Abschnitt I die neuen Vorgaben für „Inhalt und Gestaltung des Hinweises auf den Kraftstoffverbrauch, die CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch“ (hierzu Anlage 1) sowie in ihrem Abschnitt II das überarbeitete „Formblatt für den Hinweis auf den Kraftstoffverbrauch, die spezifischen CO_2-Emissionen und den Stromverbrauch“ (hierzu Anlage 2). Im Ergebnis haben die Anbieter von Neuwagen an Ausstellungsfahrzeugen – aber teilweise auch im Internet – eine grafische Darstellung der verschiedenen Effizienzklassen und der Einordnung des konkreten Modells auf einer Farbskala von grün bis rot anzubringen, die den bekannten Formblättern, mit denen die sog. Weiße Ware schon seit mehreren Jahren angeboten wird, ähnelt.[71)]

3. Änderungen der Vorgaben für Werbemittel

Eine Änderung ergibt sich durch Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV insoweit, als künftig im Falle, dass *„Fahrzeugmodelle in Katalogen oder auf einem anderen Weg in gedruckter Form zum Kauf oder Leasing angeboten [werden], bei dem Interessenten die Fahrzeuge nicht ausgestellt sehen“*, nach S. 2 der Nr. 1 von Abschnitt I der Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV auch die Effizienzklassen aufzunehmen sind. Dies gilt entsprechend Nr. 2 von Abschnitt II der Anlage 4 zu § 5 auch für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial. Dabei bleibt ausgehend vom Wortlaut der Verordnung unklar, in welchen Fällen auch im Internet die Angaben zu machen sind. Allein der Begründung der Verordnung lässt sich entnehmen, dass die Effizienzklassen nur in Konfigurationsmodellen und virtuellen Verkaufsräumen, in denen der Verbraucher bereits konkrete Vergleiche anstellt und Auswahlentscheidungen trifft, aufzunehmen sind.

4. Rezeption der Neufassung

Die Novellierung der Pkw-EnVKV ist auf Kritik gestoßen. Diese rührt zum einen aus der auch in den Tageszeitungen diskutierten Berücksichtigung der Fahrzeugmasse bei der Berechnung der Effizienzklassen. Angemerkt wird hierzu, dass dieses Berechnungsmodell das Ziel der zugrunde liegenden europäischen Norm, Anreize für den Erwerb verbrauchsarmer Fahrzeuge zu setzen, verfehlte. Wenn Fahrzeugen mit höherem Gewicht und höherem Verbrauch eine günstigere Energieeffizienz bescheinigt wird als leichteren Wagen mit geringerem Kraftstoffverbrauch und niedrigerem CO_2-Ausstoß, widerspreche dies nach Auffassung mancher der Intention des europäischen Normgebers.

Zugleich wird ein Verstoß gegen europäisches Recht angenommen, da die Novellierung keine schutzverstärkende Maßnahme nach Art. 193 AEUV und Art. 169 Abs. 4 AEUV darstelle, sondern die Vorgaben der EU abschwäche. Eine Einteilung der Fahrzeuge in Effizienzklassen unter Berücksichtigung der Wagenmasse sei *„nicht geeignet, dem Verbraucher umfassend und transparent Informationen über ökonomische und ökologische Folgekosten seines ins Auge gefassten Neufahrzeugs zu liefern. Vielmehr ergibt sich durch die im Entwurf vorgesehene Klassifizierung ein falsches Bild, da schwere Fahrzeuge mit hohen Emissionen in der Farbskala gegenüber leichten Fahrzeugen mit geringeren CO_2-Emissionen bevorzugt werden“*[72)]. Statt auf die Fahrzeugmasse sei eher auf die Fahrzeuggrundfläche abzustellen, wenn man die Effizienz von Fahrzeugen schon nicht allein von deren Verbrauch abhängig machen wolle.

Vor diesem Hintergrund muss offen bleiben, ob die Neufassung der Pkw-EnVKV auf Dauer Bestand haben wird. Eine Vereinfachung der Handhabung hat sie jedenfalls nicht gebracht.

71) Bemerkenswert ist, dass der Deutsche Umwelthilfe e. V. bereits am 07.12.2011 – also wenige Tage nach Inkrafttreten der Neufassung der Pkw-EnVKV – einen ersten Verstoß gegen die neuen Angabenpflichten meldete. Im konkreten Fall war in der grafischen Darstellung nicht nur die vorgegebene Bandbreite an Effizienzklassen von „A+“ bis „G“, sondern zusätzlich eine Klasse „H“ aufgenommen worden.

72) So der Deutsche Umwelthilfe e. V. in einer Stellungnahme auf seiner Website.

RA Dr. David E.F. Slopek, LL.M., Alicante und RA Daniel Napiorkowski, Düsseldorf*

Der Werbeslogan „Made in Germany“

Ein Ausschnitt deutscher Wirtschaftsgeschichte im Spiegel der Rechtsprechung

Anfang 2012 erschienen in der deutschen Tagespresse zahlreiche Berichte, der Europäische Gesetzgeber wolle den Slogan „Made in Germany“ – ein Kleinod der deutschen Exportwirtschaft – abschaffen. Der vorliegende Beitrag nimmt diese Meldungen zum Anlass, die wechselhafte Geschichte des Qualitätssiegels im Spiegel der Rechtsprechung nachzuzeichnen und in die aktuelle Diskussion einzuordnen.

Von den Wurzeln im Industrialismus…

Heute schreckt die Kennzeichnung *Made in Germany* niemanden mehr ab. Im Gegenteil! Heute setzen sich Gesetzgeber und Gerichte mit der Frage auseinander, wie deutsch ein Produkt sein muss, um sich mit der „wichtigsten Marke“[1)] der hiesigen Exportwirtschaft schmücken zu dürfen. Eingedenk der historischen Wurzeln dieses mittlerweile weltbekannten Slogans eine durchaus bemerkenswerte Entwicklung. Als das britische Unterhaus 1887 das Handelsmarkengesetz[2)] erließ – ein Gesetz, das vorsah, aus dem Ausland importierte Produkte mit dem jeweiligen Herkunftsland zu kennzeichnen –, galt dies vornehmlich dem Zweck, die unliebsame Konkurrenz aus dem Deutschen Reich, damals eine junge, aufstrebende Industrienation, einzudämmen. Die Briten, so das Kalkül, würden nach der Devise „Buy

* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. 502.

1) So das Diktum bei Kwasniewski, Eine Posse Made in Germany, Beitrag vom 16.01.2012, abrufbar unter: http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/0,1518,809428,00.html.

2) Merchandise Marks Act 1887.

British“ verfahren und die günstigen und, wie man irrtümlich annahm, schlechten deutschen Produkte meiden. Günstig waren die deutschen Produkte tatsächlich. Das war vornehmlich dem Umstand geschuldet, dass die damaligen Löhne im Kaiserreich vergleichsweise niedrig und die Lieferkonditionen ins Ausland exportfreundlich waren. Die Annahme, die Produkte seien daher auch schlecht, war hingegen ein Trugschluss, der den Diffamierungsversuch schon bald ins Gegenteil kehrte. Das ursprünglich negativ konnotierte *Made in Germany* wurde innerhalb weniger Jahre zu einer Angabe, die für Qualität, Zuverlässigkeit und Solidität bürgte.

Schon 1892 – nur fünf Jahre nach Inkrafttreten des britischen Handelsmarkengesetzes – hatte das Reichsgericht im Rahmen eines Patentverletzungsprozesses darüber zu befinden, ob ein den Patentinhaber zur Klage auf Schadensersatz berechtigender Betrug gegeben ist, wenn ein in der Schweiz hergestelltes Produkt in Indien unter der Kennzeichnung *Made in Germany* verkauft wird.[3] Trotz der augenscheinlichen Täuschung über die geografische Herkunft des Produkts verneinte das Gericht einen Betrug. Und doch ist die Entscheidung aus historischer Perspektive beachtenswert, zeigt sie doch, dass sich der Verkäufer der streitgegenständlichen Produkte im Ausland offenbar einen Absatzvorteil davon versprochen haben muss, seine Ware mit dem irreführenden Hinweis auf eine tatsächlich nicht gegebene deutsche Herkunft zu versehen.

Selbst während des Ersten Weltkriegs, als die Importgüter in Großbritannien einer verschärften Kennzeichnungspflicht unterlagen, um die Produkte der Achsenmächte besser boykottieren zu können, erfreuten sich deutsche Güter ungebrochener Popularität. Die schon 1896 vom britischen Journalisten *Ernest Edwin Williams* ausgesprochene Warnung, die obligatorische Kennzeichnung *Made in Germany* werde als kostenfreie Werbung für deutsche Waren wirken,[4] hat sich damit als begründet erwiesen.

zum Wirtschaftswunder…

Viele deutsche Unternehmen machten ihre Waren fortan auch dann mit dem Hinweis auf die Herkunft kenntlich, wenn dies nicht verpflichtend war. Die Bezeichnung *Made in Germany* festigte so weltweit ihren Ruf als Nachweis einer besonders hohen Produktqualität und setzte auch nach dem Zweiten Weltkrieg ihren Siegeszug ungebremst fort. Nicht selten wurde sie dabei mit dem Wirtschaftswunder der 50er Jahre assoziiert. Es nimmt kein Wunder, dass der Slogan mit zunehmender Verbreitung schließlich auch in das Rampenlicht einer breiteren juristischen Öffentlichkeit trat. Nachdem er schon vorher vereinzelt in Entscheidungen des BGH am Rande auftauchte,[5] erging 1965 das erste Karlsruher Judikat, das sich expressis verbis mit der lauterkeitsrechtlichen Zulässigkeit der Werbung mit dem Hinweis *Made in Germany* befasste.[6] Dies allerdings unter unerwarteten Vorzeichen. So entschied der BGH, dass der Aufdruck „Crepe – Highly Fashionable – Top Quality – Made in Germany“ für in Deutschland hergestellte Strumpfwaren irreführend und damit unlauter i. S. v. § 3 UWG a. F. sei. Denn, so ergab eine Umfrage des DIHT, immerhin 10 bis 20 Prozent der angesprochenen Verbraucher würden den Sinn der Bezeichnung *Made in Germany* nicht verstehen und aufgrund der vollständig englischen Beschriftung annehmen, es handele sich um qualitativ hochwertige Strümpfe aus England. Ob sich die Gütevorstellung bezüglich englischer Socken seitdem geändert hat, ergibt sich aus späteren Entscheidungen nicht. Zumindest lässt sich ihnen aber entnehmen, dass die Rechtsprechung irgendwann auch ohne Rückgriff auf Umfragen zu der Einsicht gelangt ist, dass der deutsche Durchschnittsverbraucher den Sinngehalt der drei werbewirksamen Wörter erfasst. Jedenfalls gingen die Gerichte in der Folgezeit dazu über, Werbung für im Ausland hergestellte Produkte, die unter Verwendung des Werbehinweises ihnen nicht gebührende Aufmerksamkeit einheimsen wollten, als unlauter zu qualifizieren.

über die Zeit der Spaltung…

Die Teilung Deutschlands zog in diesem Kontext erwartungsgemäß juristische Grabenkämpfe nach sich. Angesichts der nur stagnierenden wirtschaftlichen Entwicklung im Osten und zunehmend auseinanderdriftender Qualitätsstandards, fürchtete die Wirtschaft im Westen, dass *Made in Germany* an Werbekraft einbüßen könne. In der Folge stellten die betroffenen westdeutschen Wirtschaftskreise an die Bundesregierung die Anfrage, ob es tunlich sei, Exportprodukte mit der Bezeichnung *Made in Western Germany* zu versehen. Die Regierung plädierte indes stets für die Beibehaltung der etablierten Bezeichnung *Made in Germany*.[7]

Als Alternativlösung versuchten westdeutsche Unternehmen und Verbände unter Rückgriff auf das Sanktionsinstrumentarium des UWG zu verhindern, dass DDR-Produkte unter dieser Angabe auf dem bundesdeutschen Markt vertrieben werden können. Vorbild mag Amerika gewesen sein, wo ostdeutsche Produkte nur unter der Bezeichnung *Germany (Soviet occupied)* eingeführt und vertrieben werden durften.[8] Damit war es an der Rechtsprechung, verbindlich festzustellen, wie *Made in Germany* angesichts der Parallelität zweier deutscher Staaten zu verstehen sei. Die Antwort auf diese Frage hätte dem Zeitgeist folgend und dem Drängen westdeutscher Unternehmen entsprechend einfach ausfallen können: Der Verbraucher verbindet mit *Made in Germany* bestimmte Qualitätsvorstellungen, die regelmäßig nur von westdeutschen Produkten erfüllt werden. Der BGH widerstand dieser argumentativen Versuchung. Zweifel, dass der Abnehmer einer Ware *Made in Germany* letztlich im Ungewissen darüber bleibe, aus welchem deutschen Teilstaat das Produkt stamme, schloss er nicht aus. Jedoch: „Diese sich aus der politischen Spaltung des früheren Deutschen Reiches ergebende Gefahr fehlsamer Herkunftsvorstellungen ist hinzunehmen. Das Interesse der Abnehmer, vor dieser Gefahr geschützt zu werden, kann nicht dazu führen, den auf dem Gebiet der DDR ansässigen Unternehmen, die vor der Spaltung gemeinsam mit denen, die heute in der BRD ansässig sind, an der Begründung und Entwicklung des weltweit bekannten Wertbegriffes ‚Made in Germany’ mitgewirkt haben, die werbemäßige Verwendung dieser Bezeichnung in der Bundesrepublik zu untersagen.“[9]

3) RG, 15.10.1892 – Rep. I. 209/92.
4) *Williams*, Made in Germany, 1896, S. 138.
5) BGH, 15.03.1957 – I ZR 72/55, GRUR 1957, 430 – Havana; BGH, 30.06.1961 – I ZR 39/60, GRUR Ausl 1962, 88 – Kindersaugflaschen; BGH, 27.03.1963 – Ib ZR 129/61, GRUR 1963, 633 – Rechenschieber.
6) BGH, 09.06.1965 – Ib ZR 89/63, GRUR 1966, 150 – Kim.
7) Siehe hierzu die Stellungnahme der Bundesregierung, abgedruckt in GRUR Ausl 1962, 398.
8) Siehe hierzu die Stellungnahme der Bundesregierung, abgedruckt in GRUR Ausl 1962, 398.
9) BGH, 26.04.1974 – I ZR 19/73, GRUR 1974, 665, 666 – Germany.

Westdeutsche Unternehmer reagierten auf diese Entscheidung, indem sie nun doch vermehrt die Kennzeichnung *Made in West Germany* verwendeten, um ihre Waren von denen aus der DDR unterscheidbar zu machen. In der DDR selbst verpflichtete eine Verfügung des Vorsitzenden des Volkswirtschaftsrates von 1963, Exporterzeugnisse mit der Bezeichnung *Made in Germany* zu kennzeichnen. Diese wurde 1970 durch Verordnung des Ministerrats der DDR außer Kraft gesetzt; stattdessen sollten fortan für den Export bestimmte Waren mit *Made in GDR (German Democratic Republic)* gekennzeichnet werden.

und anschließende Wiedervereinigung…

Die Wiedervereinigung der deutschen Teilstaaten führte auch das semantisch auseinandergebrochene Qualitätssiegel wieder zusammen. Selbstverständlich war das nicht. Während die Verbundenheit ostdeutscher Unternehmen zu der Kennzeichnung *Made in GDR* allenfalls mäßig ausgeprägt war, wollten einige westdeutsche Unternehmen auch nach der Wiedervereinigung an der Kennzeichnung *Made in West Germany* festhalten. Das Bundesjustizministerium schob diesem Anachronismus frühzeitig einen Riegel vor. In einem rein informatorischen Rundschreiben – man wollte der Rechtsprechung nicht vorgreifen – postulierte es seine Rechtsansicht. Demnach bestehe mit der Herstellung der wirtschaftlichen Einheit Deutschlands zum 01.07.1990 und erst recht seit der Herstellung der staatlichen Einheit zum 03.10.1990 keinerlei Anlass mehr zur Weiternutzung der auf Westdeutschland hinweisenden Kennzeichnung. Stattdessen begründe die Verwendung einer Bezeichnung wie *Made in West Germany* eine Irreführungsgefahr i. S. d. § 3 UWG a. F. und könne, da es sich um eine nicht gerechtfertigte Diskriminierung von Waren aus den neuen Bundesländern handele, auch unlauteren Wettbewerb i. S. v. § 1 UWG a. F. darstellen.[10] Die Rechtsprechung legte gegen diese den Vereinigungsprozess fördernde Position kein Veto ein.

zur Globalisierung…

Die Globalisierung und die damit einhergehende Verlagerung einzelner Herstellungsstufen ins Ausland führte zu einer ganz neuen Fragestellung: Wie viel originär deutscher Wertschöpfungsanteil muss in einem Produkt stecken, damit dieses noch zulässigerweise mit dem Slogan *Made in Germany* beworben werden darf? Der BGH entschied diese Frage in seiner noch heute gültigen Grundsatzentscheidung *Ski-Sicherheitsbindung* von 1973 dahingehend, dass von einem deutschen Erzeugnis regelmäßig erwartet werde, dass es von einem deutschen Unternehmen in Deutschland hergestellt werde. Dabei sei maßgeblich darauf abzustellen, ob die Eigenschaften oder Bestandteile der Ware, die in den Augen des Publikums deren Wert ausmachen, auf einer deutschen Leistung beruhen.[11] Der BGH gibt damit eine qualitativ-wertende Betrachtung vor. Umgekehrt erteilt er einer quantitativ-statischen Beurteilung, wonach ein Produkt einen bestimmten, prozentualen deutschen Wertschöpfungsanteil aufweisen muss, eine klare Absage. Insofern ist das Urteil mit Augenmaß und einem wachen Blick für die sich wandelnden ökonomischen Rahmenbedingungen formuliert.

Allerdings lässt die Entscheidung neuralgische Punkte ungeklärt. Welche Eigenschaften oder Bestandteile einer Ware sind wesentlich? Und wann beruhen sie auf einer deutschen Leistung? Die Eröffnung solcher Wertungsspielräume bildet den optimalen Nährboden für weitere Rechtsstreitigkeiten. Dies bescherte den Instanzgerichten gerade in den letzten Jahren reichlich Gelegenheit, sich erneut mit der Thematik zu befassen.[12] Schon das OLG Stuttgart wich 1995 zumindest semantisch von den Vorgaben des BGH ab.[13] Demgegenüber entschied das LG Frankfurt 2008, dass *Made in Germany* vom Verkehr dahingehend verstanden werde, dass der Fertigungsbetrieb in Deutschland liege und die Entwicklungs- und Fertigungsstufen hier kontrolliert und überwacht werden.[14] Einen quantitativen – und zugleich strengen – Beurteilungsmaßstab setzte das VG Münster an, als es 2009 urteilte, dass die Verwendung des Slogans irreführend sei, wenn nur 80 Prozent des Produkts in Deutschland gefertigt worden seien.[15] Zuletzt rückte eine Entscheidung des OLG Düsseldorf in den Fokus der interessierten Fachkreise, wonach die Werbung mit dem Slogan *Made in Germany* und sonstigen Hinweisen auf die Produktion in Deutschland jedenfalls dann irreführend sei, wenn die Hinweise in exponierter Weise erfolgen und nicht alle wesentlichen Herstellungsschritte in Deutschland erfolgt sind. Unerheblich sei, dass 75 Prozent des Bestecksets vollständig in Deutschland produziert worden sind.[16]

und Europäisierung

Betrachtet man die Rechtsprechung, so zeigt sich eine Tendenz, den Slogan vor irreführendem und inflationärem Gebrauch und damit gleichsam vor einer schleichenden Entwertung zu schützen. Doch auch von anderer Seite her rühren Gefahren für die deutsche Herkunftsbezeichnung. So stieß EU-Kommissar *Pascal Lamy* Ende 2003 mit einem Arbeitspapier eine Diskussion an, ob im Rahmen der Europäisierung die nationalen Labels durch die europaweit einheitliche Angabe *Made in EU* ersetzt werden sollen. Hiergegen formierte sich starker Widerstand. Treibende Kraft waren die deutsche Wirtschaft und die für deren Interessen sensible Politik, die unbedingt an dem nationalen Qualitätssiegel *Made in Germany* festhalten wollten.[17]

Erst kürzlich flammte die als erledigt geglaubte Debatte in der Tagespresse wieder auf.[18] Hintergrund waren angebliche Äußerungen des EU-Kommissars *Algirdas Sementa*, wonach Exportprodukte zukünftig nur noch dann mit dem Hinweis *Made in Germany* versehen werden dürfen, wenn mindestens 45 Prozent des Wertschöpfungsanteils aus Deutschland stammen. Ein Fahrzeug, dessen Material hauptsächlich aus China stammt, das allerdings in Deutschland produziert wird, könnte demnach nicht als *Made in Germany* bezeichnet werden. Derzeit gilt in Europa indes ein qualitativ-wertender Standard, der den Vorgaben des BGH in seiner Entscheidung *Ski-Sicherheitsbindung* nicht unähnlich ist. So gilt gem. Art. 24 Zollkodex-VO 2913/92/EWG das

10) Aktuelle Berichte, GRUR 1991, 740, 741 ; siehe auch die weitere Stellungnahme des BMJ, abgedruckt in GRUR 1992, 154.
11) BGH, 23.03.1973 – I ZR 33/72, GRUR 1973, 594, 595 – Ski-Sicherheitsbindung.
12) Hierzu *Slopek*, GRUR-Prax 2011, 291.
13) OLG Stuttgart, 10.11.1995 – 2 U 124/95, NJWE-WettbR 1996, 53, 54; in der Forderung, dass der Akt der Konstruktion und der Endfertigung in Deutschland liegen muss, ließe sich auch eine Verschärfung des Prüfungsmaßstabs erblicken.
14) LG Frankfurt, 07.11.2008 – 3/12 O 55/08, WRP 2009, 497, 498.
15) VG Münster, 07.10.2009 – 5 K 777/08, BeckRS 2009, 40 143.
16) OLG Düsseldorf, 05.04.2011 – I-20 U 110/10, WRP 2011, 939 f.; GRUR-Prax 2011, 280 m. Anm. Aßhoff.
17) Vgl. den Hinweis auf die Pressemitteilung des BMJ, EuZW 2004, 102.
18) Statt vieler: *Ischinger*, Gütesiegel in Gefahr, Süddeutsche Zeitung, Ausgabe vom 17.01.2012, S. 19; siehe auch EU-Kommission, BB 2012, 202; *Wolf*, BB 2012, 265.

Land als Herkunftsland, in dem die Ware „der letzten wesentlichen und wirtschaftlich gerechtfertigten Be- oder Verarbeitung unterzogen worden ist (…) und zur Herstellung eines neuen Erzeugnisses geführt hat oder eine bedeutende Herstellungsstufe darstellt." In dem obigen Beispiel wäre also nicht die Herkunft des Materials entscheidend, sondern die Tatsache, dass das Fahrzeug als solches in Deutschland produziert wird.

Die nunmehr diskutierte quantitativ-statische Grenze von 45 Prozent Wertschöpfungsanteil entspricht den bis dato gängigen Empfehlungen der Industrie- und Handelskammern.[19] Umso auffälliger, dass sich diese gegen die Brüsseler Pläne gewandt haben.[20] Auch die Bundesregierung begegnet dem Vorstoß der Kommission mit Argwohn. So hat Bundeskanzlerin *Angela Merkel* über ihren Sprecher verlautbaren lassen, sie stütze auf jeden Fall die Haltung der deutschen Wirtschaft. Wirtschaftsminister *Phillip Rösler* beließ es nicht allein dabei, sondern hat sogar eine Protestnote nach Brüssel gesandt. Nach einiger Verwirrung stellte sich heraus, dass es sich wohl um ein Missverständnis gehandelt und es von Seiten der EU-Kommission angeblich keinerlei Bestrebungen gegeben habe, die zu einer Abschaffung des Labels *Made in Germany* führen könnten. Gleichwohl bleibt die deutsche Wirtschaft skeptisch und sieht in den wiederholten Vorstößen von Seiten der EU eine ernstliche Gefahr für den als Wettbewerbsvorteil verstandenen Slogan. Während also die wechselhafte Geschichte des Slogans *Made in Germany* in London ihren Anfang nahm, könnte sie – sollte sich diese Sorge als berechtigt erweisen – in Brüssel ihr Ende finden.

19) *Gündling*, GRUR 2007, 921, 924 m. w. N.; In Ausnahmefällen könne allerdings auch ein geringerer Wertschöpfungsanteil ausreichend sein; vgl. bereits LG Frankfurt, 11.12.1987 – 2/6 O 559/87, WRP 1988, 135 zu der 45 Prozent-Grenze.

20) IHK-Magazin – Wirtschaftsnachrichten der IHK Mittlerer Niederrhein Nr. 01 vom 10.01.2012, S. 22 ff.: „Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag, die Dachorganisation der IHKs in Deutschland, setzt sich derzeit massiv dafür ein, dass die bewährte Ursprungsregelung erhalten bleibt."

RECHTSPRECHUNG

Urheberrecht

SABAM

RL 2000/31/EG; RL 2001/29/EG; RL 2004/48/EG; RL 95/46/EG; RL 2002/58/EG

EuGH, Urteil vom 16.02.2012 – C-360/10

Die Richtlinien

- **2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr),**
- **2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft und**
- **2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums**

sind, bei einer Gesamtbetrachtung und einer Auslegung im Hinblick auf die sich aus dem Schutz der anwendbaren Grundrechte ergebenden Anforderungen, dahin auszulegen, dass sie der Anordnung eines nationalen Gerichts an einen Hosting-Anbieter entgegenstehen, ein System der Filterung

- **der von den Nutzern seiner Dienste auf seinen Servern gespeicherten Informationen,**
- **das unterschiedslos auf alle diese Nutzer anwendbar ist,**
- **präventiv,**
- **allein auf eigene Kosten und**
- **zeitlich unbegrenzt**

einzurichten, mit dem sich Dateien ermitteln lassen, die musikalische, filmische oder audiovisuelle Werke enthalten, an denen der Antragsteller Rechte des geistigen Eigentums zu haben behauptet, um zu verhindern, dass die genannten Werke unter Verstoß gegen das Urheberrecht der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden.

Entscheidungsgründe:

Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung der Richtlinien 1

- 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr) (ABl. L 178, S. 1),
- 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft (ABl. L 167, S. 10),
- 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums (ABl. L 157, S. 45, berichtigt im ABl. L 195, S. 16, und im ABl. 2007, L 204, S. 27),
- 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (ABl. L 281, S. 31) und