

Geografische Angaben

Geografische Angaben weisen grundsätzlich auf den Herkunfts-ort (Ursprung) einer Ware oder Leistung hin. In manchen Fällen ist die geografische Angabe nur Kennzeichnung einer bestimmten Produkt- oder Leistungsgattung in Bezug auf Beschaffenheit, Güte und Qualität.

1. Schutznormen¹

Die geografische Angabe genießt umfassenden gesetzlichen Schutz über die Bestimmungen des UWG (§§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 1) und des MarkenG (§§ 126 ff²).

Geografische Herkunftsangaben sind als Freihaltebedürftige Kennzeichnungen auf die Herkunft/Ursprung einer Ware oder Leistung von der Eintragung als Marke ausgeschlossen³ (§ 8 Abs. 2 Nr. 2).

Als Kennzeichen im Sinne des § 26 Abs. 1 MarkenG besteht indes Schutz nach §§ 126, 128 MarkenG, wenn die Angabe im geschäftlichen Verkehr *zur Kennzeichnung* der geografischen Herkunft einer Ware oder Leistung *benutzt* wird (vgl. § 13 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG).

Wird die Angabe lediglich als allgemeiner Herkunftshinweis verstanden oder liegt lediglich eine fiktive Herkunftsangabe vor, kommt das UWG mit seinem Irreführungsschutz zur Anwendung. Dies auch, wenn der Verkehr mit der geografischen Angabe eine vermeintlich allgemeine Wertschätzung verknüpft, die geeignet ist,

¹ Büscher, „Neuere Entwicklungen der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs zu den geografischen Herkunftsangaben“, GRUR Int. 2005, 801-809; Ullmann, Der Schutz der Angabe zur geografischen Herkunft – wohin? – Die geografische Herkunftsangabe im Wettbewerbsrecht und im Markenrecht -, GRUR 1999, 666 m.w.N.; Goebel: „Schutz geografischer Herkunftsangaben nach dem neuen Markenrecht – Die Regelungen für das Verfahren vor dem Deutschen Patentamt unter besonderer Berücksichtigung der Verordnung (EWG Nr. 2081/92)“, GRUR 1995, 98 ff; Knaak, „Der Schutz geografischer Herkunftsangaben im neuen Markengesetz“, GRUR 1995, 103 ff

² Gewerbliches und kommerzielles Eigentum i.S. des Art. 30 EG- vgl. EuGH, Urt. v. 10.11.1992 - C-3/91, Slg. 1992, I-5529 Tz 37 = GRUR Int. 1993, 76 - Exportur/Turrón; Urt. v. 5.11.2002 - C-325/00, Slg. 2002, I-9977 Tz 27 = GRUR Int. 2002, 1021 = WRP 2002, 1420 - CMA-Gütezeichen

³ HABM, Ent. v. 5.4.2005, Az.: R 1037/2004-2, „Österreichischer Quelle“, GRUR 2005, 682; EuG, Urt. v. 15.10.2003, Rs. T-295/01, „Oldenburger“, GRUR 2004, 148; BGH, Beschl. v. 17.7.2003, Az.: I ZB 10/01 „Lichtenstein“, GRUR 2003, 882 (Zukünftiges Freihaltebedürfnis für geografische Herkunftsangabe) mwN

das Interesse an der Ware aus dem bestimmten Gebiet positiv zu beeinflussen⁴.

Über die wettbewerbsrechtliche Bedeutung einer geografischen Angabe ist im Zweifel Beweis durch Umfragegutachten zu erheben⁵.

Bei Zuwiderhandlungen gegen den verbundenen Schutzzinhalt (§ 127 MarkenG), können Mitbewerber⁶ oder die nach § 8 Abs. 3 UWG legitimierten Verbände einen Unterlassungs-/Schadensersatzanspruch geltend machen (§ 128 MarkenG).

2. Definition

Unter einer geografischen Angabe sind die Namen von Orten, Gegenden, Gebieten oder Ländern sowie sonstige Angaben oder Zeichen zu verstehen, die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geografischen Herkunft von Waren oder Dienstleistungen (Ursprungsbezeichnung)⁷ benutzt werden (§ 126 Abs. 1 MarkenG).

Nicht zugänglich sind dem Schutz als geografische Herkunftsangaben solche Bezeichnungen, bei denen es sich um Gattungsbezeichnungen handelt (§ 126 Abs. 2 MarkenG).

Angaben, die (nur) auf eine betriebliche Herkunft hinweisen, sind keine schutzfähigen geografischen Herkunftsangaben (vgl. §§ 3, 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG)⁸.

Der Schutz einer geografischen Angabe knüpft an die räumliche Zuordnung der Erzeugnisse zu dem so bezeichneten Gebiet an.

⁴ Kahler, „Die kennzeichenrechtlichen Schutzmöglichkeiten geografischer Herkunftsangaben neben den §§ 12 6 ff. MarkenG“, GRUR 2003, 10-14; BGH, Urt. v. 17. 9. 1957, „Rosenheimer Gummimäntel“, GRUR 1958, 39

⁵ BGH, Urt. v. 29.4.1982, Az.: I ZR 111/80, GRUR 1982, 564 - Elsässer Nudeln m. w. H.; OLG Frankfurt a. M., WRP 1980, 335 - Verwendung deutscher Namen für Klaviere aus der CSSR; KG, WRP 1978, 720 - Berliner Pils; BVerfG, NJW 1980, 383 - Weinbergsrolle (Schutz von Lagenamen bei Weinen); BGH, Urt. v. 11.5.1983, Az.: I ZR 64/81, GRUR 1984, 467 - Das unmögliche Möbelhaus; OLG München, WRP 1984, 434 - Lübecker Marzipan.

⁶ Unmittelbar Verletzter ist auch der berechtigte Nutzer, vgl. OLG München, Urt. v. 11.3.2004, Az.: 29 U 4513/03, GRUR 2004, 512 (LS)-GRUR-RR 2004, 171 „Cambridge-Institute“ (Rev. Az.: I ZR 49/04)

⁷ Zur geschützten Ursprungsbezeichnung: EuGH, Urt. v. 25.10.2005 - C-465/02 und C-466/02, VO EWG Nr. 2081/92 Art. 2 -III-Feta, GRUR 2006, 71

⁸ BGH, Beschluss vom 15. 9. 2005 - I ZB 25/ 03 - Königsberger Marzipan, GRUR 2006, 74

Hinweis

Für die Annahme, dass eine geografische Angabe für den Kaufentschluss des Publikums ohne Bedeutung ist, müssen besondere Gründe vorgetragen werden⁹.

Angaben, die eine bestimmte Qualitätsvorstellung erwecken und in geografischen Schutzverzeichnissen¹⁰ registriert sind, genießen umfassenden Schutz nach dem UWG und dem MarkenG, wobei die Rechtsgrundlagen nach dem MarkenG denen des UWG vorgehen (Lex specialis)¹¹.

2.1. Abkommen

Zu den geografischen Schutzverzeichnissen zählt insbesondere die in § 130 MarkenG erwähnte VO(EG) Nr. 510/2006¹² sowie andere internationale Abkommen über den Schutz von Herkunftsangaben, Ursprungsbezeichnungen und anderen geografischen Bezeichnungen.¹³ Geografische Herkunftsangaben, die durch zweiseitige Herkunftsabkommen geschützt sind, können nicht als Marke eingetragen werden, ohne dass es dabei auf ein stets zu berücksichtigendes allgemeines Freihaltebedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) ankommt.

⁹ BGH, Urt. v. 29.4.1982, Az.: I ZR 111/80, GRUR 1982, 564 - Elsässer Nudeln.

¹⁰ Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 des Rates vom 14. Juli 1992 zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, (ABl. L 208 vom 24.7.1992, S. 1); Beier, Knaak „Der Schutz der geografischen Herkunftsangaben in der Europäischen Gemeinschaft -- Die neueste Entwicklung“, GRUR Int. 1993, 602 ff.; Tilmann „Grundlage und Reichweite des Schutzes geografischer Herkunftsangaben nach der VO/EWG 2081/92“; EuGH, GRUR Int. 1993, 76 „Wettbewerbsrecht und freier Warenverkehr“, wonach alle geografischen Herkunftsangaben - im Gegensatz zu einer Meinung der Europäischen Kommission - wettbewerbsrechtlichen Schutz genießen (vgl. LS 2 und 3) mit zustimmender Anmerkung von Beier, GRUR Int. 1993, 79 m. w. N.

¹¹ BGH, Urt. v. 2.7.1998, Az.: I ZR 55/96, GRUR 1999, 252, „Warsteiner II“; Harte-Bavendamm, Komm. UWG, 1. Aufl. 2004, § 5, VI., 412 ff

¹² Basis dieser VO ist die VO(EWG) Nr. 2081/92 des Rates vom 14.7.1992 zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel (Abl. EG Nr. L 208 S. 1), die durch die VO(EG) vom 31.3.2006 im Interesse der Klarheit und Transparenz aufgehoben und durch diese Verordnung ersetzt wurde.

¹³ vgl. Hagen-Meyer u. Klaus, „Kommt Parmesan-Käse aus Parma und Umgebung? Oder: das Urteil „Parmigiano Reggiano“ im Kontext der bisherigen Rechtsprechung des EuGH zum gemeinschaftsrechtlichen Schutz von Herkunftsangaben“, GRUR 2003, 1-553-561

2.2. Schutzzinhalt

Der Schutzzinhalt einer geografischen Angabe wird in § 127 MarkenG definiert, bzw. wie folgt negativ abgegrenzt:

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.

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.

3. Genießt eine geografische Herkunftsangabe einen besonderen Ruf, so darf sie 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 beeinträchtigen¹⁴.

Geografische Marken können nach § 99 MarkenG als Kollektivmarke eingetragen werden. Diese Möglichkeit berührt jedoch nicht das Erfordernis auf Prüfung der Unterscheidungskraft der Marke¹⁵.

3. Abgrenzung

3.1. Herkunft oder Beschaffenheit

Geografische Angaben (z. B. Nürnberger Lebkuchen¹⁶, Frankfurter Würstchen¹⁷, Lübecker Marzipan¹⁸, Elsässer Nudeln¹⁹, Solinger

¹⁴ vgl. BGH, Urt. v. 17.1.2002, Az.: I ZR 290/99, „Champagner bekommen, Sekt bezahlen“, GRUR 2002, 426 (Rufausbeutung durch EDV-Händlervertrag)

¹⁵ BPatG, Beschl. v. 13.5.1997, 27 W (pat) 205/95, GRUR 1998, 148, „Saint Moris/St. Moritz“; BGH, Beschl. v. 30.11.1995, Az: I ZR 32/93, GRUR 1996, 270 „MADEIRA“

Schneidwaren²⁰) werden zum bloßen Gattungsbegriff, wenn sie nicht (mehr) auf die Herkunft hinweisen, sondern vorrangig eine Qualitätsassoziation mit der Namensangabe verknüpft wird, z. B. Dresdner Stollen, der aber im Herkunftsgebiet als geografische Angabe geschützt ist²¹. Es handelt sich in solchen Fällen um (renaturierte) Beschaffenheitsangaben (Gattung), die - auch wenn sie ursprünglich eine geografische Hinweisfunktion hatten - nicht als geografische Angaben zu behandeln sind und damit auch nicht eine darauf bezogene Schutzwirkung entfalten²². Beispiel:

- Mokka
- Kopenhagener
- Pilsener
- Königsberger Marzipan
- Rügenwalder Teewurst.

3.2. Wandlung der Bezeichnungsinhalte

Beschaffenheitsangaben als „entlokalisierte“ geografische Angaben können sich wieder zu unmittelbaren geografischen Herkunftsangaben wandeln (Relokalisierung), wie dies beispielsweise – allerdings ohne das gewünschte Ergebnis zu erreichen – beim „Dresdner Stollen“ versucht worden ist.²³ Entsprechende Maßnahmen fruchteten auch nicht bei der Bezeichnung „Rügenwalder

¹⁶ RG, JW 1926, 1984.

¹⁷ KG v. 28.9.1929, MuW XXXI 48; a. A. Sonntag in GRUR 1931, 114 (118).

¹⁸ BGH, Urt. v. 6.6.1980, Az.: I ZR 97/78, GRUR 1981, 71 - Lübecker Marzipan; Anm. Mees in WRP 1984, 229 zu OLG Köln, Urt. v. 26.11.1982, WRP 1984, 224; OLG München, Urt. v. 3.5.1984, WRP 1984, 434.

¹⁹ BGH, Urt. v. 29.4.1982, Az.: I ZR 111/80, GRUR 1982, 564 - Elsässer Nudeln.

²⁰ Vgl. GRUR 1994, 433 „Schutz des Namens Solingen: Vorentwurf einer Verordnung

²¹ LG Leipzig, Urt. v. 21.12.1993, 7 O 1823/93, GRUR 1994, 379 – „Dresdner Butterstollen“

²² vgl. BGH, Urt. v. 1.4.2004, Az.: I ZR 23/02, „Gazoz“, GRUR 2004, 947 (Gespartene Verkehrsauffassung über Brauselimonade als Gattungsbegriff oder Herkunftsangabe)

²³ BGH, Urt. v. 1.2.1990, Az.: I ZR 108/88, GRUR 1990, 461 = WRP 1990, 411 - Dresdner Stollen II m.w.H.

Teewurst“, die nach wie vor als *personengebundene* Herkunftsangabe anzusehen ist²⁴.

Die Relokalisierung kann regelmäßig erst dann als abgeschlossen angesehen werden, wenn der überwiegende Teil der in Betracht kommenden Verkehrskreise die Bezeichnung wieder als Herkunftsangabe auffasst.²⁵

Eine Variante der Relokalisierung stellt die Verwendung von Zusätzen, wie z.B. „echt“ oder „original“ oder sonstiger symbolischer Zusätze (Wappen, Flaggen, Mädchen in Landestracht, typisches Tier, z. B. span. Stier, oder Schriftzeichen) dar, mit denen der geografische Charakter eines eigentlichen Gattungsbegriffes kundgetan werden soll.²⁶

3.3. Namensrecht

Stehen sich Bezeichnungen gegenüber, die zugleich Name/Marke und geografische Angabe sind, so hat der Namensschutz nach § 12 BGB, resp. der Markenschutz nach § 14 MarkenG insoweit Vorrang, als durch den namensrechtlich nicht legitimierten Gebrauch der geografischen Angabe eine rechtsverletzende Zuordnungsverwirrung begründet ist²⁷. Die Gefahr einer solchen Zuordnungsverwirrung besteht ferner bei einem Namensgebrauch, durch den der Namensträger zu bestimmten Einrichtungen, Gütern oder Erzeugnissen in Beziehung gesetzt wird, mit denen er nichts zu tun hat; hierfür genügt es schon, dass im Verkehr der falsche Eindruck entsteht, der Namensträger habe dem Benutzer ein Recht zu einer solchen Verwendung des Namens erteilt²⁸.

²⁴ BGH, Urt. v. 19.1.1995, I ZR 197/92, „Rügenwalder Teewurst II“, GRUR 1995, 354.

²⁵ BGH, Urt. v. 1.12.1988, Az.: I ZR 160/86, GRUR 1989, 440 - Dresdner Stollen I mit Anmerkung von Tilmann, GRUR 1989, Seite 443 m. w. N.

²⁶ RG, GRUR 1939, 486 (487) „Original-Bergmann“; BGH, Urt. v. 18.9.1981, Az.: I ZR 11/80, WRP 1982, 214 - Original-Maraschino.

²⁷ OLG München, Urt. v. 15.2.2007, Az.: 29 U 3166/06, „Kloster Andechs“, GRUR-RR 2007, 211; vgl. dazu: BGH, Urt. v. 21.9.2006, Az.: I ZR 201/03, „solingen.info“, GRUR 2007, 259; EuGH, Urt. v. 7.1.2004, C-100/02, „Gerosteiner/Putsch“ (Gerri-KerrySpring - Voraussetzung für Verwechslungsgefahr zwischen Wortmarke und geografischer Herkunftsangabe)

²⁸ vgl. BGH, Urt. v. 2.12.2004, Az.: I ZR 92/02, „Pro Fide Catholica“, GRUR 2005, 357; dazu auch Büscher gem. Fußnote 1), Seite 802, B I.1.b. zur irreführenden Verwendung von geografischen Herkunftsangaben in Unternehmenskennzeichen mwN.; vgl. BGH, Urt. v. 5.10.2006, Az.: I ZR 229/03, „Pietra di Soln“, GRUR Int. 2007, 342

3.4. Traditionsangaben

Der durch die Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 Art.2 Abs.2b gewährte Schutz einer geografischen Angabe knüpft an die räumliche Zuordnung der Erzeugnisse zu dem so bezeichneten Gebiet. Daher genügt eine traditionell oder firmengeschichtlich begründete Verbundenheit andernorts herstellender Betriebe nicht für eine Schutzregistrierung als geografische Angabe²⁹.

4. Pseudo-Herkunftsangaben und Fantasiebezeichnungen

Nicht als geografische Angaben zu verstehen sind so genannte Pseudo-Herkunftsangaben für solche Waren, die den 'Erfinder' würdigen, z. B. Wiener Würstchen (nach dem Schlachtermeister Wiener) oder die Kasseler Rippe (nach dem Koch Caßler) oder schlicht eine bestimmte Beschaffenheit ausdrücken, wie z. B. Ostfriesische Teemischung³⁰ oder die Wiener Bonbonmischung.

Als Fantasiebezeichnung erkennbare geografische Angaben sind keine Herkunftsbezeichnungen, so dass durch deren Verwendung auch keine Irreführung vorliegt. Beispiel: Hollywood-Schaumbad; dekorative Namen und Zeichen auf Kleidungsstücken³¹

5. EU-Recht³²

Geografische Herkunftsangaben können auf EU-Ebene seit 1996 über die Kommission gemeldet werden. Eine Schutzmöglichkeit, die sich nicht nennenswert durchgesetzt hat, da sowohl nationaler als auch internationaler Schutz von geografischen Herkunftsbezeichnungen über die bisherigen Bestimmungen gegeben ist.³³

Bei einer Kollision nationaler Regelungen (§§ 126 ff MarkenG, § 3, 5 UWG), welche die möglicherweise unlauter irreführende Verwendung einer geografischen Herkunftsangabe verbieten, bei der kein Zusammenhang zwischen den Eigenschaften des Produktes und

²⁹ BGH, Beschl. v. 15.9.2005, Az.: I ZB 25/03, „Königsberger Marzipan“, GRUR 2006, 74; vgl. dazu: BpatG, Beschl. v. 7.7.2003, 30 W 112/02, GRUR 2004, 66

³⁰ BGH, Ur. v. 15.10.1976, Az.: I ZR 23/75, GRUR 1977, 159 - Ostfriesische Teegesellschaft.

³¹ BGH, Ur. v. 30.1.1963, GRUR 1963, 482 - Hollywood-Duftschaumbad; OLG München, Ur. v. 16.6.1988, MD 1988, 1284 - New York m. w. N.

³² Goebel: „Schutz geografischer Herkunftsangaben nach dem neuen Markenrecht – Die Regelungen für das Verfahren vor dem Deutschen Patentamt unter besonderer Berücksichtigung der Verordnung (EWG Nr. 2081/92)“, GRUR 1995, 98 ff

³³ Vgl. Meyer, „Anmeldung von Herkunftsangaben nach der VO (EWG) Nr. 2081/92“, GRUR 1997, 91 ff; vgl. Heine, „Das neue gemeinschaftsrechtliche System zum Schutz geografischer Bezeichnungen“, GRUR 1993, 96 ff

seiner geografischen Herkunft besteht, und der EU-Verordnung Nr. 2081/92 vom 14.7.1992 zum *Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel*, hat nach Auffassung des EuGH die nationale Vorschrift Vorrang.³⁴

Zunehmende Akzeptanz findet der kombinierte und zertifizierte Schutz der Ursprungsangabe mit Qualitätsgarantie (Traditionelle Spezialität) über die Vergabe entsprechender EU-Siegel für Produkte mit geschützter Ursprungsbezeichnung³⁵.



Abb. 1: Das EU-Siegel für Produkte, die als *garantiert traditionelle Spezialität* ausgezeichnet werden dürfen gemäß Verordnung (EWG) Nr. 1848/93 der Europäischen Kommission, bzw. die Siegel für Ursprungs- und/oder geschützte geografische Angaben (Abb. 2 und 3), die bestimmten registrierten Produkten zugeordnet werden können und damit praktisch als Schutzmarke für verschiedene Lebensmittel³⁶ gelten:

³⁴ vgl. Sosniza, „Der Einfluss des Gemeinschaftsrechts auf das nationale Recht zum Schutz geografischer Herkunftsangaben in Deutschland“, GRUR 2007, 462-468 mit umfassenden Angaben zur Rechtsprechung und besonderer Berücksichtigung des europäischen Verbraucherleitbildes; EuGH, Urt. v. 7.11.2000, GRUR 2001, 64 „Schutz geografischer Bezeichnungen und Ursprungsbezeichnungen auf Lebensmitteln“; vgl. Obergfell, „Bayerisches Bier aus Italien? Zum Konfliktfeld von Gattungsbezeichnungen, geografischen Herkunftsangaben und prioritätsälteren Marken im europäischen Recht“, GRUR 2010, 102 – 106 mwN

³⁵ Verordnung (EG) Nummer 510/2006 des Rates vom 20. März 2006 zum Schutz von geografischen Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel (ABl. L93 vom 31. März 2006, S. 12); Verordnung (EG) Nummer 509/2006 des Rates vom 20. März 2006 über die garantiert traditionellen Spezialitäten bei Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln (ABl. L 93 vom 31. März 2006, S. 1)

³⁶ vgl. http://ec.europa.eu/agriculture/qual/de/1bbaa_de.htm



bzw.



6. Aus der Rechtsprechung

1. Die Angabe „X-Markt kommt nach Hamburg“ ist irreführend, wenn die dadurch hervorgerufene Verbrauchervorstellung nicht mehr in das durch die geografische Angabe geweckte Vorstellungsbild (objektiv festzustellen) einbezogen wird, weil der Ort der Niederlassung außerhalb des angegebenen Wirtschaftsraumes liegt.³⁷

2. Die Angabe „Berlin Verlag“ ist als geografischer Firmenzusatz irreführend, wenn die Betriebsgröße nicht den Vorstellungen des Publikums im Hinblick auf die Bedeutung, den Umfang und die besondere Stellung des Unternehmens im gesamten Gebiet entspricht.³⁸

3. „Made in Germany“: Eine wesentliche Be- und/oder Verarbeitung der Ware muss in einem dazu eingerichteten Betrieb innerhalb der Bundesrepublik erfolgen. Ein industrielles Erzeugnis darf, auch wenn einzelne Teile oder ganze Baugruppen im Ausland zugekauft werden, demnach die Bezeichnung "Made in Germany" führen, sofern die Leistungen, die für die Eigenschaften der Ware nach handelsüblicher Auffassung im Vordergrund stehen, in Deutschland erbracht worden sind³⁹.

4. Die Verwendung der Firma „Hamburger Vermögensberatung“ ist irreführend, wenn der Firma keine hervorgehobene und maßgebliche Bedeutung im Hamburger Raum als Anlageberatungsfirma zukommt.⁴⁰

³⁷ WRP 1977, 499 Hinweis auf OLG Hamburg

³⁸ KG, Urt. v. 21.10.1983, WRP 1984, 473 (474) m.w.N.

³⁹ OLG Stuttgart, Urt. v. 10.11.1995, Az: 2 U 124/95.

⁴⁰ LG Hamburg, Urt. v. 2.8.1990, MD 1991, 136 (Leitsatz).

5. Die Angabe „Warsteiner Bier“ wird als geografische und betriebliche Herkunftsbezeichnung verstanden, so dass die Bezeichnung irreführend ist, wenn das Bier in einer 40 km von Warstein entfernten Brauerei gebraut wird.⁴¹

Entsprechendes gilt auch in solchen Fällen, in denen die auswärtige Braustätte als rechtlich selbstständiges Unternehmen konzipiert ist, das mit dem Mutterunternehmen wirtschaftlich verbunden ist.⁴²

6. Die Angabe „Wartburg“ als Name eines Wahrzeichens ist eine Herkunftsbezeichnung in Bezug auf die Stadt Eisenach. Es fehlt daher der Gebäudebezeichnung „Wartburg“ die notwendige Unterscheidungskraft, um sie als geschäftliche Bezeichnung zu bewerten.⁴³

7. „Feta“ als Bezeichnung für Käse ist eine geschützte Ursprungsbezeichnung bezogen auf das Festland Griechenlands sowie den Nomos Lesbos.⁴⁴ Entgegen der Auffassung, die Bezeichnung „Feta“ werde nicht nur in Griechenland, sondern auch in anderen Ländern des Balkans und des Mittleren Ostens für Käse in Salzlake benutzt und sei eine reine Gattungsbezeichnung, bestätigte der EuGH die Eintragung als geografische Angabe, da der Begriff „Feta“ auch eine geografische Bedeutung enthalte.

Selbst wenn der Käse seit 1972 in Deutschland hergestellt wird, entfallen mehr als 85 % des Feta-Verbrauchs in der EU auf Griechenland. Außerdem betrachten die Verbraucher „Feta“ als Käse griechischen Ursprungs.

⁴¹ EuGH, Urt. v. 7.11.2000, Az.: C-312/92, GRUR 2001, 64 „Schutz geografischer Bezeichnungen und Ursprungsbezeichnungen auf Lebensmitteln“; BGH, Beschl. v. 2.7.1998, Az.: I ZR 54/96, GRUR 1999, 251 – Warsteiner I und BGH, Urt. v. 2.7.1998, Az.: I ZR 55/96, GRUR 1999, 252 – Warsteiner II; Obergfell, „Einfache geografische Herkunftsangaben im Spannungsfeld von deutschem und europäischem Recht mit einer Anmerkung zur Entscheidung EuGH vom 7. 11. 2000 - C-312/98 - Warsteiner, The European Legal Forum (D) 4-2000/01, 246 - 249

⁴²vgl. Obergfell, „Bayerisches Bier aus Italien? Zum Konfliktfeld von Gattungsbezeichnungen, geografischen Herkunftsangaben und prioritätsälteren Marken im europäischen Recht“, GRUR 2010, 102 – 106 mwN; OLG Hamburg, Urt. v. 11.2.1999, Az 3 U 12/97, GRUR 2000, 1071 „Oettinger“

⁴³ OLG Jena, Urt. v. 30.6.1999, Az: 2 U 1856/98, GRUR 2000, 435 „Wartburg“

⁴⁴ EuGH, Urt. vom 25.10.2005, C-465/02 und C-466/02, GRUR 2006, 71 „Geschützte Ursprungsbezeichnung eines Käses“ mwN (die Europäische Kommission hatte auf Ersuchen Griechenlands den Begriff im Jahre 2002 auf EU-Ebene schützen lassen. Der EuGH hatte über die Anfechtung gegen diese Eintragung zu befinden)

8. „Cambridge“ ist eine geografische Herkunftsangabe für die Dienstleistung der Durchführung von Sprachprüfungen in Englisch⁴⁵

9. Die Angabe „Champagner Bratbirne“ für einen Birnenschaumwein verletzt die geografische Herkunftsbezeichnung „Champagne“ gemäß Art. 3, 4 und 6 des Deutsch-französischen Abkommens über den Schutz von Herkunftsangaben⁴⁶.

Wie bereits zuvor schon für den Schutz der geografischen Herkunftsangabe mit besonderem Ruf nach § 127 Abs. 3 MarkenG durch den BGH bestätigt⁴⁷, ist der wettbewerbsrechtlich begründete Schutz geografischer Herkunftsangaben nicht auf die Benutzung in Form einer Marke beschränkt.

Die Angabe „Champagner“ verknüpft besondere Gütevorstellungen. Dieser Wert der Bezeichnung gebietet einen wirksamen Schutz auch gegen Beeinträchtigungen ihres Werbewertes⁴⁸. Allerdings darf die Bezeichnung „Champagner Bratbirne“ als seit mehr als 150 Jahren in Württemberg verwendeter Name für eine Birnensorte beschreibend weiter benutzt werden.

10. „Mit Spreewälder Gurken“ als Kennzeichnung für eine Kartoffelsalatsoße verstößt als indirekte kommerzielle Verwendung gegen die geschützte geografische Angabe „Spreewälder Gurken“⁴⁹. Ein Produkt, das überwiegend durch andere Bestandteile geprägt ist und bei dem die charakteristischen Besonderheiten der herkunftsgeschützten Zutat nicht erhalten bleiben, darf die geografische Angabe der Zutat nicht herausstellen⁵⁰

11. „Tocai“ als Bestandteil der Kennzeichnung für einen italienischen Wein ist seit dem 1.4.2007 nicht mehr gestattet⁵¹. Die Bezeichnung weist auf den Ursprung eines mit diesem Namen gekennzeichneten Weines aus Ungarn hin.

⁴⁵ OLG München, Urt. v. 11.3.2004, Az.: 29 U 4513/03, GRUR 2004, 512 (LS)-GRUR-RR 2004, 171 „Cambridge-Institute“ (Rev. Az.: I ZR 49/04)

⁴⁶ BGH, Urt. v. 19.5.2005, Az.: I ZR 262/02, „Champagner Bratbirne“

⁴⁷ BGH, Urt. v. 17.1.2002, Az.: I ZR 290/99, „Champagner bekommen, Sekt bezahlen“, GRUR 2002, 426, mwN

⁴⁸ vgl. BGH, Urt. v. 4.6.1987, Az.: I ZR 109/85 „Ein Champagner unter den Mineralwässern“, GRUR 1988, 453

⁴⁹ EuGH, Urt. v. 6.12.2001, C-269/99, „Spreewälder Gurken“, GRUR Int. 2002, 523

⁵⁰ LG Berlin, Beschl. v. 23.8.2005, Az.: 102 O 60/05 „mit Spreewälder Gurken“, GRUR 2005, 958 (LS)- GRUR-RR 2005, 353

⁵¹ EuGH, Urt. v. 12.5.2005, Az.: C-347/03 „Tocai“, GRUR 2006, 66

Die für den italienischen Wein verwendete Rebsorte mit dem Namensbestandteil „Tocia“ kann dagegen weiter verwendet werden (Tocia friulano, syn. Tocia italico).

Autor: Otto D. Dobbeck⁵²

⁵² Rechtsanwalt in Hamburg, ra-hamburg@t-online.de