

INTERNATIONAL

Made in Germany - Ursprungsbezeichnung und Qualitätsbegriff

Stand: März 2011

[1. Einleitung](#)

[2. Entwicklung des Begriffs "Made in Germany"](#)

[3. Kennzeichnungspflicht von Waren "Made in Germany"](#)

[3.1 Kennzeichnung innerhalb von Deutschland](#)

[3.2 Kennzeichnung innerhalb der EG](#)

[3.3 Kennzeichnung weltweit](#)

[4. Rechtsgrundlagen](#)

[4.1 Madrider Abkommen](#)

[4.2 Zollrecht](#)

[4.3 Wettbewerbsrecht](#)

[4.4 Markengesetz](#)

[5. Regelungskonkurrenz](#)

[6. Reine Ländernennung oder Zertifizierung als Alternativen?](#)

[6.1 Markierungsbeispiele und deren Beurteilung](#)

[6.2 Zertifizierung oder Eintragung von "Made in Germany"](#)

[7. Rechtsfolgen fehlerhafter Kennzeichnung](#)

[8. Anhang Rechtsgrundlagen](#)

1. Einleitung

Die Warenmarkierung "Made in Germany" erfolgt auf eigene Verantwortung des Herstellers. Es gibt keine Institution in Deutschland, die die Richtigkeit der Warenmarkierung bestätigt. Der Hersteller kann sich die Kennzeichnung selbst verleihen. Hierbei empfiehlt es sich jedoch dringend, die in dieser IHK-Information beschriebenen rechtlichen Kriterien zu beachten, da eine gerichtliche Überprüfung jederzeit möglich ist. Grundlegend ist folgendes: die Warenmarkierung "Made in Germany" bezieht sich immer auf den Herstellungsort eines Erzeugnisses und damit auf dessen Ursprung. Die Herkunft einer Ware hingegen bezieht sich auf das Versandungsland (wo die Ware herkommt). Die Herkunft kann sich somit schnell ändern, der Ursprung hingegen nur, wenn maßgebliche Be- und Verarbeitungsvorgänge stattfinden.

Die Warenmarkierung darf nicht mit den zollrechtlichen Warenursprüngen (präferenziell und handelspolitisch) verwechselt werden.

2. Entwicklung des Begriffs "Made in Germany"

Die Warenmarkierung "Made in Germany" gilt in zahlreichen Branchen seit Jahrzehnten als Nachweis einer besonders hohen Produktqualität. Ihre Entstehung verdankt sie einem britischen Gesetz, dem Merchandise Marks Act von 1887. Zweck dieses Gesetzes war, britische Verbraucher vor Täuschungen über den Ursprung importierter deutscher Waren zu schützen. Im Laufe der Zeit wandelte sich aber der ursprünglich negativ besetzte Begriff "Made in Germany" in sein Gegenteil und entwickelte sich zu einem besonderen Qualitätszeichen. Aus diesem Grund ist "Made in Germany" heute als geografische Ursprungs- und Qualitätsbezeichnung für die in Deutschland hergestellten Waren national und international geschützt.

3. Kennzeichnungspflicht von Waren "Made in Germany"

Die Gesetzgebung der einzelnen Staaten entscheidet darüber, ob eine Warenmarkierung "Made in ..." möglich bzw. erforderlich ist. Eine Übersicht über die Länder, die eine Warenmarkierung vorschreiben, haben wir erstellt, diese finden Sie [hier](#).

3.1 Kennzeichnung innerhalb von Deutschland

Innerhalb Deutschlands besteht kein Zwang, Ursprungsangaben zu verwenden. Die Kennzeichnung einer Ware mit "Made in Germany" ist also freiwillig. Auch aus anderen Ländern importierte Waren müssen bislang nicht mit dem Herstellungsland gekennzeichnet sein. Dies wird sich durch die von der EU geplanten Regeln ändern.

3.2 Kennzeichnung innerhalb der EG

Gegenwärtiger Stand der Gesetzgebung

Innerhalb der EG gelten die oben genannten Regeln bislang sinngemäß. Ausnahmen von der Markierungsfreiheit, die es insbesondere bei Lebensmitteln gibt, sind in den einschlägigen Nachschlagewerken aufgeführt, z. B. Konsulats- und Mustervorschriften (K & M) der Handelskammer Hamburg, Dieckmann Verlag; Begleitpapiere für den Außenhandel, Mendel-Verlag und andere.

Geplante Änderung

Nach mehreren Jahren Vorlaufzeit hat das EU-Parlament am 21. Oktober 2010 einen Vorschlag beschlossen, wonach eine Pflichtmarkierung für in die EU importierte Waren bald vorgeschrieben werden soll. Ausgenommen sind Waren mit Ursprung in der Schweiz, Norwegen, Liechtenstein, Island und der Türkei, alle anderen sollen mit "Made in Ursprungsland" (beispielsweise "Made in USA") markiert werden. Betroffen sein werden Konsumgüter (Medikamente, Lederwaren, Bekleidung, Porzellan und Glaswaren, Befestigungselemente, Kontaktlinsen u.a.). In der EU hergestellte Erzeugnisse müssen weiterhin nicht markiert werden. Nationale Ursprungsmarkierungen wie "Made in Germany" sind weiterhin freiwillig möglich. Die Markierung soll am Produkt und auf der Umverpackung erfolgen, was bei Schrauben schwierig sein dürfte. Es muss noch eine Einigung zwischen dem EU-Parlament und der EU-Kommission erfolgen, wann dies der Fall ist, ist nicht absehbar. Außerdem sind viele administrative Fragen zu klären. Den aktuellen Diskussionsstand finden Sie in der Serviceleiste neben dem Text. Die Entwicklung fügt sich in eine Reihe ähnlicher administrativer Erschwernisse nahtlos ein.

3.3 Kennzeichnung weltweit

Außerhalb der EG schreiben zahlreiche Staaten der Welt die Warenmarkierung "Made in Herstellungsland" ausdrücklich vor. Bei fehlender Markierung ist die Vorgehensweise der ausländischen Zollverwaltungen ausgesprochen uneinheitlich: sie reicht von der Tolerierung über Geldbußen bis zur Forderung nach Nachetikettierung und erst anschließender Freigabe. Bei wiederholten Verstößen kann im Extremfall ein Einfuhrverbot ausgesprochen werden.

Eine Pflicht zur Kennzeichnung mit "Made in Germany" besteht also grundsätzlich nicht, falls die Waren nur innerhalb der EU zirkulieren. Sie ist nur beim Export von Waren in jene Länder zwingend, die Warenmarkierungen verlangen. Ob die Warenmarkierung der Produkte korrekt ist, richtet sich dabei nach den Vorschriften des jeweiligen Ursprungslandes. Diese Regelungen werden grundsätzlich von dem importierenden Land anerkannt.

Es ist wichtig zu wissen, dass die Bezeichnung "Made in EU" in einigen Staaten nicht anerkannt wird. Dies gilt beispielsweise für Ecuador, Katar, Mexiko, Saudi-Arabien, Syrien, USA, Venezuela und die Ukraine.

4. Rechtsgrundlagen

Falls sich der Hersteller entscheidet, die Ware mit dem Zusatz "Made in Germany" zu kennzeichnen, muss dies im Einklang mit den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen erfolgen. Ein vollständig in Deutschland hergestelltes Produkt trägt die Herkunftsangabe "Made in Germany" selbstverständlich zu Recht. Die vollständige Gewinnung in nur einem Land erfolgt aber fast nur noch bei Rohstoffen und in der Landwirtschaft, bei Industriegütern ist dies in einer arbeitsteiligen Weltwirtschaft immer seltener. Daher ist eine Betrachtung der Produktionsprozesse für die Beurteilung der korrekten Kennzeichnung erforderlich.

Als grundlegende internationale Vereinbarung muss das Madrider Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben beachtet werden. Zusätzlich gelten Normen aus dem europäischen Zollkodex und nationale Vorschriften des Wettbewerbsrechts und des Markenrechts.

Den Wortlaut sämtlicher nachfolgend aufgeführter Artikel finden Sie unter Punkt 8.

4.1 Madrider Abkommen

Das Madrider Abkommen spielt für die Frage der korrekten Warenmarkierung im grenzüberschreitenden Verkehr eine entscheidende Rolle. Dieses bereits 1891 geschlossene Abkommen regelt nicht nur die Verwendung von Länderkennzeichnungen, sondern auch von geografischen Herkunftsangaben (zum Beispiel "Lübecker Marzipan", "Aachener Printen") und Firmierungen. Gemeinsam ist den Regelungen, dass eine falsche oder irreführende Kennzeichnung die Beschlagnahme der Ware durch den Zoll zur Folge hat.

Zur Auslegung des unbestimmten Rechtsbegriffs der "falschen oder irreführenden Kennzeichnung" ist eine nähere Bestimmung nötig. In der Vorschriftensammlung der Bundesfinanzverwaltung findet sich die Auslegung, dass die Herkunftsangabe dann falsch bzw. irreführend ist, wenn sie von den beteiligten Verkehrskreisen in einer Weise verstanden wird, die den tatsächlichen Verhältnissen nicht entspricht. Eine wichtige Beurteilungsgrundlage, wann dies der Fall ist, stellt Artikel 24 Zollkodex dar.

4.2 Zollrecht

Artikel 24 Zollkodex regelt die Frage, wann eine Ware zollrechtlich zur Ursprungsware eines bestimmten Landes wird. Diese Regelung bildet die Grundlage für den handelspolitischen Warenursprung. Das ist der Ursprung für das von den IHKs

ausgestellte Ursprungszeugnis. Artikel 24 Zollkodex ist daher nicht unmittelbar einschlägig für die Warenmarkierung "Made in Germany", allerdings bietet die einfache Regelung der "letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung (...) in einem dazu eingerichteten Unternehmen" einen praktikablen Weg, um zu einer korrekten Warenmarkierung zu gelangen und schließt in aller Regel eine Irreführung der beteiligten Verkehrskreise aus. Artikel 24 Zollkodex ist ebenfalls im Anhang abgedruckt. Der präferenzielle Warenursprung ist in keinem Fall ein Indiz für die Warenmarkierung.

4.3 Wettbewerbsrecht

Nationale Regelungen zu dem Themenkomplex "Made in Germany" finden sich in dem für das deutsche Wettbewerbsrecht grundlegenden "Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb" (UWG) seit seiner Neufassung nicht mehr ausdrücklich. Dies liegt daran, dass dort Ursprung und Herkunft, vermutlich aufgrund eines Übersetzungsfehlers der EU-Richtlinie verwechselt wurden. Trotzdem darf die Warenmarkierung den Kunden nicht über den Ursprung des Produkts täuschen und dadurch möglicherweise falsche Erwartungen bezüglich der Qualität und Zuverlässigkeit wecken. Werbung mit falschen geografischen Ursprungsangaben ist ausdrücklich verboten.

Entscheidend für die wettbewerbsrechtliche Betrachtung ist die Frage nach der Irreführung der Verbraucher. Da "Made in Germany" besondere Erwartungen bezüglich der Produktqualität und der Zuverlässigkeit weckt, ist diese Kennzeichnung Erzeugnissen vorbehalten, die in Deutschland eine für die Produktqualität entscheidende Behandlung erfahren haben.

Für die Kennzeichnung "Made in Germany" muss also stets die Frage gestellt werden, welche Produktmerkmale für die Qualität wesentlich sind.

4.4 Markengesetz

Das Markengesetz greift für Deutschland die Regelungen des Madrider Abkommens über geografische Herkunftsangaben auf und erläutert diese und die Folgen irreführender Kennzeichnungen näher.

5. Regelungskonkurrenz

Auf Grund der nicht eindeutigen Rechtslage ist eine Auslegung der Bestimmungen erforderlich. Bei der Beurteilung, ob die Kennzeichnung "Made in Germany" durch die Herstellungsprozesse berechtigt ist, kann es in seltenen Fällen zu widersprüchlichen Ergebnissen kommen. Dies liegt daran, dass die Auslegung nach dem Zollkodex auf den letzten wesentlichen Herstellungsschritt abhebt, während das UWG das Ursprungsland der Produktqualität als entscheidendes Kriterium ansieht. In den Fällen, in denen der letzte wesentliche Herstellungsschritt nicht entscheidend für die Qualität ist, ist eine wirtschaftliche Güterabwägung erforderlich.

Problematisch ist der Widerspruch insbesondere, wenn ein Ursprungszeugnis im Ausland verlangt wird. Bei Abweichungen zwischen dem Ursprungsland im Ursprungszeugnis und in der Warenmarkierung kann der ausländische Zoll die Ware beschlagnahmen. Diese Überlegung sollte in die Entscheidung über die Warenmarkierung einfließen. In diesen Fällen empfehlen wir, mit Ihrer IHK Kontakt aufzunehmen.

Eine Dokumentation der Gründe, die zu der Entscheidung für die Kennzeichnung "Made in Germany" geführt haben, ist dabei sinnvoll und dürfte bei einer nachvollziehbaren und vernünftigen Begründung eine Irreführung ausschließen.

"Made in Germany" in der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung: qualitätsbegründende Behandlung

Warenmarkierung "Made in ..."

Rechtsgrundlagen:

- Gesetz über den Beitritt des Deutschen Reichs zum Madrider Abkommen, 21. März 1925
- § 5 UWG
- Markengesetz
- Einfuhrbestimmungen der einzelnen Länder

"Made in Germany" in der zollrechtlichen Beurteilung: ursprungs begründende Be- und Verarbeitung handelspolitischer Ursprung

Rechtsgrundlagen:

- VO (EWG) Nr. 2913/92 (Zollkodex) Artikel 22 bis 26 sowie
- VO (EWG) Nr. 2454/93 (Zollkodex-DVO) Artikel 35 bis 46, Anhänge 9, 10, 11

6. Reine Ländernennung oder Zertifizierung als Alternativen?

6.1 Markierungsbeispiele und deren Beurteilung

Gelegentlich werden Produkte lediglich mit der Firma und dem Land des Unternehmenssitzes markiert (Beispiel: Bauer GmbH, Deutschland). Sollte in einem ausländischen Exportmarkt eine Warenmarkierung vorgeschrieben sein, so ist eine reine Nennung

eines Landes in der Regel nicht ausreichend.

Ist eine reine Ländernennung als Markierung irreführend, wenn es sich um in einem anderen Land hergestellte Ware handelt, wenn zum Beispiel die Bauer GmbH in Deutschland indische Taschenlampen vertriebt? Dies wurde vom Bundesgerichtshof in einer Entscheidung aus dem Jahr 1994 bejaht (Fundstelle: BGH NJW-RR 1995, 493-494; BGH MDR 1995, 279), daher kann Handelsunternehmen eine solche Markierung nicht empfohlen werden.

Das im Jahr 2004 in Kraft getretene Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG) schreibt für Konsumgüter allerdings vor, dass der Name des Herstellers oder, sofern dieser nicht im Europäischen Wirtschaftsraum ansässig ist, der Name des Bevollmächtigten oder des Einführers und deren Adressen auf dem Produkt oder auf dessen Verpackung anzubringen ist. Insofern ist eine neue Rechtslage entstanden, die eine Irreführung durch reine Adressnennung wieder weniger wahrscheinlich macht.

Markierungsbeispiele und Einschätzung der Markierung

Fall: Ein deutsches Unternehmen Fa. Bauer GmbH mit Sitz in Stuttgart hat in Thailand ein produzierendes Tochter-Unternehmen (Bauer Ltd.). Welche Ursprungsmarkierungen sind für die in Thailand hergestellten Produkte möglich:

Bauer	richtig	
Bauer, Stuttgart	falsch*)	
Ein Erzeugnis der Bauer-Gruppe, Sitz Stuttgart	problematisch! wohl falsch*)	denn es könnte der falsche Eindruck erweckt werden, die Ware würde in Stuttgart (Bundesrepublik Deutschland), zumindest aber irgendwo in Deutschland produziert
Ein Erzeugnis der Bauer-Gruppe, Stuttgart	falsch*)	
Ein Erzeugnis der Bauer-Gruppe Deutschland	falsch*)	
Bauer, Stuttgart, Made in Thailand	richtig	
Ein Erzeugnis der Bauer-Gruppe Worldwide	richtig	
Designed by Bauer, Stuttgart	richtig	Wird jedoch vom Importland ausdrücklich eine "Made in..." - Angabe verlangt, reichen diese Kennzeichnungen nicht aus.
Vertrieb Bauer, Stuttgart	richtig	
Made by Bauer	richtig	

*) Anmerkung: Die deutschen Zollstellen nehmen die oben genannten Markierungen für sich alleine noch nicht zum Anlass einer Beschlagnahme.

Wenn aber die oben genannten Markierungen erwarten lassen, dass die beteiligten Verkehrskreise aus der Kennzeichnung auf einen unzutreffenden Ursprung schließen, also mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit über den wahren Ursprung irren werden, dann muss beschlagnahmt werden.

6.2. Zertifizierung oder Eintragung von "Made in Germany"

Private Dienstleister bieten die Zertifizierung des Produktionsprozesses an. Bei der Einhaltung bestimmter Kriterien wird eine Art Zertifikat ausgestellt, durch das "Made in Germany" untermauert werden soll. Weiterhin gibt es privat initiierte Datenbanken, in die man sich eintragen lassen kann, und mit denen ebenfalls eine Art Nachweis über "Made in Germany" erbracht werden soll. Die Nutzung solcher Dienstleistungen ist selbstverständlich freiwillig und legt keinesfalls fest, ob die Markierung "Made in Germany" zu Recht erfolgt und einer Überprüfung standhält. Diese Dienstleistungen müssen vor dem Hintergrund des eigenen Marketingkonzepts bewertet werden und sollten in ihrer Aussage nicht im Widerspruch zu den dann tatsächlich gelieferten Waren stehen.

7. Rechtsfolgen fehlerhafter Kennzeichnung

Wer im geschäftlichen Verkehr mit fehlerhaften Kennzeichnungen arbeitet, kann in Deutschland auf Unterlassung und - bei

vorsätzlicher oder fahrlässige Zuwiderhandlung - auf Schadensersatz in Anspruch genommen werden (§ 128 MarkenG in Verbindung mit § 13 Absatz 2 UWG). Da bei falschen geografischen Ursprungsangaben nicht nur die Interessen der Berechtigten, sondern auch die der Verbraucher betroffen sind, sind neben dem unmittelbar Verletzten und den Mitbewerbern auch die Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen und Verbraucherverbände klagebefugt.

Ferner droht bei Einfuhr, Ausfuhr oder Durchfuhr fehlerhaft gekennzeichnete Produkte gem. § 151 MarkenG bzw. dem Madrider Abkommen Beschlagnahme zum Zweck der Beseitigung der widerrechtlichen Kennzeichnung.

8. Anhang Rechtsgrundlagen

Artikel 1(1) Madrider Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben (1891)

Jedes Erzeugnis, das eine falsche oder irreführende Angabe trägt, durch die eines der Länder, auf die dieses Abkommen Anwendung findet, oder ein in diesen Ländern befindlicher Ort unmittelbar oder mittelbar als Land oder Ort des Ursprungs angegeben ist, wird bei der Einfuhr in diese Länder beschlagnahmt.

Artikel 3 Madrider Abkommen über die Unterdrückung falscher oder irreführender Herkunftsangaben

Diese Bestimmungen hindern den Verkäufer nicht, seinen Namen oder seine Anschrift auf den Erzeugnissen anzugeben, die aus einem anderen als dem Land des Verkaufs stammen; in diesem Fall ist jedoch der Anschrift oder dem Namen die genaue und in deutlichen Schriftzeichen wiedergegebene Bezeichnung des Landes oder des Ortes der Herstellung oder Erzeugung oder eine andere Angabe hinzuzufügen, die geeignet ist, jeden Irrtum über den wahren Ursprung der Waren auszuschließen.

Artikel 24 Zollkodex

Eine Ware, an deren Herstellung zwei oder mehrere Länder beteiligt waren, ist Ursprungsware des Landes, in dem sie der letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist, die in einem dazu eingerichteten Unternehmen vorgenommen worden ist und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder eine bedeutende Herstellungsstufe darstellt.

§ 3 UWG 2004 Verbot unlauteren Wettbewerbs

Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, sind unzulässig.

§ 5 UWG Irreführende geschäftliche Handlungen

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Vorteile, Risiken, Zusammensetzung, Zubehör, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;

§ 126 Markengesetz

(1) Geografische Herkunftsangaben im Sinne dieses Gesetzes sind die Namen, Angaben oder Zeichen von Orten, Gegenden, Gebieten oder Ländern sowie sonstige Angaben oder Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geografischen Herkunft von Waren oder Dienstleistungen benutzt werden.

§ 127 Markengesetz

(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 sich 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 beeinträchtigen.

(4) [§ 127 Markengesetz findet auch dann Anwendung, wenn durch ähnliche Kennzeichnungen eine Gefahr der Irreführung besteht].

§ 128 Markengesetz

(1) Wer im geschäftlichen Verkehr Namen, Angaben oder Zeichen entgegen § 127 benutzt, kann von den nach § 13 Absatz 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb zur Geltendmachung von Ansprüchen Berechtigten auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

(2) Wer dem § 127 vorsätzlich oder fahrlässig zuwiderhandelt, ist zum Ersatz des durch die Zuwiderhandlung entstandenen Schadens verpflichtet.

§ 151 Markengesetz

(1) Waren, die widerrechtlich mit einer nach diesem Gesetz oder nach Rechtsvorschriften der Europäischen Gemeinschaft geschützten geografischen Herkunftsangabe versehen sind, unterliegen bei ihrer Einfuhr, Ausfuhr oder Durchfuhr der Beschlagnahme zum Zweck der Beseitigung der widerrechtlichen Kennzeichnung, sofern die Rechtsverletzung offensichtlich ist. Dies gilt für den Verkehr mit anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union sowie mit den anderen Vertragsstaaten des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum nur, soweit Kontrollen durch die Zollbehörden stattfinden.

(2) Die Beschlagnahme wird durch Zollbehörde vorgenommen. Die Zollbehörde ordnet auch die zur Beseitigung der widerrechtlichen Kennzeichnung erforderlichen Maßnahmen an.

(3) Wird den Anordnungen der Zollbehörde nicht entsprochen oder ist die Beseitigung unzutunlich, ordnet die Zollbehörde die Einziehung der Waren an.

(4) Die Beschlagnahme und die Einziehung können mit den Rechtsmitteln angefochten werden, die im Bußgeldverfahren nach dem Gesetz über Ordnungswidrigkeiten gegen die Beschlagnahme und Einziehung zulässig sind. Gegen die Entscheidung des Amtsgerichts ist die sofortige Beschwerde zulässig. Über die sofortige Beschwerde entscheidet das Oberlandesgericht.

Ihre IHK-Ansprechpartner zu diesem Thema sind:

IHK Region Stuttgart

Marc Bauer

Telefon 0711 2005-235

marc.bauer@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Böblingen

Tilo Ambacher

Telefon 07031 6201-24

tilo.ambacher@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Esslingen-Nürtingen

Hubert Greiner

Telefon 0711 39007-37

hubert.greiner@stuttgart.ihk.de

Helmi Veygel

Telefon 07022 3008-12

helmi.veygel@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Göppingen

Gernot Imgart

Telefon 07161 6715-31

gernot.imgart@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Ludwigsburg

Barbara Dötterer

Telefon 07141 122-212

barbara.doetterer@stuttgart.ihk.de

Bezirkskammer Rems-Murr

Raffael Walter

Telefon 07151 95969-36

raffael.walter@stuttgart.ihk.de

DOKUMENT-NR. 10377

MEHR ZU DIESEM THEMA

- [Flaggen und Wappen auf Produkten oder in der Werbung](#) (Dokument-Nr.: 11421)

Downloads

- [Made in-Länderliste 2011](#)
(PDF, 21 KB) (Dokument-Nr.: 83969)

Externe Links

- [Beschluss des EU-Parlamentes 21.10.2010](#) (Link: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2010-0273+0+DOC+PDF+V0//EN>)
-

ANSPRECHPARTNER

Marc Bauer

Telefon: 0711 2005-235

Fax: 0711 2005-435

marc.bauer@stuttgart.ihk.de

VERANSTALTUNGEN

29.06.2011

[Integrität im Unternehmen – mit System!](#)

13.09.2011

[Basisinformation Import](#)

19.09.2011

[Intrastat](#)

DELEGATIONSREISEN

[Download](#)

[Download](#)

© Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart

Für die Richtigkeit der in dieser Website enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

Weitere Informationen, auch zu Datenschutz und Haftung, finden Sie im Impressum.