschland“ geografische Herkunftsangaben darstellen. Die so gekennzeichneten Waren müssen maßgeblich in Deutschland hergestellt werden. Das Gericht betont, dass es dafür darauf ankommt, ob eine in Deutschland hergestellte Ware nach ihrer geistigen Konzeption und Formgebung vom Publikum als deutsches Erzeugnis anzusehen ist und ob die Eigenschaften oder Teile einer Ware, die nach der Auffassung des Publikums ihren Wert ausmachen, auf einer deutschen oder einer ausländischen Leistung beruhen. Entscheidend ist, dass alle wesentlichen Herstellungsschritte in Deutschland erfolgen.
- **OLG Hamm** hat mit Urteil vom 20.11.2012, Az.: I-4 U 95/12 Das OLG Hamm hat diese ständige Rechtsprechung bekräftigt, indem es angab, dass durch die Verwendung des „Made in Germany“ der Verbraucher erwarten kann, alle wesentlichen Fertigungsschritte des in Rede stehenden Industrieproduktes seien in Deutschland erfolgt. Zumindest kann er erwarten, dass zumindest jedoch der maßgebliche Herstellungsvorgang, bei dem die Ware die bestimmenden Eigenschaften erhält, die für die Wertschätzung des Verkehrs im Vordergrund stehen, in Deutschland stattfand. In dem zu entscheidenden Fall wurde überwiegend die Qualitätskontrolle für das Medizinprodukt in Deutschland durchgeführt. Der Herstellungsprozess selbst war bereits im Ausland abgeschlossen. Dies reicht nicht aus, um die Kennzeichnung „Made in Germany“ wettbewerbsmäßig zu erlauben.

Ein Erzeugnis darf jedoch die Bezeichnung „Made in Germany“ tragen, wenn einzelne Teile oder sogar ganze Baugruppen eines industriellen Erzeugnisses im Ausland zugekauft wurden. Dann müssen **diejenigen Leistungen, die für jene Eigenschaften der Ware ausschlaggebend sind, die für die Wertschätzung des Verkehrs im Vordergrund stehen, in Deutschland erbracht worden sein.**

ALSO:

Regelmäßig wird für die Bezeichnung als deutsche Ware oder als „Made in Germany“ die **Herstellung der Ware durch ein deutsches Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland** verlangt. Die Ware braucht zwar nicht vom gedanklichen Entwurf bis zur endgültigen Fertigstellung in Deutschland hergestellt zu sein. Entscheidend ist, dass die **wesentlichen Bestandteile und die bestimmenden Eigenschaften der Ware**, die in den Augen des Publikums deren Wert ausmachen, **auf einer deutschen Leistung beruhen.**

Ob die verwendeten Rohstoffe oder Halbfabrikate deutschen Ursprungs sind, ist bei einem industriellen Erzeugnis, dessen Wert vorwiegend in der Verarbeitung liegt, grundsätzlich ohne Belang. Es kommt jedoch sehr wohl darauf an, ob eine in Deutschland hergestellte Ware nach ihrer geistigen Konzeption und Formgebung vom Publikum als deutsches Erzeugnis anzusehen ist (**Verkehrsanschauung!**).

Als **Richtschnur** sind die folgenden Fragen anzusehen:

1. Welche Eigenschaften oder Bestandteile der Ware sind wertbestimmend?
2. Beruhen diese wertbestimmenden Merkmale auf einer deutschen Leistung?
3. Beeinflusst die deutsche oder ausländische Herkunft der Ware die Kaufüberlegungen?

Problematisch sind vor allem die Fälle, in denen die Ware **nicht ausschließlich in Deutschland** hergestellt wird; in der Regel handelt es sich um so genannte mehrstufige Verarbeitungen. Häufig findet in Deutschland nur noch die Montage des eigentlichen Produktes statt. Teilweise wird nur noch die Endkontrolle in Deutschland vorgenommen. Fraglich ist, inwieweit der Aufdruck „Made in Germany“ hierbei noch gerechtfertigt ist.

Abgestellt werden muss hier wohl auf den Aspekt der **objektiven Wertsteigerung**. Nach dem Ursprungsrecht hat eine Ware in dem Land ihren Ursprung, in dem die wesentliche Be- oder Verarbeitung der Ware vorgenommen wird. Bei Waren, an deren Herstellung zwei oder mehrere Länder beteiligt sind, hat die Ware ihren Ursprung in dem Land, in dem sie die **letzte wesentliche und wirtschaftlich gerechtfertigte Be- oder Verarbeitung** erfährt. Diese muss in einem dazu eingerichteten Unternehmen vorgenommen werden und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt oder eine bedeutende Herstellungsstufe erreicht haben. In einigen Entscheidungen zur Thematik „Made in Germany“ mischen sich ursprungsrechtliche Erwägungen in die wettbewerbsrechtliche Beurteilung ein.

Anhaltspunkte für die Zulässigkeit der Bezeichnung können sein:

- maßgebliche Herstellung der Ware in Deutschland,
- entscheidender Wertschöpfungsanteil durch Zusammenbau in Deutschland,
- maßgebliche Veredelung des Produkts in Deutschland.

Die reine Endkontrolle in Deutschland genügt jedenfalls nicht!

Konsequenzen

So kann also derjenige, der irreführende Angaben über den Ursprung der Waren macht, auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Hinzu kann die Beschlagnahme kommen von:

Waren, die

- an sich selbst,
- auf ihrer Aufmachung,
- oder ihrer äußeren Verpackung

irgendwelche

- Warenzeichen,
- Namen,
- Anschriften
- oder sonstigen Zeichen

tragen, die unmittelbar oder mittelbar falsche Angaben über die Herkunft dieser Waren darstellen.

Stand: Februar 2013

Hinweis: Dieses Merkblatt soll nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Mitgliedsunternehmen der IHK Bonn/Rhein-Sieg erteilt weitere Information:

Detlev Langer, Tel: 0228/2284 134, Fax: 0228/2284-222, Mail: langner@bonn.ihk.de
Tamara Engel, Tel: 0228/2284 208, Fax: 0228/2284-222, Mail: engel@bonn.ihk.de
Bonner Talweg 17, 53113 Bonn, www.ihk-bonn.de

Verantwortlich: Industrie- und Handelskammer des Saarlandes, Franz-Josef-Röder-Str. 9, 66119 Saarbrücken, www.saarland.ihk.de