

„Geographische Herkunftsangaben als Gegenstand des Gewerblichen Eigentums oder als Steuerungsinstrument von Wirtschaft und Politik?“¹

von Dr. Thomas Schulte-Beckhausen, Loschelder Rechtsanwälte, Köln

I. Einleitung

Die gestellte Frage „Geographische Herkunftsangaben als Gegenstand des Gewerblichen Eigentums oder als Steuerungsinstrument von Wirtschaft und Politik?“ erweckt den Eindruck, als ob sie in dem einen oder anderen Sinn beantwortet werden könnte. Sie legt ein Verständnis nahe, dass es sich bei dem gewerblichen Eigentum einerseits und den Steuerungsinstrumenten von Wirtschaft und Politik andererseits um ein Gegensatzpaar handelt mit der Folge, dass entweder nur die eine oder die andere Einordnung möglich ist. Das ist aber nicht der Fall. So gehören beispielsweise das Patentrecht oder das Geschmacksmusterrecht unstreitig zu den Rechten des gewerblichen Eigentums. Sie haben gleichwohl unter anderem auch die Aufgabe, einen Innovationsanreiz zu schaffen, damit die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs, insbesondere im Hinblick auf die Funktion des technischen bzw. des designerischen Fortschritts verbessert und sichergestellt wird.² Das geschieht dadurch, dass dem Berechtigten ein zeitlich begrenztes Ausschließlichkeitsrecht, also ein Monopolrecht an der von ihm geschaffenen Leistung, eingeräumt wird, aufgrund dessen er dazu in die Lage versetzt wird, über einen gewissen Zeitraum die Früchte seiner Arbeit zu ernten, bevor auch die Konkurrenten das entsprechende Leistungsergebnis nutzen dürfen.³ Die Rechte des gewerblichen Eigentums dienen daher ebenfalls dazu, das Verhalten der Wirtschaftsteilnehmer zu beeinflussen. Sie sind daher ebenfalls Steuerungsinstrumente von Wirtschaft und Politik. Ein Gegensatzpaar, wie es das gestellte Thema nahe legt, gibt es also nicht. Daher scheint das Thema doch etwas komplexer zu sein, als es sich auf den ersten Blick darstellt.

Ich möchte das gestellte Thema zum Anlass nehmen, mich mit der Frage auseinanderzusetzen, ob geographische Herkunftsangaben einen Schutz als

¹ Bei dem Beitrag handelt es sich um den überarbeiteten und um Fußnoten ergänzten Vortrag, den der Autor anlässlich der GRUR-Jahrestagung in Stuttgart am 22. Mai 2008 gehalten hat.

² Vgl. Krieger, GRUR 1979, 350, 352; Jabbusch, GRUR 1980, 761, 764; Reimer, GRUR Int. 1982, 182, 183; Kur, GRUR 1990, 1, 5; Schulte-Beckhausen, Das Verhältnis des § 1 UWG zu den gewerblichen Schutzrechten und zum Urheberrecht, 1994, S. 78 ff., S. 113 f. mit weiteren Nachweisen.

³ Jabbusch, GRUR 1980, 761, 764; Reimer, GRUR Int. 1982, 182, 183; Schulte-Beckhausen, a.a.O., S. 78 ff., S. 113 f. mit weiteren Nachweisen.

gewerbliches Eigentum erfordern, ob sie wie die anderen Rechte des gewerblichen Eigentums, insbesondere die Marken, mittlerweile einen solchen Schutz genießen oder ob sie lediglich sozusagen reflexartig aufgrund anderer Erwägungen geschützt werden zum Beispiel gegen eine irreführende Verwendung, sie daher im Sinne der angesprochenen Fragestellung nur Steuerungsinstrument der Wirtschaft und Politik sind.

Abschließend werde ich ausgehend von dieser Bestandsaufnahme noch einige Gedanken dazu vortragen, ob es rechtlich möglich und wirtschaftlich sinnvoll ist, den Schutz geographischer Herkunftsangaben auszudehnen. Dazu werde ich einen Vorschlag unterbreiten.

II. Geographische Herkunftsangaben als gewerbliches Eigentum

Zunächst zu der Frage, ob geographische Herkunftsangaben als gewerbliches Eigentum geschützt sind.

1. Begriff des gewerblichen bzw. des geistigen Eigentums

Die Beantwortung dieser Frage liegt nicht ohne weiteres klar auf der Hand, da uns der Begriff des gewerblichen bzw. des geistigen Eigentums an verschiedenen Stellen mit wohl jeweils unterschiedlichen Bedeutungen begegnet. So kennen wir den Begriff des Eigentums selbstverständlich zum einen aus dem Grundgesetz, nämlich dem Grundrecht des Eigentums gem. Art. 14 GG. Zum anderen begegnet uns der Begriff des gewerblichen Eigentums in Art. 30 EGV; danach können Einfuhr- und Ausfuhrbeschränkungen, die gegen Artt. 28, 29 EGV verstoßen, zum Schutze des gewerblichen Eigentums gerechtfertigt sein.

a) Schutz des Eigentums nach Art. 14 GG

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts schützt Art. 14 GG nicht nur die durch die Rechtsordnung anerkannten Vermögensrechte als Eigentum, damit sich der Einzelne im privaten und wirtschaftlichen Bereich frei entfalten kann,⁴ sondern darüber hinaus auch das Eigentum als Institut.⁵ Das bedeutet, dass der

⁴ Vgl. BVerfGE 40, 65, 83 f.; BVerfGE 51, 193, 218; BVerfGE 79, 292, 303 f.

⁵ Vgl. BVerfGE 24, 367, 389; BVerfGE 26, 215, 222; BVerfGE 31, 229, 239; Schulte, GRUR 1985, 772, 773; Hesse GRUR 1971, 101, 103; Maunz, GRUR 1973, 107 f.

Gesetzgeber bei der Ausgestaltung der Normen über das Eigentum an das naturrechtlich vorgegebene Eigentumsrecht gebunden ist. Er ist deshalb verpflichtet, Rechtsvorschriften zu schaffen oder bestehen zu lassen, die den notwendigen Freiheitsraum im vermögensrechtlichen Bereich sichern.⁶ Wenn durch eine persönliche Leistung schutzwürdige Werte geschaffen werden, gebietet Art. 14 GG als Institutsgarantie die Zuordnung der wirtschaftlichen Verwertungsbefugnisse an den Werkschöpfer. Von diesen Grundsätzen ausgehend hat das Bundesverfassungsgericht dem Urheberrecht einen Eigentumsschutz im Sinne der Institutsgarantie zugesprochen.⁷ Das heißt der Gesetzgeber muss dem Urheber die entsprechende Rechte von Verfassungswegen zuordnen.

Darüber hinaus soll Art. 14 GG dem Grundrechtsträger einen Freiraum im vermögensrechtlichen Bereich erhalten und dem Einzelnen damit die Entfaltung und eigenverantwortliche Lebensgestaltung ermöglichen und zwar nicht nur für seinen privaten Bereich, sondern auch für seine wirtschaftliche Betätigung.⁸ Wenn sich ein Wirtschaftsteilnehmer als Ausdruck seines Leistungswillens Vermögensrechte schafft, die ihm die Rechtsordnung zur eigenen Verfügung zuordnet, ist diese Position ebenfalls von der Eigentumsgarantie des Art. 14 GG geschützt. Art. 14 GG dient daher insoweit dazu, dem Bürger Rechtssicherheit hinsichtlich der Vermögensrechte, die durch die Rechtsordnung anerkannt sind, zu gewähren und das Vertrauen in den Bestand seiner Rechte zu schützen.⁹

Von diesen Grundsätzen ausgehend hat das Bundesverfassungsgericht noch unter Geltung des Warenzeichengesetzes in der Entscheidung „Weinbergsrolle“ den Warenzeichen den Schutz des Art. 14 GG zugebilligt.¹⁰ Das ist nicht im Sinne der Institutsgarantie geschehen, da dafür die erforderlichen Voraussetzungen nicht gegeben sind. Die Warenzeichen unterfallen aber der Eigentumsgarantie im Sinne eines Bestandsschutzes und dürfen dem Berechtigten daher nicht ersatzlos entzogen werden. Das gilt heute gleichermaßen für die eingetragenen Marken.

Im Jahr 1988 hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung „Esslinger Neckarhalde“ festgestellt,¹¹ dass sich der Schutz des Art. 14 GG auch auf den

⁶ BVerfGE 31, 229, 240 f.

⁷ Vgl. BVerfGE 31, 229, 240 f.; BVerfG, GRUR 1980, 44, 46 – Kirchenmusik.

⁸ BVerfGE 40, 65, 83 f.

⁹ Vgl. BVerfG GRUR 1979, 773, 778 – Weinbergsrolle; BVerfGE 36, 281, 290.

¹⁰ Vgl. BVerfG, GRUR 1979, 773, 778 – Weinbergsrolle.

¹¹ BVerfG, GRUR 1988, 610, 611 f. – Esslinger Neckarhalde.

Ausstattungsschutz des § 25 WZG bezieht. Es hat dabei betont, dass die mit dem Ausstattungsschutz von der Privatrechtsordnung zuerkannte Rechtsposition Ausdruck der Leistung des Ausstattungsberechtigten im Wettbewerb ist und ihm und seinen Rechtsnachfolgern für die Zukunft den Ertrag dieser Leistung sichern soll. Das rechtfertigt den Schutz des Art. 14 GG zugunsten der Ausstattung. Das muss heute gleichermaßen für die Marken kraft Verkehrsgeltung im Sinne des § 4 Nr. 2 MarkenG gelten.

Im Hinblick auf geographische Herkunftsangaben hat das Bundesverfassungsgericht in der bereits genannten Entscheidung „Weinbergsrolle“ im Jahre 1979 jedoch entschieden, dass diese nicht dem Schutz des Art. 14 GG zugänglich sind.¹² Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil zwar ausdrücklich betont, dass die Verwendung geographischer Herkunftsangaben ein Mittel sei, den Wettbewerb zu beeinflussen und sie daher im Wirtschaftsleben von großer Bedeutung seien. Das genüge jedoch nicht für die Einordnung als Eigentum im Sinne des Art. 14. Entscheidend sei, dass die geographischen Herkunftsangaben nur auf wettbewerbsrechtlicher Grundlage gegen Irreführung des Verkehrs geschützt werden. Schutzgut sei insoweit nur die Lauterkeit des Verkehrs vor Irreführung. Aus dem Verbot, im geschäftlichen Verkehr falsche Herkunftsangaben zu benutzen, folge lediglich mittelbar und nur als Rechtsreflex der Schutz der Herkunftsangabe selbst. Das genüge nicht, um die Herkunftsangabe in den Schutzbereich des Art. 14 GG einzubeziehen.

Auf die Frage, ob im Hinblick auf den veränderten Schutz von geographischen Herkunftsangaben, zum einen durch die Verordnung Nr. 2081/92 bzw. Nr. 510/06, zum anderen die Einbeziehung des Schutzes geographischer Herkunftsangaben in das Markengesetz, diese Grundsätze des Bundesverfassungsgerichts nach wie vor gelten, werde ich später zurückkommen.

b) Gewerbliches Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV

Im Rahmen des Art. 30 EGV geht es um die Frage, ob geographische Herkunftsangaben zum gewerblichen Eigentum zu rechnen sind und daher als Rechtfertigung von Einfuhr- oder Ausfuhrbeschränkungen herangezogen werden können.

¹² BVerfG, GRUR 1979, 773, 777 – Weinbergsrolle.

Der EuGH hatte sich mit dieser Frage in seiner Entscheidung „Turron“ aus dem Jahre 1992 zu befassen.¹³ Im konkreten Fall ging es um den Schutz einer geographischen Herkunftsangabe, bei der sich nicht nachweisen ließ, dass die Eigenschaften der so bezeichneten Produkte auf das Herkunftsgebiet zurückführen sind. Die Kommission hatte in dem Verfahren die Auffassung vertreten, dass eine geographische Bezeichnung nur dann als gewerbliches Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV anzusehen sei, wenn das durch die geschützte Bezeichnung gekennzeichnete Erzeugnis Qualitäten und Merkmale besitze, die dem geographischen Ort seiner Herkunft zu verdanken und geeignet seien, es zu individualisieren. Es dürften also nur Ursprungsbezeichnungen, nicht aber auch einfache geographische Herkunftsangaben dem gewerblichen Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV zugeordnet werden.

Der EuGH hat dieser Auffassung der Kommission – glücklicherweise – eine klare Absage erteilt. Zur Begründung hat er darauf verwiesen, dass diese Auffassung im Ergebnis solchen geographische Bezeichnungen jeden Schutz nehmen würde, die für Erzeugnisse verwendet werden, bei denen sich nicht zeigen lässt, dass sie ihrem Herkunftsgebiet besondere geschmackliche Eigenschaften verdanken, und die nicht gemäß behördlichen Qualitäts- und Fabrikationsnormen hergestellt sind, also den Bezeichnungen, die gemeinhin Herkunftsangaben genannt werden. Der EuGH hat in der Entscheidung ausdrücklich betont, dass diese Herkunftsangaben sich bei den Verbrauchern ebenfalls einer hohen Wertschätzung erfreuen können und für die Erzeuger, die in den jeweiligen Orten ansässig sind, ein wesentliches Mittel zur Schaffung und Erhaltung eines Kundenstamms darstellen. Daher bedürften sie des Schutzes.¹⁴ Das gilt jedoch nur unter einer Einschränkung, die ohne weiteres nachvollziehbar ist. Die in Rede stehende Bezeichnung darf nicht in ihrem Ursprungsland zu einer Gattungsbezeichnung geworden sein.¹⁵

Dem ist nichts hinzuzufügen, sondern nur noch einmal herauszustreichen, dass somit nicht nur die Ursprungsbezeichnungen, sondern auch die einfachen geographischen Herkunftsangaben als gewerbliches Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV einzuordnen sind.

¹³ EuGH, GRUR Int. 1993, 76 ff. – Turron.

¹⁴ EuGH, GRUR Int. 1993, 76, 78 – Turron.

¹⁵ EuGH, GRUR Int. 1993, 76, 79 – Turron.

2. Bestehende Schutzrechtssituation für geographische Herkunftsangaben

Im Folgenden werde ich mich mit der Frage auseinandersetzen, wie sich der Schutz der geographischen Herkunftsangaben nach der derzeit geltenden Rechtslage in Deutschland darstellt. Ich werde mich insoweit nicht mit allen in Betracht kommenden Vorschriften befassen, sondern mich auf die drei in der Praxis wichtigsten Bereiche beschränken. Das ist der Schutz nach der VO 510/06, der Schutz nach den bilateralen Abkommen sowie der Schutz nach den Bestimmungen der §§ 126 ff. MarkenG.

Dabei will ich nicht im Einzelnen die vielfältigen Fragen und Probleme ansprechen, die sich bei der Anwendung der einschlägigen Vorschriften ergeben. Es geht mir nur darum, die grundsätzlichen Strukturen in den einzelnen Schutzmechanismen zu verdeutlichen, um auf dieser Grundlage die Frage zu klären, ob geographische Herkunftsangaben, wie eine Marke, Gegenstand des gewerblichen Eigentums sind oder ob es beim Schutz der geographischen Herkunftsangaben nur darum geht, eine Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise zu verhindern, insofern daher nur ein reflexartiger Schutz erreicht wird, der sich dann im Sinne der Eingangsfrage als Steuerungsinstrument von Wirtschaft und Politik darstellt.

a) VO 510/06

Durch die Verordnung 510/06 werden geographische Herkunftsangaben geschützt, wenn sie in ein bei der Kommission geführtes Register eingetragen sind. Ein Schutz kommt aber zum einen nur für Herkunftsangaben in Bezug auf bestimmte Produkte in Betracht, nämlich für Lebensmittel und Agrarerzeugnisse. Zum anderen muss ein Zusammenhang zwischen der Ware und der geografischen Herkunft gegeben sein. Einfache geographische Herkunftsangaben können daher nach dieser Verordnung nicht geschützt werden.

Zugunsten der registrierten Bezeichnungen wird ein umfassender Schutz gewährt. Gem. Art. 13 VO sind diese gegen jede Verwendung für nicht eingetragene Waren, sofern sie mit den eingetragenen Waren vergleichbar sind, sowie gegen jede Verwendung geschützt, die das Ansehen der registrierten Bezeichnung ausnutzt. Ein Schutz besteht auch gegen jede widerrechtliche Aneignung, Nachahmung oder Anspielung, selbst wenn der wahre Ursprung der Erzeugnisse angegeben ist. Das

bedeutet, dass dieser Schutz deutlich über einen Irreführungsschutz hinausgeht.¹⁶ Insbesondere ist auch die Verwendung sogenannter entlokalisierender Zusätze, eine wesentliche Achillesferse jeder geographischen Herkunftsangabe, ausdrücklich verboten.¹⁷

Zu betonen ist, dass es im Jahre 1992 nicht das Ziel des Verordnungsgebers war, die geographischen Herkunftsangaben als gewerbliches Schutzrecht zu regeln. Vielmehr ging es ihm darum, agrarwirtschaftliche Ziele umzusetzen.¹⁸ Das hatte damals heftige Kritik ausgelöst, da insbesondere die Kreise, die in besonderer Weise an dem Schutz geographischer Herkunftsangaben interessiert waren, befürchteten, dass der Schutz der geographischen Herkunftsangaben von der Kommission deutlich eingeschränkt werden sollte und zwar insbesondere in Bezug auf die einfachen geographischen Herkunftsangaben. Die Kritik ging sogar soweit, dass die Verordnung 2081/92 als Missgeburt bezeichnet wurde.¹⁹ Ob die Befürchtungen seinerzeit zu Recht bestanden, kann heute dahin stehen. Der EuGH hatte insbesondere durch seine Turrón-Entscheidung²⁰ klar gestellt, dass er diese Auffassung nicht teilt, und damit die Tür für einen weitergehenden Schutz zugunsten der geographischen Herkunftsangaben wohl entgegen den Vorstellungen der Kommission weit aufgestoßen.

Für die rechtliche Einordnung des Charakters des Schutzes von geographischen Herkunftsangaben auf der Grundlage der VO 510/06 kommt es nicht maßgeblich darauf an, welche Ziele mit dem Erlass der Verordnung erreicht werden sollten. Entscheidend ist vielmehr, wie der Schutz ausgestaltet ist. Der Schutz geht deutlich über einen Irreführungsschutz hinaus. Es wird nicht nur ein reflexartiger Schutz gewährt, der abhängig von einer Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise ist. Vielmehr werden die registrierten Bezeichnungen für sich genommen geschützt. Sie wirken daher wie Ausschließlichkeitsrechte zugunsten der Berechtigten. Die registrierten geographischen Herkunftsangaben unterfallen daher dem Bestandsschutz des Art. 14 GG, und zwar vergleichbar, wie es das Bundesverfassungsgericht für Warenzeichen bejaht hat.²¹

¹⁶ Vgl. dazu Loschelder/Loschelder, Geographische Angaben und Ursprungsbezeichnungen, 2. Auflage 2002, S. 16 ff.; Omsels, Geografische Herkunftsangaben, 2007, Rz. 126 ff.

¹⁷ EuGH, GRUR Int. 1999, 443 – Gorgonzola/Cambozola; Omsels aaO., Rz. 167.

¹⁸ Vgl. Erwägungsgründe zur VO 2081/92.

¹⁹ Vgl. Beier, GRUR Int. 1993, 79 ff.

²⁰ EuGH, GRUR Int. 1993, 76 ff. – Turrón.

²¹ BVerfG, GRUR 1979, 773, 778 – Weinbergsrolle.

Dieser Annahme steht nicht entgegen, dass in der Regel nicht nur eine Person, sondern mehrere Personen berechtigt sind, eine eingetragene Herkunftsbezeichnung zu verwenden. Denn der Ausschließlichkeitscharakter eines subjektiven Kennzeichenrechts verlangt nicht die Zuordnung lediglich zu einem einzelnen Rechtsträger.²² Vielmehr kommen durchaus im Hinblick auf eine solche Rechtsposition auch mehrere Nutzungsberechtigte in Betracht, wie die Kollektivmarke zeigt.

Schließlich ergibt sich auch nichts anderes daraus, dass nicht nur die Nutzungsberechtigten im Fall von Verletzungen der geschützten Bezeichnungen Ansprüche auf der Grundlage der VO 510/06 geltend machen können, sondern gem. § 135 Abs. 1 MarkenG auch Mitbewerber sowie Verbände im Sinne des § 8 Abs. 3 UWG. Denn die Erweiterung der Klagebefugnis ändert nichts daran, wer berechtigt ist, die in Rede stehende Bezeichnung zu verwenden. Das ist aber letztendlich maßgeblich für deren rechtliche Charakterisierung.²³

Zusammenfassend kann ist daher festzuhalten, dass die nach der VO 510/06 registrierten geographischen Herkunftsangaben der Eigentumsgarantie des Art. 14 GG im Sinne eines Bestandsschutzes unterliegen, daher den Berechtigten nicht mehr ohne weiteres entzogen werden können. Das hat zu einer Stärkung des Schutzes geographischer Herkunftsangaben geführt. Vor diesem Hintergrund halte ich es nicht für unproblematisch, dass im Jahr 2003 Mineralwässer vom Anwendungsbereich der Verordnung 510/06 ausdrücklich wieder ausgenommen worden sind, nachdem bereits für eine Vielzahl von entsprechenden Bezeichnungen bereits ein registrierter Schutz bestand.²⁴

Dass die nach der VO 510/06 geschützten geographischen Herkunftsangaben nach der Turrón-Entscheidung des EuGH²⁵ zum gewerblichen Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV gehören und daher als Rechtfertigung für Einfuhr- oder Ausfuhrbeschränkungen herangezogen werden können, bedarf nach den obigen Ausführungen keiner weiteren Erläuterung.

²² Vgl. Fezer, Markenrecht, 3. Auflage 2001, § 126 Rz. 4; Sosnitzer, MarkenR 2000, 77.

²³ Vgl. dazu Fezer, aaO., § 126 Rz. 4.

²⁴ Durch die VO Nr. 692/2003 sind Mineralwässer vom Anwendungsbereich der VO 2081/92 ausgenommen worden. Bis zum Inkrafttreten dieser Verordnung eingetragene Bezeichnungen bleiben bis zum 31.12.2013 geschützt.

²⁵ EuGH, GRUR Int. 1993, 76 ff. – Turrón

b) Bilaterale Abkommen

Deutschland hat sieben bilaterale Abkommen zum Schutz von geographischen Herkunftsangaben abgeschlossen. Die Abkommen gewähren den jeweils in den Anlagen genannten geographischen Bezeichnungen des einen Vertragsstaates Schutz auf dem Gebiet des anderen Vertragsstaates. Die in Listen erfassten Bezeichnungen sind ausschließlich den Erzeugnissen des Ursprungslandes vorbehalten. Die Bezeichnungen dürfen im Schutzstaat nur unter denselben Voraussetzungen benutzt werden wie im Herkunftsstaat. Das hat zur Folge, dass insoweit nicht das Recht des Schutzlandes, sondern das Recht des Ursprungslandes maßgeblich ist. In Deutschland werden nach diesen Abkommen daher nur die Bezeichnungen aus den anderen Vertragsstaaten geschützt.²⁶

Der auf der Grundlage der Abkommen gewährte Schutz geht sehr weit. Er erstreckt sich nicht nur auf die in den Listen genannten Bezeichnungen selbst, sondern auch auf die Verwendung von Übersetzungen, entlokalisierenden Zusätzen oder Zusätzen wie Art, Typ, Fassung, Nachahmung oder dergleichen. Die in den Listen genannten Herkunftsangaben sind gegen alle Abwandlungen geschützt, die geeignet sind, denselben Eindruck wie die Herkunftsangabe selbst zu erwecken oder deren Wert auszunutzen.²⁷

Damit geht der Schutz dieser Bezeichnungen deutlich über einen Irreführungsschutz hinaus. Die Bezeichnungen werden daher nicht nur reflexartig geschützt, sondern weil in ihnen ein Wert steckt. Demzufolge kann man auch in Bezug auf diese Bezeichnungen zu dem Ergebnis gelangen, dass sie im Sinne eines Bestandschutzes der Eigentumsgarantie des Art. 14 GG unterfallen.

Die nach den bilateralen Abkommen geschützten Bezeichnungen sind auch dann, wenn es sich nur um einfache Herkunftsangaben handelt, als gewerbliches Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV anzusehen. Das steht seit der Entscheidung Turrón des EuGH fest.²⁸ Hier sei nur noch einmal an die Einschränkung erinnert, dass dies dann nicht gilt, wenn es sich bei der in Rede stehenden Bezeichnung im Ursprungsland um eine Gattungsbezeichnung handelt.

²⁶ Vgl. Loschelder/Loschelder, aaO., S. 22; Omsels, aaO. Rz. 871 ff.

²⁷ BGH, WRP 2005, 1530, 1531 – Champagner-Bratbirne; Omsels, aaO. Rz. 875.

²⁸ EuGH, GRUR Int. 1993, 76 ff. – Turrón.

c) §§ 126 ff. MarkenG

Der deutsche Gesetzgeber hat den nationalen Schutz geographischer Herkunftsangaben bekanntlich mit Wirkung zum 1.1.1995 neu geordnet. Er hat mit den §§ 126 ff. MarkenG neue Vorschriften geschaffen, die sich ausschließlich mit dem Schutz geographischer Herkunftsangaben befassen. In § 1 MarkenG hat er die geographischen Herkunftsangaben ausdrücklich gemeinsam mit den Marken und den geschäftlichen Bezeichnungen als Kennzeichen definiert. Das hat einige dazu veranlasst, anzunehmen, die geographischen Herkunftsangaben seien aufgrund dessen nunmehr als subjektive Kennzeichenrechte geschützt, die auch vom Bestandsschutz der Eigentumsgarantie des Art. 14 GG wie Marken erfasst seien.²⁹

Diese Auffassung lässt sich auf der Grundlage des geltenden Rechts wohl kaum vertreten. Der Gesetzgeber hat in der Gesetzesbegründung ausdrücklich festgehalten, dass geographische Herkunftsangaben, wie bisher, nur dann Schutz genießen, wenn eine Irreführungsfahr besteht.³⁰ Das hat er in der Norm des § 127 Abs. 1 MarkenG so auch deutlich zum Ausdruck gebracht, indem er das Bestehen einer Irreführungsfahr ausdrücklich als Tatbestandsmerkmal festgeschrieben hat. Das bedeutet, dass auf der Grundlage der §§ 126 ff. MarkenG die geographischen Herkunftsangaben gegen Irreführung geschützt sind. Ihnen kommt daher kein unmittelbarer, sondern nur ein reflexartiger Schutz zu, der nicht dem Bestandsschutz des Eigentums gem. Art. 14 GG unterliegt.

Dabei ist zu beobachten, dass der Schutz geographischer Herkunftsangaben auf der Grundlage der §§ 126 ff. MarkenG bereits jetzt an Bedeutung verloren hat und nach meiner Einschätzung noch weiter an Bedeutung verlieren wird, wenn es nicht zu wesentlichen Änderungen kommen wird. Dafür gibt es im Wesentlichen zwei Gründe: Der erste Grund besteht darin, dass sich die Grundsätze zur Beurteilung der Irreführung in den vergangenen Jahren maßgeblich verändert haben. So lässt der Bundesgerichtshof mittlerweile bei der Beurteilung der Frage, ob eine Werbemaßnahme geeignet ist, den angesprochenen Verkehr irrezuführen, Quoten in einer Größenordnung von 10 % - 15 % nicht mehr ausreichen, sondern geht nur bei Quoten zwischen 25 und 33% von einer Irreführung aus.³¹ Diese Quoten gelten wohl

²⁹ Vgl. Fezer, aaO. § 126 Rz. 4; Helm, FS Vieregge, 335, 355; Knaak, GRUR 1995, 103, 105.

³⁰ Vgl. BT-Drucksache 12/6581, S. 116 ff.

³¹ Vgl. BGH, GRUR 2002, 550, 552 – Elternbriefe; BGH, GRUR 2004, 162, 163 – Mindestverzinsung.

auch für die §§ 126 ff. MarkenG.³² Das hat zur Folge, dass der Schutz der geographischen Herkunftsangabe schon deshalb deutlich eingeschränkt wird, da Fehlvorstellungen von ca. 10 % - 15 % der angesprochenen Verbraucher nicht mehr ausreichen, um eine Irreführungsgefahr zu begründen. Außerdem hat sich unter Geltung des europäischen Verbraucherleitbildes die Beurteilung der so genannten entlokalisierenden Zusätze deutlich gewandelt. Früher war es im Grunde genommen nur in Ausnahmefällen möglich, eine Irreführung durch geographische Herkunftsangaben im Wege entlokalisierender Zusätze auszuschließen. Heute dürfte es genau umgekehrt sein. Dabei bergen gerade die entlokalisierenden Zusätze eine besondere Gefahr für geographische Herkunftsangaben, da durch deren Verwendung die geographische Herkunftsangabe zu einer Gattungsbezeichnung werden und damit ihren Schutz insgesamt verlieren kann.³³

Der zweite Grund ergibt sich aus dem Merkmal der wettbewerbsrechtlichen Relevanz. So ist umstritten, ob der Tatbestand des § 127 Abs. 1 MarkenG nur dann erfüllt ist, wenn die Irreführung wettbewerbsliche Relevanz hat, also für die Kaufentscheidung relevant ist. Wenn man dies bejaht, so wird der Schutz gerade für einfache geographische Herkunftsangaben deutlich eingeschränkt, da die Praxis zeigt, dass bei vielen Verbrauchern eine Fehlvorstellung über die geographische Herkunft, auch wenn sie tatsächlich im relevanten Umfang gegeben ist, für die Kaufentscheidung letztendlich doch nicht von maßgeblicher Bedeutung ist.³⁴ Ich will an dieser Stelle nicht den Streit ausbreiten und darlegen, welche Auffassung zutreffend ist.³⁵ Meines Erachtens sprechen die besseren Gründe dafür, es nicht auf die wettbewerbsrechtliche Relevanz im Rahmen des § 127 MarkenG ankommen zu lassen. Insbesondere lässt sich meines Erachtens auch nichts anderes aus der Richtlinie über die unlauteren Geschäftspraktiken herleiten, auch wenn sie bei der Frage der Irreführung von Werbemaßnahmen gegenüber dem Verbraucher eine Vollharmonisierung anstrebt, daher anders als die Irreführungsrichtlinie keine strengeren Maßstäbe im nationalen Recht zulässt.³⁶ Das gilt deshalb, weil die

³² Vgl. BGH, GRUR 2002, 160, 161 – Warsteiner III; BGH, GRUR 2002, 1074, 1076 – Original Oettinger; Büscher, GRUR Int. 2005, 801, 804 f.

³³ Vgl. Sosnitza, GRUR 2007, 462, 465 f.

³⁴ Vgl. BGH, GRUR 2002, 160, 161 – Warsteiner; BGH, GRUR 2002, 1074, 1076 – Original Oettinger;

³⁵ Der BGH hat diese Frage bisher nicht abschließend geklärt; in der Entscheidung BGH, GRUR 1999, 252, 255 – Warsteiner II hat er die Relevanz nicht für erforderlich gehalten; in den Entscheidungen Warsteiner III GRUR 2002, 160, 161 und Original Oettinger GRUR 2002, 1074, 1076 hat er die Frage ausdrücklich offengelassen; gegen das Erfordernis der wettbewerbslichen Relevanz Büscher, GRUR Int. 2005, 801, 805 ff., demgegenüber dafür Sosnitza, GRUR 2007, 462, 467 ff.

³⁶ So aber Sosnitza, GRUR 2007, 462, 467 ff.

Regelungen über den Schutz von geographischen Herkunftsangaben offensichtlich nicht dazu dienen, die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken umzusetzen. Es kann aber nicht geleugnet werden, dass der EuGH durchaus, auch wenn er dem Schutz der geographischen Herkunftsangaben an sich sehr positiv gegenüber steht, zu dem Ergebnis gelangen könnte, dass die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken auch bei der Anwendung der Vorschriften über den Schutz geographischer Herkunftsangaben zu beachten ist, wenn denn dieser als Irreführungsschutz ausgestaltet ist. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass der Bundesgerichtshof die Frage bis heute nicht eindeutig geklärt, vielmehr zuletzt sogar ausdrücklich offen gelassen hat. Daher ist nicht absehbar, wie die Instanzgerichte, die vorrangig mit solchen Rechtsstreitigkeiten befasst sind, die Frage entscheiden werden. Auch daraus ergibt sich ein weiteres Gefahrenpotential für den Schutz geographischer Herkunftsangaben.

Nicht unerwähnt bleiben soll jedoch, dass der Gesetzgeber für bekannte geographische Herkunftsangaben erstmalig in § 127 Abs. 3 MarkenG einen eigenständigen Tatbestand geschaffen hat, mit dem ein Schutz erreicht wird, der über einen Irreführungsschutz hinausgeht. Mit dieser Vorschrift sollen geografische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf vor Ausbeutung geschützt werden. Es wird an den besonderen Werbewert einer geografischen Herkunftsangabe angeknüpft.³⁷ Der Schutz ist vergleichbar mit dem Schutz bekannter Marken gem. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG und dem Schutz bekannter geschäftlicher Bezeichnungen gem. § 15 Abs. 3 MarkenG. Damit wird denjenigen, die den guten Ruf der geographischen Herkunftsangabe geschaffen haben, eine besondere Rechtsposition zuerkannt, die Ausdruck ihrer Leistungen im Wettbewerb ist. Daher ist es gerechtfertigt, diese Position vergleichbar dem Ausstattungsschutz, dem Bestandsschutz der Eigentumsgarantie gem. Art. 14 GG zuzuordnen. Das hat zur Folge, dass diese einmal eingeräumte Rechtsposition den Berechtigten nicht ohne weiteres wieder entzogen werden kann. Solange die Voraussetzungen für eine bekannte geographische Herkunftsangabe gegeben sind, ist einem solchen Kennzeichen auch in der Zukunft der entsprechende Schutz zu gewähren.

³⁷ Vgl. dazu näher Omsels, aaO., Rz. 595 ff.

d) Übersicht als Zwischenergebnis:

Die Bestandsaufnahme kann man wie folgt zusammen fassen:

Es gibt mittlerweile eine ganze Reihe von geographischen Herkunftsangaben, die nicht nur gegen Irreführung geschützt sind, sondern einen weitergehenden Schutz genießen und daher auch von der Bestandsgarantie des Art. 14 GG erfasst werden. Das bedeutet, dass ihnen der derzeit gewährte Schutz aus verfassungsrechtlichen Gründen nicht ohne weiteres entzogen werden kann:

- Ursprungsbezeichnungen (g. U.) und geographische Angaben (g. g. A.) nach der VO 510/06
- ausländische geographische Herkunftsangaben, die in den bilateralen Abkommen genannt sind;
- bekannte geographische Herkunftsangaben im Sinne des § 127 Abs. 3 MarkenG

Die geographischen Bezeichnungen, die nur gegen Irreführung geschützt sind, unterliegen nicht dem sich aus Art. 14 GG ergebenden Bestandsschutz. Das bedeutet, dass der Schutz dieser geographischen Herkunftsangaben künftig weiter eingeschränkt werden kann, ohne dass dagegen verfassungsrechtliche Bedenken bestünden. Es handelt sich um:

- geographische Herkunftsangaben, die an sich die Voraussetzungen der Verordnung 510/06 erfüllen, aber nicht zu den geschützten Erzeugnissen gehören, also z. B. Bezeichnungen für industrielle Produkte
- geographische Herkunftsangaben, die an sich über die VO 510/06 geschützt werden könnten, aber nicht im Register der Kommission eingetragen sind, sei es weil sie nicht angemeldet werden sollen, sei es weil sie die Prüfung nicht bestanden haben; bei diesen stellt sich die Frage nach dem Verhältnis zwischen dem nationalen Recht und der VO 510/06.³⁸ Das möchte ich an dieser Stelle nicht näher besprechen. Ich bin der Auffassung, dass die Anwendung der nationalen Vorschriften nur in den Fällen ausgeschlossen ist,

³⁸ Nach der Rechtsprechung des EuGH steht die VO 510/06 nationalen Bestimmungen nicht entgegen, die sich mit dem Schutz einfacher geographischer Herkunftsangaben befassen, vgl. EuGH, GRUR Int 1997, 737 Rz. 39f. - Piestre; EuGH, GRUR 2001, 64 Rz. 54 - Warsteiner; EuGH, GRUR Int 2004, 131 Rz. 74 - American Bud; bezüglich der übrigen geographischen Herkunftsangaben ist das Verhältnis bisher nicht geklärt; vgl. dazu BGH, GRUR 2008, 413, 416 – Bayerisches Bier, mit ausführlichen Nachweisen zum Meinungsstand.

in denen ein Schutz besteht, die Bezeichnungen also eingetragen sind, ansonsten die nationalen Vorschriften ohne Einschränkung eingreifen können.

- einfache geographische Herkunftsangaben
- auch solche geographische Herkunftsangaben, die als deutsche Bezeichnungen in den bilateralen Abkommen genannt sind, da diese über die Abkommen nicht in Deutschland, sondern nur in den jeweiligen Vertragsstaaten geschützt sind, daher in Deutschland generell nur den Schutz der §§ 126 ff. MarkenG erfahren.

III. Vorschlag zur Änderung der Gesetzeslage

Die oben gegebene Analyse hinterlässt bei demjenigen, der sich für den Schutz geographischer Herkunftsangaben interessiert, einen zwiespältigen Eindruck. Einerseits wird er positiv vermerken, dass sich der Schutz geographischer Herkunftsangaben in den vergangenen Jahren insbesondere seit Erlass der Verordnung 2081/06 bzw. der Verordnung 510/06 für einzelne Bereiche deutlich verbessert hat. Andererseits wird er mit Sorge zur Kenntnis nehmen, dass die Gefahr besteht, dass sich der Schutz geographischer Herkunftsangaben für eine ganze Reihe von Bezeichnungen deutlich verschlechtern kann, wenn die derzeitige Gesetzeslage unverändert bestehen bleibt.

Um dieser Gefahr zu begegnen, sollte die derzeitige Gesetzeslage geändert werden. Dafür gibt es eine ganze Reihe von Gründen:

1. Gründe für Änderung der derzeitigen Gesetzeslage

Die derzeitige Gesetzeslage führt zu einer Ungleichbehandlung beim Schutz von geographischen Herkunftsangaben, für die es keine Rechtfertigung gibt:

Qualifizierte Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel und Agrarerzeugnisse können über die VO 510/06 einen nahezu idealen Schutz erreichen, der ihnen, wenn er einmal gewährt ist, auch nicht mehr entzogen werden kann. Entsprechenden Bezeichnungen für industrielle Erzeugnisse ist ein solcher Schutz bisher nicht nur verwehrt, vielmehr kann der bestehende Schutz sogar noch weiter eingeschränkt werden. Eine sachliche Rechtfertigung für die unterschiedliche Behandlung dieser geographischen Herkunftsangaben ist nicht ersichtlich. Das zeigt sich insbesondere

daran, dass es dem Verordnungsgeber bei Erlass der VO 510/06 gar nicht um den Schutz geographischer Herkunftsangaben an sich ging, sondern, wie dargelegt, andere Aspekte im Vordergrund standen.

Einfache geographische Herkunftsangaben, die auf ein Gebiet in den Vertragsstaaten der bilateralen Abkommen verweisen und in den Listen der Abkommen genannt sind, genießen in Deutschland einen weitergehenden Schutz als die entsprechenden deutschen Bezeichnungen. Auch für diese unterschiedliche Behandlung kann ich keinen sachlichen Grund erkennen.

Es sprechen auch ökonomische Gründe dafür, den Schutz von geographischen Herkunftsangaben zu verbessern. Die Verwendung von geographischen Herkunftsangaben führt regelmäßig dazu, dass sich die Qualität der mit ihnen gekennzeichneten Erzeugnisse verbessert. Das liegt zum einen im Interesse der Verbraucher. Zum anderen können diejenigen, die solche Bezeichnungen verwenden, aufgrund der gesteigerten Qualität auch höhere Einkünfte erzielen, was zu einer Stärkung ihrer wirtschaftlichen Position führt. Die große wirtschaftliche Bedeutung der geographischen Herkunftsangaben ergibt sich auch daraus, dass sie für die Erzeuger, die in den jeweiligen Orten ansässig sind, ein wesentliches Mittel zur Schaffung und Erhaltung eines Kundenstamms sind. Das haben sowohl der EuGH in seiner Entscheidung „Turron“³⁹ als auch das Bundesverfassungsgericht in seinem Urteil „Weinbergsrolle“ ausdrücklich anerkannt.⁴⁰

Deshalb sollten alle geographischen Herkunftsangaben unmittelbar geschützt werden und nicht nur einen reflexartigen Schutz gegen eine Irreführung erhalten. Das gilt insbesondere auch deshalb, da auf Seiten desjenigen, der eine geographische Herkunftsangabe für ein Erzeugnis verwendet, das nicht aus der bezeichneten Gegend oder dem bezeichneten Ort stammt, kein berechtigtes Interesse zur Verwendung der geographischen Bezeichnung zu erkennen ist. Etwas anderes gilt nur dann, wenn sich die geographische Bezeichnung zu einer Gattungsbezeichnung entwickelt hat. Dann geht es aber in Wirklichkeit auch nicht um den Schutz einer geographischen Herkunftsangabe, so dass dies der Bejahung eines effektiven Schutzes nicht entgegen steht. Gleichzeitig könnte durch einen solchen Schutz auch das Problem der entlokalisierenden Zusätze gelöst werden, die,

³⁹ EuGH, GRUR Int. 1993, 76 ff. – Turron.

⁴⁰ BVerfG, GRUR 1979, 773, 778 – Weinbergsrolle.

wie bereits an anderer Stelle dargelegt, eine erhebliche Gefahr für den Bestand der geographischen Herkunftsangaben darstellen.

Schließlich sprechen auch keine europarechtlichen Aspekte dagegen, geographische Herkunftsangaben auf nationaler Ebene unmittelbar und nicht nur reflexartig über die Irreführungsgefahr zu schützen. So hat der EuGH in seinem Urteil „American Bud“⁴¹ ausdrücklich festgehalten, dass die Mitgliedstaaten aufgrund der europarechtlichen Vorgaben nicht daran gehindert sind, auf nationaler Ebene Regelungen zum Schutz geographischer Herkunftsangaben vorzusehen, die einen absoluten, also von jeglicher Irreführungsgefahr unabhängigen Schutz zu gewähren. Wird ein solcher Schutz gewährt, sind die geographischen Herkunftsangaben als gewerbliches Eigentum im Sinne des Art. 30 EGV anzusehen, so dass mit ihrer Hilfe die Einfuhr von Erzeugnissen, die in einem anderen Mitgliedstaat rechtmäßig in den Verkehr gebracht worden sind, unterbunden werden kann.⁴² Das gilt jedoch nur unter zwei Einschränkungen. Zum einen muss der angesprochene Verkehr die in Rede stehende Bezeichnung auch tatsächlich als geographische Herkunftsangabe verstehen.⁴³ Das war in dem Fall des EuGH „American Bud“ fraglich. Zum anderen darf die in Rede stehende Bezeichnung im Ursprungsland nicht zu einer Gattungsbezeichnung geworden sein.⁴⁴ Beide Aspekte spielen für die Frage eines erweiterten Schutzes von geographischen Herkunftsangaben in Deutschland aber keine Rolle. So sollen nur solche Bezeichnungen einen erweiterten Schutz erfahren, die der Verkehr auch als geographische Herkunftsangaben erkennt. Der Schutz soll sich selbstverständlich nicht auf Gattungsbezeichnungen erstrecken, da diese so zu sagen nur äußerlich den Eindruck einer geographischen Herkunftsangabe erwecken, in Wirklichkeit aber keine solchen sind.

2. Änderungsmöglichkeiten

Der Schutz der geographischen Herkunftsangaben in Deutschland sollte daher insoweit grundlegend geändert werden, als nicht mehr an eine Irreführung, wie dies § 127 MarkenG vorschreibt, angeknüpft wird, sondern die geographischen Herkunftsangaben unmittelbar gegen jede direkte oder indirekte kommerzielle Verwendung geschützt werden.

⁴¹ EuGH, GRUR Int. 2004, 131, 134 f. – American Bud; vgl. auch Büscher, GRUR Int. 2005, 801, 806 f.

⁴² EuGH, GRUR Int. 2004, 131, 135 f. – American Bud.

⁴³ EuGH, GRUR Int. 2004, 131, 135 f. – American Bud.

⁴⁴ EuGH, GRUR Int. 1993, 76, 79 – Turron; EuGH, GRUR Int. 2004, 131, 135 – American Bud.

Das könnte in einem ersten Schritt dadurch geschehen, dass die Regelung des Art. 13 VO 510/06 sinngemäß in den § 127 MarkenG übernommen wird, da diese Regelung einen solchen unmittelbaren Schutz gewährleistet. Damit wären die geographischen Herkunftsangaben auch aus verfassungsrechtlicher Sicht dem Eigentum im Sinne eines Bestandsschutzes zugeordnet.

Der Gesetzgeber scheint – wohl eher unbemerkt – sich bereits auf einem solchen Weg zu befinden. Er hat das Gesetz zur Verbesserung von Rechten des geistigen Eigentums verabschiedet, mit dem die Enforcement-Richtlinie umgesetzt wird; es tritt am 1. Juli 2008 in Kraft. In diesem Rahmen wird die so genannte dreifache Schadensberechnungsmethode gesetzlich ausdrücklich verankert. Diese Berechnungsmethode ist grundsätzlich nur auf solche Fallgestaltungen anwendbar, bei denen dem Verletzten eine Rechtsposition zugewiesen ist, wie dies bei den gewerblichen Schutzrechten und dem ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz der Fall ist.⁴⁵ In Irreführungsfällen gilt diese Berechnungsmethode nicht, da es an einem entsprechenden Zuweisungsgehalt fehlt.⁴⁶ Im neuen § 128 Abs. 2 MarkenG wird für geographische Herkunftsangaben die Berechnungsmethode der Herausgabe des Verletzergewinns eingeführt. Diese Regelung ist nur nachvollziehbar, wenn der Gesetzgeber beim Schutz der geographischen Herkunftsangaben nicht nur von einem Irreführungsschutz ausgeht, sondern darin einen unmittelbaren Schutz der geographischen Herkunftsangabe sieht. Es wäre daher nur konsequent, auch die Bestimmung des § 127 MarkenG zu ändern und den geographischen Herkunftsangaben einen unmittelbaren Schutz zukommen zu lassen.

In einem zweiten Schritt könnte erwogen werden, einen nationalen Registerschutz für geographische Herkunftsangaben einzuführen. Danach könnten die Bezeichnungen, die in dem entsprechenden Register eingetragen sind, einen auf Deutschland beschränkten Schutz erhalten und zwar in der Art und Weise, wie ihn auch die VO 510/06 vorsieht. Diese Lösung hätte den Vorteil, dass eine größere Transparenz für die Wirtschaftsbeteiligten geschaffen würde.

Man könnte vorsehen, dass sowohl einfache als auch qualifizierte geographische Herkunftsangaben in ein solches Register eintragen werden können. Wenn es um

⁴⁵ Vgl. Hefermehl/Köhler, Wettbewerbsrecht, 26. Auflage, 2008, § 9 Rz. 1.36 ff.; Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Verfahren, 9. Auflage, 2007, Kap. 34, Rz. 18 ff.

⁴⁶ Teplitzky, aaO. Kap. 34, Rz. 20; BGH, GRUR 1972, 189 – Wandsteckdose II.

die Registrierung einfacher geographischer Herkunftsangaben ginge, wäre kein großer Prüfungsaufwand erforderlich, da ein besonderer Bezug zwischen Produkt und Herkunftsgebiet nicht hergestellt und daher auch nicht nachgewiesen zu werden braucht. Hier müsste nur dafür Sorge getragen werden, dass keine Gattungsbezeichnungen in das Register gelangen können. Bei den qualifizierten geographischen Herkunftsangaben müsste darüber hinaus angegeben werden, welche qualitativen Kriterien die Erzeugnisse erfüllen müssen, damit für sie die in Rede stehende Bezeichnung verwendet werden darf. Es müsste also eine Spezifikation vorgelegt werden, wie wir sie aus dem Verfahren nach der VO 510/06 kennen.

IV. Schlussbemerkung:

Ich denke, dass wir, wenn diese Vorschläge umgesetzt werden, im Sinne der eingangs gestellten Frage dann davon sprechen können, dass geographische Herkunftsangaben Gegenstand des gewerblichen Eigentums und gleichzeitig Steuerungsinstrument für Wirtschaft und Politik sind. Einen solchen Schutz haben die geographischen Herkunftsangaben meines Erachtens auch verdient.