



## SO FUNKTIONIERT DER „MADE IN“-URSPRUNG

Themenbereich	Kerninhalt / Praxiswissen
Bedeutung & Nutzen	<p>„Made in Germany“ ist eines der weltweit stärksten Qualitätsmerkmale. Korrekt eingesetzt, stärkt es Ihr Markenimage, fördert Marktzugang und schafft Vertrauen bei Geschäftspartnern.</p> <div>  <b>ACHTUNG</b> </div> <p>Der „Made in Germany“-Ursprung muss nicht zwingend zu einem handelspolitischen Ursprung aus Deutschland führen.</p>
Rechtsgrundlage (Zoll & Marktkommunikation)	<p>3 Säulen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🌐 UWG: Verbot irreführender Herkunftsangaben</li> <li>🌐 MarkenG: Schutz geografischer Bezeichnungen</li> <li>🌐 UZK (Art. 60): Ursprung = letzter wesentlicher Be- oder Verarbeitungsschritt; Leitlinie, aber kein Automatismus für die werbliche Kennzeichnung</li> </ul>
Exportkontrollrechtliche Relevanz	<p>Auch exportkontrollrechtlich spielt der Ursprung eine Rolle, insbesondere bei Gütern mit möglicher Doppelnutzung (Dual Use) oder bei Rüstungsgütern nach dem AWG/AWV:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🌐 Der zollrechtliche Ursprung bestimmt nicht automatisch das Exportkontroll-Ursprungsland.</li> <li>🌐 Für Genehmigungen nach Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle zählt, wo die Technologie oder das Know-how entwickelt und kontrolliert wurde.</li> <li>🌐 „Made in Germany“ darf daher nicht suggerieren, dass das Produkt ausschließlich deutschem Exportrecht unterliegt, wenn z. B. US-Komponenten oder ausländische Technologie eingebaut ist.</li> </ul>
<p>Stimmen Sie Marketing und Exportkontrolle ab, damit die Compliance gewahrt ist. Denn Ihre Herkunftsangaben sollten nicht im Widerspruch zu den tatsächlichen Exportpflichten stehen. Pflegen Sie diese Information im ICP (Internal Compliance Programme) und dokumentieren Sie zugleich, wer die Herkunftsangaben freigibt und wie Änderungen geprüft werden (z. B. bei Lieferantenwechseln oder neuen Präferenzkalkulationen).</p>	
Private Zertifikate (Auswahl)	<p><b>DIQZ „Made in Germany“:</b> Dieses Zertifikat verlangt in der Regel, dass <b>mindestens 50 % der Wertschöpfung in Deutschland</b> erfolgt. Ihre Unterlagen und Produktionsprozesse werden im Rahmen eines <b>Vor-Ort-Audits</b> überprüft, das <b>jährlich wiederholt</b> wird. So können Sie Ihren Kunden die deutsche Herkunft Ihrer Produkte objektiv belegen</p> <p><b>„Geprüfte Produktherkunft Made in Germany“ (Gesellschaft für Klimaschutz):</b> Hier müssen Sie nachweisen, dass <b>mindestens 55 % der Fertigung in Deutschland</b> erfolgt und die <b>technische Entwicklung</b> ebenfalls in Deutschland stattgefunden hat. Zusätzlich werden <b>Qualitätsmanagement, Nachhaltigkeitskriterien und soziale Standards</b> geprüft. Die Gültigkeit des Zertifikats beträgt <b>2 Jahre</b> und kann nach einer erfolgreichen Re-Prüfung verlängert werden.</p> <p><b>RAL „Möbel Made in Germany“:</b> Dieses <b>Branchensiegel</b> richtet sich speziell an die Möbelindustrie. Es garantiert, dass <b>Konstruktion, Montage und Qualitätsprüfung vollständig in Deutschland</b> erfolgen und die <b>qualitätsrelevante Fertigung überwiegend im Inland</b> stattfindet. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird durch die <b>Deutsche Gütegemeinschaft Möbel (DGM)</b> regelmäßig kontrolliert.</p>

Amtliche Nachweise	IHK-Ursprungszeugnis nach Art. 60 UZK – handelsrechtlicher Ursprungsnachweis, kein Verbrauchersiegel; im Export häufig zur Vorlage bei Zoll- oder Lizenzbehörden erforderlich.
Kennzeichnungspflichten im Ausland	<ul style="list-style-type: none"> <li>🌐 Innerhalb der EU freiwillig (außer Spezialvorschriften)</li> <li>🌐 Über 100 Drittländer fordern Pflichtkennzeichnung („Made in Germany“ statt „EU“)</li> <li>🌐 Fehlende oder falsche Angaben führen zu Verzögerungen oder Bußgeldern.</li> </ul>
Fazit:	<p>Auch wenn Ihr Produkt zollrechtlich deutschen Ursprung hat, darf es nicht automatisch als „Made in Germany“ beworben werden. Entscheidend sind die qualitätsprägenden und technologischen Schritte. Liegen diese im Ausland, ist die Angabe irreführend – auch exportkontrollrechtlich riskant, wenn Genehmigungen umgangen werden.</p> <p>„Made in Germany“ bleibt ein starkes Verkaufsargument – vorausgesetzt, Sie verknüpfen es mit korrekter Ursprungsbestimmung, transparenter Dokumentation und Export-Compliance. So schützen Sie Ihr Unternehmen vor Bußgeldern und wahren Ihr Qualitätsimage weltweit.</p>