

Effizienzbedenken

Experten bezweifeln allerdings, dass die „Foreign Trade Policy“ eine wirklich effiziente Maßnahme ist. Im indischen Kontext reiche es nicht aus, ganze Städte in die Lage zu versetzen, Einfuhren zollfrei zu erhalten, wenn die ansässigen Unternehmen eine bestimmte Quote ausführen. Es sei wahrscheinlich, dass dies zu Verhaltensmustern führe, die sich nicht an ökonomischen Gesichtspunkten orientieren, sondern an Fragen der Verteilung – etwa der Lizenzen. Die Einfuhr wird dann nicht marktmäßig über den Preis geregelt.

Indien habe noch einiges zu tun, um sein Potenzial als internationaler Handelspartner auszuschöpfen. Zölle und Restriktionen müssen nach Expertenmeinung in noch viel größerem Maße liberalisiert werden. So sei die Umwandlung von mengenabhängigen Zollbestimmungen, wie sie die WTO verlangt, nur pro forma umgesetzt worden. Tatsächlich kommen zum derzeitigen Grundzoll von 20 Prozent noch zehn Prozent „special basic duty“, 24 Prozent „additional duty“ und vier Prozent „special additional duty“ hinzu. Insgesamt machen Zölle damit immer noch fast die Hälfte des Warenwertes aus.

Resümee

Indien hat allen Grund, seinen Außenhandel zu liberalisieren. Denn der hat bisher nur einen marginalen Anteil am gesamten Wirtschaftsvolumen. Und der Anteil der Zölle am Staatshaushalt ist mit zehn Prozent immer noch ausgesprochen hoch. ■

Quellen und weiterführende Hinweise

- Indisches Industrie- und Handelsministerium:
<http://dgft.delhi.nic.in>
- Deutsch-Indische Handelskammer:
www.indo-german.com



Praxisnahe Habilitationsschrift

Harald Hohmann

Angemessene Außenhandelsfreiheit im Vergleich

Die Rechtspraxis der USA, Deutschlands (inklusive der EG) und Japans zum Außenhandel und ihre Konstitutionalisierung, J.C.B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen 2002 (Jus publicum, Bd. 89), 611 Seiten, 119,- €, ISBN 3-16-147825-8

Die vorliegende Studie von *Harald Hohmann* ist (nach *Eppings* Untersuchung zur Außenwirtschaftsfreiheit von 1998) die zweite Habilitationsschrift zum Außenwirtschaftsrecht in den letzten Jahren. *Hohmann* betrachtet die drei großen Handelsnationen USA, Japan und Deutschland (einschließlich der europarechtlichen Bezüge) und geht der Frage nach, ob und inwieweit es der Rechtspraxis dieser Länder gelungen ist, soviel Liberalität des Außenhandels wie möglich zu gewährleisten, ohne die von der Rechtsgemeinschaft anerkannten Gemeinwohlüter zu vernachlässigen.

Bevor der Autor seine rechtliche Analyse beginnt, beschreibt er das wirtschaftliche, politische und soziokulturelle Umfeld des Außenhandels in den drei Ländern. Dies lässt manche (im weiteren Verlauf der Arbeit herausgearbeiteten) Unterschiede in der rechtlichen Behandlung des Außenwirtschaftsverkehrs nachvollziehbar werden und macht das Werk zusätzlich interessant. Im Anschluss daran stellt er die völkerrechtlichen „Einflussfaktoren“ dar, worunter sowohl völkerrechtlich bindende Abkommen wie GATT/WTO als auch die nicht rechtsverbindlichen Nonproliferationsregime – z.B. das Wassenaar Arrangement – zu verstehen sind. Ausführlich widmet sich *Hohmann* danach der einfachrechtlichen Ausgestaltung des Außenhandels in den USA, Deutschland und Japan. Dabei geht er auch auf die jeweilige Verwaltungspraxis ein und beschreibt Unterschiede zwischen

„law in books“ und „law in action“. Dieser Abschnitt des Buches dürfte für den Praktiker besonders wertvoll sein, da dem Leser ein guter Einblick in die einschlägige rechtliche und praktische Ausgestaltung des Außenwirtschaftsverkehrs in den anderen wichtigen Handelsnationen gewährt wird. Schließlich analysiert der Autor den jeweiligen verfassungsrechtlichen Rahmen der Außenhandelsfreiheit.

Hohmann plädiert für eine „Konstitutionalisierung“ der Außenhandelsfreiheit, worunter er die grundsätzliche Überordnung der durch Verfassungs- oder WTO-Recht geschützten Freiheits- und Gemeinwohlbelange über das einfache Recht oder gar die Verwaltungspraxis versteht. Ein solcher Vorrang sei in Deutschland und Japan sowohl völker- als auch verfassungsrechtlich – zumindest in der Theorie – besser gewährleistet als in den USA. Dabei geht es nicht um eine unbegrenzte Export- oder Importfreiheit, sondern um eine angemessene Außenhandelsfreiheit, die legitime Gemeinwohlinteressen berücksichtigt. Als Interessen, die Einschränkungen der Außenwirtschaftsfreiheit rechtfertigen können, nennt *Hohmann* u.a. den Schutz der Rechte der eigenen Bevölkerung, wirtschaftliche Gemeinwohlbelange, Schutz von Kulturgütern und ökologischen Belangen, Schutz der äußeren Sicherheit sowie schließlich den Schutz sonstiger außenpolitischer Interessen (z.B. Terrorismusbekämpfung und Menschenrechtsschutz). In jedem Kapitel des Buches untersucht der Autor, inwieweit Recht und Praxis der drei Länder einen angemessenen Interessenausgleich gewährleisten, wobei seine Betrachtungsweise freiheitsorientiert bleibt. Dabei gelangt er zu einem für Deutschland und Japan günstigeren Ergebnis als für die USA; er lässt jedoch auch die Defizite in Deutschland (z.B. Überschneidungen und Intransparenz durch das Nebeneinander von nationalen und europarechtlichen Regelungen, Zweifel an der Verfassungs- und Europarechtskonfor-

Fortsetzung auf Seite 82

Ist diese Voraussetzung erfüllt und handelt es sich um eine Benutzung des Zeichens im geschäftlichen Verkehr, gilt der aufgrund des Gemeinschaftsrechts bestehende Schutz der Marke bei Identität von Zeichen und Marke sowie der Erzeugnisse oder Dienstleistungen uneingeschränkt. Stelle das finnische Gericht dagegen fest, dass Budvar das Zeichen nicht zur Unterscheidung der betreffenden Erzeugnisse verwendet, sondern als Handelsname oder Unternehmensbezeichnung, so ist auf die finnische Rechtsordnung abzustellen, um den Umfang und gegebenenfalls den Inhalt des Schutzes zu bestimmen, der Anheuser-Busch gewährt wird.

Der Gerichtshof weist jedoch darauf hin, dass das Gemeinschaftsrecht Dritten die Benutzung eines Zeichens zur Angabe ihres Namens oder ihrer Adresse erlaubt. Diese Ausnahme hängt davon ab, ob es sich um eine *redliche* (nach dem TRIPS-Übereinkommen) oder eine den *anständigen Gepflogenheiten* entsprechende (nach der oben genannten Richtlinie von 1989) Benutzung handelt. Bei der Beurteilung, ob diese Voraussetzung erfüllt ist, ist zum einen zu berücksichtigen, inwieweit die Verwendung des Handelsnamens von den beteiligten Verkehrskreisen als Hinweis auf eine Verbindung zwischen den Erzeugnissen des Dritten und dem Markeninhaber oder einer zur Benutzung befugten Person aufgefasst wird, und zum anderen, inwieweit der Dritte sich dessen hätte bewusst sein müssen. Das nationale Gericht muss eine Gesamtwürdigung aller relevanten Umstände vornehmen (z.B. der Etikettierung der Flasche), um beurteilen zu können, ob Budvar gegenüber Anheuser-Busch ein unlauterer Wettbewerb vorgeworfen werden kann.

Der Gerichtshof prüfte schließlich, ob ein Handelsname ein „bestehendes“ älteres Recht darstellen könne. Er stellt fest, dass nach dem TRIPS-Übereinkommen die Verwendung des Handelsnamens nicht untersagt werden kann, wenn der Inhaber eines solchen Namens über ein Recht verfügt, das vor der Marke entstanden ist, mit der es angeblich kollidiert.

Ein Handelsname stellt ein Recht dar, das in den Anwendungsbereich des TRIPS-Übereinkommens fällt und daher ein älteres Recht darstellen kann. Das finnische Gericht hat zu überprüfen, ob das Recht von Budvar ein bestehendes Recht ist, d.h. zu dem Zeitpunkt geschützt war, als es von Budvar den Ansprüchen von Anheuser-Busch entgegengehalten wurde. Der Schutz des Handelsnamens ist zu gewährleisten, ohne dass er von einer Verpflichtung zur Eintragung abhängig gemacht werden kann. Jedoch kann das nationale Recht Voraussetzungen hinsichtlich der Mindestbenutzung oder eines Mindestbekanntheitsgrades des Handelsnamens vorsehen. ■

Quelle

- Urteil des Gerichtshofes vom 16.11.2004 in der Rechtssache C-245/02 Anheuser-Busch Inc./Bud_jovick_Budvar, národný podnik

(Prof. Dr. Graf von Bernstorff, Bremen)

Fortsetzung von Seite 78

mität der Genehmigungspflicht für die Verbringung gelisteter Güter gem. § 7 Abs. 2 AWW) nicht unberücksichtigt.

Die Einbeziehung von Recht und Verwaltungspraxis macht *Hohmanns* Arbeit nicht nur für den Rechtswissenschaftler, sondern auch für Praktiker in Wirtschaft und Verwaltung lesenswert. Der eilige Leser kann sich anhand der zahlreichen Zusammenfassungen einen guten Überblick über die zentralen Aussagen der Arbeit verschaffen. Das Werk ist nicht zuletzt aufgrund der Einbindung der rechtlichen Überlegungen in wirtschaftliche, politische und kulturelle Zusammenhänge interessant zu lesen und kann auch als Einstieg ins Außenwirtschaftsrecht empfohlen werden.

(Dr. Heiko Willems, Berlin)

Impressum

AW-Prax – Außenwirtschaftliche Praxis
Zeitschrift für Außenwirtschaft in Recht und Praxis – herausgegeben in Verbindung mit dem Europäischen Forum für Außenwirtschaft, Verbrauchsteuern und Zoll e.V. (EFA)

Redaktion im Verlag
Carina Brächter, carina.brachter@bundesanzeiger.de
Telefon: 02 21/9 76 68-186

Anne Bayrli, Jutta Fritzsche
Telefon: 02 21/9 76 68-181, -197

Verantwortlich für den Inhalt
Fred Schulz, Köln

Manuskripte

Manuskripte sind an die Redaktion im Verlag zu senden. Für unverlangt eingesandte Manuskripte kann keine Haftung übernommen werden. Der Verlag behält sich das Recht zu redaktionellen Bearbeitungen der angenommenen Manuskripte vor.

Erscheinungsweise

monatlich; jeweils zum 15. des Monats

Bezugspreise/Bestellungen/Kündigungen

Einzelheft € 19,70/sfr 30,70.

Der Jahresabpreis beträgt € 237,-/sfr 369,70 inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten (für Mitglieder des Europäischen Forums für Außenwirtschaft, Verbrauchsteuern und Zoll e.V. (EFA) beträgt der Jahresabpreis € 215,-/sfr 330,25 inkl. MwSt. und zzgl. Versandkosten). Bestellungen über jede Buchhandlung oder beim Verlag. Abbestellungen müssen sechs Wochen vor Jahresende erfolgen

Verlag: Bundesanzeiger Verlagsges.mBH.

Postfach 10 05 34, 50445 Köln
Geschäftsführung: Rainer Diesem, Fred Schulz

Vertriebsleitung: Birgit Drehsen
Telefon: 02 21/9 76 68-121

Abonnementverwaltung:
Telefon: 02 21/9 76 68-2 29
Telefax: 02 21/9 76 68-2 88

Vertrieb in Österreich

Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH
1051 Wien, Wiedner Hauptstraße 120–124

Telefon: 00 43/(0)1/5 46 64-0
Telefax: 00 43/(0)1/5 46 64-225

E-Mail: office@wirtschaftsverlag.at

Aboverwaltung für Österreich

redmail Logistik & Zustellservice GmbH
1030 Wien, Faradaygasse 6

Telefon: 00 43/(0)1/7 95 00-69
Telefax: 00 43/(0)1/7 95 00-12

E-Mail: aboservice-oevw@redmail.at

Urheber- und Verlagsrechte

Alle in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jegliche Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Mit der Annahme des Manuskriptes zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Vervielfältigungsrecht bis zum Ablauf des Urheberrechts. Das Nutzungsrecht umfasst auch die Befugnis zur Einspeicherung in eine Datenbank sowie das Recht zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken, insbesondere im Wege elektronischer Verfahren einschließlich CD-ROM und Online-Dienste.

Haftungsausschluss

Die in dieser Zeitschrift veröffentlichten Beiträge wurden nach bestem Wissen und Gewissen geprüft. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann jedoch nicht übernommen werden. Eine Haftung für etwaige mittelbare oder unmittelbare Folgeschäden oder Ansprüche Dritter ist ebenfalls ausgeschlossen. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht notwendig die Meinung der Redaktion wieder.

Anzeigenleitung

Regina Gärtner, public@bundesanzeiger.de
Bundesanzeiger Verlagsges.mBH.

Amsterdamer Straße 192, 50735 Köln
Telefon: 02 21/9 76 68-128
Telefax: 02 21/9 76 68-271

Anzeigenpreise

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 7 vom 1.1.2005
Vergünstigte Preise für Stellengesuche

Herstellung

Martin Jäger
Telefon: 02 21/9 76 68-138

Satz

Druckhaus Locher GmbH, Köln

Druck

Griebsch und Rochol Druck GmbH, Hamm/Westf.
ISSN 0947-3017