

stellende Veränderung des Rechtssubjekts darstellen kann.

Diese Auffassung ist der Ausgangspunkt dafür, daß vor rund 15 Jahren, beginnend mit dem britischen Trading-with-the-Enemy-Act 1939, die wertvollen deutschen Auslandsmarken zunächst sequestriert und im weiteren Verlaufe der Entwicklung unter Bezugnahme auf Art. 10 des Kontrollratsgesetzes Nr. 5 teils veräußert, teils gelöscht wurden. Seitdem mit der Spaltung Deutschlands das einheitliche Markenschutzgebiet in zwei Teile zerrissen wurde, begannen sich infolge der in ihnen beschrittenen verschiedenartigen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Wege das Markenwesen und das immer noch im wesentlichen auf der einheitlichen Rechtsgrundlage des Warenzeichengesetzes von 1936 beruhende Markenrecht zu differenzieren.

In Westdeutschland wurde unter Führung der Gesetzgebung und unter Mithilfe der Markenschutz- und der Justizorgane aus Gründen der „Wahrung der historischen Kontinuität“ der verbliebene Bestand nationaler Marken hemmungslos ausgehöhlt. Das Trümmerfeld wurde in organisierter Weise durch die JEIA\*) und viele kleine Freibeuter der „freien“ Wirtschaft ausgeraubt.

In unserer Republik konnten seit der Anordnung über die Errichtung einer Patent-, Gebrauchsmuster- und Warenzeichen-Anmeldestelle vom 15. September 1948 wieder Warenzeichenanmeldungen hinterlegt werden. Aber durch diese Maßnahme wurden nur Prioritätsrechte begründet. Sie gewährten — sofern sie nicht durch eine zielbewußte Markenbenutzung unterstützt wurden — lediglich Anwartschaften. Den im internationalen Verkehr erforderlichen Heimatschutz konnten sie nicht ersetzen; denn der prioritätsbegründenden Anmeldung fehlte die notwendige Ergänzung durch die den Rechtsschutz erst gewährende Registrierung. Diese Umstände machten sich Schieber und Spekulanten zunutze. So unternahm ein Prinz von Baden den Versuch, die weltbekannten Marken der 1710 gegründeten und seitdem ununterbrochen im Gebiete der DDR residierenden vormals Staatlichen Porzellanmanufaktur Meißner bei dem Patentamt der Bundesrepublik in München für sich registrieren zu lassen. Die Marken der volkseigenen Industrie und anderer bekannter Betriebe, z. B. IFA, RFT, Olympia, Erika, Carl Zeiß Jena, Rheinmetall, Agfa, Blüthner u. a., wurden unzulässigerweise auf den Auslandsmärkten benutzt, ja sogar für Unbefugte registriert. Vor allem die neuen, seit 1945 in Benutzung genommenen Marken unserer volkseigenen Industrie waren solchem Treiben nahezu schutzlos preisgegeben.

Da in den seit der Spaltung Deutschlands vergangenen fünf Jahren nichts Wesentliches für die Reorganisation des Markenwesens und des Markenschutzes in unserer Republik geschah, konnte es scheinen, als würden bei uns diese Einrichtungen nicht zu den nützlichen und wertvollen Organisationselementen der Produktion und des Absatzes gezählt. Die Irrigkeit dieser Auffassung wurde offenbar, als Walter Ulbricht auf der 16. Tagung des Zentralkomitees der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands vom 17. bis 19. September 1953 erklärte:

„Wir sind dafür, daß die Betriebe ihre Erzeugnisse mit ihren Fabrikmarken versehen, damit die Bevölkerung weiß, von welchem Betriebe sie kauft. Ehrensache eines jeden Betriebes muß es sein, daß seine Fabrikmarke bei der Bevölkerung Anerkennung und Beliebtheit findet und daß sie mit dieser Fabrikmarke Vorstellungen von guter Qualität, Formschönheit und Zweckmäßigkeit verbindet.“

Das neue Warenzeichengesetz zieht aus diesen Thesen und aus den in der Schwebezeit erworbenen Erkenntnissen der wesentlichen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Voraussetzungen die rechtlichen Folgerungen. Aus der von Walter Ulbricht gegebenen Anleitung ergibt sich, daß der Markenschutz der Qualifizierung der Ware und dem Schutze der Qualitätsware dienen soll. Das erfordert eine ständige erzieherische Mitwirkung der Konsumenten und einen dadurch ständig angeregten, auf Steigerung der gewerblichen Leistung gerichteten Wettbewerb der Betriebe als der Stätten der gesellschaftlichen, kollektiven Produktion. Der

Schutz der qualifizierten Ware verlangt einen starken, auf der realen Grundlage der qualitativen Leistung begründeten und mit den Prinzipien des internationalen Rechts zu vereinbarenden Rechtsschutz.

\*

Das neue Warenzeichengesetz ist nicht der einfache Nachfolger, des Warenzeichengesetzes vom 5. Mai 1936, obwohl es in manchen Einzelheiten mit ihm übereinzustimmen scheint. Die Übereinstimmungen erklären sich aus den Erfordernissen, welche der internationale Rechtsverkehr verlangt. Für das neue Gesetz ist es charakteristisch, daß die bereits durch die Anordnung der Deutschen Wirtschaftskommission vom 27. April 1949 eingeführte Kennzeichnungspflicht für industrielle Erzeugnisse nunmehr in unmittelbare Beziehung zur Systematik des Markenrechts gebracht wird. Dadurch entstehen für den Inhalt der Kennzeichnungspflicht wie auch für den Inhalt des Markenrechts Rückwirkungen.

Die Kennzeichnungspflicht nach der Anordnung vom 27. April 1949 war eine planökonomische Maßnahme, die in erster Linie der Plankontrolle diene. Das geht aus den §§ 4 und 5 der Anordnung hervor. Sie hätte vollständig, wenn auch in weniger übersichtlicher Weise, an Hand von technischen oder planökonomischen Chiffren durchgeführt werden können. Tatsächlich sind solche Chiffren in § 2 der Anordnung in Gestalt der Warennummern des allgemeinen Warenverzeichnisses auch erwähnt. Wenn die Anordnung vom 27. April 1949 in § 1 Abs. 2 und 3 eine bestimmte individuelle Kennzeichnung durch Angabe der Firmenbezeichnung oder eines eingetragenen Warenzeichens verlangte, so diene diese Kennzeichnung in erster Linie dem Zwecke, den Planungsorganen die Möglichkeit schneller Feststellung der für die Einhaltung der planökonomischen Bedingungen verantwortlichen Produzenten zu geben. Die Kennzeichnungspflicht nach der Anordnung vom 27. April 1949 war mithin in erster Linie eine den Staatsorganen gegenüber zu erfüllende, auf planökonomischen Gründen beruhende Verpflichtung. Sie entsprach dem damals vorhandenen Stande der Entwicklung der Planwirtschaft in unserer Republik, deren Hauptanliegen der Auf- und Ausbau der Grund- und Schwerindustrie war. Für diese Industrien ist der Markenschutz zwar auch wichtig, doch nicht von erstrangiger Bedeutung.

Die Kennzeichnungspflicht nach den §§ 1 bis 3 des Warenzeichengesetzes gibt diesen Gedanken nicht auf. Sie stellt aber andere Gesichtspunkte in den Vordergrund. Diese entsprechen der durch den neuen Kurs veränderten ökonomischen Zielsetzung. Sie ist auf breite Entwicklung der Verbrauchsgüterindustrie gerichtet, und in dieser hat das Markenwesen allergrößte Bedeutung, da es sich um die Produktion und den Absatz von Massenerzeugnissen handelt. Daher soll die Kennzeichnungspflicht vor allem zur Verbesserung der Produktion von Verbrauchsgütern anregen, und zwar gemäß den Bedürfnissen und Wünschen der Konsumenten, denen die Verbrauchsgüterwirtschaft letzten Endes dient. Die Pflicht zur Warenkennzeichnung dient nunmehr in erster Linie dazu, mit Hilfe des verwendeten Kennzeichens die dargebotene gewerbliche Leistung der Produzenten der Kritik der Konsumenten zu unterwerfen. Deren beim Verbrauch der gekennzeichneten Ware gebildete Vorstellungen von guter Qualität, Zweckmäßigkeit und Formschönheit erst gewährleisten eine vollständige Kontrolle der Qualifizierung der Produktion von Verbrauchsgütern.

§ 1 des Gesetzes verlangt aus diesem Grunde eindeutige und dauerhafte Kennzeichnung und Festteilbarkeit des Herstellers auf dem handelsüblichen Einzelprodukt, soweit technisch möglich, hilfsweise auf handelsüblichen Verpackungen oder Umhüllungen. Als eindeutig und damit für die Erfüllung der Kennzeichnungspflicht geeignet läßt es alle Kennzeichnungsmittel gelten, die die Firmenbezeichnung oder eine eingetragene Fabrik- oder Handelsmarke enthalten. Die Bedeutung der §§ 1 bis 3 besteht in der Bestimmung, daß industrielle Erzeugnisse überhaupt, in welcher Weise und mit welchen Mitteln gekennzeichnet werden müssen und wen die Verantwortung für die Erfüllung dieser Verpflichtung trifft. Sie beschäftigen sich mit notwendigen allgemeinen Mindestanforderungen der Kennzeichnungsweise für eine bestimmte Kategorie von Produkten. Das wird auch durch die die Kennzeichnungspflicht sichernde Strafbe-

\*) Joint Export Import Agency.