La Kanzlei

Das französische Sprachschutzgesetz (Loi Toubon)

Vertragsrecht / AGB
Wettbewerbsrecht

1. Was ist das französische Sprachschutzgesetz?
2. Muss deshalb ganz auf die Verwendung nicht-französischer Texte verzichtet werden?
3. Was gilt für die Bewerbung und die Auszeichnung von Waren und Dienstleistungen in Frankreich?
4. Ist das französische Sprachschutzgesetz auf ausländische Internetseiten bzw. Onlineshops anwendbar?
5. Was gilt für Verträge und Korrespondenz zwischen Unternehmen?
6. Was gilt für Arbeitsverträge und Korrespondenz mit Mitarbeitern?
7. Können fremdsprachige Begriffe bzw. Ausdrücke als französische Marken angemeldet werden?
8. Welche Ausnahmen gibt es von dem Sprachschutzgesetz?
9. Welche Sanktionen drohen bei Verstößen gegen das Sprachschutzgesetz?
10. Praxistipps

Kontaktieren Sie uns

[1] Was ist das französische Sprachschutzgesetz?

In Frankreich schreibt das Sprachschutzgesetz Nr. 94-665 vom 04.08.1994[1] (sog. „Loi Toubon“) unter bestimmten Voraussetzungen die zwingende Verwendung der französischen Sprache vor. Dieses Gesetz wird von Verordnungen[2] und ministeriellen Verwaltungsanweisungen[3] ergänzt und präzisiert.

Nach diesen Vorschriften ist die Verwendung der französischen Sprache insbesondere in den folgenden Fällen vorgeschrieben:

- Schriftliche, mündliche und audiovisuelle Werbung für Waren oder Dienstleistungen,
- Bezeichnung, Angebot und Beschreibung von Waren und Dienstleistungen
- Bedienungsanleitungen, Benutzerhandbücher, Garantiebedingungen und Rechnungen,
- Öffentliche Ankündigungen,
- Verträge, die von juristischen Personen des öffentlichen Rechts abgeschlossen werden,
- Dokumente, die für Teilnehmer von Veranstaltungen, Kolloquien, Kongressen bestimmt sind,
- Veröffentlichungen öffentlicher Institutionen,
- Dokumente, die Pflichten eines Arbeitnehmers begründen oder Informationen enthalten, deren Kenntnis für die Ausführung der Arbeit notwendig ist.

[2] Muss deshalb ganz auf die Verwendung nicht-französischer Texte verzichtet werden?

Wichtig ist, dass das französische Recht nicht die ausschließliche Verwendung der französischen Sprache vorschreibt. Die Verwendung fremdsprachiger Texte ist vielmehr zulässig, sofern eine vollständige französische Übersetzung vorhanden ist.

Aus Sicht des Gesetzgebers handelt es sich allerdings bei der fremdsprachigen Angabe um die Übersetzung des französischen Textes, und nicht umgekehrt. Daher muss die französische Fassung grundsätzlich genauso gut leserlich und verständlich sein, wie der fremdsprachige Text (Art. 4 Abs. 2 des Toubon-Gesetzes). Nach unserer Beobachtung wird diese gesetzliche Anforderung in der Praxis aber nicht übermäßig streng gehandhabt. So wird es zumeist als ausreichend angesehen, wenn die Übersetzung mit Hilfe eines Sternchenverweises in etwas kleinerer Schrift, aber dennoch gut sichtbar, erscheint. Es empfiehlt sich, die Übersetzung in derselben Leserichtung abzudrucken wie der fremdsprachige Text, also z.B. nicht um 90° gedreht am seitlichen Rand.

Im Ergebnis ist es also zulässig, in Frankreich fremdsprachige Begriffe oder Slogans in der Werbung zu verwenden, sofern eine französische Übersetzung mitgeliefert wird. Für audiovisuelle Werbung ist zudem anerkannt, dass die Übersetzung nicht dieselbe Form wie die fremdsprachige Botschaft haben muss. So kann in einer Werbung etwa ein gesprochener Text in fremder Sprache mit einer schriftlichen Übersetzung versehen werden.

[3] Was gilt für die Bewerbung und die Auszeichnung von Waren und Dienstleistungen in Frankreich?

Wie bereits oben unter Punkt 1 dargestellt, müssen Bezeichnung, Angebot und Beschreibung von Waren und Dienstleistungen gemäß Artikel 2 der Loi Toubon in französischer Sprache erfolgen. Dies bedeutet, dass insbesondere auch die Produktbeschreibungen aller in Frankreich angebotenen Produkte auf Französisch übersetzt sein müssen. Nicht zuletzt ist damit auch die Verwendung fremdsprachiger Slogans oder Begriffe (wie z.B. „sale“, „Black Friday“, „Cyber Week“, „Rent a Car“ etc.) im Rahmen einer Werbung oder eines Warenangebotes in Frankreich unzulässig.

Gemäß Artikel L.221-5 in Verbindung mit Artikel L.111-1 des französischen Verbrauchergesetzbuches (Code de la consommation) müssen dem Verbraucher eine Reihe von Informationen vor und nach der Bestellung erteilt werden. Dazu gehören insbesondere die wesentlichen Eigenschaften des Produktes (caractéristiques essentielles du bien ou du service). Diese Pflichtinformationen können ebenfalls nur wirksam in französischer Sprache erteilt werden.

Allerdings ist es nach einer Verwaltungsanweisung des französischen Wirtschafts- und Finanzministeriums auch möglich, die gesetzlich vorgeschriebenen Informationen auf andere Weise, z.B. durch Piktogramme, Symbole oder Bilder, zu erteilen. In diesem Fall trägt jedoch der Verkäufer die Beweislast dafür, dass die von ihm erteilten Informationen für die Verbraucher verständlich und nicht irreführend waren.

4 Ist das französische Sprachschutzgesetz auf ausländische Internetseiten bzw. Onlineshops anwendbar?

Hier treffen zwei gegenläufige Prinzipien aufeinander: Zum einen gilt das Herkunftslandprinzip gemäß Artikel 3 Nr. 2 der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr, das durch Artikel 17 des französischen Gesetzes über das Vertrauen in die digitale Wirtschaft[4] (abgekürzt LCEN) in französisches Recht umgesetzt worden ist. Danach ist grundsätzlich das Recht des Staates anzuwenden, in dem der Unternehmer seine Niederlassung hat. Andererseits schreibt Artikel 2 der Loi Toubon generell die Verwendung der französischen Sprache vor.

Da der französische Staat aber die Verwendung der französischen Sprache nicht für alle von Frankreich aus zugänglichen Internetseiten durchsetzen kann, findet das Toubon-Gesetz nur Anwendung, soweit sich eine Website an das französische Publikum richtet. Dies ist insbesondere der Fall, wenn sich eine E-Commerce-Website (auch) an Verbraucher mit Wohnsitz in Frankreich richtet.

In dem Bemühen, die Grundsätze des freien Marktes in der EU und den Schutz der französischen Sprache miteinander in Einklang zu bringen, ist jedoch zwischen Informationen, die nach französischem oder europäischem Recht obligatorisch sind, und fakultativen Informationen zu unterscheiden. Gemäß einer Verwaltungsanweisung des französischen Wirtschafts- und Finanzministeriums unterfallen freiwillige Informationen nicht der Loi Toubon, sofern es sich um eine Website handelt, die von einem Unternehmen betrieben wird, das nicht in Frankreich sitzt.[5]

Pflichtinformationen müssen aber dennoch in französischer Sprache bereitgestellt werden, selbst wenn der Betreiber der Seite seinen Sitz im Ausland hat. Selbstverständlich verbietet es das Toubon-Gesetz jedoch nicht, dass eine E-Commerce-Website neben ihrer französischen Fassung noch in weiteren Sprachversionen existiert.

Pflichtinformationen stellen etwa auch Datenschutzhinweise oder zahlreiche Angaben in Bestellbestätigungen dar. Genauso wie die Schaltfläche "kostenpflichtig bestellen" sollten derartige Informationen zweckmäßigerweise vollständig in französischer Sprache gehalten sein.

5 Was gilt für Verträge und Korrespondenz zwischen Unternehmen?

Gemäß Art. 2.1.1 Nr. 1 der Verwaltungsanweisung vom 19. März 1996 sind Rechnungen und andere Dokumente im Geschäftsverkehr zwischen französischen und ausländischen Unternehmern, die keine Endverbraucher sind, vom Geltungsbereich des Sprachschutzgesetzes ausgenommen. Solche Dokumente können mithin in einer anderen Sprache wie z.B. Englisch oder Deutsch abgefasst sein.

Ein deutsches Unternehmen kann daher die Kommunikation mit seinen französischen Geschäftspartnern oder Kunden auch in deutscher oder englischer Sprache führen, sofern diese

über entsprechende Sprachkenntnisse verfügen.

Die Kommission zur Analyse gewerblicher Praktiken (Commission d'examen des pratiques commerciales – CEPC) hat in ihrer Stellungnahme Nr. 16-10 vom 12. Mai 2016 ausgeführt, dass selbst Verträge zwischen zwei französischen Unternehmen, in einer Fremdsprache abgefasst werden dürfen.

Anders ist die Lage, falls an der Korrespondenz oder der Vereinbarung eine juristische Person des öffentlichen Rechts beteiligt ist. Nach Artikel 5 der Loi Toubon müssen solche Verträge in französischer Sprache abgefasst sein. Sie dürfen auch keinen ausländischen Ausdruck oder Begriff enthalten, wenn es einen französischen Ausdruck oder Begriff mit gleicher Bedeutung gibt. Dies gilt genauso für privatrechtliche Unternehmen, die einen öffentlichen Auftrag ausführen.

6 Was gilt für Arbeitsverträge und Korrespondenz mit Mitarbeitern?

Das Toubon- Gesetz legt in seinem Artikel 1 Abs. 2 fest, dass die „Sprache der Arbeit" Französisch ist. Dementsprechend sieht Artikel L.1221-3 des französischen Arbeitsgesetzbuches (Code du travail) vor, dass der Arbeitsvertrag schriftlich und in französischer Sprache erstellt werden muss. Auch Stellenausschreibungen müssen nach dieser Vorschrift auf Französisch sein.

Die Pflicht zur Verwendung der französischen Sprache betrifft aber auch die Kommunikation zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer, was allerdings in Ausnahmefällen die Verwendung von Fremdsprachen nicht ausschließt.

Nach Artikel L.2231-4 des französischen Arbeitsgesetzbuches müssen Tarifverträge und Kollektivvereinbarungen sowie Unternehmens- oder Betriebsvereinbarungen in französischer Sprache abgefasst werden. Auf fremdsprachige Vereinbarungen kann sich der Arbeitgeber nicht berufen.

Gleiches gilt nach Artikel L.1321-6 des französischen Arbeitsgesetzbuches für die Betriebsordnung sowie für alle Dokumente, die Verpflichtungen für den Arbeitnehmer oder Bestimmungen enthalten, deren Kenntnis für die Ausführung seiner Arbeit erforderlich ist. Auf dieser Grundlage hat z.B. das Berufungsgericht Versailles mit Urteil vom 2. März 2006 das französische Unternehmen GE Medical Systems dazu verurteilt, seinen Mitarbeitern umgehend eine französische Fassung der im Unternehmen verwendeten Computersoftware, aller Unterlagen zur Personalschulung und der Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften zur Verfügung zu stellen.

7 Können fremdsprachige Begriffe bzw. Ausdrücke als französische Marken angemeldet werden?

Die Bestimmungen des Sprachschutzgesetzes erstrecken sich nicht auf Gesellschafts-, Firmen- oder Handelsnamen oder Marken. Marken oder Markenabwandlungen, die aus einem oder mehreren ausländischen Begriffen bestehen, können daher in Frankreich ohne Übersetzung angemeldet, eingetragen oder benutzt werden. Abweichende Regelungen gelten für juristische Personen des öffentlichen Rechts bzw. privatrechtliche Organisationen in öffentlichem Auftrag.

Zudem gilt diese Ausnahmeregelung nicht für Werbeslogans und Beschreibungen von Produkten und Dienstleistungen, auch wenn diese als Marke oder Bestandteil einer Marke im Markenregister eingetragen sind. Solche Slogans stellen Werbebotschaften dar und fallen somit unter das Toubon-Gesetz. Fremdsprachige Werbeslogans dürfen somit in Frankreich nur zusammen mit einer französischen Übersetzung verwendet werden.

8 Welche Ausnahmen gibt es von dem Sprachschutzgesetz?

Nicht erfasst von dem Verbot sind fremdsprachige Begriffe, die bereits anerkannter Bestandteil der französischen Sprache geworden sind, z.B. „hifi“, „skateboard“, „best-seller“, „shopping“, „marketing“ etc.

Darüber hinaus ist nur in wenigen Ausnahmefällen fremdsprachiger Text auf Produkten ohne eine Übersetzung ins Französische zulässig. Dies ist der Fall, wenn Produkte eingravierte, formgepresste oder aufgestickte Aufschriften in einer Fremdsprache enthalten, soweit es sich um Begriffe handelt, die in den allgemeinen Sprachgebrauch eingegangen sind oder sich aus der Anwendung internationaler Übereinkommen ergeben (z.B. „on/off“, „made in France“, „copyright“).

Außerdem gelten die Bestimmungen des Toubon-Gesetzes nicht für die Bezeichnung typischer Produkte und Spezialitäten ausländischer Herkunft, soweit diese einem breiten Publikum bekannt sind, z. B. „Chorizo“, „Cookie“, „Gin“, „Jeans“, „Sandwich“ etc., sowie ausländische Bezeichnungen, die in Frankreich aufgrund internationaler Abkommen geschützt sind (z. B. „Gorgonzola“, „Scotch Whisky“...).

Auch im Bereich der internationalen Personenbeförderung gelten Ausnahmen.

9 Welche Sanktionen drohen bei Verstößen gegen das Sprachschutzgesetz?

Eine spezielle Abteilung der DGCCRF (Generaldirektion für Wettbewerbspolitik, Verbraucherfragen und Betrugsbekämpfung) ist für die Aufdeckung von Verstößen gegen das Toubon-Gesetz zuständig. Die Mitarbeiter dieses Dienstes können jederzeit Unternehmen und Ihre Websites kontrollieren.

Verstöße gegen das Sprachschutzgesetz sind Ordnungswidrigkeiten der vierten Klasse, was bedeutet, dass juristische Personen für jeden Fall der Zuwiderhandlung mit einer Geldstrafe von bis zu 3.750 € bestraft werden können (Art. 1 Abs. 2 der Verordnung Nr. 95-240 vom 3. März 1995 i.V.m. Art. 131-41 des französischen Strafgesetzbuchs (Code pénal). Für natürliche Personen gilt ein reduzierter Bußgeldrahmen von 750 €. Zu beachten ist, dass bei der Festsetzung des Bußgeldes jedes verkaufte Produkt bzw. jedes verteilte Exemplar einer Werbung als selbständiger Verstoß gewertet werden kann.

Neben den strafrechtlichen Sanktionen sind zivilrechtliche Sanktionen möglich. In Frankreich existieren mehrere anerkannte Sprachschutzvereine, welche die Befugnis haben, gegen Unternehmen vorzugehen, die Fremdsprachen in unzulässiger Weise verwenden. In der Praxis

werden Verstöße gegen das Sprachschutzgesetz von den Vereinen regelmäßig zur Anzeige gebracht.

Ein weiteres Risiko, das ein Verstoß gegen das Toubon-Gesetz mit sich bringt, liegt darin, dass eine in einer Fremdsprache erteilt Pflichtangabe gegenüber Verbrauchern als nicht erteilt gilt. Neben dem Risiko einer Verurteilung auf der Grundlage des Sprachschutzgesetzes besteht daher auch das Risiko, dass Verbraucherschutzvorschriften verletzt werden, was zusätzliche Sanktionen nach sich ziehen kann.

In Arbeitsverhältnissen kann sich der Arbeitgeber gegenüber dem Arbeitnehmer nicht auf fremdsprachige Dokumente berufen, so dass diese aus seiner Sicht unwirksam sind.

10 Praxistipps

- Betreiber von Onlineshops, die auf französische Verbraucher abzielen, sollten alle Angaben und Dokumente in die französische Sprache übersetzen lassen.
- Angaben und Sicherheitshinweise auf Produkten sowie Bedienungsanleitungen und Garantiebedingungen müssen in Frankreich (auch) in französischer Sprache gehalten sein, soweit sie nicht durch Piktogramme ersetzt sind oder einer der wenigen Ausnahmefälle vorliegt.
- Falls Sie in Ihrer französischen Werbung nicht auf fremdsprachige Angaben verzichten möchten, versehen Sie diese mit einer französischen Übersetzung. Hierfür kann ein Sternchenverweis genutzt werden, sofern eine ausreichende Lesbarkeit gewährleistet ist.
- Besondere Vorsicht ist in Arbeitsverhältnissen mit französischen Mitarbeitern geboten. Insbesondere müssen alle Vereinbarungen und Arbeitsanweisungen müssen (auch) in französischer Sprache vorhanden sein.

[1] Loi n°94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française.

[2] Insbesondere dem Décret n°95-240 du 3 mars 1995 pris pour l'application de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française.

[3] Insbesondere der Circulaire du 19 mars 1996 concernant l'application de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française.

[4] Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

[5] Vgl. Bulletin officiel de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes n° 4 du 26 avril 2005.

La Kanzlei

2022-04-05

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