

Brüssels Markenrecht gerät unter Reformdruck

Acht EU-Staaten und der Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments fordern eine Änderung des EU-Markenrechts. Die auf Europa begrenzte Geltung des Rechts an einer Marke führe im internationalen Vergleich zu Preisdifferenzen, argumentieren die Kritiker. Die gehe zu Lasten der EU und sei nicht zu rechtfertigen.

HANDELSBLATT, 26.1.2001

17. BRÜSSEL. Nur fünf Jahre nach seiner Schaffung stellen die Mehrheit der EU-Staaten und der Rechtsausschuss des Europäischen Parlaments das geltende EU-Markenrecht in Frage. Die auf die EU begrenzte Geltung („Erschöpfung“) des Markenrechts „ist protektionistischer als die Systeme in den USA und Japan“, schrieb Schwedens Handelsminister Leif Pagrotsky in einem Brief an EU-Binnenmarktkommissar Frits Bolkestein. Gleich lautende Schreiben erreichten den Niederländer aus sieben weiteren EU-Staaten.

Pagrotsky will die Anpassung des EU-Markenrechts an die globalen Handelsbedingungen während der derzeit laufenden schwedischen Ratspräsidentschaft in die Wege leiten. „Europa ist ein Hochpreismarkt“, betont der Schwede. Seine Kollegen und er sind der Überzeugung, dass nach Einführung der internationalen Geltung bei Bekleidung, Schuhen und Sportartikeln die Preise nachgeben würden, innovative Produkte aber weiterhin vom Schutz des Patentrechts und des Copyrights profitieren würden.

Unterstützung bekommt die Ländergruppe nun aus dem Europaparlament. Der Rechtsausschuss spricht sich mehrheitlich für die Einführung der internationalen Er-

schöpfung in der EU aus. Dies wurde bei einer Anhörung in Brüssel deutlich.

„Die Begrenzung des Markenrechts auf die EU erlaubt der Industrie weltweit mit zwei Preissystemen zu arbeiten, in Europa mit hohen und außerhalb der EU mit niedrigen Preisen“, sagte gestern der zuständige Berichterstatter des Rechtsausschusses, Hans-Peter Mayer (CDU/EVP). Der Jura-Professor ist überzeugt, dass die Preise für Elektroprodukte und Haushaltsgeräte nach der Einführung eines globalen Markenrechts nachgeben würden.

EU-Handelsunternehmen können auf diese Preisdifferenzen nicht reagieren, da sie die preisgünstige Markenware nicht in die EU einführen dürfen. Prominentestes Beispiel sind die Levis-Jeans, die in den USA für 35 \$ und in der EU für über 100 DM angeboten werden. Inzwischen befasst sich der Europäische Gerichtshof mit dem Fall, Levi Strauss hatte der größten britischen Supermarktkette Tesco untersagt, die Levis 501 zu Preisen anzubieten, die unter dem in England empfohlenen Preis lagen. Die EuGH-Richter prüfen auf Antrag von Tesco, ob der US-Bekleidungshersteller gegen EU-Recht verstoßen hat.

Der deutschen Markenverband in Wiesbaden lehnt die jüngsten Initia-

tiven aus Schweden und dem Europaparlament rundweg ab. „Wir sind sehr enttäuscht von der Position des Herrn Mayer“, so Christopher Scholz, Leiter der Rechtsabteilung des Verbandes. Mehrere Untersuchungen hätten gezeigt, dass die Preisdifferenzen nicht auf europä-

ische Erschöpfung des Markenrechts zurückzuführen seien. „Wir hoffen, dass die Kommission standhaft bleibt“, sagte Scholz. Die EU-Behörde hatte im Mai 2000 eine Reforminitiative zurückgezogen. In der Bundesregierung herrscht ein unklares Meinungsbild. Im Justizministeri-

um will man am geltenden EU-Recht festhalten, das Wirtschaftsministerium spricht sich hingegen für die Wiedereinführung der internationalen Erschöpfung ein. Auf diese hatte Deutschland bei der Einführung des EU-Markenrechts verzichtet.