



STELLUNGNAHME DES MARKENVERBANDES ZUM

ENTWURF EINES GESETZES ZUR DURCHFÜHRUNG DER REFORM UND ERWEITERUNG DES SCHUTZES GEOGRAPHISCHER ANGABE

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Bill. Euro und rund 5,2 Mio. Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 300 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen aus vielfältigen Branchen – von Automobil, Finanzen, Nahrungs- und Genussmittel über Pharma und Telekommunikation bis hin zu Gebrauchsgütern. Zu den Mitgliedern zählen Unternehmen aller Größenordnungen, vom Mittelstand bis zu internationalen Konzernen, wie ABUS, Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Dr. Oetker, Falke, Kärcher, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Rotkäppchen-Mumm, Schamel Meerrettich, August Storck, WMF, Alpenhain Käsespezialitäten, Bell Deutschland, Carl Kühne, Paulaner Brauerei, Halberstädter Würstchen- und Konservenfabrik, Krombacher Brauerei, Wüsthof und viele andere renommierte Firmen.

Der Markenverband ist registrierter Interessenvertreter bei der EU-Kommission (Nr. 2157421414-31) und beim Deutschen Bundestag (Nr. R000805).

Allgemein

Der Markenverband begrüßt die Ausweitung des Schutzes geographischer Herkunftsangaben. Der Schutz und die Durchsetzung der Rechte geistigen Eigentums sind seit jeher das Kernanliegen des Markenverbandes. Denn geistiges Eigentum und dessen Schutz ist eine wesentliche Triebfeder für Innovationen durch Unternehmen. Gerade in Europa hängt die Wettbewerbsfähigkeit wesentlich von der Kreativität und dem Erfindungsreichtum der Unternehmen ab. Im Kontext der Globalisierung und Digitalisierung haben die Rechte an geistigem Eigentum stark an Bedeutung gewonnen und gehören zu den wichtigsten Ressourcen vieler Unternehmen. Geistiges Eigentum ist damit das Kapital unserer wissensbasierten und zukunftsorientierten Gesellschaft. Zudem werden die Positionen im Gefüge der führenden Industrienationen zukünftig neu verteilt. Nicht zuletzt hat sich China mit seiner "Made in China 2025" Strategie klar zur Förderung und zum Schutz von Rechten am geistigen Eigentum bekannt. Auch um künftig im Wettbewerb mit Ländern wie China bestehen zu können, muss auch Europa den Schutz geistiger Eigentumsrechte vorantreiben.

Die Ausweitung des Schutzes über die bislang geschützten Produkte aus den Produktgruppen der landwirtschaftlichen Erzeugnisse hinaus und die Ausdehnung auf handwerkliche sowie industrielle Erzeugnisse wird daher ausdrücklich begrüßt. Auch die damit einhergehende EU-weite Harmonisierung und die Ablösung der bislang sehr unterschiedlichen Regelungen der einzelnen Länder ist sehr positiv zu bewerten, wird hierdurch doch die Produktion und der Handel europäischer Erzeugnisse erheblich unterstützt.

Doch nicht nur aus wirtschaftlicher Perspektive, auch aus Gründen des Verbraucherschutzes, ist die Ausweitung des Schutzes ein wichtiger Schritt. Immer mehr Verbraucher achten auf die Wertigkeit der Produkte, die sie konsumieren und sind zudem gewillt, für regionale Produkte mit Qualitätsmerkmalen und garantierter Herkunft mehr zu zahlen. Auch im Ausland genießen viele Produkte aus Europa einen guten Ruf. Und gerade in Zeiten großer ausländischer Handelsplattformen wie **Temu** und **Shein**, die in Europa auf den Markt dringen, ist die Durchsetzung von Vorschriften zu stärken, die sicherstellen, dass Produkte den vereinbarten Standards entsprechen und die Verbraucher vor Irreführung und Gefahren durch mangelnde Produktsicherheit geschützt werden.

Zu den Regelungen im Einzelnen:

I. Zuständige Behörde:

Für die nationale Phase und für die Anträge in Bezug auf die internationale Registrierung bereits eingetragener geographischer Angaben müssen die Mitgliedstaaten nach der zugrundeliegenden Verordnung jeweils eine zuständige Behörde festlegen und benennen. Nach dem "Entwurf eines Gesetzes zur Durchführung der Reform und Erweiterung des Schutzes geografischer Angaben" wird diese Aufgabe dem Deutschen Patent und Markenamt (DPMA) übertragen. Dies ist aus Sicht des Markenverbandes zu unterstützen, wird hier doch die Expertise gebündelt und die bereits bestehende Infrastruktur effektiv genutzt. Wichtig wird aber hier sein, dass der veranschlagte Stellenaufbau beim DPMA in der Praxis auch erfolgt. Der Entwurf sieht Personalkosten beim Deutschen Patent- und Markenamt in Höhe von 125.000 Euro / Jahr ab dem Jahr 2026 vor. Diese Summe scheint eher niedrig angesetzt zu sein. Es sollte im Vorfeld dringend geklärt werden, ob die erwartete Anzahl der Anträge zügig und fundiert mit der für diese Aufgabe aufzustockenden Personaldicke bearbeitet werden kann. In der Vergangenheit wurde beispielsweise im Rahmen der Neueinfügung des § 26 a PatentG eine höhere Anzahl von Stellen vorgesehen, als diese bislang etabliert worden sind. Als Folge können die durch § 26 a PatentG dem DPMA neu übertragenen Aufgaben nicht in dem wünschenswerten Umfang ausgeübt werden. Diese mangelnde Personalaufstockung darf sich an dieser Stelle nicht wiederholen. Andernfalls stünde die effektive und effiziente Bearbeitung in Frage.

II. Verfahren

Die Mitgliedstaaten sollen die genauen Verfahrensmodalitäten der nationalen Phase festlegen, für ein effizientes, vorhersehbares sowie zügiges Verwaltungsverfahren sorgen und Informationen über dieses Verfahren öffentlich zugänglich machen. Grundsätzlich ist die parallele Ausgestaltung des Verfahrens der Eintragung und des Schutzes geographischer Herkunftsangaben für handwerkliche und industrielle Erzeugnisse zu dem Verfahren für landwirtschaftlicher Erzeugnisse zu begrüßen, da hierdurch ein einheitliches System geschaffen wird.

Nach § 135 des Entwurfes allerdings sollen Wettbewerber von der Klagebefugnis ausgeschlossen werden. Klagebefugt sein sollen vielmehr Erzeugervereinigungen. Dies ist für die Vielzahl der Fälle sicherlich auch angemessen. Es sind aber durchaus Fälle denkbar, in denen eine Klage durch einen Wettbewerber sinnvoll sein kann. Wünschenswert wäre hier demnach zumindest eine Klarstellung, dass eine Klagebefugnis der Wettbewerber nach den allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Ansprüchen erhalten bleibt.

III. Sanktionen

Die Mitgliedstaaten müssen wirksame, verhältnismäßige sowie abschreckende Sanktionen bei Verstößen gegen die Verordnung einführen und für einen effektiven Schutz geographischer Angaben gegen Verletzungshandlungen sorgen. Das "Gesetz zur Durchführung der Reform und Erweiterung des Schutzes geographischer Angaben" sieht vor, dass die bislang geltenden Straftatbestände (§ 144 MarkenG) nurmehr als Bußgeld Tatbestände in § 145 MarkenG integriert werden. In der Gesetzesbegründung wird dies unter anderem damit begründet, dass bislang nach der bisherigen Rechtslage keine Strafverfahren eingeleitet worden seien. Dies rechtfertigt die Herabsetzung der Sanktion.

Vor dem Hintergrund, dass bislang keine Strafverfahren nach der bisherigen Rechtslage eingeleitet worden sind, stehen einer Herabsetzung der Sanktion aus Sicht des Markenverbandes keine grundlegenden Bedenken entgegen. Allerdings sollte hinsichtlich der Höhe des Bußgeldes sichergestellt werden, dass die Höhe des Bußgeldes wirksam, verhältnismäßig und abschreckend wirkt. Daher sollten die hier vorgesehenen Leitplanken des Bußgeldes geprüft werden. Aus Sicht des Markenverbandes könnte zu überlegen sein, ob eine Orientierung an den Regelungen des Digital Services Act vorzuziehen wäre.

IV. Unterbindung der illegalen Verwendung

Die zugrundeliegende Verordnung verpflichtet die Behörden, administrative und gerichtliche Maßnahmen zu ergreifen, um die unrechtmäßige Verwendung von geografischen Angaben nicht nur offline, sondern auch online zu verhindern oder zu unterbinden. Das Umsetzungsgesetz betraut hier den bei der Bundesnetzagentur durch das Digitale-Dienste Gesetz geschaffenen Digital Services Coordinator (DSC) mit den entsprechenden Kontrollaufgaben. Dem ist aus Sicht des Markenverbandes zuzustimmen, da hierdurch sinnvoll die Kompetenz für die Überwachung von rechtswidrigen Online-Angeboten insgesamt bei der durch das Digitale Dienste Gesetz neu geschaffenen Position des Digital Services Coordinator zusammengefasst wird.

V. Stärkung der Rolle von Erzeugervereinigungen

Um die Rolle der Erzeugervereinigungen zu stärken, haben die Mitgliedstaaten die Möglichkeit, Erzeugervereinigungen als sog. "anerkannte Erzeugervereinigungen" mit ausschließlichen Rechten zu benennen, die im Namen aller Erzeuger des mit einer geografischen Angabe versehenen Produkts ausgeübt werden können. Von dieser Möglichkeit macht das Umsetzungsgesetz Gebrauch. Dies begrüßt der Markenverband, wird hier doch wieder ein Schritt zur Stärkung der Rechte der Inhaber umgesetzt. Darüber hinaus werden den Erzeugervereinigungen mehr Befugnisse und Verantwortlichkeiten übertragen, insbesondere bei der Verwaltung ihrer geografischen Angaben. Dazu gehört auch die Befugnis, ihre Mitglieder in Netzwerken zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums zu vertreten.

VI. Vereinfachtes Eintragungsverfahren

Das Eintragungsverfahren für geografische Angaben wird vereinfacht und eine feste Frist von sechs Monaten für die Prüfung neuer geografischer Angaben festgelegt. Eine solche feste Frist – die allerfings auch die maximale Dauer festlegt und durchaus unterschritten werden kann – ist zu begrüßen, gibt dies doch in einem zeitlich abschätzbaren Rahmen Rechtssicherheit.

VII. Überführung der bisher registrierten Angaben "Solingen" und "Glashütte"

Nach Artikel 70 der Verordnung (EU) 2023/2411 endet bis zum 2. Dezember 2026 der nationale spezifische Schutz geografischer Angaben für handwerkliche und industrielle Erzeugnisse. Die Mitgliedstaaten können die Europäische Kommission und das EUIPO über nach nationalem Recht geschützte geografische Angaben unterrichten, die dann vom EUIPO oder der Europäischen Kommission geprüft und in das Unionsregister eingetragen werden. Erfolgt eine solche Unterrichtung, können die Mitgliedstaaten den Schutz bis zu dieser Eintragung aufrechterhalten. Die Gültigkeit der Rechtsverordnungen für den Schutz von "Solingen" und "Glashütte" enden nach der Verordnung bis zum 2. Dezember 2026 sofern zu diesem Zeitpunkt das EUIPO diese geographischen Angaben eingetragen bzw. über die Eintragung abschließend entschieden hat. In diesem Bereich würden damit geographische Angaben im Interesse eines unionsweit einheitlichen Schutzes der Rechte des geistigen Eigentums nur noch nach der VO (EU) 2023/2411 und nicht mehr kraft Benutzung geschützt. Der Gesetzesentwurf begründet dies mit Art 70 der VO (EU) 2023/2411.

Art. 70 Abs. 1 der VO (EU) 2023/4711 lautet:

"Bis zum 2. Dezember 2026 endet der nationale spezifische Schutz geografischer Angaben für handwerkliche und industrielle Erzeugnisse und gelten anhängige Anträge als nicht eingereicht, außer es wird ein Antrag gemäß Absatz 2 gestellt."

Art. 70 Abs. 2 bis 4 VO (EU) 2023/4711 betreffen allerdings Anträge zum Schutze von Herkunftsbezeichnungen, **die bereits gestellt sind**. Diese Formulierung bezieht sich auf den Schutz von Bezeichnungen, die unter die VO (EU) 2023/4711 fallen oder fallen sollen und nicht z.B. auf einfache Herkunftsbezeichnungen. Ein Wegfall des Schutzes kraft Benutzung ergibt sich damit nicht zwingend aus Art. 70 VO (EU) 2023/4711. Auch verstieße eine solche Auslegung gegen nationales Recht, wie dieses bisher vom EuGH ausgelegt worden ist. So hat der EuGH die Verordnungen zum Schutz geografischer Bezeichnungen nur im Hinblick auf **qualifizierte** geografische Bezeichnungen für abschließend gehalten mit der Folge, dass nationales Recht verdrängt würde. Im Bereich **einfacher** geografischer Bezeichnungen soll selbstverständlich nationaler Schutz möglich sein (EuGH GRUR Int 1993, 76, 78 -Exportur; EuGH GRUR Int 2004, 131 American Bud; EuGH GRUR 2001, 64 – Warsteiner als Bestätigung des BGH). Das könnte auch gelten bei bekannten Bezeichnungen oder auch, wenn zwischen Qualität und Herkunftsangabe gar kein Zusammenhang besteht. Hier würde nach dem vorliegenden Entwurf der Schutz verkürzt. Das hätte beispielsweise zur Konsequenz, dass künftig über die Herkunft von Produkten irreführt werden dürfte, ohne dass dies nach § 127 MarkenG angegriffen werden könnte. Dies sollte dringend überdacht werden.

Berlin, den 12.09.2024
gez. Dr. Julia Hentsch

Dr. Julia Hentsch
Syndikusrechtsanwältin
Leiterin Rechts- und Verbraucherpolitik
Markenverband e.V.
Unter den Linden 42, 10117 Berlin
Telefon: +49-30-206168-40
E-Mail: j.hentsch@markenverband.de
Internet: www.markenverband.de