La Kanzlei

Etiquetten im Frankreichgeschäft - ist die Wahl der französischen Sprache wirklich notwendig?

Vertragsrecht / AGB



Dr. Christophe Kühl

In Frankreich ist es erforderlich, dass alle Produktbeschreibungen, Nutzungsbedingungen, Garantien, Werbungen in jeglicher Form etc., in französischer Sprache formuliert oder zumindest übersetzt werden (Gesetz Nr. 94-665 vom 4. August 1994, sogenannte „Loi Toubon“).

Bezüglich der Bestimmungen auf Kleidungsetiketten wird diese Pflicht in der Verordnung Nr. 73.357 (Art. 13 Abs. 2 und 5), ergänzt durch die Verordnung Nr. 88-480, nochmals präzisiert.

Ausgenommen sind:

- Produktbezeichnung die in die französische Sprache integriert wurden, wie zum Beispiel Pizza, Sandwich oder Jeans.
- Marken und Firmen(-bezeichnungen), so müsste zum Beispiel „J. Wolfskin“ nicht mit „J. Wolfshaut“ übersetzt werden.
- Waren die nicht an Verbraucher verkauft werden, sondern an Handelspartnern. Diese Handelspartner sind dann selbst für die Übersetzung bei der Vermarktung verantwortlich.

Die Umgehung des Gesetzes durch Anmeldung des Slogans als Marke, eine in der Vergangenheit verbreitete Vorgehensweise, wurde inzwischen unterbunden. Folglich sind Slogans wie „Nike, just do it“ oder „United colors of Benetton“ ins Französische zu übersetzen. Erlaubt sind jedoch Marken wie „Coca Cola light“ oder „Nivea sun“. Die Abgrenzung kann hier im Einzelfall schwierig sein.

Gelockert wurde das Gesetz nur dahingehend, dass mehrere Sprachen benutzt werden dürfen. Folglich darf ein englischer Werbeslogan benutzt werden, wenn gut sichtbar und klar seine Übersetzung angebracht ist (zum Beispiel durch ein Sternchen). Nicht ausreichend ist die Anbringung eines Hinweisschildes am Verkaufsstand, das auf den englischen Slogan hinweist und

diesen übersetzt.

Europarechtlich kann das Verbot dann unwirksam sein, wenn die Reglungen nicht dem Verbraucherschutz dienen. Die hier genannten Verbote wurden jedoch alle mit dem Verbraucherschutz begründet und von den Gerichten gehalten.

Verstöße gegen die gesetzlichen Bestimmungen sind Ordnungswidrigkeiten der Kategorie 4, die mit einer Geldbuße bis zu 750,- € pro Verstoß geahndet werden können. Bei juristischen Personen können diese Strafen mit 5 multipliziert werden. Pro Etikette liegt folglich eine Ordnungswidrigkeit vor. Verstöße werden durch die Kunden, Konkurrenten, Verbraucherverbände oder durch die Mitarbeiter der zuständigen Aufsichtsbehörde (DGCCRF – Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) gemeldet.

Diese Behörde würde auch keine kurze Übergangszeit genehmigen.

2013-04-12

Qivive
Rechtsanwalts GmbH

qivive.com

Köln[D]
Konrad-Adenauer-Ufer 71
D – 50668 Köln
T + 49 (0) 221 139 96 96 - 0
F + 49 (0) 221 139 96 96 - 69
koeln@qivive.com

Paris[F]
50 avenue Marceau
F – 75008 Paris
T + 33 (0) 1 81 51 65 58
F + 33 (0) 1 81 51 65 59
paris@qivive.com

Lyon[F]
4 Pl. Amédée Bonnet
F – 69002 Lyon
T + 33 (0) 4 27 46 51 50
F + 33 (0) 4 27 46 51 51
lyon@qivive.com

Strasbourg[F]
10 Pl. Gutenberg
F – 67000 Straßburg
T + 33 (0) 3 92 12 02 20
F + 33 (0) 3 92 12 02 21
strasbourg@qivive.com