

Messer aus "Germany"

Handelt es sich bei dem Aufdruck „Germany“ auf einem Messer um eine geografische Herkunftsangabe? Ist die Verwendung eines solchen Aufdrucks unzulässig, wenn die Messer für eine deutsche Firma in Fernost hergestellt werden? Diesen Fall hatte das Landgericht Frankfurt am Main zu entscheiden.

Eine Firma die verschiedene Messer für Angler und Jäger vertreibt, bot Messer mit dem Aufdruck „Germany“ an. Die Messer wurden jedoch nicht in Deutschland, sondern in Fernost hergestellt.

Hierin sah die Wettbewerbszentrale eine irreführende Werbung. Der Aufdruck „Germany“ ist nach Auffassung der Wettbewerbszentrale eine geografische Herkunftsangabe. Da die Messer aber nicht in Deutschland produziert würden, dürfe eine solche Angabe nicht verwendet werden.

Das messervertreibende Unternehmen sieht dies anders. Nach Auffassung des Unternehmens verstünden die Abnehmer unter dem Aufdruck „Germany“ einen deutschen Hersteller im Sinne eines in Deutschland ansässigen Unternehmens. Da die Messer in Lohnfertigung in Fernost hergestellt würden, sei das Unternehmen auch Hersteller der Messer. Bei der Angabe „Germany“ handele es sich daher um eine betriebliche Angabe und nicht um eine geografische Herkunftsangabe. Insbesondere sei mit der Bezeichnung „Germany“ auch keine Qualitätsbezeichnung im Sinne deutscher Wertarbeit verbunden.

Entscheidung des Gerichts

Die Frankfurter Richter erteilen der Auffassung des Unternehmens mit Ihrer Entscheidung ([Urteil vom 07.11.2008 – Az. 3/12 O 55/08](#)) eine Absage und verurteilten das Unternehmen auf Unterlassung.

Nach Auffassung des Gerichts handele es sich bei dem Aufdruck „Germany“ um eine geografische Herkunftsangabe. Eine geografische Herkunftsangabe liege dann vor, wenn der Name eines Landes zur Kennzeichnung von Waren im geschäftlichen Verkehr verwendet werde. Geografische Herkunftsangaben dürfen nicht verwendet werden für Waren, die nicht aus dem betreffenden Land stammen, wenn dadurch eine Irreführung über die geografische Herkunft entstehe.

Im vorliegenden Fall verstünden die angesprochenen Verkehrskreise die Angabe „Germany“ als Hinweis auf das Herkunfts- und Herstellungsland. Die vom Unternehmen vorgetragene Argumentation, es handele sich bei der Angabe „Germany“ nur um eine betriebliche Angabe konnte die Frankfurter Landrichter nicht überzeugen.

Fazit



Die Kennzeichnung mit Angaben zu Ländern und Regionen ist mit Vorsicht vorzunehmen, wenn man sich nicht Ansprüchen wegen unzulässiger Verwendung geografischer Herkunftsangaben ausgesetzt sehen will. Relevant kann dies insbesondere bei Produkten sein, die in verschiedenen Ländern hergestellt werden.