

Wie nenne ich mein Unternehmen?

Standortpolitik

Starthilfe und Unternehmensförderung

Aus- und Weiterbildung

Innovation und Umwelt

International

 **Recht und
Fair Play**



Industrie- und Handelskammer
Halle-Dessau

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkung	2
2. Unternehmenskennzeichen	2
2.1 Die Firma	2
2.2 Die Geschäftsbezeichnung	4
3. Die Bedeutung der Unternehmenskennzeichen	5
4. Recherche von geschützten Kennzeichen.....	5
5. Gesetzliche Schutzrechte	5
6. Beginn des Schutzes	6
7. Prioritätsprinzip	7
8. Räumlicher Geltungsbereich	7
9. Die Verwechslungsgefahr	8
10. Einschränkungen des Schutzes	9
11. Ende des Kennzeichenrechtes	9

1. Vorbemerkung

Das Recht der Unternehmenskennzeichen ist auf den ersten Blick verwirrend. Schon die in der Umgangssprache verwendeten Begrifflichkeiten stimmen mit der juristischen Fachterminologie oftmals nicht überein. So sprechen z. B. auch Unternehmer, die gar keine Firma im Handelsregister eingetragen haben, von ihrer Firma. Doch wer darf nun im rechtlichen Sinn eine Firma führen und wie wird diese gebildet? Worin besteht der Unterschied einer Firma zu einer Geschäftsbezeichnung oder einer Marke? Worin unterscheidet sich der Schutz der einzelnen Kennzeichen und wie weit reicht dieser? Auf diese Fragen soll diese IHK-Information Antworten geben.

2. Unternehmenskennzeichen

Unternehmenskennzeichen sind Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr als Name, als Firma oder als besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs oder eines Unternehmens benutzt werden, § 5 Abs. 2 Satz 1 Markengesetz (MarkenG).

- Laut Handelsgesetzbuch (HGB) ist die **Firma** der Name, unter dem Kaufleute im Handel ihre Geschäfte betreiben und die Unterschrift abgeben (Handelsname des Kaufmanns). Die Firma wird im Handelsregister eingetragen.
- Eine **Geschäftsbezeichnung** wird in keinem öffentlichen Verzeichnis registriert und ist nicht mit einer Firma zu verwechseln. Sie dient dazu, ein Geschäft von anderen zu unterscheiden und auf das Geschäft des Benutzers hinzuweisen (Etablissementbezeichnung), ohne zugleich den Inhaber kenntlich zu machen.
- Die **Marke** kennzeichnet dagegen insbesondere Waren bzw. angebotene Dienstleistungen eines Unternehmens. Daneben kann die Marke aber auch den Namen, die Firma oder die Geschäftsbezeichnung eines Unternehmens schützen.

2.1 Die Firma

2.1.1 Grundsätzliches

Gemäß § 17 Abs.1 HGB ist die Firma eines Kaufmannes der Name, unter dem er seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt. Die Firma ist ein handelsrechtlicher Begriff und stellt lediglich den Namen des Unternehmens dar, der im Handelsregister eingetragen ist. Somit haben nur Kaufleute (d.h. Unternehmen, die im Handelsregister eingetragen sind) das Recht, eine Firma in diesem Sinne zu führen.

Folgende Rechtsformen sind im Handelsregister eingetragen (= Kaufmann/Kauffrau) und führen damit eine Firma im Sinne des HGB:

- Eingetragener Kaufmann (e.K.) / Eingetragene Kauffrau (e.Kfr.)
- Offene Handelsgesellschaft (OHG)
- Kommanditgesellschaft (KG)
- GmbH & Co. KG
- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
- Unternehmergesellschaft mit beschränkter Haftung (UG (haftungsbeschränkt))
- Aktiengesellschaft (AG)
- Eingetragene Genossenschaft (eG)

2.1.2 Die Firmenbildung

Die Firma kann grundsätzlich z. B. als Personenfirma (Information über den Inhaber), als Sachfirma (Informationen über den Geschäftszweck), als reine Phantasiefirma (ohne Information) oder aus einer Kombination dieser Bestandteile gebildet werden. Sie kann aus einem oder mehreren Wörtern bestehen und muss – zwingend – einen Rechtsformzusatz enthalten.

Darüber hinaus sind bei der Firmenbildung folgende Voraussetzungen zu beachten:

- Die Firma muss zur Kennzeichnung des Kaufmanns geeignet sein und Unterscheidungskraft besitzen (**Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft**), § 18 Abs.1 HGB.
- Die Firma darf keine Angaben enthalten, die geeignet sind, über geschäftliche Verhältnisse, die für die angesprochenen Verkehrskreise wesentlich sind, irre zu führen (**Irreführungsverbot**), § 18 Abs. 2 S.1 HGB.
- Jede neue Firma muss sich von allen an demselben Ort oder in derselben Gemeinde bereits bestehenden und in das Handelsregister oder in das Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden (**Unterscheidbarkeit**), § 30 Abs. 1 HGB.

Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft, § 18 Abs.1 HGB

Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft hat eine Firma dann, wenn sie ein ganz bestimmtes Unternehmen bezeichnet und individualisiert. Das heißt, die Firma muss geeignet sein, bei den Lesenden und Hörenden die Assoziation mit einem ganz bestimmten Unternehmen unter vielen anderen zu wecken.

Typischerweise sind Firmen, die aus Personennamen ("Franz Maier OHG") oder Phantasiebezeichnungen ("Phönix GmbH") gebildet sind, immer kennzeichnungskräftig.

Zu Problemen mit der Kennzeichnungs- und Individualisierungsfunktion kann es insbesondere bei Aneinanderreihung von Buchstaben (z.B. „AAAA GmbH“) oder bei der Verwendung von rein beschreibenden Gattungsbezeichnungen und/oder Branchen- und Sachbegriffen (z.B. „Autohandel GmbH“, „Textil e.K.“) kommen. Solche Sachfirmen kennzeichnen nämlich kein bestimmtes Unternehmen, sondern stehen für eine ganze Branche. Außerdem besteht ein Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit an solchen beschreibenden Branchenbegriffen, da diese sonst zugunsten eines Unternehmens monopolisiert werden könnten. Sach- und Branchenfirmen müssen daher ein weiterer Zusatz beigefügt werden, der die erforderliche Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft bewirkt. Hierzu eignen sich Personennamen der Inhaber bzw. Gesellschafter, Buchstabenkombinationen oder Phantasiebezeichnungen, z. B. "ABC Textil e.K."

Um der Namensfunktion gerecht zu werden, muss die Firma grundsätzlich aussprechbar sein. Übliche Interpunktionen – wie beispielsweise ein Gedankenstrich oder Anführungszeichen – können verwendet werden. Dies gilt regelmäßig auch für Sonderzeichen, solange diese aussprechbar sind, wie etwa das kaufmännische „und“ (&) oder das „at“ (@).

Irreführungsverbot § 18 Abs.2 S.1 HGB

Firmenrechtlich unzulässig sind alle Angaben, die geeignet sind, über geschäftliche Verhältnisse, die für die angesprochenen Verkehrskreise wesentlich sind, irreführend (Grundsatz der Firmenwahrheit). Geschäftliche Verhältnisse, über die getäuscht werden können, sind dabei insbesondere Größe des Unternehmens, der Unternehmensgegenstand, Umfang der Geschäftstätigkeit, Leistungsfähigkeit etc.

So wäre eine „XY Einzelhandels GmbH“ unzulässig, wenn das Unternehmen keinen Einzelhandel betreibt, sondern lediglich Hausmeistertätigkeiten erbringt.

Wegen der Gefahr der Irreführung sind daher solche Begriffe nur eingeschränkt verwendbar, die z. B. eine besondere Leistungsfähigkeit, Marktbedeutung oder den Umweltbezug eines Unternehmens anklingen lassen (wie z.B. „Deutsche“, „Europäische“, „Bio“, „Öko“, „Technologie“, „Institut“, „Akademie“, „Finanz“) bzw. aufgrund spezieller Regelungen nur einem eingeschränkten Adressatenkreis zur Verfügung stehen (wie z. B. "Rechtsanwalt", "Dr.", "Bank", "Kapitalanlagegesellschaft"). Ob diese oder ähnliche Zusätze im Einzelfall gerechtfertigt sind, prüft das Registergericht.

Problematisch sind auch Zusätze, die Zweifel über die Rechtsform des Unternehmens aufkommen lassen. Unzulässig sind z. B. zwei Rechtsformzusätze in einer Firma (z.B. „XY AG GmbH“). Darüber hinaus darf der Zusatz "Partner" seit Inkrafttreten des Partnerschaftsgesellschaftsgesetzes nur noch von Partnerschaftsgesellschaften geführt werden.

Unterscheidbarkeit, § 30 Abs.1 HGB

Die gewählte Firma muss sich von allen an demselben Ort oder in derselben Gemeinde bereits bestehenden und im Handels- oder Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen klar und deutlich unterscheiden. Mögliche Verwechslungen sollen so ausgeschlossen werden. Die deutliche Unterscheidbarkeit prüft das Handelsregistergericht von Amts wegen.

Das Erfordernis der deutlichen Unterscheidbarkeit ist nach dem gesetzlichen Wortlaut auf Firmen in derselben Gemeinde oder an demselben Ort beschränkt. Aus rein firmenrechtlicher Sicht ist es daher möglich, dass beispielsweise in Halle (Saale) und in München gleichnamige Firmen im Handelsregister eingetragen sind. Was rein firmenrechtlich zulässig ist, kann allerdings zu wettbewerbsrechtlichen Streitigkeiten zwischen den Unternehmen führen. Von daher empfiehlt es sich, grundsätzlich auch außerhalb des eigenen Unternehmenssitzes nach möglichen Namensgleich- oder verwechslungsfähigen -ähnlichkeiten zu recherchieren (siehe dazu auch unten 4.).

Die gewählte Firma muss sich von allen an demselben Ort oder in derselben Gemeinde bereits bestehenden und im Handels- oder Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden. Zwei Firmen unterscheiden sich deutlich voneinander, wenn keine Verwechslungsgefahr besteht. Dabei zählt der optische und akustische Gesamteindruck der Firma. Ausreichend ist grundsätzlich ein deutlicher Zusatz bei gleichem Namensstamm. Unterscheiden sich die Firmen lediglich durch ihren Rechtsformzusatz (z.B. „XYZ GmbH“ und „XYZ AG“), durch einen Nachfolgezusatz oder durch andere farblose Zusätze, fehlt es grundsätzlich an der ausreichenden Unterscheidbarkeit.

Rechtsformzusatz

Zwingend vorgeschrieben für alle Handelsregisterfirmen ist die Offenbarung der Haftungsverhältnisse und damit die Aufnahme eines Rechtsformzusatzes in die Firma. Rechtsformzusätze sind:

- beim eingetragenen Einzelkaufmann / bei der eingetragenen Einzelkauffrau: „Eingetragener Kaufmann“ bzw. die Abkürzung „e.K.“ / „Eingetragene Kauffrau“ bzw. die Abkürzung „e.Kfr.“
- bei eingetragenen Personengesellschaften: „Offene Handelsgesellschaft“ bzw. „OHG“, „Kommanditgesellschaft“ bzw. „KG“ sowie bei beschränkt haftenden Personengesellschaften: „GmbH & Co. KG“ oder „GmbH & Co. OHG“
- bei Kapitalgesellschaften: „Aktiengesellschaft“ bzw. „AG“, Gesellschaft mit beschränkter Haftung“ bzw. „GmbH“, „Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)“ bzw. „UG (haftungsbeschränkt)“

Tipp: Verstößt die Firma gegen firmenrechtliche Bestimmungen, liegt ein Eintragungshindernis vor. Es wird daher empfohlen, die Zulässigkeit einer Firma frühzeitig von der örtlichen IHK prüfen zu lassen. Dies kann Zeitverluste sowie zusätzliche Kosten bei der Eintragung sparen. Dabei prüft die IHK auch, ob die Firma im örtlichen Handelsregister noch frei ist.

2.2 Die Geschäftsbezeichnung

Kleingewerbetreibende (hierzu zählt auch die gewerblich tätige Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)) sind nicht im Handelsregister eingetragen und können daher nicht unter einer Firma auftreten.

Es ist jedoch zulässig, eine Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnung zu verwenden. Ein typisches Beispiel dafür ist z. B. "Goldenes Lamm" für eine Gaststätte, oder "PC24" für einen EDV-Dienstleister. Die Geschäftsbezeichnung darf aber nicht den Eindruck einer eingetragenen Handelsregisterfirma hervorrufen. Unzulässig wäre es etwa, wenn der Geschäftsbezeichnung ein Kürzel beigelegt ist, welches an eine Rechtsformbezeichnung wie "GmbH" angelehnt ist. Die Konsequenzen eines unzulässigen Firmengebrauchs regelt § 37 HGB: Wer eine ihm nicht zustehende Firma benützt, wird vom Registergericht zur Unterlassung durch Festsetzung von Ordnungsgeld angehalten. Daneben ist darauf zu achten, dass die Geschäftsbezeichnung nicht in ein bestehendes Namensrecht eingreift oder wegen einem irreführenden Inhalt gegen das Wettbewerbsrecht verstößt.

Wenn Kleingewerbetreibende auf ihren Geschäftsbriefen nur eine Geschäftsbezeichnung nennen, aber ihren Personen-Namen weglassen, ist es nicht möglich, das Unternehmen einem bestimmten Inhaber zuzuordnen. Denn Geschäftsbezeichnungen sind in keinem öffentlichen Register erfasst. Schon aus Gründen der Seriosität sollten Kleingewerbetreibende daher auf ihren Geschäftsbriefen immer auch den Vor- und Zunamen sowie eine Geschäftsanschrift angeben, um den Inhaber des Unternehmens transparent zu machen.

Kleingewerbetreibende können sich aber auf Wunsch mit einer Firma im Handelsregister eintragen lassen (eine GbR müsste dann allerdings die Rechtsform einer Personenhandelsgesellschaft wählen) und so das Recht zur Firmenführung "erwerben".

3. Die Bedeutung der Unternehmenskennzeichen

Unternehmenskennzeichen können eine erhebliche wirtschaftliche Bedeutung erlangen. Die Firma dient schließlich dazu, das Unternehmen im Geschäftsverkehr zu kennzeichnen. Damit prägt die Firma grundlegend die Corporate Identity und bildet eine Konstante gegenüber anderen betrieblichen Merkmalen, die sich oft veränderten Rahmenbedingungen anpassen müssen.

Der wirtschaftliche Wert einer Firma wird durch das Gesetz ausdrücklich anerkannt und geschützt. In den §§ 21 ff. HGB sind spezielle Regelungen enthalten, welche die Fortführung der Firma z. B. bei Veräußerung oder Ein- und Austritt von Gesellschaftern regeln.

Entsprechende Fortführungsregelungen für Geschäftsbezeichnungen gibt es dagegen nicht. Dies hat zur Folge, dass ein Kleingewerbetreibender, dessen Name in der Branche einen sehr guten Ruf hat, seinen Namen nicht mit dem Betrieb veräußern kann.

Auch als Element im Marketing kommt der Firma eine entscheidende Funktion zu. Eine nachträgliche unfreiwillige Änderung der Firma aufgrund wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsansprüche wird für das Erscheinungsbild nach außen spürbare Nachteile mit sich bringen. Denn Außenstehenden, denen die Gründe der Umbenennung nicht bekannt sind, werden durch die Änderung einer bekannten Firma hinsichtlich Kontinuität, Identität und Seriosität des Unternehmens irritiert. Die Wahl des Namens und dessen Pflege sind daher von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

Zu berücksichtigen ist auch, dass ein Unternehmenskennzeichen nicht nur vom Namensträger, sondern von allen, die im Geschäftsverkehr mit ihm in Berührung kommen (Geschäftspartner, Behörden, Konkurrenten), benutzt und dokumentiert wird. Es können erhebliche Probleme entstehen, wenn die Unternehmensbezeichnung gleich oder ähnlich lautet wie andere, ältere Namen.

4. Recherche von geschützten Kennzeichen

Da das Risiko von Namenskollisionen und den damit verbundenen wirtschaftlichen Nachteilen, nämlich Prozesskosten, Unterlassungsverpflichtungen, Verlust einer bekannten Bezeichnung, Änderung des Briefpapiers und der Werbung usw., kann durch Namensrecherchen abgeschwächt werden.

Eine örtliche Firmennamenrecherche kann über die örtliche IHK in Auftrag gegeben werden. Auch über das Internet können Sie Recherchen nach Firmennamen bundesweit im elektronischen Handelsregister (www.handelsregister.de) sowie nach Markennamen beim Deutschen Patent und Markenamt (www.dpma.de) durchführen. Darüber hinaus empfiehlt es sich auch international zu recherchieren; insbesondere über die Datenbanken des Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt (www.oami.europa.eu) und der Weltorganisation des geistigen Eigentums (www.wipo.int/romarin).

Leider bleibt aber auch bei der Inanspruchnahme dieser Recherchemöglichkeiten ein Restrisiko, mit einer schon bestehenden Geschäftsbezeichnung zu kollidieren. Denn diese werden nirgendwo registriert und können daher aus keinem Register abgefragt werden.

Auch eine zusätzliche Recherche im Internet oder über eine Telefonbuch CD-Rom wird zu keinem vollständigen Ergebnis führen, da dort nicht alle Unternehmen präsent sind. Gleichwohl bietet diese Recherche Anhaltspunkte dafür, ob eine Bezeichnung häufig vertreten ist und eine Kollisionsgefahr nahe liegt.

5. Gesetzliche Schutzrechte

Die zentrale Schutzvorschrift für Unternehmenskennzeichen ist § 15 MarkenG. Ein zusätzlicher Schutz durch § 12 BGB (Namensrecht), § 37 Abs. 2 HGB (Unbefugter Gebrauch einer Firma) oder §§ 1, 3 UWG ist stets möglich, wenn auch in der Praxis die Anwendung des § 15 MarkenG überwiegt.

Da die Schutzvorschriften für Unternehmenskennzeichen weiter reichen als die firmenrechtlichen Bestimmungen des HGB, gelten diese auch für Firmen, die bei der Eintragung in das Handelsregister wegen dessen Ortsgebundenheit gem. § 30 HGB unbeanstandet geblieben sind.

Hier ein kurzer Überblick:

- **§ 30 HGB:** Nach dieser Vorschrift muss sich jede neue Firma (auch die einer Zweigniederlassung) von allen an demselben Ort bereits bestehenden und in das Handelsregister oder in das Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden. Die deutliche Unterscheidbarkeit prüft das Handelsregistergericht von Amts wegen, denn unzureichende Unterscheidbarkeit ist ein Eintragungshindernis. Allerdings werden von dieser Regelung die Geschäftsbezeichnungen nicht erfasst, da diese nicht im Handelsregister (und auch in sonst keinem Verzeichnis!) registriert sind. Außerdem bewirkt die Beschränkung auf den jeweiligen Ort, dass gleichnamige Bezeichnungen in Nachbargemeinden ohne gerichtliche Beanstandung eingetragen werden können.
- **§ 15 Abs. 2 MarkenG:** Nach dieser zentralen kennzeichenrechtlichen Schutzvorschrift wird dem Inhaber einer geschäftlichen Bezeichnung ein ausschließliches Recht gewährt. Infolgedessen ist es Dritten untersagt, eine geschäftliche Bezeichnung unbefugt so zu benutzen, dass Verwechslungen mit der geschützten Bezeichnung entstehen. Handelt es sich um eine im Inland bekannte geschäftliche Bezeichnung, so ist es Dritten darüber hinaus auch dann untersagt, diese zu benutzen, wenn keine Gefahr von Verwechslungen besteht, soweit die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung des Anderen ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt. Diese Regelung dient nicht nur dem Inhaber von Namensrechten, sondern auch dem Interesse der Allgemeinheit, da verwechslungsfähige Bezeichnungen Unklarheit bzw. Rechtsunsicherheit bewirken.
- **§ 12 BGB:** Diese Vorschrift gewährt Namensschutz für Unternehmenskennzeichen. Nach dieser namensrechtlichen Generalklausel kann derjenige, dessen Recht zum Gebrauch eines Namens von anderen bestritten oder dadurch verletzt wird, dass andere unbefugt den gleichen Namen gebrauchen, von diesen Beseitigung der Beeinträchtigung verlangen. Diese Regelung stimmt mit der zuvor genannten markenrechtlichen Bestimmung sachlich weithin überein.
- **§ 37 Abs. 2 HGB:** Diese Regelung schützt die Firma zusätzlich vor unbefugtem Firmengebrauch durch einen anderen. Tritt eine Rechtsverletzung durch unbefugten Firmengebrauch ein, entstehen Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche.
- **§ 14 MarkenG:** Im Bereich der Marken ist die Rechtslage noch konkreter geregelt.

Im Gegensatz zu Firmierungen bzw. Geschäftsbezeichnungen beziehen sich diese Zeichen nicht auf das Unternehmen selbst, sondern in der Regel auf von dem Unternehmen hergestellte Waren bzw. angebotene Dienstleistungen. Wer sich einer Marke bedient, kann diese zur Eintragung in das Markenregister anmelden. Mit der Anmeldung ist eine Gebühr zu bezahlen. Die Eintragung gewährt eine Schutzdauer von zehn Jahren, die durch Antragstellung verlängert werden kann. Sie hat die Wirkung,

dass allein dem Inhaber das Recht zusteht, die Marke für Waren oder Dienstleistungen der angemeldeten Art in der angemeldeten Branchenklasse im Geschäftsverkehr zu benutzen. Der Schutz des Zeichens erstreckt sich weiter auf dessen Benutzung in Geschäftspapieren, Verpackungen, Werbung oder Ähnliches. Daraus resultiert gleichzeitig das Recht, gegen andere, die das Zeichen widerrechtlich benutzen, durch Geltendmachung von Unterlassungs- bzw. Schadensersatzansprüchen vorzugehen. Die Rechtsposition des Verwenders ist durch die Registrierung sehr gut abgesichert. Hinzu kommt, dass die vorsätzliche Kopie von Marken strafbewehrt ist.

6. Beginn des Schutzes

Der Schutz der **Firma** beginnt nicht erst mit der Eintragung im Handelsregister, sondern bereits durch den Gebrauch im Geschäftsverkehr. Auch der Kennzeichenschutz des **Namens** und der besonderen **Geschäfts- oder Unternehmensbezeichnung** entsteht durch Ingebrauchnahme im geschäftlichen Verkehr, sofern die Kennzeichen über Unterscheidungskraft verfügt. Fehlt diese, so entsteht der Kennzeichenschutz erst zu dem Zeitpunkt, in dem das Kennzeichen Verkehrsgeltung erlangt.

Markenschutz entsteht durch Eintragung als Marke, die Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr, soweit das Zeichen innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erlangt hat oder durch notorische Bekanntheit einer Marke, § 4 MarkenG.

7. Prioritätsprinzip

Der genaue Zeitpunkt, wann der Schutz an einem Kennzeichen entstanden ist, ist von erheblicher Bedeutung, da vom Grundsatz der Gleichwertigkeit aller Kennzeichen auszugehen ist. Kollidieren etwa eine gleichlautende oder ähnliche Marke und eine Firma, gilt der Grundsatz der Priorität: Entscheidend ist, wer das ältere Recht hat. Die genaue Dokumentation der Ingebrauchnahme eines Kennzeichens, etwa durch Aufbewahrung von Geschäftsbriefen über die Aufbewahrungsfristen hinaus, kann im Streitfall den Nachweis des Schutzbeginns erleichtern.

Die Priorität allein berechtigt den Inhaber des älteren Zeichens freilich noch nicht zur Anspruchsstellung. Vielmehr muss noch hinzukommen, dass durch den Gebrauch des Verletzungszeichens ein anerkanntes und schutzwürdiges Interesse des Betroffenen verletzt wird. Dies hängt im Wesentlichen vom Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ab. Hierbei ist der territoriale Wirkungsbereich eines Unternehmens von Bedeutung.

8. Räumlicher Geltungsbereich

Bei der Marke lässt sich der räumliche Schutzbereich einfach zusammenfassen: Der Schutz einer Marke erstreckt sich auf das gesamte Gebiet des Landes, für das es angemeldet wurde, ohne dass eine tatsächliche Benutzung in einzelnen Regionen nachgewiesen werden muss.

Differenzierter ist der territoriale Schutzbereich bei den Unternehmenskennzeichen zu beurteilen. Dieser kann sich grundsätzlich ohne Beschränkung auf das gesamte Bundesgebiet erstrecken. Wie weit der Schutz tatsächlich reicht, muss aber im Einzelfall geprüft werden. So ist z. B. der Firmenname durch die Eintragung im Handelsregister nicht immer "automatisch" bundesweit geschützt.

Entscheidend für den Umfang des territorialen Schutzbereichs sind die Art der Bezeichnung, der räumliche Umfang ihrer tatsächlichen Benutzung bzw. Verkehrsgeltung und die Ausrichtung des Unternehmens zum maßgeblichen Verletzungs- oder Kollisionszeitpunktes.

Unternehmenskennzeichen müssen im Geschäftlichen Verkehr durch Ingebrauchnahme in Erscheinung getreten sein. Trifft dies nur für einen räumlich begrenzten Bereich zu, so sind auch nur dort Verwechslungen zu befürchten. Die Schutzwirkung eines Unternehmenskennzeichens reicht stets nur soweit wie seine Kennzeichnungskraft im Verkehr.

Der räumliche Schutzbereich ist bei einem Unternehmen dann örtlich begrenzt, wenn dessen Tätigkeitsbereich typischerweise ortsgebunden ist. Solche sogenannten Platzgeschäfte sind z. B. Gaststätten oder Hotels, von denen anzunehmen ist, dass es an jedem Ort nur einen Betrieb mit demselben Namen gibt. Der ältere Inhaber einer Bezeichnung kann sich stets gegen die Verwendung jeder jüngeren, verwechslungsfähigen Bezeichnung am selben Ort wehren, während er gegen die Verwendung verwechslungsfähiger Bezeichnungen an anderen Orten in der Regel nichts unternehmen kann.

Denn obwohl z. B. der Name "Goldenes Lamm" von zahlreichen Gaststätten verwendet wird, wird man nicht daraus schließen, dass zwischen den vielen gleichnamigen Betrieben an anderen Orten eine Verbindung besteht.

Ob Inhaber regional beschränkter Unternehmenskennzeichen bei einer Kollision gegen bundesweit tätige Mitbewerber, die eine verwechslungsfähige Bezeichnung gleichfalls nutzen, vorgehen können, ist nach der Rechtsprechung durch eine Abwägung der Individualinteressen zu beurteilen. Ausschlaggebend ist hierbei, inwieweit sich die Tätigkeitsbereiche überschneiden, wie weit dadurch die Gefahr einer Verwechslung hervorgerufen wird und welche Auswirkungen ein räumlich beschränktes Verbot auf den Geschäftsbetrieb des überregional tätigen Unternehmens haben kann.

Überörtlicher Schutz wird dann vorliegen, wenn es sich um eine ganz besonders bekannte Bezeichnung mit überragender Verkehrsgeltung oder um ein größeres Unternehmen handelt, das nach Art eines Filialbetriebes an zahlreichen Orten Gaststätten oder Hotels derselben Art unter derselben Bezeichnung betreiben wird. Wegen der hier von vornherein die Grenzen eines einzigen Ortes überschreitenden Aktivitäten des Unternehmens erstreckt sich dann der geographische Schutzbereich der Bezeichnung auf das gesamte Bundesgebiet.

Zur Verdeutlichung einige Beispiele:

- Die Firma "Franz Maier Holzhandlung GmbH" entfaltet nur in der Region Stuttgart ihre Geschäftstätigkeit und ist in Norddeutschland unbekannt. Hier wird sich der räumliche Schutzbereich nicht bis in den Norddeutschen Raum erstrecken.
- Die Firma "ABC Textilhandel Deutschland GmbH" entfaltet im ganzen Bundesgebiet geschäftliche Aktivitäten und ist mit zahlreichen Filialen überregional präsent. Hier wird sich der Schutz auf das gesamte Bundesgebiet erstrecken.
- Die Bezeichnung "Hirsch" für ein Restaurant wird regelmäßig ortsgebunden – etwa beschränkt auf die Gemeinde – geschützt, da typischerweise die wirtschaftliche Geschäftstätigkeit auf einen sehr begrenzten territorialen Bereich ausstrahlt.
- Die Bäckereikette "Kamps" ist dagegen überregional vertreten und bekannt, so dass sich der Bezeichnungsschutz auf das gesamte Bundesgebiet bezieht.

9. Die Verwechslungsgefahr

Verwechslungsgefahr ist gegeben, wenn die Verwendung identischer oder ähnlicher Zeichen die Gefahr einer Irreführung über die

- betriebliche Herkunft von Waren oder
- über das Bestehen besonderer geschäftlicher, wirtschaftlicher oder organisatorischer Beziehungen zwischen verschiedenen Unternehmen

hervorrufft.

Schon bei der Wahl eines Kennzeichens ist zu berücksichtigen, dass werbewirksame kurze und prägnante Bezeichnungen nicht unbegrenzt zur Verfügung stehen und daher eine erhöhte Kollisionsgefahr besteht. Beispielhaft kann die Computerbranche genannt werden, die sich häufig Wortkreationen wie Compuservis, Computech, Computel usw. bedient.

Bei der Verwechslungsgefahr spielt der Unterschied zwischen den Haupttätigkeiten der beteiligten Unternehmen eine erhebliche Rolle. Denn je größer der Abstand zwischen ihnen ist, desto weniger werden Außenstehende geneigt sein, aus der Verwendung ähnlicher oder selbst identischer Unternehmenskennzeichen auf Beziehungen zwischen ihnen zu schließen. Bei völliger Branchenverschiedenheit scheidet – selbst bei Verwendung identischer Zeichen – grundsätzlich eine Verwechslungsgefahr aus. Umgekehrt ist die Verwechslungsgefahr selbst bei bloß ähnlichen Zeichen umso eher zu bejahen, je näher sich die Tätigkeitsgebiete der beiden Unternehmen stehen.

Beweisen muss die Verwechslungsgefahr derjenige, der eine Rechtsverletzung geltend macht. Indizien für eine Verwechslungsgefahr sind z. B. Fehlzustellungen der Post, Irrtümer bei Kunden und Lieferanten über die Identität der Unternehmen usw. Eine Verwechslungsgefahr kann schon dann bestehen, wenn nur einzelne Teile von Unternehmensbezeichnungen identisch oder ähnlich sind wie z. B. Abkürzungen und Schlagworte, die oft den eigentlich kennzeichnenden bzw. unterscheidungskräftigen Teil des Namens darstellen.

Dabei kann es auch auf sonstige Umstände ankommen, etwa auf die Gestaltung der Briefbogen, der Werbung die Branchenähnlichkeit oder der allgemeinen Bekanntheit von Firmenlogos in der Allgemeinheit als Hinweis auf ein bestimmtes Produkt oder auf ein bestimmtes Unternehmen.

Gerade wegen dieser zahlreichen Kriterien, deren Gewichtung von den Umständen des einzelnen Falles und von der Beurteilung des Betroffenen abhängt, werden wettbewerbsrechtliche Bestimmungen bei der Eintragung in das Handelsregister nicht von der eintragenden Stelle berücksichtigt. Vielmehr überlässt es das Gesetz den Parteien, ob sie sich auf diese Vorschriften im Rahmen eines Wettbewerbsprozesses berufen wollen oder nicht.

10. Einschränkungen des Schutzes

Wenn verwechslungsfähige Firmen jahrelang unbeanstandet nebeneinander geführt wurden, kann der Kennzeichnungsschutz verwirkt sein. In solchen Fällen kann dem Besitzstand, den beide Seiten an ihrem Namenszug erworben haben, der Vorrang eingeräumt werden, da ansonsten unzumutbare wirtschaftliche Nachteile für eine Seite entstehen könnten.

Familiennamen kommen teilweise unzählige Male in identischer Form vor. Es gilt der Grundsatz, dass jeder berechtigt ist, seinen Namen zur Kennzeichnung seines Unternehmens zu verwenden. Kollisionsfälle können deshalb nicht ohne weiteres nach dem Prioritätsprinzip gelöst werden. Auch in diesen Fällen muss jedoch die Gefahr von Verwechslungen nicht unbeschränkt hingenommen werden. Konflikte können hier durch eine umfassende Interessenabwägung unter Berücksichtigung der gesamten Umstände des Einzelfalles gelöst werden. Jeder Beteiligte wird alles ihm Mögliche und Zumutbare tun müssen, um die nun einmal bestehende Verwechslungsgefahr soweit wie möglich auszuschließen. In Betracht kommt dafür vor allem die Aufnahme unterscheidungskräftiger Zusätze in den Namen.

Unter die Oberbegriffe "Verwässerungsgefahr/Schutz bekannter Zeichen" fällt der Schutz bekannter Zeichen gegen Beeinträchtigung ihrer überragenden Werbekraft durch die Verwendung übereinstimmender Zeichen für völlig andere Waren (Bsp. Verwendung der Weltmarke "Nike" für kosmetische Produkte oder Computer). Selbst wenn hier eine Verwechslungsgefahr wegen der großen Branchenverschiedenheit ausscheiden würde, wird doch dem Inhaber des berühmten Zeichens ein Interesse daran zugebilligt, eine Inflation und damit Verwässerung des Zeichens durch seine Benutzung für x-beliebige andere Waren zu verhindern.

11. Ende des Kennzeichenrechtes

Der Schutz von Namensrechten dauert so lange, wie die Unternehmenskennzeichen tatsächlich geführt werden. Er findet sein Ende, sobald die Bezeichnung aufgegeben oder das Unternehmen endgültig eingestellt wird.

Haftung

Die Publikation der IHK Halle-Dessau dient nur der allgemeinen Information und nicht der Beratung in konkreten Fällen. Die IHK Halle-Dessau ist bemüht, für die Richtigkeit und Aktualität der enthaltenen Informationen zu sorgen. Für die Korrektheit, Vollständigkeit, Aktualität oder Qualität der bereitgestellten Informationen wird jedoch keine Gewähr übernommen. Die Haftung für den Inhalt der Informationen wird ausgeschlossen, soweit es sich nicht um vorsätzliche oder grob fahrlässige Falschinformation handelt.

IMPRESSUM

©2017 bei der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau (IHK)

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau
Franckestraße 5 | 06110 Halle (Saale)
Internet: www.halle.ihk.de
E-Mail: info@halle.ihk.de

Redaktion:

Geschäftsfeld Recht und Fair Play
Heike Sommer
Tel. 0345 2126-220
Fax: 0345 212644-220

Stand:

Juli 2017