

Der Warenursprung im Außenhandel

“Made-in-Germany”

Stand: August 2013

Copyright ©

Die Daten wurden sorgfältig recherchiert. Dennoch übernimmt der Autor und die IHK für die Richtigkeit von Angaben, Hinweisen, Ratschlägen und Falllösungen sowie für eventuelle Druckfehler keine Haftung. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Insbesondere die Vervielfältigung, Übersetzung, Mikroverfilmung, Nutzung sowie Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen ist ohne die Genehmigung der IHK unzulässig und strafbar.

Der Warenursprung im Außenhandel

Made-in-Germany

Bei der Abwicklung des grenzüberschreitenden Warenverkehrs wird der Begriff des Warenursprungs häufig verwendet. Im Export wie im Import ist es in vielen Zusammenhängen wichtig, den Ursprung, d.h. das „Geburtsland“ bzw. die „ökonomische Staatsangehörigkeit“ einer Ware festzustellen.

Bei der Warenmarkierung „Made-in-Germany“ in Deutschland geht es in erster Linie um die Ursprungskennzeichnung von Waren die vor allem dem Verbraucherschutz dient. Der „Made-in-Germany“-Ursprungsbegriff ist als geografische Herkunftsbezeichnung national und international geschützt. Geografische Herkunftsangaben wie „Made-in-Germany“ sind in einer von globaler Arbeitsteilung geprägten Wirtschaft ein wichtiges Differenzierungsmerkmal. International erwartet man von den Produkten mit dem Label „Made-in-Germany“ auch heute noch besondere Merkmale in Richtung Zuverlässigkeit, Lebensdauer und Qualität sowie After-Sales-Service. Der wirtschaftliche Erfolg macht „Made-in-Germany“ anfällig für Missbräuche von Marktteilnehmern, welche den Verkehr hinsichtlich der Herkunft/Qualität derart gekennzeichnete Güter irreführen.

Die Warenmarkierung „Made-in-Germany“ darf nicht mit anderen Warenursprungsbegriffen aus dem präferentiellen und nichtpräferentiellen Ursprungsrecht verwechselt werden. Sie ist, im Vergleich zu den anderen Ursprungsbegriffen, nicht durch Richtlinien festgelegt, sondern das Ergebnis von Rechtsprechung auf Grundlage des Wettbewerbsrecht.

Rechtsgrundlagen

Eine Verpflichtung für den deutschen Exporteur, seine Produkte oder die entsprechende Verpackung mit „Made-in-Germany“ zu markieren, existiert nach deutschem bzw. europäischem Recht nicht. Es bleibt dem Exporteur überlassen, ob er entsprechend verfahren will. Das gleiche gilt für den Importeur, der seine Produkte an den Handel oder direkt an den Verbraucher weitergibt. Auch er ist üblicherweise zur Ursprungskennung nicht verpflichtet, kann diese Möglichkeit aber nutzen.

Ein Unternehmen, dass seine Ware mit der Markierung „Made-in-Germany“ kennzeichnet, muss aber die einschlägigen rechtlichen Bestimmungen, wie z.B. das Madrider Abkommen, das Beitrittsgesetz zum Madrider Abkommen, das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und das Markengesetz beachten.

Als internationale Vereinbarung wurde das Madrider Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben 1891 abgeschlossen. Daher spielt die Frage der korrekten Warenmarkierung im grenzüberschreitenden Warenverkehr seitdem eine entscheidende Rolle.

Das Markengesetz nimmt in seinem fünften Teil Bezug auf das Madrider Markenabkommen und erläutert die geographischen Herkunftsangaben und die Folgen irreführender Kennzeichnungen näher. Das Markengesetz regelt insbesondere in seinen §§ 126 – 128 und § 151 den Schutz von geographischen Herkunftsangaben.

Durch die Herkunftsangabe wird die Beziehung der Ware in ihrem geographischen Ursprung gekennzeichnet. Damit wird der gewerbliche Hinweis auf das Herkunftsgebiet bzw. den Ort der Herstellung oder die Herkunft der verwendeten Ausgangsstoffe und Bestandteile gegeben. Geographische Herkunftsangaben sind die Namen von Orten, Gegenden, Gebieten oder Ländern sowie sonstige Angaben oder Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geographischen Herkunft von Waren und Dienstleistungen benutzt werden.

Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs über den Ursprung einzelner Waren täuscht, wie z. B. irreführende Werbung betreibt, indem er falsche Angaben über die geographische Herkunft macht, kann gemäß § 3 iVm § 8 UWG auf Unterlassung oder gemäß § 3 iVm § 9 UWG auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden, da er unlauter handelt. Für die Beurteilung einer Irreführung über die geographische Herkunft und damit für die Beurteilung, ob eine unlautere Wettbewerbshandlung vorliegt, ist die Auffassung der Verkehrskreise, an die sich die Angaben richten, also bei Konsumgütern der Verbraucher, als maßgeblich anzusehen. Nach den Ausführungen des Europäischen Gerichtshofs ist bei der Frage, ob eine Angabe, eine Bezeichnung, eine Marke oder eine Werbung irreführend ist, darauf abzustellen, wie die mutmaßliche Erwartung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers ist. Die Kennzeichnung „Made-in-Germany“ dient somit dem Verbraucherschutz im Bestimmungsland.

Eine von der Verkehrsanschauung abgeleitete Warenmarkierung „Made-in-Germany“ darf zu keiner falschen Ursprungsangabe führen. Angaben sind dann als falsch zu bewerten, wenn sie von den beteiligten Verkehrskreisen in der Weise aufgefasst werden, die den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprechen. Eine Ware ist folglich zu Recht mit „Made-in-Germany“ gekennzeichnet, wenn damit der Vorstellung des Verbrauchers entsprochen wird. Ansonsten liegt eine Irreführung vor. Es bestehen jedoch keine expliziten Richtlinien zur Verwendung der Markierung „Made-in-Germany“.

Fraglich ist demnach, was unter der geographischen Herkunft einer Ware im Sinne der Kennzeichnung „Made-in-Germany“ nach der Verkehrsauffassung zu verstehen ist.

Es ist zu beachten, dass bei unterschiedlichen Produkten auch unterschiedliche Kriterien für die Bewertung der Verkehrsauffassung gelten. Zum Beispiel sind Naturerzeugnisse durch ihren Anbauort geprägt, während es bei Industrieerzeugnissen auf die unterschiedliche Be- oder Verarbeitung ankommt. Vor allem bei Waren, die mehrstufig an verschiedenen Orten hergestellt werden, kann es oft nicht einfach sein die geographische Herkunft auf Anhieb zu erfassen. Die Betrachtung des individuellen Produktionsprozesses einer Ware ist daher von

entscheidender Bedeutung für die Beurteilung einer zulässigen Kennzeichnung. Infolgedessen gibt es keine rechtlich festgesetzte Grenze ab der bei Verwendung ausländischer Fertigungsteile die Markierung „Made-in-Germany“ auf einer Ware nicht mehr verwendet werden darf. Anhaltspunkte, ob eine „Made-in-Germany“-Kennzeichnung auf der Ware gerechtfertigt ist, lässt sich oftmals nur durch die Beachtung von Gerichtsentscheidungen feststellen.

Rechtsprechung

Grundsätzlich ist bei einer Warenmarkierung von einem wettbewerbsrechtlichen und verkehrstechnischen Gedankenansatz auszugehen. Dies führt dazu, dass das UWG das Ursprungsland der Produktqualität als entscheidendes Kriterium ansieht. Abgestellt werden muss hier wohl auf den Aspekt der objektiven Wertsteigerung. In einer Grundsatzentscheidung aus dem Jahr 1973 führt der Bundesgerichtshof aus: „Von einem deutschen Erzeugnis ... wird ... regelmäßig erwartet, dass es von einem deutschen Unternehmen in Deutschland hergestellt wird. (...) Entscheidend ist, dass die Eigenschaften oder Bestandteile der Ware, die in den Augen des Publikums deren Wert ausmachen, auf einer deutschen Leistung beruhen.“

Auch in der neueren Rechtsprechung wird grundsätzlich die Verwendung der Warenmarkierungen „Made-in-Germany“ bereits als rechters befunden, wenn die Hauptkomponenten eines Produkts in Deutschland hergestellt worden sind. So entschied das Oberlandesgericht Stuttgart in seiner Entscheidung vom 10. November 1995, dass ein industrielles Erzeugnis, auch wenn einzelne Teile oder ganze Baugruppen im Ausland zugekauft werden, die Bezeichnung „Made-in-Germany“ führen darf, sofern die Leistung, die für die Eigenschaft der Ware nach handelsüblicher Auffassung im Vordergrund stehen, in Deutschland erbracht worden sind. Hierbei ist genau auf die Leistungen, die für die Eigenschaft der Ware nach handelsüblicher Auffassung im Vordergrund stehen zu achten. Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat in einer Entscheidung vom 5. April 2011 ebenfalls entschieden, dass alle wesentlichen Herstellungsschritte in Deutschland stattgefunden haben müssen, um das Label „Made-in-Germany“ zu tragen. Wenn wesentliche Herstellungsschritte, auch wenn sie nur einen geringen Anteil an der gesamten Leistung darstellen, nicht in Deutschland getätigt wurden, entspricht eine „Made-in-Germany“-Kennzeichnung nach Auffassung des OLG Düsseldorf nicht den Erwartungen des Verbrauchers. Es ändert nichts an der Auffassung, dass die geistige Leistung aus Deutschland stammt oder die Leistung mit deutschen Maschinen im Ausland gefertigt wurde.

Anhaltspunkte für die Zulässigkeit einer Kennzeichnung mit „Made-in-Germany“ können demnach sein:

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

Die reine Endkontrolle oder eine Minimalbehandlung des Produkts reichen nicht aus.

Anwendungsempfehlungen

Eine Reihe von Ländern sehen in ihren Einfuhrbestimmungen vor, dass Importprodukte aus anderen Staaten eine Länder-Ursprungskennzeichnung ausweisen müssen, je nach Art des Produktes auf diesem selbst oder auf einer Umverpackung. Ohne solche Hinweise dürfen die Produkte weder eingeführt werden, weiterverkauft werden. Zu den Ländern die ein derartiges verlangen, gehören u.a. die USA. Der Begriff „Made-in-Germany“ spielt im Exportgeschäft insofern nicht nur eine Rolle aus qualitativen Überlegungen, sondern lässt sich auf Grund rechtlicher Vorgaben des Einfuhrlandes manchmal nicht vermeiden.

Bei der Beurteilung, ob die Kennzeichnung "Made-in-Germany" durch die Herstellungsprozesse berechtigt ist, kann es in seltenen Fällen auf Grund der nicht eindeutigen Rechtslage zu widersprüchlichen Ergebnissen kommen. Problematisch ist der Widerspruch insbesondere, wenn ein Ursprungszeugnis im Ausland verlangt wird. Bei Abweichungen zwischen dem Ursprungsland im Ursprungszeugnis und in der Warenmarkierung kann der ausländische Zoll die Ware beschlagnahmen. Diese Überlegung sollte in die Entscheidung über die Warenmarkierung einfließen. In diesen Fällen empfehlen wir, mit der IHK Kontakt aufzunehmen.

Eine Dokumentation der Gründe, die zu der Entscheidung für die Kennzeichnung "Made-in-Germany" geführt haben, ist dabei sinnvoll und dürfte bei einer nachvollziehbaren und vernünftigen Begründung eine Möglichkeit sein eine Irreführung auszuschließen.

Eine endgültige Beurteilung, was irreführend ist, kann nur durch eine gerichtliche Entscheidung erfolgen und hier demnach nicht verbindlich und abschließend geklärt werden. Es gibt folglich keine Instanz, die im Voraus über den Ursprung befindet.

Einige Unternehmen nutzen die Möglichkeit ihr Produkt mit einer Qualitätsbezeichnung wie beispielsweise „Made by ...“ oder „Made for ...“ in Verbindung mit ihrem Firmennamen zu kennzeichnen. Eine solche Kennzeichnung kann zwar für das Unternehmen eine positive Kaufentscheidung beim Verbraucher bewirken, jedoch kann eine vom Export oder Import vorgeschriebene Kennzeichnung „Made-in-Germany“ durch diese nicht ersetzt werden.

Neben den schon im Zusammenhang mit dem UWG erläuterten Rechtsfolgen könnten sich für ein Unternehmen, das im geschäftlichen Verkehr mit einer fehlerhaften Kennzeichnung arbeitet, darüber hinaus u.a. die folgenden rechtlichen Konsequenzen ergeben:

- Das Unternehmen kann in Deutschland auf Unterlassung in Anspruch genommen werden gemäß § 128 MarkenG iVm § 8 III UWG
- Gemäß § 128 II MarkenG kann das Unternehmen bei vorsätzlicher oder fahrlässiger Zuwiderhandlung auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden.
- Bei der Einfuhr, Ausfuhr oder Durchfuhr von Produkten mit fehlerhafter Kennzeichnung die Beschlagnahme der Produkte zum Zweck der Beseitigung der

widerrechtlichen Kennzeichnung gemäß § 151 MarkenG bzw. dem Madrider Abkommen

Klagebefugt sind auch hier die in § 8 III UWG aufgeführten Berechtigten. Dazu zählen insbesondere auch die Industrie- und Handelskammern und die Verbraucherverbände.

Markierungsbeispiele und Einschätzung der Markierung

Beispiel:

Ein deutsches Unternehmen Fa. Müller GmbH mit Sitz in München hat in Indien ein produzierendes Tochter-Unternehmen (Müller Ltd.).

Welche Ursprungsmarkierungen sind für die in Indien hergestellten Produkte möglich:

Markierungsbeispiel:	Einschätzung:	Kommentierung:
Müller	Richtig	-
Müller, München	Falsch	Es könnte der falsche Eindruck erweckt werden, die Ware würde in München, zumindest aber irgendwo in Deutschland produziert.
Ein Erzeugnis der Müller-Gruppe, Sitz München	Fraglich, wahrscheinlich eher falsch	
Ein Erzeugnis der Müller-Gruppe, München	Falsch	
Ein Erzeugnis der Müller-Gruppe Deutschland	Falsch	
Müller, München, Made in India	Richtig	-
Ein Erzeugnis der Müller-Gruppe Worldwide	Richtig	Wird jedoch vom Importland ausdrücklich eine "Made in..." - Angabe verlangt, reichen diese Kennzeichnungen nicht aus.
Designed by Müller, München	Richtig	
Vertrieb Müller, München	Richtig	
Made by Müller	Richtig	

Die deutschen Zollstellen sehen in den oben genannten Markierungen „falsch“ für sich alleine noch keinen Anlass zu einer Beschlagnahme. Wenn aber die oben genannten Markierungen erwarten lassen, dass die beteiligten Verkehrskreise aus der Kennzeichnung auf einen unzutreffenden Ursprung schließen, also mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit über den wahren Ursprung irren werden, dann muss beschlagnahmt werden.