



„MADE IN...“ – WIE VERLÄSSLICH SIND HERKUNFTSANGABEN?

Die richtige Angabe von Herkunftshinweisen hat in den letzten Jahren in der europäischen Gesetzgebung und Rechtsprechung erheblich an Bedeutung gewonnen. Geografische Herkunftsangaben bezeichnen u.a. den Ursprungs- oder Herstellungsort eines Produktes, den Ort des Unternehmenssitzes oder den Ort, an dem eine Dienstleistung erbracht wird. Nach Auffassung des EuGH liegt auch dann eine beschreibende Angabe einer geografischen Herkunft vor, wenn die angesprochenen Verkehrskreise mit der Angabe eine besondere Wertschätzung oder positive Vorstellung verbinden wie z.B. bei dem Modelabel „Chiemsee“.

Diese Angaben müssen wahrheitsgemäß sein und dürfen die Verbraucher nicht irreführen. Champagner muss aus der Champagne kommen, anderenfalls darf nur mit der Herstellungsart „Methode champenoise“ geworben werden. Grundsätzlich sollen daher Krakauer Würstchen in Krakau hergestellt werden und Waren mit dem Label „Made in Germany“ in Deutschland produziert worden sein.

Nach EU-Recht können Herkunftsangaben für Lebensmittel und landwirtschaftliche Erzeugnisse durch zwei Siegel für „geschützte Ursprungsbezeichnungen“ (blau-gelbes Siegel) und „geschützte geografische Angaben“ (rot-gelbes Siegel) besonders deklariert werden. Bei dem Siegel für geschützte Ursprungsbezeichnungen muss z.B. das Fleisch für Parmaschinken nur in Parma verarbeitet worden sein. Bei

dem strengeren Siegel für die „geschützte Ursprungsbezeichnung“ wird hingegen garantiert, dass alle Produktionsschritte in einem bestimmten Gebiet erfolgt sind.

Darüber hinaus existieren verschiedene Abkommen über geografische Herkunftsangaben zwischen einigen europäischen Staaten, die sicherstellen sollen, dass Verstöße in den Vertragsstaaten direkt verfolgt werden können. Bereits 1961 ist das deutsch-französische Abkommen in Kraft getreten. In den folgenden Jahren sind ähnliche Abkommen mit Italien, Griechenland, der Schweiz und Spanien verabschiedet worden. Das deutsch-österreichische Abkommen ist verhandelt, aber noch nicht in Kraft getreten.

„MADE IN AUSTRIA“

Die österreichische Rechtsprechung hatte sich in der Vergangenheit sowohl aus wettbewerbsrechtlicher als auch aus straf- und markenrechtlicher Sicht mit „Herkunftsbezeichnungen“ zu beschäftigen. Im März dieses Jahres kam es beispielsweise bei einem österreichischen Unternehmen zu Hausdurchsuchungen weil der Verdacht nahe lag, dass in China hergestellte FFP2-Schutzmasken umetikettiert und als "Made in Austria" verkauft worden wären.

Die Angabe des Herstellungslandes bzw. des Herstellungsortes ist in Österreich rechtlich nicht zwingend erforderlich. Die österreichi-



sche Rechtsordnung enthält für die Verwendung von Herkunftsbezeichnungen wie "Made in Austria" keine konkreten Regeln. Denkbar ist allerdings ein Verstoß gegen das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), was u. a. zu Unterlassungs- und Schadenersatzansprüchen führen kann. Handelt der Irreführende mit Vorsatz, kann das auch strafrechtlich relevant sein.

Aus den vorliegenden Judikaten lässt sich ableiten, dass nicht nur bei der Verwendung von ausdrücklichen Herkunftsangaben (wie bspw. „Made in“) besondere Vorsicht geboten ist. Eine unrichtige Vorstellung kann auch durch die Verwendung von fremden Sprachen, Landesfarben oder -flaggen hervorgerufen werden. Für die Zulässigkeit der Kennzeichnung von Produkten als "Made in Austria" ist der Grad der Verarbeitungstiefe in Österreich entscheidend. Demnach sind einfache Verpackungsvorgänge oder das Anbringen von Etiketten allein nicht geeignet, ein Produkt als "Made in Austria" zu bezeichnen. Enthält ein Erzeugnis die Angabe „Made in Austria“, können Marktteilnehmer daher davon ausgehen, dass dieses tatsächlich in Österreich hergestellt wurde.

Bei den markenrechtlichen Sachverhalten haben die Gerichte zumeist zu beurteilen, ob ein Zeichen als geographische Angabe verstanden werden kann und daher von der Registrierung als Marke ausgeschlossen ist. Dies wird vom Höchstgericht dann bejaht, wenn die geographische Angabe den beteiligten Verkehrskreisen bekannt ist und im Geschäftsverkehr als Herkunftsangabe aufgefasst werden kann, weil die beteiligten Verkehrskreise einen Zusammenhang zwischen dem Ort bzw. dem Gebiet und dem bezeichneten Produkt herstellen und nahelegend annehmen, dass das Produkt in enger Verbindung dazu steht. Folglich ist eine Orts- bzw. Gebietsbezeichnung vom Markenschutz dann ausgeschlossen, wenn die beteiligten Verkehrskreise darin etwa einen Hinweis auf einen möglichen Herstellungsort der Waren oder auf den Herkunftsort der Rohstoffe der Waren erblicken können.

Mit der Begründung, der Wortbestandteil „KITZ“ erwecke bei den angesprochenen Verkehrskreisen (Tourismusbranche, Fachhandel) die Vorstellung, dass die Waren (insbes. Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen, etc.) mit der Region/Stadt Kitzbühel in Zusammenhang zu bringen seien, wurde bspw. auch die Eintragung der Wortmarken „kitzCappis“ und „kitzBeanies“ sowie „KITZ“ abgelehnt (OLG Wien, 33R73/20b).

„MADE IN CHINA“

In China schützt die geographische Herkunftsbezeichnung (Geographical Indication, GI) Produkte, die aus einem bestimmten Gebiet stammen, mit einem geographischen Namen benannt werden und deren Qualität, Ansehen oder andere Eigenschaften von den natürlichen und menschlichen Faktoren des Herkunftsortes abhängen. Sie umfassen Produkte, die aus dieser Region stammen und die in dieser Region nach spezifischen Techniken sowie mit Rohstoffen erzeugt und verarbeitet werden, die ganz oder teilweise aus diesem Gebiet stammen. Außerdem kann die geographische Herkunftsbezeichnung als Kollektiv- oder Zertifizierungsmarke eingetragen werden, z.B. der Name der Region, auf die die geographische Marke hinweist, oder andere sichtbare Zeichen, die das Produkt als aus der genannten Region stammend identifizieren können.

Am 01.03.2021 trat ein bilaterales Abkommen zum Schutz der geographischen Angaben (GI) zwischen der Europäischen Union (EU) und China in Kraft. Das Abkommen dient der Kennzeichnung von Produkten zur Identifizierung der geographischen Herkunft eines Produktes und markiert eine wichtige Art von geistigem Eigentumsrecht. Gemäß dem Abkommen wurden mit dem Unterzeichnungstag von Seiten der EU und Chinas jeweils 100 geschützte Herkunftsbezeichnungen in die Liste für Spirituosen, Tee, Lebensmittel und landwirtschaftliche Produkte aufgenommen.



„MADE IN FRANCE“

"Made in France", "Fabrication française", "Fabriqué en France" etc. erleben ein erneutes Interesse von Produzenten und Herstellern im Wettlauf um die Unterscheidung ihrer Produkte von denen der Konkurrenz.

In Frankreich gibt es keine gesetzliche oder behördliche Verpflichtung, die Herkunft von Produkten zu kennzeichnen, mit Ausnahme einiger weniger Produkte wie landwirtschaftliche Erzeugnisse und Lebensmittel. Bei allen anderen Erzeugnissen ist die Ursprungskennzeichnung daher optional und freiwillig. Sie erfolgt unter der alleinigen Verantwortung des Herstellers oder Importeurs.

Bei Non-Food-Produkten werden die Unternehmen aufgefordert, sich auf die europäischen Verordnungen über den nichtpräferenziellen Zollursprung zu beziehen, um die "Nationalität" des betreffenden Produkts zu bestimmen. Wenn mehrere Länder an der Herstellung beteiligt sind, hat das Erzeugnis seinen Ursprung in jenem Land, in dem die letzte wesentliche (1), wirtschaftlich gerechtfertigte (2) Umwandlung, die zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder einer wesentlichen Herstellungsstufe (3) entspricht.

Die Kontrollen werden von der Wirtschaftsverwaltung (DGCCRF) und der Zollverwaltung (DGDDI) durchgeführt.

Neben strafrechtlichen Sanktionen kann die irrtümliche Verwendung eines Begriffs wie "Made in France" schwerwiegende zivilrechtliche Folgen haben, wenn ein Wettbewerber auf dieser Grundlage eine Klage wegen unlauteren Wettbewerbs einreicht.

In der Tat hat der Kassationsgerichtshof im vergangenen Jahr zum ersten Mal zugegeben, dass der durch eine irreführende Praxis verursachten Schaden dadurch ausgeglichen werden kann, dass nicht der entgangene Gewinn oder die Ver-

luste des benachteiligten Wettbewerbers, sondern die Einsparungen des unlauteren Wettbewerbers berücksichtigt werden (Cass. com. 12 fév. 2020, n°17-31614).

Beispielsweise warf eine französische Kristallfabrik einem Konkurrenten vor, in seinen Katalogen Kristallprodukte als „Made in France“ anzupreisen, obwohl diese teilweise in China hergestellt wurden. Verurteilt wegen unlauteren Wettbewerbs durch irreführende Geschäftspraktiken wurde der besagte Wettbewerber zur Zahlung einer Entschädigung verurteilt, die unter Berücksichtigung des unzulässigen Wettbewerbsvorteils und der zu Unrecht erzielten Einsparungen (in Bezug auf seine Personalkosten) berechnet wurde. Der Kassationsgerichtshof billigt die Argumentation der ersten Richter, die von der traditionellen Analyse in Angelegenheiten des unlauteren Wettbewerbs abweicht. Diese besteht darin, den ersetzbaren Schaden anhand des entgangenen Gewinns, des Verkaufsrückgangs, des Umsatzrückgangs, des Auftragsrückgangs, des Margenverlusts, des Wertverlusts usw. zu bewerten.

„MADE IN GERMANY“

Der Schutz von geografischen Herkunftsangaben nach nationalem deutschem Recht ist seit dem 1. Januar 1995 in das Markenrecht (§§ 126 ff. MarkenG) integriert und auf alle Arten geografischer Herkunftsangaben anwendbar. Die geografischen Herkunftsangaben werden neben den Marken und den geschäftlichen Bezeichnungen unter den Oberbegriff des Kennzeichens gefasst. Dennoch handelt es sich nicht um ein Individualrecht wie das Recht an einer eingetragenen Marke, sondern ist grundsätzlich als wettbewerbsrechtlicher Schutz ausgestaltet. Die wettbewerbsrechtlichen Ansprüche finden ergänzend Anwendung (§§ 3, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1, Abs. 2 UWG). Die Definition der geografischen Herkunftsangabe entspricht im Wesentlichen der in Europa verwandten. Entscheidend ist, dass die angesprochenen Verbraucher nicht durch die Angabe irreführt werden.



Nicht vom Schutz geografischer Herkunftsangaben erfasst werden die sogenannten Gattungsbezeichnungen. Als Gattungsbezeichnung gilt der Name eines Erzeugnisses, der sich zwar auf den Herstellungsort oder die Gegend bezieht, der jedoch aktuell nur noch als Beschaffenheitsangabe für das Erzeugnis verstanden wird. Seit 1990 wird daher die Bezeichnung "Pilsener" bzw. "Pils" als reine Gattungsbezeichnung angesehen. Auch bei der Schwarzwälder Kirschtorte wird aktuell nur noch darum gestritten, ob diese einen bestimmten Gehalt an Kirschwasser enthält.

Besonderheiten gelten darüber hinaus noch im Lebensmittelrecht und im Arzneimittelrecht.

Im Fall von unrichtigen oder irreführenden Angaben können sowohl Konkurrenzunternehmen als auch Wettbewerbszentralen und befugte Abmahnvereine Unterlassungs-, Auskunft- und Schadenersatzansprüche geltend machen.

Die deutschen Gerichte legen einen strengen Beurteilungsmaßstab an. Der Slogan „Made in Germany“ darf nach der Rechtsprechung nur verwendet werden, wenn das Produkt durch ein deutsches Unternehmen in der Bundesrepublik Deutschland hergestellt worden ist. Zwar muss es nicht vom Entwurf bis hin zur finalen Fertigstellung in Deutschland produziert worden 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 (vgl. OLG Hamm, Az.: Az.: I-4 U 95/12, OLG Düsseldorf hat mit Urteil vom 05.04.2011, Az.: I-20 U. 110/10).

Die strenge Rechtsprechungspraxis hat der BGH im Jahr 2016 mit seiner Entscheidung „Himalaya-Salz“ bestätigt. Danach darf ein Anbieter nicht mit der Aussage „Salz aus der Region Himalaya“ werben, wenn das Salz tatsächlich aus der 200 Kilometer entfernten pakistanischen Provinz Punjab stammt. Seither wird das

im Einzelhandel angebotene Salz in der Regel mit dem Zusatz „aus Pakistan“ betitelt.

Im Dezember 2019 hat der BGH entschieden, dass die die Bezeichnung „Culatello di Parma“ eine unzulässige Anspielung auf die geschützte Ursprungsbezeichnung „Prosciutto di Parma“ darstellt und daher als geografische Herkunftsangabe in dieser Form nicht benutzt werden darf, sofern der Herstellungsort nicht Parma ist. Auch der im Jahr 2011 unternommene Versuch, durch die Gründung einer Stadt mit dem Namen „Parma“ in China die gesetzlichen Vorgaben zu umgehen, würde nach deutschem Recht scheitern, sofern der in China produzierte „Parmaschinken“ nicht die gleiche Qualität aufweist (§ 127 Abs. 2 MarkenG).

Ein weiterer spannender Fall stammt aus München. Hier hat die Wettbewerbszentrale gegen ein auf der Reeperbahn in Hamburg ansässiges Unternehmen, das Dosenbier vertreibt, Unterlassungsklage wegen der Verwendung des Bierlabels „REEPER B.“ erhoben. Auf dem Label waren zusätzlich in kleiner Schrift die werblichen Begriffe „HAMBURG“ und „ST. PAULI“ als Hinweis auf den Vertriebsort auf der Reeperbahn und das dort vorherrschende Lebensgefühl aufgeführt. Auf der Rückseite der Dose ist allerdings prominent der Hinweis auf den Brauort in Mönchengladbach abgedruckt. Nach Ansicht der Klägerin werde der Eindruck erweckt, dass das Bier aus Hamburg stamme bzw. der Brauort auf der Reeperbahn liege, obwohl es tatsächlich in Mönchengladbach gebraut und abgefüllt werde. Streitig sind u.a. die Fragen, ob der Hinweis auf den Brauort ausreicht, ob bei der heutigen Craftbierkultur noch von einer Hamburger Brautradition gesprochen werden kann und wie die Bezeichnung „REEPER B.“ von den Verbrauchern verstanden wird. Die Verlegung des Herstellungsortes war in den letzten Jahren auch Gegenstand von Verfahren gegen die Brauereien Warsteiner und Oettinger.



Im Verfahren ist versehentlich bekannt geworden, dass die Beschwerdeführerin der viertgrößte Bierkonzern mit Hauptsitz in Dänemark ist. Besonders brisant ist, dass die Beschwerdeführerin selbst auch Biere wie „Brooklyn Lager“ und „Lüneburger Pilsener“ vertreibt bzw. vertrieben hat, obwohl diese Biere in ihrer Brauerei in Lübz gebraut und abgefüllt werden. Des Weiteren wirbt sie für ihr ASTRA-Dosenbier mit dem Slogan „Mit Liebe gebraut im Herzen Hamburgs“, obwohl die Dosenanlage an der Stadtgrenze zu Niedersachsen liegt. Der Wettbewerbszentrale wird daher die rechtsmißbräuchliche Bevorzugung ihres Mitgliedsunternehmens – des international agierenden Bierkonzerns – vorgeworfen, der selbst mit „unclean hands“ agiert.

„MADE IN HUNGARY“

Für die ungarische Wirtschaft sind v.a. Landwirtschaft und Lebensmittelindustrie von besonderer Bedeutung. International anerkannte Bezeichnungen wie Szegeder Paprika, Tokajer Wein oder Erlauer Stierblut prägen nicht nur das Image des Herkunftslandes, sondern erhalten auch die Qualitätsanforderungen der Produkte aufrecht. Sie bieten auch einen erheblichen Mehrwert durch Schutz in Form von kollektiven Rechten.

Einen Schutz im Sinne einer geographischen Herkunftsangabe können die im Handel verwendeten Angaben des geographischen Ursprungs des Produkts in Form von Zeichen und Beschriftungen bieten.

In Ungarn besteht der Schutz der geografischen Angaben aus drei Systemen, die nebeneinander existieren und sich ergänzen bzw. auch ausschließen können:

1. nationaler Schutz
2. gemeinschaftlicher Schutz und
3. internationaler Schutz.

Die Rechtsprechung in Ungarn basiert in erster Linie auf EU-Entscheidungen, daher liegt diesbezüglich nur eine geringe Anzahl ungarischer Gerichtsentscheidungen vor.

Im Gerichtsbeschluss Nr. 2004.480 wurde festgestellt, dass die Verwendung einer Ursprungsbezeichnung jedem zusteht, der in einem bestimmten geographischen Gebiet eine gastgewerbliche Dienstleistung anbietet, für deren Bezeichnung die geographische Herkunftsangabe verwendet wird.

Bei der Verwendung eines geografischen Namens muss jedoch berücksichtigt werden, dass bei bestimmten Wortkombinationen aufgrund der Verwechslungsgefahr die berechtigten Interessen anderer Wettbewerber beeinträchtigt werden können und somit den Anforderungen der Geschäftsintegrität zuwiderlaufen.

„MADE IN POLAND“

In Polen gibt es nur einige wenige Entscheidungen im Hinblick auf Herkunftsbezeichnungen. Dies ergibt sich daraus, dass die Europäische Kommission insgesamt 44 Produktangaben aus Polen entweder als Ursprungsbezeichnungen (10), geographische Herkunftsangaben (24) oder garantiert traditionelle Spezialitäten (10) registriert hat. Den Angaben des polnischen Patentenamtes ist zu entnehmen, dass 2019 nur eine einzige geographische Herkunftsangabe zur Eintragung angemeldet wurde.

Eine umfangreichere Rechtsprechung existiert zum Thema der Eintragungsfähigkeit einer Marke mit Herkunftsbezeichnung. Hersteller versuchen zunehmend Herkunftsbezeichnungen als Marke anzumelden. In der Vergangenheit war eine Markeneintragung der Herkunftsangabe jedoch wesentlich liberaler. Eine Wende brachte die Entscheidung des EuGH in der Rechtssache „Windsurfing Chiemsee“. Seither ist es wesentlich schwieriger eine solche Eintragung in Polen durchzuführen. Die Streitigkeiten



betreffend der Eintragungsfähigkeit von Herkunftsbezeichnungen als Marken beziehen sich in der Regel auf:

- die Aspekte der primären Unterscheidungskraft bzw. der sekundären Unterscheidungskraft der Marke;
- die Zustimmung der zuständigen Behörde zur Verwendung der Bezeichnung (beispielsweise zur Benutzung der Namen oder Symbole der jeweiligen Stadt oder Region);
- die Feststellung der Voraussetzungen für die Eintragung einer Bezeichnung mit Herkunftsangaben als eine Marke.

In einer interessanten Entscheidung des Woiwodschaft-Verwaltungsgerichts Warschau (Az. VI SA/Wa 333/05) beispielsweise hat das Gericht die Entscheidung des Patentenamtes zur Ablehnung des Antrags auf die Eintragung einer Marke mit der Bezeichnung „kaschubisch“ [Kaszubski] aufrechterhalten. Nach Auffassung des Gerichts ist die Bezeichnung „kaschubisch“ im gewöhnlichen Geschäftsverkehr nicht ausreichend unterscheidungsfähig und gilt nur als eine Information, wo die betroffenen Waren hergestellt werden. Darüber hinaus bezieht sich die Bezeichnung „kaschubisch“ auf eine große Region im Norden Polens, und die Eintragung einer Marke mit dieser Bezeichnung zugunsten eines Unternehmens würde die Tätigkeit anderer lokaler Unternehmen benachteiligen, die diese Bezeichnung damit nicht benutzen könnten.

„MADE IN ROMANIA“

In Rumänien ist zum Thema Herkunftsbezeichnungen zunächst einmal die entsprechende Bezeichnung betreffend Agrarerzeugnisse und Lebensmittel zu beachten. In Übereinstimmung mit den rumänischen und europäischen Regelungen sowie der Rechtsprechung, muss dem Verbraucher eine klar und eindeutig formulierte Auskunft über die Herkunft des Erzeugnisses gegeben werden. Nach der geltenden Rechtsprechung ist dabei auf einen durchschnittlich informierten, angemessen aufmerksamen und

verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen.

Unter Herkunfts- bzw. Ursprungsbezeichnung ist der Name einer Gegend, eines bestimmten Ortes oder in Ausnahmefällen eines Landes zu verstehen, der zur Bezeichnung eines Agrarerzeugnisses oder eines Lebensmittels dient,

- dass aus dieser Gegend, diesem bestimmten Ort oder diesem bestimmten Land stammt und
- das seine Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich den geografischen Verhältnissen einschließlich der natürlichen und menschlichen Einflüsse verdankt und
- das in dem abgegrenzten geografischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt wurde.

Die in Rumänien zuständige Behörde für die Zuteilung und Prüfung der Dokumentation für die Eintragung und den Erhalt des Schutzes für eine Herkunfts- bzw. Ursprungsbezeichnung oder der geografischen Angaben für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel ist das Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung. Eingetragene Namen im oben genannten Sinne werden geschützt gegen:

- jede widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung, selbst wenn der tatsächliche Ursprung des Erzeugnisses angegeben ist oder wenn der geschützte Name in Übersetzung oder zusammen mit Ausdrücken wie ‚Art‘, ‚Typ‘, ‚Verfahren‘, ‚Fasson‘, ‚Nachahmung‘ oder dergleichen verwendet wird;
- alle sonstigen falschen oder irreführenden Angaben, die sich auf Herkunft, Ursprung, Natur oder wesentliche Eigenschaften der Erzeugnisse beziehen und auf der Aufmachung oder der äußeren Verpackung, in der Werbung oder in Unterlagen zu den betreffenden Erzeugnissen erscheinen, sowie die Verwendung von Behältnissen, die geeignet



sind, einen falschen Eindruck hinsichtlich des Ursprungs zu erwecken.

Unabhängig zu den obigen Ausführungen betreffend Agrarerzeugnisse und Lebensmittel ist zu beachten, dass in Rumänien alle vertriebenen Produkte, Angaben betreffend dem Hersteller, d.h., Name, vollständige Adresse also auch Herkunft, sowie gegebenenfalls die entsprechenden Angaben des Distributors/Importeurs haben müssen.

Ferner sind in Rumänien die allgemeinen zollrechtlichen Bestimmungen bezüglich der Feststellung des Ursprungs bzw. der Herkunft von produzierten Gütern zu beachten.

Der Vertrieb von Produkten die Herkunftsbezeichnungen oder geografische Angaben enthalten, die nicht mit dem tatsächlichen Herkunftsort übereinstimmen und damit geeignet sind, den Konsumenten zu täuschen, wird mit einer Bußgeld- oder Freiheitsstrafe von bis zu drei Jahren bestraft.

„MADE IN SPAIN“

Gegenwärtig wird in Spanien der Schutz von Herkunftsbezeichnungen (DOP) und geschützten geografischen Angaben (IGP) durch das EU-Recht gewährt, namentlich durch verschiedene Verordnungen, je nach Art des Produkts, auf das sich die Herkunftsbezeichnung oder geografische Angabe bezieht.

Auf nationaler Ebene finden sich Regelungen bezüglich DOP und IGP hauptsächlich in der regionalen Gesetzgebung, da die Zuständigkeit bei den Autonomen Gemeinschaften liegt, es sei denn, die DOP oder IGP haben einen breiteren territorialen Geltungsbereich. In diesem Fall ist ein nationales Gesetz anwendbar.

Unlauterer Wettbewerb als ergänzender Schutzmechanismus

Die europäische Gesetzgebung bestimmt den Anwendungsbereich des Schutzes der DOP,

legt aber keine spezifischen Verfahrensmechanismen fest und überlässt damit den nationalen Gesetzgebern einen Spielraum.

In Spanien wird dieser Schutz nach der Rechtsprechung durch die Gesetzgebung zum unlauteren Wettbewerb gewährleistet, die in diesem Bereich eine ergänzende Rolle spielt. Es ist daher möglich, dass ein und dasselbe Verhalten einen Verstoß gegen den in der europäischen Verordnung gewährten Schutz geschützter Herkunftsbezeichnungen darstellt und gleichzeitig einen der im Gesetz über den unlauteren Wettbewerb (LCD) typisierten Wettbewerbsverstöße umfasst.

Begriff der „Anspielung“

Einschlägige Urteile sind in Spanien auch zum Begriff der „Anspielung“ ergangen. Hierunter versteht die europäische Rechtsprechung eine Fallgestaltung, in der „der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendeten Ausdruck einen Teil einer geschützten Bezeichnung [...] einschließt, so dass der Verbraucher durch den Namen des Erzeugnisses veranlasst wird, gedanklich einen Bezug zu der Ware herzustellen, die die Bezeichnung trägt“

Nach spanischer Rechtsprechung liegt eine „Anspielung“ vor, wenn die Definition der europäischen Verordnungen erfüllt ist, selbst wenn, die Etikettierung auf dem Produkt den Ursprung und die Art des tatsächlichen Produkts angibt. Ebenso kann eine „Anspielung“ durch die Verwendung von Bildzeichen erfolgen, die den Verbraucher an den mit der DOP verbundenen geografischen Ort erinnern.

Ein Beispiel hierfür ist der Fall des „Manchego-Käses“ und betrifft einen 2019 beigelegten Streit zwischen der Kontrollbehörde und einem Unternehmen, das Käse mit Etiketten vermarktete, auf denen ein Ritter, der Don Quijote ähnelte, und die Bezeichnung „Quesos Rocinante“ zu sehen waren. Diese Elemente sind mit der Region La Mancha und mit dem Roman Don



Quijote de La Mancha verbunden. Diese Käsesorten fallen jedoch nicht unter die DOP „Queso Manchego“. Der Oberste Spanische Gerichtshof legte dem EuGH eine Frage zur Vorabentscheidung vor, der entschied, dass die Verwendung von Zeichen, die an ein mit einer DOP verbundenes geografisches Gebiet erinnern, eine „Anspielung“ auf diese DOP darstellen kann. Das Unternehmen wurde daher verurteilt, die Verwendung dieser Elemente einzustellen.

„MADE IN TURKEY“

Die türkische Rechtsprechung beschäftigt sich hauptsächlich in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht mit Herkunftsbezeichnungen. Gemäß § 19 türkisches Zollgesetz gilt, dass für eine Sache, die in mehr als einem Land hergestellt wird, ein Land dann als Herkunftsland bezeichnet werden darf, wenn in diesem Land eine neue Sache hergestellt wurde oder ein wesentlicher Produktionsprozess in diesem Land erfolgt ist, der in wirtschaftlicher Hinsicht als letzter notwendiger Arbeitsprozess in eigens dafür vorgesehenen Betrieben ausgeführt wurde. In den vorliegenden höchstrichterlichen Urteilen geht es hauptsächlich um die Frage, ob die Angaben über die Herkunftsbezeichnung von Produkten vorgetäuscht wurden, um Zollgebühren und Steuern zu vermeiden.

Die türkischen Gerichte nehmen bei der Beurteilung darüber, ob ein wesentlicher Produktionsprozess in dem deklarierten Herkunftsland tatsächlich stattgefunden hat, eine Täuschung über das Herkunftsland dann an, wenn lediglich 10% der Bestandteile der Sache aus dem deklarierten Herkunftsland stammen und 90% aus einem anderen Land importiert wurden, es sich bei den 10% um Verpackungsmaterialien und Schrauben etc. handelt und alle anderen Bestandteile lediglich in dem deklarierten Herkunftsland montiert wurden.

Eine Täuschung über das Herkunftsland wird auch dann angenommen, wenn in dem deklarierten Herkunftsland lediglich Qualitätskontrollen, Etikettierung und Verpackung der Sache durchgeführt wurden und sich der Fabrikpreis der Sache so zusammensetzt, dass mehr als 80% des Fabrikpreises aus den Einkaufskosten für Bestandteile aus einem anderen Land besteht.

KONTAKT

China:

Marcel Brinkmann

Marcel.Brinkmann@schindhelm.com

Deutschland:

Viola Rust-Sorge

Viola.Rust-Sorge@schindhelm.com

Frankreich:

Maurice Hartmann

Maurice.Hartmann@schindhelm.com

Österreich:

Elisabeth Forstner

E.Forstner@scwp.com

Rupert Kreuml

R.Kreuml@scwp.com

Polen:

Anna Materla

Anna.Materla@sdzlegal.pl

Rumänien:

Helge Schirkonyer

Helge.Schirkonyer@schindhelm.com

Spanien:

Axel Roth

A.Roth@schindhelm.com

Carla Moyano

C.Moyano@schindhelm.com

Türkei:

Senem Güclüer

Senem.Gucluer@schindhelm.com

Ungarn:

Beatrix Fakó

B.Fako@scwp.hu

Herausgeber, Medieninhaber, Redaktion:

Schindhelm Rechtsanwaltskanzlei mbH | 49078 Osnabrück, Lotter Straße 43 | Tel: +49 541 3245-0 | osnabrueck@schindhelm.com | Handelsregister: Amtsgericht Osnabrück HRB 18976
Schindhelm Rechtsanwaltskanzlei mbH | 30159 Hannover, Aegidientorplatz 2 B | Tel: +49 511 53460-0 | hannover@schindhelm.com | Handelsregister: Amtsgericht Hannover HRB 207312
Schmidt Rogge Thoma Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB | 40479 Düsseldorf, Jägerhofstraße 29 | duesseldorf@schindhelm.com | Handelsregister: Amtsgericht Essen PR 2367
Die drei Gesellschaften sind Mitglied der SCWP Schindhelm Services SE, Allianz europäischer Wirtschaftskanzleien. Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr und können im Einzelfall die individuelle Beratung nicht ersetzen. Die Haftung der Autoren oder der Herausgeberin ist ausgeschlossen.