

Zusatz "Germany" irreführend bei Waren aus China

Das Oberlandesgericht Frankfurt a.M. hatte kürzlich darüber zu entscheiden, ob es sich bei Produkten, die mit dem Zusatzbegriff "Germany" versehen sind um eine wettbewerbswidrige Irreführung handelt, wenn die Produkte tatsächlich im Ausland hergestellt werden.

Die Parteien in dem Rechtsstreit sind beide auf dem Gebiet der Werkzeugherstellung tätig. Das beklagte Unternehmen bewarb die eigenen Produkte mit dem Firmenlogo. Das Logo ist als Marke eingetragen und ist mit der Angabe "Germany" versehen. Die Produkte wurden jedoch vollständig in China hergestellt.

Die Klägerin ist der Auffassung, die Werbung sei irreführend und damit wettbewerbswidrig. Die Verbraucher würden über die Herkunft der Produkte getäuscht werden.

Das beklagte Unternehmen dagegen sieht in dem Zusatz "Germany" in dem Logo lediglich einen Hinweis auf den Unternehmenssitz.

Bereits das LG Frankfurt a.M. in 1. Instanz gab der Klägerin Recht und verurteilte das beklagte Unternehmen zur Unterlassung.

Die Entscheidung des Gerichts zum Zusatz "Germany"

Die Berufung des verurteilten Unternehmens hatte keinen Erfolg.

Mit [Urteil vom 15.10.2015 - Az. 6 U 161/14](#) entschied das OLG Frankfurt a.M., dass Waren, die den Zusatz "Germany" tragen, in Deutschland hergestellt worden sein müssen. Ansonsten liege eine Irreführung vor, denn Verbraucher würden in dem plakativen Zusatz "Germany" einen Hinweis darauf sehen, dass die Produkte in Deutschland hergestellt wurden.

Anders wäre es lediglich dann, wenn der angesprochene Verkehr das Zeichen nicht als Marke, sondern als Unternehmenskennzeichen auffasse. Hier sprach jedoch der im Logo fehlende Rechtsformzusatz des Unternehmens - GmbH & Co. KG - und das ®-Symbol für eine registrierte Marke.

Ferner werde die Irreführung auch nicht dadurch ausgeschlossen, dass das beklagte Unternehmen auf den in Deutschland hergestellten Produkten die Bezeichnung "Made in Germany" verwendet. Denn es könne nicht angenommen werden, dass jedem Interessenten die gesamte Produktpalette des Unternehmens geläufig ist und er deshalb die notwendige Schlussfolgerung zieht, wenn er auf ein Produkt ohne diese Angabe stößt.

Fazit



Selbst eine eingetragene Marke verleiht ihrem Inhaber kein Recht für jede denkbare Verwendungsart. Bei geographischen Bezeichnungen auf einem Produkt, die nicht der Herkunft des Produktes entsprechen, ist Vorsicht geboten. Um eine wettbewerbswidrige Irreführung zu vermeiden können klarstellende Zusätze wie z.B. "Made in China" aufgenommen werden.