

DER GRÜNE KNOPF WIRD ANGENÄHT

Stellungnahme des Verbraucherzentrale Bundesverbands e.V. (vzbv)
zur Einführung des Grünen Knopf (GK) und der
Gewährleistungsmarkensatzung des Bundesministeriums für
wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

4. September 2019

Impressum

Verbraucherzentrale

Bundesverband e.V.

Team

Energie & Bauen

Rudi-Dutschke-Straße 17

10969 Berlin

nachhaltigerkonsum@vzbv.de

INHALT

ZUSAMMENFASSUNG	3
I. HINTERGRUND	4
II. VERBRAUCHERKOMMUNIKATION	4
III. DAS MARKENRECHT ZUM SCHUTZ VON MENSCHENRECHTEN?	6
1. Aufgabe des Markenrechts	6
2. Die Gewährleistungsmarke Grüner Knopf.....	6
2.1 Gegenstand der Gewährleistung	6
2.2 Sanktionen	7
2.2.1 Unbestimmte Sanktionsmöglichkeiten	8
2.2.2 Kein ausreichender Sanktionskatalog	9
IV. „SMART MIX“ AUSSCHÖPFEN	10
1.1 Nationaler Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte	11
1.2 Bündnis für nachhaltige Textilien	11
1.3 Gesetzliche Sorgfaltspflichten für Unternehmen	12

ZUSAMMENFASSUNG

Das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) will am 09.09.2019 das staatliche Textilsiegel „Grüner Knopf“ (GK) einführen. Die Vision des BMZ für den GK ist die textile Lieferkette vom Baumwollfeld bis zum Bügel durch ein staatliches Siegel abzudecken.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) sieht zum aktuellen Zeitpunkt großes Potential im Konzept des GK, ein staatliches Textilsiegel zu werden, das einen Mehrwert – im Sinne der besseren Orientierung beim Kauf nachhaltiger produzierter Kleidung – für Verbraucherinnen und Verbrauchern¹ darstellt.

Der vzbv fordert, die Einführung des GK mit einer Informationskampagne zu begleiten. Verbraucher müssen öffentlichkeitswirksam darüber informiert werden, dass das staatliche Textilsiegel auf Unternehmens- und Produktebene prüft. In einer Pilotphase bis Juni 2021 sollen neben einer Unternehmensprüfung zunächst nur die Produktionsschritte Nähen/Zuschneiden sowie Färben/ Bleichen abgedeckt werden. Ein verbindlicher Zeitplan muss festlegen, wann der GK die gesamte Lieferkette abdecken wird.

Verbraucher fragen sich, ob der Kauf von mit GK gekennzeichneten Produkten effektive Auswirkungen auf die Produktionsbedingungen in der Textilindustrie hat und ob eine Katastrophe wie der Fabrikeinsturz von Rana Plaza mit über 1.000 Toten, durch staatlich zertifizierte Textilien weniger wahrscheinlich ist.

Die zentrale Frage für den vzbv ist deshalb: Ist Menschenrechtsschutz effektiv über eine Gewährleistungsmarke und das Markenrecht durchsetzbar?

Die Nutzung einer Gewährleistungsmarke als Siegel für Verbraucher kann ein wichtiger Schritt hin zu einer besseren Durchsetzung von Menschenrechten bei der Produktion von Verbrauchsgütern darstellen. Der Mehrwert liegt darin, dass in der Markensatzung die zu erfüllenden sozialen und umweltbezogenen Produktmerkmale und auch der Prozess einer Sorgfaltspflichtenprüfung durch die Unternehmen verbindlich festgeschrieben werden.

Aber nur, wenn Sanktionen und ihre Voraussetzungen, die sich aus der missbräuchlichen Nutzung des GK ergeben, in der Satzung festgeschrieben sind, kann das Instrument der Gewährleistungsmarke zum Schutz der Menschenrechte substantiell etwas beitragen. Leider gelingt dies mit der vorliegenden Gewährleistungsmarkensatzung nicht. Die Regelungen zu den Sanktionen sind zu unbestimmt. Ein klar geregelter Sanktionenkatalog fehlt.

Aus Sicht des vzbv lässt sich eine noch effektivere Durchsetzung von Menschenrechten dadurch erzielen, dass zusätzlich zu den vom BMZ für den GK vorgesehenen Maßnahmen konkrete Sorgfaltspflichten und ein eindeutiges Haftungsregime für Unternehmen gesetzlich geregelt werden. Der vzbv fordert, den GK als Instrument eines „Smart Mix“ aus freiwilligen und verbindlichen Maßnahmen zu betrachten und sich für gesetzliche Sorgfaltspflichten für alle Unternehmen stark zu machen.

¹ Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

I. HINTERGRUND

Seit dem 31.07.2019 ist der GK als Gewährleistungsmarke beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) im Markenregister eingetragen.² Der vzbv begrüßt die Entscheidung des BMZ, Verbrauchern ein staatliches Textilsiegel im Markt anzubieten, auch wenn mit der Wahl für die neue Gewährleistungsmarke Schritte in juristisch noch unbekannte Gefilde verbunden sind.

Mit der Markteinführung des GK ist eine Pilotphase bis Juni 2021 verbunden, in der ein eigenes und global nutzbares Konformitätsbewertungsprogramm (Scheme) „Grüner Knopf“ bei der Deutschen Akkreditierungsstelle (DAkkS) entwickelt wird. Über die Konformitätsbewertung durch akkreditierte Zertifizierer wird ein systematisches Verfahren entwickelt, das spezifische Anforderungen an ein Produkt oder ein Verfahren stellt und diese abprüft. Die Anforderungen können in Gesetzen und Normen oder anderweitig festgelegt sein.³ Eine Pilotphase ist aus Sicht des vzbv sinnvoll. Erst nach Abschluss der Pilotphase unterliegt das Konformitätsbewertungsprogramm der Akkreditierung bei der DAkkS. Bis dahin sind insbesondere die Nachweispflichten in der Erprobung, die Unternehmen erbringen müssen, um ein Set von 20 Unternehmens- und 26 Produktkriterien zu erfüllen.

Da das Programm noch nicht vorliegt, bewertet der vzbv in dieser Stellungnahme den GK vorläufig. Insoweit gewährt der vzbv dem GK einen Vertrauensvorschuss - vor allem deshalb, weil der GK in mehrfacher Hinsicht Neuland betritt:

- ❖ Mit dem GK wurde für ein Verbrauchersiegel die erste Gewährleistungsmarke überhaupt beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldet.
- ❖ Die Einhaltung unternehmerischer Sorgfaltspflichten für Menschenrechte und Umwelt sind erstmals Gegenstand eines Siegels beziehungsweise eines Konformitätsbewertungsprogramms und stellen damit eine Innovation zur bestehenden Siegellandschaft dar, deren Wirkung geprüft werden wird.

II. VERBRAUCHERKOMMUNIKATION

Aus Sicht des vzbv sind Glaubwürdigkeit und ein langfristiges Vertrauen von Verbrauchern in den GK maßgebend. Dafür muss der GK auf strengen Kriterien basieren und unter Verbrauchern bekannt gemacht werden. Nur dann kann sich der GK im Markt etablieren und seinen Mehrwert gegenüber einer Vielzahl privater Textilsiegel herausstellen.

Ab September 2019 können Verbraucher im Einzelhandel mit dem GK konfrontiert werden, die breite Einführung des GK wird für Sommer 2020 erwartet. Über ein Anhängeschild (*hangtag*) wird ein grüner Knopf auf weißem Grund mit der Unterschrift: „SOZIAL.ÖKOLOGISCH.STAATLICH.UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT“ sichtbar sein.

² Gewährleistungsmarkensatzung des Grünen Knopf. Abrufbar bei Deutschen Patent und Markenamt (DPMA) unter: <https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/register/3020191088700/DE>

³ Auszug aus dem Glossar der DAkkS; Konformitätsbewertung: Systematisches Verfahren zur Bewertung, ob spezifische Anforderungen an ein Produkt, ein Verfahren, eine Dienstleistung, ein System, eine Person oder eine Stelle erfüllt sind. Die Anforderungen können in Gesetzen, Normen oder anderweitig festgelegt sein.

Hinter diesem *Slogan* steht ein anspruchsvolles Konzept, das neben der Erfüllung unternehmerischer Sorgfaltspflichten für die gesamte textile Produktion eines Unternehmens auch Prüfungen einzelner Produktionsschritte auf Produktebene verlangt. Verbrauchern muss klar kommuniziert werden, was Unternehmen nachweisen müssen, um das staatliche Textilsiegel für ihre Produkte zu nutzen. Die Unternehmenskriterien beinhalten eine sogenannte Sorgfaltspflichtenprüfung (*due dilligence*). Dieses Konzept fordert Unternehmen auf, die „gebotene Sorgfalt“ aufzubringen, um sicherzustellen, dass sie nicht zu Menschenrechtsverletzungen beitragen. Ein Ausschluss an Menschenrechtsverletzungen kann deshalb nicht garantiert werden.

Neben einer Unternehmensprüfung sind zunächst nur die zwei Produktionsschritte Nähen/Zuschneiden sowie Färben/Bleichen umfasst. Dem Verbraucher muss klar kommuniziert werden, für welche Kriterien der GK Knopf in der Pilotphase steht und welche zusätzlichen Kriterien erst im Anschluss geplant sind. Ansonsten ist die Glaubwürdigkeit des GK schon in der Pilotphase gefährdet.

Der vzbv fordert

- den GK mit einer Informationskampagne zu begleiten und Verbraucher darüber zu informieren, was Unternehmen schon in der Pilotphase nachweisen müssen, um das staatliche Textilsiegel für ihre Produkte zu nutzen und was nicht.
- Es dürfen keine Botschaften an Verbraucher gesendet werden, die suggerieren, dass Produkte, die den GK tragen, gänzlich frei von Menschenrechts- und ökologischen Verletzungen sind.
- einen Zeit- und Fristenplan vorzulegen und an Verbraucher zu kommunizieren, wann die Produktkriterien um weitere Produktionsschritte, wie zum Beispiel den Baumwollanbau, erweitert werden sollen.
- Formate für eine Informationskampagne zu wählen, die Verbraucher in ihrem Konsumalltag abholen. Neben geschultem Verkaufspersonal und Aufstellern im Handel, zählen dazu Plakatwände bis zur Printanzeige. Die Webseite und der geplante Tracking Code am Produkt, über den Verbraucher weiterführende Informationen im Internet erhalten sollen, muss zeitnah eingeführt werden.
- Verbraucher für die Komplexität von globalen Lieferketten zu sensibilisieren und ihnen auch visuell eine textile Lieferkette zu vermitteln, um aufzuzeigen, welche Produktionsschritte der GK zu Beginn umfasst und welche weiteren Produktionsschritte erst perspektivisch abgedeckt werden sollen.
- klar an Verbraucher zu kommunizieren, dass eine bestandene Unternehmensprüfung, also eine Sorgfaltspflichtenprüfung im Sinne einer *due dilligence*, keine Garantie für den Ausschluss von Menschenrechtsverletzungen darstellt.

III. DAS MARKENRECHT ZUM SCHUTZ VON MENSCHENRECHTEN?

1. AUFGABE DES MARKENRECHTS

Die Funktion und Aufgabe des Markenrechts liegen darin, die Herkunft von Marken zu garantieren. Ein Beispiel: Das Zeichen „COCA-COLA“ ist als Marke unter anderem für die Waren „kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke“ eingetragen. Das bedeutet, dass Wettbewerber beispielsweise auf ihre alkoholfreien Getränke nicht dieses (oder verwechslungsfähige) Zeichen anbringen dürfen. Das Markenrecht bietet dem Markeninhaber Unterlassungs-, Beseitigungs- oder Schadensersatzansprüche, um gegen Markenrechtsverstöße juristisch vorzugehen. Somit wird garantiert, dass mit dem Zeichen „COCA-COLA“ versehene Getränke auch tatsächlich von *The Coca-Cola Company* stammen.

Mit der Gewährleistungsmarke wurde eine neue Markenkategorie geschaffen.⁴ Im Unterschied zu den bestehenden, oben genannten Individualmarken soll mit der Nutzung der Gewährleistungsmarke ein Markeninhaber die Gewähr für bestimmte Eigenschaften der Waren und Dienstleistungen anderer Anbieter übernehmen. Als Eigenschaften kommen das Material, die Art und Weise der Herstellung, die Qualität, die Genauigkeit oder andere Eigenschaften der Waren mit Ausnahme der geografischen Herkunft infrage. Der GK muss als Marke geeignet sein, Waren und Dienstleistungen, für die die Gewährleistung besteht, von solchen Waren und Dienstleistungen zu unterscheiden, für die keine derartige Gewährleistung besteht. Anders als die so genannte Herkunftsfunktion bei der Individualmarke hat die Gewährleistungsmarke damit auch eine Garantiefunktion.⁵

Das Markenrecht selbst enthält keinerlei Bestimmungen zu Menschenrechten oder Sorgfaltspflichten von Unternehmen zur Achtung der Menschenrechte. Auch die Regelungen zur Gewährleistungsmarke dienen allein dem Markeninhaber, um dessen geistiges Eigentum zu schützen, sodass der ungestörte und satzungsgemäße Vertrieb seiner Gewährleistungsmarke gesichert ist.

Gleichwohl können die neuen Regelungen zur nationalen Gewährleistungsmarke das Potenzial bieten, Gütesiegel darüber im Markt zu etablieren. Ob dieses Instrument ausreichend ist, um Menschenrechte effektiv zu schützen, und ob es vielleicht bessere Instrumente zum Menschenrechtsschutz gibt, wird auf Abschnitt IV. verwiesen.

2. DIE GEWÄHRLEISTUNGSMARKE GRÜNER KNOPF

Im Kontext des GK übernimmt der Markeninhaber, die Bundesrepublik Deutschland, vertreten durch das BMZ, die Gewährleistung über die Einhaltung der Unternehmenskriterien und der Produktkriterien anderer Anbieter.

2.1 Gegenstand der Gewährleistung

Der vzbv verweist auf seine Stellungnahme vom 09.04.2019⁶, in der bereits darauf hingewiesen wurde, dass die Merkmale, die unter den Gewährleistungsschutz fallen sollen, hinreichend detailliert beschrieben werden müssen, damit Verbraucher sowie

⁴ Vgl. §§ 106a-h MarkenG

⁵ Vgl. https://www.dpma.de/dpma/veroeffentlichungen/hintergrund/erste_gewaehrleistungsmarke/index.html

⁶ <https://www.vzbv.de/meldung/staatliches-textilsiegel-gruener-knopf-muss-sich-pilotphase-beweisen>

Unternehmen, die die Gewährleistungsmarke benutzen wollen, Klarheit über den genauen Gegenstand der Gewährleistung haben.⁷

In der Pilotphase des GK bezieht sich die Gewährleistung auf 26 soziale und ökologische Produktkriterien sowie 20 Unternehmenskriterien. Dieser Katalog soll in Zukunft sukzessive um weitere Produktionsschritte, wie zum Beispiel den Baumwollanbau erweitert werden. Hierfür fehlt bisher ein Zeit- und Fristenplan, wann welche weiteren Produktionsschritte folgen sollen. Eine Erweiterung der Kriterien des GK hat jeweils eine Satzungsänderung zur Folge.

Die Nachweispflichten, die Unternehmen und auch die Produkte vorweisen müssen, stehen noch aus. Deshalb kann der vzbv auch den GK zum aktuellen Zeitpunkt nicht abschließend bewerten. Mit Abschluss der Pilotphase im Juni 2021 sollen diese vorliegen.

2.2 Sanktionen

Bei der Bewertung der Markensatzung legt der vzbv einen Fokus auf die Sanktionsmöglichkeiten bei missbräuchlicher Nutzung des Siegels.

Aus Sicht des vzbv liegt der Mehrwert, ein Verbrauchersiegel wie den GK markenrechtlich über eine Gewährleistungsmarke zu schützen, darin, dass in der Markensatzung die zu erfüllenden sozialen und umweltbezogenen Produktmerkmale und auch die unternehmerischen Sorgfaltspflichten für Menschenrechte und Umwelt konkret und verbindlich festgeschrieben sind.⁸ Dass diese wichtigen – bereits geltenden – Prinzipien in einer Gewährleistungsmarkensatzung festgeschrieben werden, hebt sie noch einmal mehr hervor.⁹

Dennoch zeigte zuletzt der Textilfabrikeinsturz Ali Enterprise in Pakistan, wie schwierig es ist, Ansprüche Geschädigter wegen menschenrechtlicher Verletzungen juristisch durchzusetzen.¹⁰ Das Problem ist evident: Unternehmen, die sich nicht an die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen halten, haben so gut wie keine negativen Folgen, wie etwa Sanktionen, zu befürchten.

An dieser Stelle bietet das Markengesetz wertvolle Hilfe: So ist in § 106d Abs. 2 MarkenG geregelt, welche Punkte mindestens in einer Gewährleistungsmarkensatzung enthalten sein müssen. Dazu zählen gemäß § 106d Abs. 2 Nr. 6 MarkenG „insbesondere die Bedingungen für Sanktionen“.

Aus Sicht des vzbv sind die Voraussetzungen für die Sanktionen von zentraler Bedeutung, damit das Instrument der Gewährleistungsmarke substanziell zum Schutz der Menschenrechte etwas beitragen und damit spürbar verbessern kann. Leider gelingt dies mit der vorliegenden Gewährleistungsmarkensatzung nicht. Soweit auf das Thema Sanktionen eingegangen wird, sind die Regelungen zu unbestimmt. Ein klar definierter Sanktionskatalog fehlt.

⁷ Vgl. Dröge: Die Gewährleistungsmarke und ihre Praxisrelevanz GRUR 2017,1198.

⁸ Vgl. Satzung Ziffer 6.; S.2.

⁹ Nicht zuletzt die Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen sehen die Verantwortung zur Achtung der Menschenrechte bei den Unternehmen. Diese Verantwortung obliegt allen Unternehmen unabhängig von ihrer Größe, dem Sektor, ihrem operativen Umfeld, ihren Eigentumsverhältnissen und ihrer Struktur

¹⁰ <https://www.ecchr.eu/nc/pressemitteilung/kik-verfahren-belegt-deutschland-muss-haftungspflichten-von-unternehmen-grundlegend-reformieren/>

2.2.1 Unbestimmte Sanktionsmöglichkeiten

Neben der Tatsache, dass keine einheitlichen Termini (Benutzungsbedingungen vs. Benutzungsvorgaben) in der Satzung verwendet werden, wird auf Sanktionsmöglichkeiten bei missbräuchlicher Nutzung der Marke nur unbestimmt an drei Stellen eingegangen.

- a) Um eine zu Sanktionen führende missbräuchliche Nutzung des GK festzustellen, ist eine **Überwachung der Benutzung der Marke** notwendig. Hierzu nennt die Satzung mehrere Maßnahmen unter Ziffer 11 und 12, wovon zwei exemplarisch herausgestellt werden:

„Der Siegelgeber [BMZ] sowie die von ihm beauftragte Vergabestelle führen außerdem eine allgemeine Marktüberwachung durch und kontrollieren die Einhaltung der Benutzungsbedingungen des Grünen Knopf.“

Es ist unklar, welche konkreten Maßnahmen mit einer allgemeinen Marktüberwachung verbunden sind, sowie wann und wo diese durchgeführt werden sollen. Letztere kann eine Marktüberwachung im Textileinzelhandel umfassen oder aber auch in den Produktionsländern.

„Den Prüfstellen steht das Recht zu, jederzeit, insbesondere jedoch bei besonderem Anlass, gemäß DIN EN ISO/IEC 17065 die Einhaltung der Zertifizierungskriterien zu überprüfen und ggfs. notwendige Maßnahmen einschließlich (abgestufter) Sanktionen zur Sicherstellung der Benutzungsvorgaben zu ergreifen.“

„Besondere Anlässe“ und „abgestufte Sanktionen“ sind nicht genauer definiert. Insofern wird den Prüfstellen ein breites Ermessen übertragen. Diese Unklarheit kann zu Unsicherheit bei Unternehmen führen.

Spätestens dem noch in 2019 zu besetzenden Beirat müssen diese Fragen beantwortet werden. Denn dieser soll das BMZ auch zur „Funktionsweise des Gesamtsystems, inkl. der Beurteilung der Effektivität der oben beschriebenen Überwachungs- und Kontrollfunktionen [beraten].“¹¹

- b) In Bezug auf die **Sanktionsmöglichkeiten** unter Ziffer 12 wird darauf verwiesen, dass die Vergabestelle im Auftrag des BMZ geeignete Maßnahmen trifft, um zu verhindern, dass die Gewährleistungsmarke missbräuchlich in einer den Benutzungsbedingungen widersprechenden Weise genutzt wird.

Der Terminus „geeignete Maßnahmen“ ist nicht weiter definiert. Damit liegt die Entscheidung im Ermessen der Vergabestelle, die vorab nicht bekannt ist.

Eine abschreckende Wirkung für Unternehmen wird daher nicht erzielt.

- c) Unter Ziffer 12 wird darauf hingewiesen, dass Sanktionen und diesen zugrundeliegenden Tatsachen auf der Website des GK dokumentiert werden.

Es ist unklar was auf der Webseite des GK dokumentiert werden soll. Entweder die Sanktionen selbst und ihre Voraussetzungen oder es ist eine Art „*naming and shaming*“ von Unternehmen beabsichtigt, die den GK missbräuchlich nutzen.

¹¹ Ebd.

Die aufgezeigten Fundstellen der Satzung sind nicht bestimmt genug, um die Anforderungen aus § 106d Abs. 2 MarkenG zu erfüllen.

Der vzbv fordert

- ❖ die Überwachung der Benutzung der Marke zu konkretisieren.
- ❖ “Besondere Anlässe“ und „abgestufte Sanktionen“ zu definieren, um Unklarheiten bei Unternehmen vorzubeugen.

2.2.2 Kein ausreichender Sanktionskatalog

Die Satzung benennt in Ziffer 8 die Voraussetzungen, unter denen das Recht zur Benutzung des GK durch die Vergabestelle erteilt wird. Die Satzung benennt aber nicht, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, dass das BMZ die Benutzung des GK entzieht.

Der vzbv geht davon aus, dass im Umkehrschluss zu Ziffer 8, nur eine Voraussetzung der Satzung nicht erfüllt sein muss, damit die Nutzung des GK entzogen wird. Somit ist die schärfste Sanktion, nämlich der Entzug des GK, zwar nicht ausdrücklich erwähnt, aber dennoch enthalten.

Die Satzung des GK wird § 106d Abs. 2 Nr. 6 MarkenG nicht gerecht, weil sie keinen Katalog an konkreten Voraussetzungen benennt, wann welche konkreten Sanktionen ergriffen werden.

Dieser könnte wie folgt aussehen:

Bei Nichterfüllung der unternehmens- und produktbezogenen Kriterien werden folgende Sanktionen fällig:

... [Aufzählung möglicher abgestufter Sanktionen]

Eine Nichterfüllung der unternehmensbezogenen Kriterien liegt vor, wenn

... [Aufzählung der Tatbestände]

Eine Nichterfüllung der produktbezogenen Kriterien liegt vor, wenn

... [Aufzählung der Tatbestände]

Grundsätzlich muss für sämtliche Fälle der Nichterfüllung der unternehmens- oder der produktbezogenen Kriterien eine Form der Sanktionierung, wie beispielhaft oben skizziert, benannt werden.

Die Frage, was die Voraussetzungen für eine missbräuchliche Nutzung der Gewährleistungsmarke sowie die darauffolgenden Sanktionsmaßnahmen sind, dürfen jedoch nicht auf die Zertifizierer (TÜVs etc.), wie in der Satzung niedergeschrieben¹² übertragen werden, sondern müssen durch den Zeicheninhaber (BMZ) in der Satzung detailliert beschrieben werden.

¹² Ziffer 11 der Satzung, S. 6.

Die mangelnde Bestimmtheit in den Ausführungen der Sanktionen lassen darauf schließen, dass von Strafzahlungen der Unternehmen grundsätzlich eher kein Gebrauch gemacht werden soll.

Eine allgemeingültige Sanktionsmöglichkeit im Markenrecht ist der Entzug der markenrechtlichen Lizenz bzw. des Zertifikats zur Nutzung der Gewährleistungsmarke, also die Berechtigung zur Werbung mit dem GK und dem Inverkehrbringen von mit dem GK gekennzeichneten Produkten. Dies stellt das schärfste Schwert aller Sanktionen dar und dürfte umso schwerer für teilnehmende Unternehmen wiegen, je höher der wirtschaftliche Wert der Gewährleistungsmarke „Grüner Knopf“ sein wird. Denn dann wären mit einem Entzug des GK spürbare Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Umsatz eines Unternehmens verbunden.

Damit dem BMZ als Gewährleistungsmarkeninhaber nicht allein diese eine – schwerwiegende – Sanktionsmöglichkeit verbleibt und damit den Anforderungen des § 106d Abs. 2 Nr. 6 MarkenG Genüge getan wird, ist dringend zu empfehlen, dass der Gewährleistungsmarkensatzung ein Katalog mit abgestuften Sanktionen hinzugefügt wird.

Der vzbv fordert

- die Satzung mit einem Katalog abgestufter Sanktionen und Tatbestände der missbräuchlichen Markennutzung zu ergänzen.
- Unternehmen auf die konkreten Folgen der Nichteinhaltung von Kriterien hinzuweisen.
- bei Unternehmen sicherzustellen, dass die Nichteinhaltung von Sorgfaltspflichten und Verstößen gegen die Menschenrechte und Umwelt im Rahmen des GK strenger und effektiver geahndet werden als ohne die Nutzung des GK.

IV. „SMART MIX“ AUSSCHÖPFEN

Die 2011 verabschiedeten Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen basieren auf drei Säulen:

- Staatliche Schutzpflicht
- Unternehmerische Verantwortung
- Zugang zu Abhilfe

Die erste Säule benennt die Pflicht der Staaten, die Menschenrechte auch gegenüber Bedrohungen seitens wirtschaftlicher Akteure zu schützen. Zu diesem Zweck werden die Staaten aufgefordert, „eine intelligente Mischung nationaler und internationaler, bindender und freiwilliger Maßnahmen in Erwägung [zu] ziehen, um die Achtung der Menschenrechte durch Unternehmen zu fördern.“¹³

Die Bundesregierung hat sich in den vergangenen Jahren einiger freiwilliger und regulatorischer Instrumente bedient, um das übergeordnete, hochkomplexe und

¹³ vgl. „States should not assume that businesses invariably prefer, or benefit from, State inaction, and they should consider a smart mix of measures – national and international, mandatory and voluntary – to foster business respect for humanrights.“ *Guiding Principles on Business and Human Rights*, S. 6.

herausfordernde Ziel, Menschenrechtsverletzungen in globalen Lieferketten zu minimieren, näher zu kommen. Neben dem Nationalen Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) gehören das Bündnis für nachhaltige Textilien (TB) und aktuell der GK im Bereich nachhaltiger textiler Lieferketten dazu.

Der vzbv fordert

- den GK als Instrument eines Smart Mix zu betrachten um Menschenrechtsverletzungen in globalen Lieferketten zu minimieren.
- die Bundesregierung auf weitere verbindliche Instrumente in diesem Zusammenhang auszuschöpfen.

1.1 Nationaler Aktionsplan für Wirtschaft und Menschenrechte

Weltweit arbeiten etwa 450 Millionen Menschen in globalen Wertschöpfungsketten und produzieren Konsumgüter für europäische Verbraucher. Einige EU – Mitgliedsstaaten haben bereits verbindliche nationale Gesetze geschaffen oder bereiten diese vor. Deutschland hat im Rahmen des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte (NAP) den Weg einer Überprüfung zum Stand der Umsetzung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten von Unternehmen in Deutschland (NAP-Monitoring) gewählt. „Falls die wirksame und umfassende Überprüfung des NAP 2020 zu dem Ergebnis kommt, dass die freiwillige Selbstverpflichtung der Unternehmen nicht ausreicht, werden wir national gesetzlich tätig und uns für eine EU-weite Regelung einsetzen.“¹⁴

Der vzbv fordert

- die Bundesregierung auf, sich auch unabhängig vom Ausgang des NAP- Monitoring für eine gesetzliche Regelung aller Branchen, egal ob Textilien oder Lebensmittel, einzusetzen, damit für Verbraucher deutlicher wird, was unter sozial und ökologisch verantwortungsvoller Produktion zu verstehen ist.

1.2 Bündnis für nachhaltige Textilien

Entwicklungsminister Dr. Gerd Müller hat unter anderem als Reaktion auf die Katastrophe von Rana Plaza im Jahr 2013, ein Jahr später das Bündnis für nachhaltige Textilien (TB) ins Leben gerufen. Dabei handelt es sich um eine freiwillige Multi-Akteurs-Partnerschaft aus Mitgliedern der Wirtschaft, Nichtregierungsorganisationen (NRO), Gewerkschaften, Standardorganisationen und der Bundesregierung. Gemeinsames Ziel des Bündnisses ist, die Bedingungen in der weltweiten Textilproduktion zu verbessern.¹⁵ Das TB verfehlt seine gesteckten Mitgliederziele einer Textilmarktabdeckung von über 75 Prozent¹⁶ seit Jahren und verharrt bei knapp 50 Prozent. Die geringe Teilnahme seitens der Textilwirtschaft am TB führt auch zu ungleichen Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt. Denn nachhaltig wirtschaftende Unternehmen sollten keine Wettbewerbsnachteile dadurch erleiden, dass sie strengeren ökologischen und sozialeren Standards folgen.

Der vzbv fordert

- das TB als freiwillige Multi-Akteurs-Partnerschaft, aufbauend auf einer gesetzlichen Regelung zu unternehmerischen Sorgfaltspflichten zu nutzen. Das TB könnte die

¹⁴ vgl. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD 19. Legislaturperiode, S. 156.

¹⁵ vgl. <https://www.textilbuendnis.com/portrait-textilbuendnis/>

¹⁶ vgl. „Das Textilbündnis verfolgt das Ziel, durch seine Mitglieder bis Ende 2017 mindestens 75 Prozent des deutschen Textil- und Bekleidungsmarktes abzudecken.“ Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie 2016, S.142.

Einhaltung von Sorgfaltspflichten durch Unternehmen glaubhaft überprüfen und transparent nach außen kommunizieren.

1.3 Gesetzliche Sorgfaltspflichten für Unternehmen

Die Nutzung einer Gewährleistungsmarke als Siegel für Verbraucher ist ein wichtiger Schritt hin zu einer effektiven Durchsetzung von Menschenrechten bei der Produktion von Verbrauchsgütern. Eine Regelung zu gesetzlichen Sorgfaltspflichten, die neben konkreten Haftungsregeln für Unternehmen auch Klagemöglichkeiten für Betroffene einräumt, ist noch effektiver, um das übergeordnete Ziel, Menschenrechtsverletzungen in globalen Lieferketten beizukommen, zu erreichen.

Der vzbv fordert

- die Bundesregierung auf, einen Flickenteppich unterschiedlicher nationaler Regelungen zu vermeiden und sich insbesondere während der deutschen Ratspräsidentschaft für einen einheitlichen europäischen Rechtsrahmen für unternehmerische Sorgfaltspflichten und nachhaltige Lieferketten einzusetzen.