



Auszüge aus dem Vortrag

Die Herkunftsbezeichnung „Made in Germany“ Historie, Zulässigkeit und Bedeutung eines neuen (alten) Wertbegriffs

Gemeinsame Mitgliederversammlung der Fachabteilungen OGFF und GNFT sowie der AGMM
Reinbeck, 12. Oktober 2006

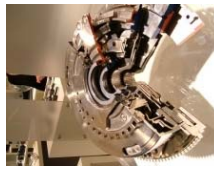
Arno Wied
Mitglied im Vorstand der
made-in-germany.com AG
www.made-in-germany.com



made-in-germany.com AG



made-in-germany.com AG



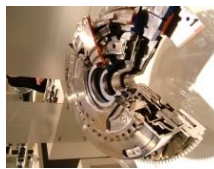
Gliederung des Vortrages

- *Neue Wertschätzung für einen alten Qualitätsbegriff?*
- *Historische Entwicklung*
- Grundlagen der Produktkennzeichnung
- Rechtliche Rahmenbedingungen zur Nutzung
- Bestehende Kennzeichnungspflichten
- Rechtsfolgen fehlerhafter Kennzeichnung
- *Bedeutung im internationalen Geschäftsverkehrs*

In dieser Unterlage sind nur einige wesentliche Auszüge des Vortrages zusammen gestellt. Der vollständige Vortrag kann unter support@made-in-germany.com angefordert werden..



made-in-germany.com AG



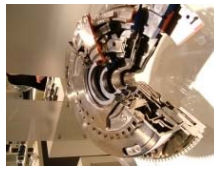
Grundlagen der Produktkennzeichnung (1)

Unter „Kennzeichen“ versteht man sämtliche der im Geschäftsverkehr verwendeten Mittel zur Kennzeichnung von Produkten. 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. **Herkunftskennzeichen**, das auf einen geografischen Ort hinweist und dabei die Information vermittelt, dass an diesem Ort bei der Erzeugung der aus der entsprechenden Gegend stammenden Produkte bestimmte Beschaffenheits- und Qualitätskriterien beachtet wurden.



made-in-germany.com AG



Grundlagen der Produktkennzeichnung (2)

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

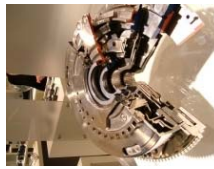
- eine bestimmte Qualität,
- ein bestimmter Ruf oder
- ein anderes bestimmtes Merkmal

der Ware im Wesentlichen ihrem geografischen Ursprung zuzuschreiben ist.

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!



made-in-germany.com AG



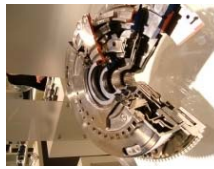
Rechtliche Rahmenbedingungen zur Nutzung

„Made in Germany“ – ein „ungeregelter“ Begriff?

- in Deutschland gibt es keine gesetzliche Grundlage und keine Verpflichtung zur Kennzeichnung von Produkten
- Eine Warenkennzeichnung „Made in Germany“ erfolgt damit auf eigene Verantwortung des Herstellers, er kann sich diese Kennzeichnung quasi selbst verleihen
- Es gibt keine Institution, die die Richtigkeit einer Warenkennzeichnung „Made in Germany“ bestätigt
- Mithin ist diese Kennzeichnung absolut freiwillig, wie im Übrigen auf für Produkte aus anderen Ländern in Deutschland keine Herkunftskennzeichnung vorgesehen ist.



made-in-germany.com AG



Bestehende Kennzeichnungspflichten (1)

Herkunftskennzeichnungen in der EU

- Innerhalb der EU gelten die für Deutschland erläuterten Regelungen sinngemäß
- Ausnahmen von der Markierungsfreiheit auf der Basis spezialgesetzlicher Regelungen, insbesondere bei Lebensmitteln
- Vorschläge der EU-Kommission für die Verwendung einer Warenmarkierung „Made in EU“ grundsätzlich verworfen, werden aber für einzelne Branchen realisiert (z.B. Textil, Bekleidung, Lederwaren, Möbel, Schuhe, Keramik)



made-in-germany.com AG



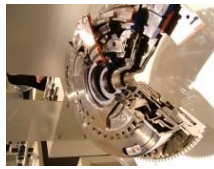
Bestehende Kennzeichnungspflichten (2)

Herkunftskennzeichnungen außerhalb der EU

- Zahlreiche Staaten schreiben Warenmarkierungen „Made in Land XY“ vor, teilweise begrenzt auf einzelne Branchen und Produktgruppen
- Daneben ergeben sich Regelungen aus:
 - Madrider Abkommen
 - Markengesetz
 - Zollrecht
 - Wettbewerbsrecht



made-in-germany.com AG



Nationale und internationale Regelungen (1)

Madriдер Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben (1891)

Artikel 1(1)

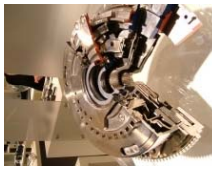
Jedes Erzeugnis, das eine falsche oder irreführende Angabe trägt, durch die eines der Länder, auf die dieses Abkommen Anwendung findet, oder ein in diesen Ländern befindlicher Ort unmittelbar oder mittelbar als Land oder Ort des Ursprungs angegeben ist, wird bei der Einfuhr in diese Länder beschlagnahmt.

Artikel 3

Diese Bestimmungen hindern den Verkäufer nicht, seinen Namen oder seine Anschrift auf den Erzeugnissen anzugeben, die aus einem anderen als dem Land des Verkaufs stammen; in diesem Fall ist jedoch der Anschrift oder dem Namen die genaue und in deutlichen Schriftzeichen wiedergegebene Bezeichnung des Landes oder des Ortes der Herstellung oder Erzeugung oder eine andere Angabe hinzuzufügen, die geeignet ist, jeden Irrtum über den wahren Ursprung der Waren auszuschließen.



made-in-germany.com AG



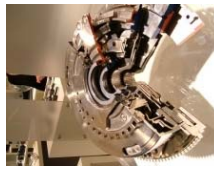
Nationale und internationale Regelungen (2)

Madriдер Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben (1891)

- Das Madrider Abkommen spielt damit für die Frage der korrekten Warenmarkierung im grenzüberschreitenden Verkehr eine entscheidende Rolle. Es regelt nicht nur die Verwendung von Länderkennzeichnungen, sondern auch von geografischen Herkunftsangaben (zum Beispiel "Lübecker Marzipan", "Aachener Printen") und Firmierungen.
- Eine falsche oder irreführende Kennzeichnung die Beschlagnahme der Ware durch den Zoll zur Folge hat.



made-in-germany.com AG



Nationale und internationale Regelungen (3)

Zollkodex

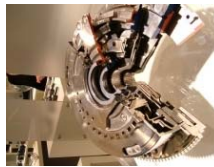
Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 des Rates vom 12. Oktober 1992 zur Festlegung des Zollkodex der Gemeinschaften

Artikel 24

Eine Ware, an deren Herstellung zwei oder mehrere Länder beteiligt waren, ist Ursprungsware des Landes, in dem sie der letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist, die in einem dazu eingerichteten Unternehmen vorgenommen worden ist und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder eine bedeutende Herstellungsstufe darstellt.



made-in-germany.com AG



Nationale und internationale Regelungen (4)

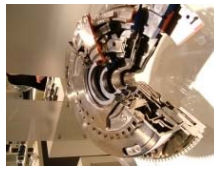
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) Neu beschlossen im Jahr 2004

§ 3 UWG

Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, sind unzulässig.



made-in-germany.com AG



Nationale und internationale Regelungen (5)

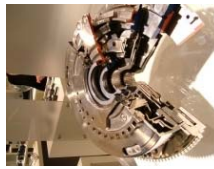
Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichnungen (Markengesetz – MarkenG – 1994)

§ 126 MarkenG

(1) Geografische Herkunftsangaben im Sinne dieses Gesetzes sind die Namen, Angaben oder Zeichen von Orten, Gegenden, Gebieten oder Ländern sowie sonstige Angaben oder Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geografischen Herkunft von Waren oder Dienstleistungen benutzt werden.



made-in-germany.com AG



Nationale und internationale Regelungen (6)

§ 127 MarkenG

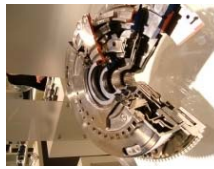
Absatz 1: Geografische Herkunftsangaben dürfen **im geschäftlichen Verkehr** nicht für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, die nicht aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das durch die geografische Herkunftsangabe bezeichnet wird, wenn bei der Benutzung solcher Namen, Angaben oder Zeichen für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft eine Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft besteht.

Absatz 2: Haben die durch eine geografische Herkunftsangabe gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen besondere Eigenschaften oder eine besondere Qualität, so darf die geografische Herkunftsangabe im geschäftlichen Verkehr für die entsprechenden Waren oder Dienstleistungen dieser Herkunft nur benutzt werden, wenn die Waren oder Dienstleistungen diese Eigenschaften oder diese Qualität aufweisen.

Absatz 3: Genießt eine geografische Herkunftsangabe einen besonderen Ruf, so darf sich im geschäftlichen Verkehr für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft auch dann nicht benutzt werden, wenn eine Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft nicht besteht, sofern die Benutzung für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft geeignet ist, den Ruf der geografischen Herkunftsangabe oder ihre Unterscheidungskraft ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise auszunutzen oder zu beeinträchtigen.



made-in-germany.com AG



Rechtsfolgen fehlerhafter Kennzeichnung

Wer im geschäftlichen Verkehr mit fehlerhaften Kennzeichnungen arbeitet, kann in Deutschland auf Unterlassung und - bei vorsätzlicher oder fahrlässiger Zuwiderhandlung - auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden (§ 128 MarkenG in Verbindung mit § 13 Absatz 2 UWG).

Da bei falschen geografischen Herkunftsangaben nicht nur die Interessen der Berechtigten, sondern auch die der Verbraucher betroffen sind, sind neben dem unmittelbar Verletzten und den Mitbewerbern auch die Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen und Verbraucherverbände klagebefugt.

Ferner droht bei Einfuhr, Ausfuhr oder Durchfuhr fehlerhaft gekennzeichnete Produkte gem. § 151 MarkenG bzw. dem Madrider Abkommen Beschlagnahme zum Zweck der Beseitigung der widerrechtlichen Kennzeichnung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



made-in-germany.com AG

Arno Wied
Mitglied des Vorstands

Schloss Elbroich
Am Falder 4
40589 Düsseldorf

Telefon: +49 (0) 2 11 – 75 70 75 1
Telefax: +49 (0) 2 11 – 75 00 53
arno.wied@made-in-germany.com
www.made-in-germany.com