



Markensatzung des Vereins Region Oberharz e. V.

§ 1

Name, Sitz, Rechtsform

1. Der Verein führt den Namen "Region Oberharz e. V."
2. Der Verein hat seinen Sitz in Clausthal-Zellerfeld.

§ 2

Zweck und Aufgaben

1. Der Verein sichert sich die Kollektivmarken "Oberharz" und "Oberharzer" in allen Waren- und Dienstleistungsklassen.
2. Der Verein unterstützt ideell und materielle Maßnahmen, die
 - a) der nachhaltigen Stärkung der regionalen Wirtschaftskraft,
 - b) dem Schutz, der Erhaltung und der Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen und dem Landschaftsschutzgebiet
 - c) der regionalen Entwicklung,
 - d) der Stärkung der kulturellen Identität sowie
 - e) der Zukunftssicherungim Bereich des Oberharzes dienen.
3. Der Verein hat insbesondere folgende Aufgaben:
 - a) Entwicklung und Umsetzung eines integrierten regionalen Entwicklungskonzeptes für die "Region Oberharz".

- b) Begleitung und Förderung der Strukturentwicklung der Oberharzer Wirtschaft.
 - c) Vernetzung der Akteure aus Tourismus, Kultur, Politik, Bildung, Umwelt, Wirtschaft, Landwirtschaft sowie Verwaltung und Aufbau von Partnerschaftsmodellen.
 - d) Bündelung der internen Ressourcen.
 - e) Erarbeitung von Leitbildern für den Oberharz.
 - f) Vertretung der regionalen Interessen nach außen.
 - g) Förderung der interkommunalen Arbeitsteilung.
 - h) Schaffung von Akzeptanz für die Ziele des Vereins bei Bürgern und gesellschaftlichen Gruppen der Region.
4. Dabei verfährt der Verein bezüglich der in diesem Paragraphen unter 1. genannten Kollektivmarken wie folgt:
- a) Er fördert die Schaffung regionaler Netzwerke, die Produkte und Leistungen mit dem Hinweis auf die regionale Herkunft aus dem Oberharz vermarkten möchten.
 - b) Er erarbeitet gemeinsam mit den Nutzern der Marken die mit dem Herkunftshinweis verbundenen Qualitätszusagen.
 - c) Er überwacht und sichert die Qualität und Glaubwürdigkeit dieser Herkunftszeichen in allen Wirtschaftsbereichen gegenüber Kunden und Verbrauchern.
 - d) Er bestimmt Leitbild und Erscheinungsbild der Marken (Corporate Identity/Corporate Design) und sichert die Einhaltung der zugehörigen Markenrichtlinien im Rahmen der mit allen Markennutzern zu schließenden Markennutzungsverträge.
 - e) Er entwickelt die Marke fortlaufend weiter und überwacht ihr Ansehen und ihre Bekanntheit bei allen relevanten Zielgruppen durch regelmäßige Marktforschung.

§ 3

Mittelverwendung

1. Mittel des Vereins dürfen nur für satzungsmäßige Zwecke verwendet werden. Die Mitglieder erhalten keine Zuwendungen aus den Mitteln des Vereins.

2. Der Verein ist selbstlos tätig. Er verfolgt nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke.
3. Es darf keine Person durch Aussagen, die dem Zweck des Vereins fremd sind, oder durch unverhältnismäßig hohe Vergütungen begünstigt werden.

§ 4

Angaben über den Kreis der zur Benutzung der Kollektivmarken befugten Personen

1. Jede natürliche und juristische Person, deren Waren oder Dienstleistungen aus dem Gebiet des Oberharzes stammen, ist auf Antrag in den Kreis der zur Benutzung der Kollektivmarke befugten Personen aufzunehmen.
2. Das Gebiet "Oberharz" umfasst folgendes Gebiet:

Vom Sternplatz westlich Lautenthal nach Mundloch Tiefer Georg-Stollen unterhalb Bad Grund, von dort in südöstlicher Richtung bis Großes Kunzental südlich Hohegeiß, von dort nördlich bis zur Eckertalsperre, von dort nach Nordwesten bis Sternplatz.

Im Oberharz liegen: Der Wurmberg, der Bruchberg, der Achtermann und die Schalke sowie die Orte Bad Grund, Braunlage, Clausthal-Zellerfeld, Hahnenklee-Bockswiese, Hohegeiß, St. Andreasberg, Wildemann, Altenau, Lautenthal, Schulenberg, Buntenbock, Torfhaus, Sonnenberg und Riefensbeek-Kamschlacken.

§ 5

Bedingungen für die Nutzung der Kollektivmarken

1. Die Kollektivmarken dürfen nur für Waren und Leistungen benutzt werden, die tatsächlich in dem in § 4 Ziffer 2. genannten Gebiet und von den dort ansässigen Personen und Unternehmen erzeugt und/oder verarbeitet und/oder hergestellt und/oder erbracht werden. Die Kollektivmarken dürfen nicht im geschäftlichen Verkehr für Waren oder Leistungen benutzt werden, die nicht aus dem genannten Gebiet stammen.
2. Das Entgelt für das Recht zur Benutzung der Kollektivmarke richtet sich:
 - a) nach der Ertragskraft des damit verbundenen Geschäfts
 - b) nach dem Aufwand der damit verbundenen Qualitätsüberwachung
 - c) nach dem laufenden Marketingaufwand des Vereins oberhalb des eigenen Werbeaufwandes einzelner Markennutzer

- d) nach der benötigten Deckung der Kosten der Markenmeldung und -entwicklung
 - e) sowie dem laufenden Aufwand zur Abwendung von Eingriffen in die Markenrechte des Vereins.
3. Alle unter der Marke festgelegten Qualitätsvorschriften bedürfen der ausdrücklichen Zustimmung des Vereins. Dieser stellt sicher, dass die vereinbarten Qualitätsgrundsätze sich in Übereinstimmung mit den oben unter § 2 Ziffern 2. und 3. niedergelegten übergeordneten Zielen des Vereins befinden.
 4. Die Art und Weise der Benutzung der Marken darf nicht gegen die in § 2 genannten Aufgaben und Zwecke des Vereins verstoßen.
 5. Die Markennutzer verpflichten sich, für den Fall der nicht satzungsgemäßen Benutzung von Marken an den Verein eine Konventionalstrafe zu bezahlen. Außerdem kann in diesen Fällen, insbesondere bei schweren wiederholten Verstößen, die Benutzung untersagt werden.
 6. Alle weiteren Bedingungen werden durch Markennutzungsverträge zwischen Verein und Markennutzern geregelt.

§ 6

Angaben über die Rechte und Pflichten der Beteiligten im Falle der Verletzung der Kollektivmarken

1. Alle Markennutzer sind verpflichtet, Verletzungen der Marken entgegenzuwirken bzw. solche Verletzungen unmittelbar an den Verein zu melden.
2. Zur Klage gegen Verletzungen der Marken ist nur der Verein als Inhaber der Marke selbst berechtigt, soweit er dies nicht einzelnen Markennutzern ausdrücklich gestattet.
3. Gleichsam ist ausschließlich der Verein als Markeninhaber berechtigt, Schadenersatzansprüche einzuklagen, die den Markennutzern aus der unbefugten Nutzung der Marken oder ähnlicher Zeichen entstanden sind, es sei denn, dass der Verein dies einzelnen Markennutzern ausdrücklich gestattet.

§ 7

Übertragbarkeit der Marke

1. Kein Vereinsmitglied und/oder kein Markennutzer ist befugt, die ihm gewährte Markennutzung eigenständig auf Dritte zu übertragen.

2. Dies ist nur in begründeten Ausnahmefällen und dann mit schriftlicher Zustimmung des Vereinsvorstands möglich.

§ 8

Gesetzlicher Vertreter

1. Vorstand i. S. d. § 26 BGB sind die/der Vorsitzende oder stellvertretende Vorsitzende des Vorstands und ein weiteres Vorstandsmitglied. Sie vertreten den Verein gemeinschaftlich gerichtlich und außergerichtlich.
2. Nach schriftlicher Bevollmächtigung durch die gesetzlichen Vertreter erfolgt die Vertretung durch die Geschäftsführung.

§ 9

Rückgabe der Markensatzung

1. Die Rückgabe der Marken bzw. der Verzicht auf ihre Inhaberschaft oder ihre Übertragung an Dritte kann nur auf einer zu diesem Zweck einberufenen Mitgliederversammlung beschlossen werden. Der Beschluss ist nur wirksam, wenn ihm mindestens zwei Drittel der anwesenden Mitglieder zustimmen.
2. Bei der Auflösung oder Aufhebung des Vereins oder Wegfall seiner Zwecke fallen alle Rechte an den Marken an die Samtgemeinde Oberharz.

Beschlossen in der Mitgliederversammlung am 26.05.2009 und vorgelegt am 26.05.2009 vom Vorstand:

.....
.....
.....
.....