



Warenmarkierung „Made in ...“

"Made in..." dient als Warenmarkierung in erster Linie dem Schutz der Verbraucher vor falschen Herkunftsangaben; sie wird aber auch gern zu werblichen Zwecken verwendet und einige Länder schreiben "Made in..."-Markierungen sogar zwingend vor. Unser Merkblatt informiert über die historische Entstehung der "Made in..."-Markierung, ihre heutige Grundlage und über Abgrenzungen zu ähnlichen Begriffen wie zum Beispiel "Ursprungsland".

1. Rechtsgrundlage und historische Entstehung

Die Warenmarkierung "Made in..." basiert auf dem britischen "Merchandise Marks Act" aus dem Jahr 1887. Mit der Einführung einer Herkunftsbezeichnung für Importwaren sollte die britische Wirtschaft vor ausländischer Konkurrenz geschützt werden. Dieses protektionistische Ziel, ausländische und damals insbesondere deutsche Erzeugnisse zu diskriminieren, wurde jedoch nicht erreicht.

Nachdem zahlreiche Staaten eine Warenmarkierungspflicht in ähnlicher Form übernommen hatten, wurde schließlich 1891 im Madrider Abkommen über die Unterdrückung falscher Herkunftsangaben auf Waren eine internationale Regelung getroffen, die auch heute noch Bestand hat. Die Einfuhrvorschriften verschiedener Länder schreiben auch heute noch auf den Waren angebrachte Herkunftsangaben zwingend vor.

Nach dem zweiten Weltkrieg entwickelte sich die Warenmarkierung "Made in Germany" zu einem Markenzeichen der exportorientierten deutschen Wirtschaft und zum Inbegriff für Qualität und Zuverlässigkeit. "Made in Germany" ist damit auch zu einem werblichen Argument geworden.

Das Madrider Abkommen zur Unterdrückung falscher Herkunftsangaben auf Waren von 1891, in der revidierten Fassung vom 31. Oktober 1958 im Bundesgesetzblatt Teil II Nr.14 vom 30. März 1961 veröffentlicht, stellt damit die rechtlichen Rahmenbedingungen auf internationaler Ebene dar.

Artikel 1 Abs. 1 des Madrider Abkommens lautet:

"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 des Madrider Abkommen lautet:

"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."

Auf nationaler Ebene ist dieser Bereich durch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt. Danach kann derjenige, der irreführende Angaben über den Ursprung seiner Waren macht (vgl. § 5 i.V.m. § 3 UWG), auf Unterlassung dieser Angaben in Anspruch genommen werden (§ 8 UWG). Außerdem kann er sich schadensersatzpflichtig machen (§ 9 UWG) und zur Gewinnabschöpfung verpflichtet werden (§ 10 UWG).

Beide Regelungen dienen dem Verbraucherschutz im Bestimmungsland und sind eingebettet in dessen einfuhrrechtliche Bestimmungen. Eine Herkunfts- bzw. Ursprungsangabe wird dann als falsch angesehen, wenn sie von den beteiligten Verkehrskreisen in einer Weise verstanden wird, die den tatsächlichen Verhältnissen nicht entspricht. Die Beurteilungsgrundlage ist damit die allgemeine Verkehrsanschauung. Eine "Made in ..." -Markierung darf also nicht zu einer kundenorientierten bzw. kundengenehmen Ursprungsangabe führen.

Vorwürfe, durch irreführende Warenmarkierungen gegen das UWG zu verstoßen, werden meist durch Konkurrenten mit dem Ziel erhoben, eine Unterlassung zu erwirken. Kommt dabei eine außergerichtliche Einigung nicht zustande, so muss letztendlich gerichtlich geklärt werden, ob eine "Made in ..." -Angabe irreführend ist oder nicht.

2. Hinweise zur Anwendung

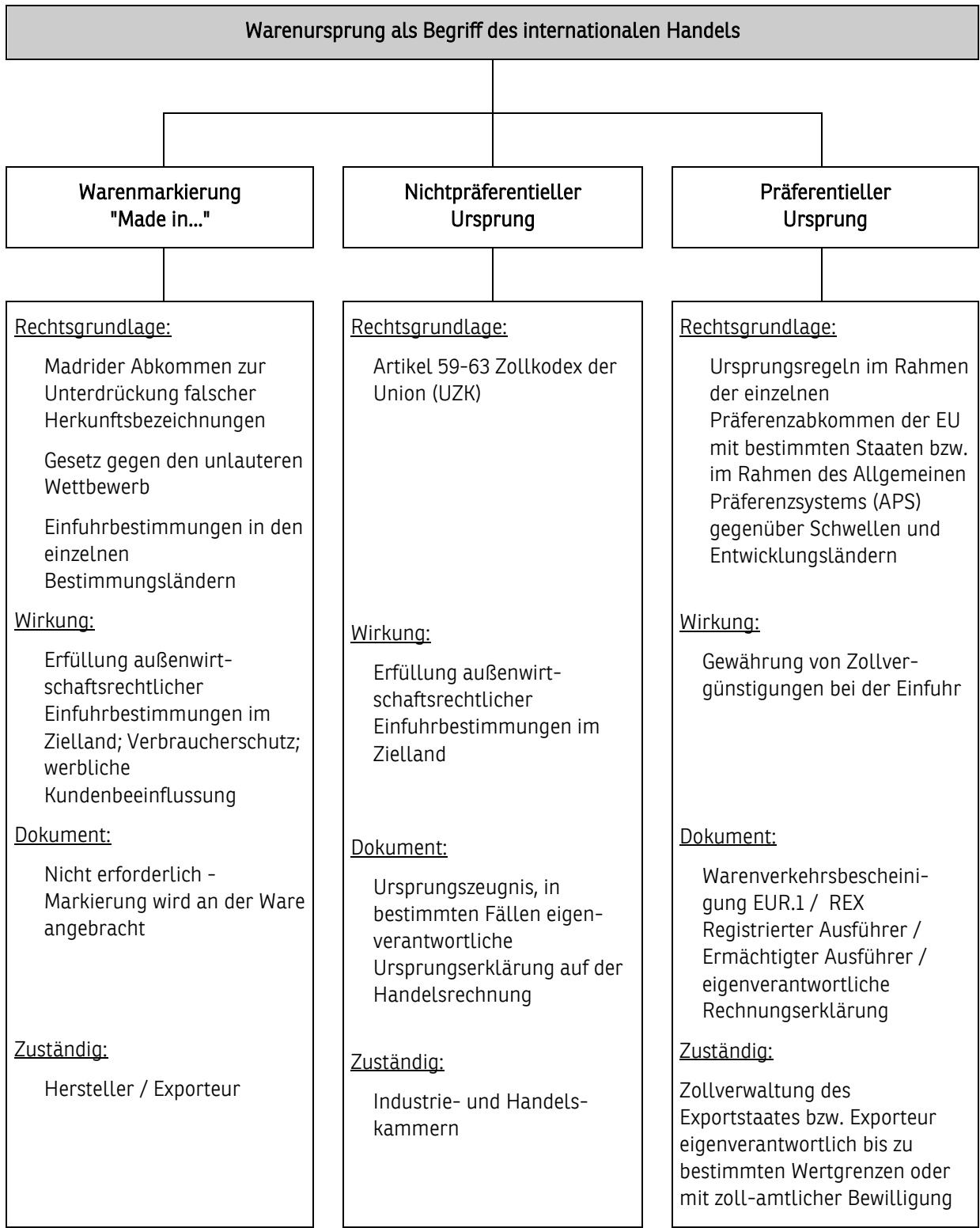
Unter Angaben über den Ursprung einer Ware sind vor allem Angaben über die geographische Herkunft der Ware zu verstehen. Die Angabe eines Warenzeichens oder Firmennamens auf einer Ware ist für sich allein in der Regel keine Irreführung über die geographische Herkunft. Dies gilt selbst dann, wenn ein Hinweis auf die ausländische Herkunft einer unter einer inländischen Firma oder einem inländischen Warenzeichen vertriebenen Ware fehlt. Warenzeichen oder Firmennamen kennzeichnen in der Regel nur die betriebliche Herkunft einer Ware. Ausgeschlossen werden muss jedoch, dass die Kennzeichnung selbst eine falsche geographische Herkunftsangabe als Bestandteil enthält oder zu erwarten ist, dass die beteiligten Verkehrskreise aus dieser Kennzeichnung auf eine unzutreffende Herkunft schließen.

Obwohl völlig unterschiedlichen Rechtsgebieten zugeordnet, ergibt sich die wichtige Frage, inwieweit Herkunftsangabe, Warenmarkierung "Made in ..." und nichtpräferentieller Ursprung einer Ware den gleichen Sachverhalt beschreiben. Grundsätzlich ist bei einer Warenmarkierung von einem wettbewerbsrechtlichen und verkehrstechnischen Gedankenansatz und beim Ursprung von einer außenwirtschafts- und zollrechtlichen und Betrachtungsweise auszugehen. Da diese Ausgangspositionen sehr unterschiedlich sind, würde es wohl kaum verwundern, wenn für ein Produkt dessen Herkunft laut Warenmarkierung und sein Ursprung laut Ursprungszeugnis auch unterschiedlich wären. Dem steht jedoch entgegen, dass sich Artikel 1 des Madrider Abkommens mit falschen Angaben über den Ursprung der Waren befasst. Demnach muss für die Festlegung der



Herkunftsbezeichnung "Made in Germany" eine Anlehnung insbesondere an Artikel 24 ff. des Zollkodex, der EU-einheitlich die Bestimmung des nichtpräferentiellen Ursprungs regelt, zulässig sein. Wenn die Be- oder Verarbeitung von Waren ursprungs begründend im Sinne des nichtpräferentiellen Ursprungsrechts aufgrund von Artikel 24 Zollkodex durchgeführt wird und den so hergestellten Erzeugnissen der Ursprung "Bundesrepublik Deutschland" zuerkannt werden kann, dann ist auch in aller Regel auszuschließen, dass die beteiligten Verkehrskreise aus der Kennzeichnung "Made in Germany" auf eine unzutreffende Herkunft schließen. Umgekehrt kann allerdings aus einer "Made in ..." -Markierung nicht unmittelbar auf den nichtpräferentiellen Ursprung geschlossen werden.

Im Tagesgeschäft des internationalen Handels wird der Begriff "Warenursprung" - oder einfach auch nur "Ursprung" - sehr häufig verwendet. Tatsächlich gibt es jedoch mindestens drei verschiedene Rechtsbereiche, die mit dem Oberbegriff "Ursprung" angesprochen werden können. Das nachfolgende Schaubild erleichtert die Abgrenzung:





Dieses Merkblatt ist mit größter Sorgfalt erstellt. Dennoch bitten wir um Verständnis, dass wir keine Haftung für die inhaltliche Vollständigkeit und Richtigkeit übernehmen können.

Ansprechpartnerin:

Mahshid Daryabegi Tel.: 030 31510-304 mahshid.daryabegi@berlin.ihk.de