

Kennzeichenrechte



Wolfgang Riegger

Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht

Medienpark im Osterholz

Osterholzallee 76
71636 Ludwigsburg

Tel.: 07141 / 24 229 00

Fax: 07141 / 24 229 29

mail@ra-riegger.de

www.ra-riegger.de

Kennzeichenrechte

- Markenschutz § 4 MarkenG
- Namensschutz § 12 BGB
- Unternehmens-
kennzeichen § 5 Abs. 2 MarkenG
- Werktitel § 5 Abs. 3 MarkenG

1. Markeneintragung

Was kann alles angemeldet werden?

Es sind grundsätzlich alle Zeichen dem Markenschutz zugänglich. Das Gesetz nennt in § 3 Abs. 1 MarkenG selbst einige Beispiele für markenfähige Zeichen:

- Wörter (auch mehrere oder längere Sätze), wie z.B. Namen von Personen und Unternehmen;
- Aneinanderreihung von Buchstaben und/oder Zahlen, wie z.B. "BMW" oder "4711".
- Abbildungen, wie z.B. das Logo einer Firma (z.B.: "Daimlerstern").
- Eine Kombination von Wörter und Abbildungen (z.B.: "Bayerkreuz").
- Das MarkenG erlaubt selbst die Anmeldung reiner Hör- und Farbmarken.

1. Markeneintragung

Der Eintragung einer Bezeichnung als Marke können

- sog. "absolute Schutzhindernisse", § 8 MarkenG, und
 - sog. "relative Schutzhindernisse", § 9 MarkenG ,
- entgegenstehen.

1. Markeneintragung

Absolute Schutzhindernisse liegen vor, wenn der Marke jegliche **Unterscheidungskraft** fehlt oder der Eintragung der Marke ein **Freihaltebedürfnis** entgegensteht.

Unterscheidungskraft kommt einer Marke dann nicht zu, wenn diese nicht geeignet ist, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von einem anderen Unternehmen aufgefasst zu werden. Ein Freihaltebedürfnis besteht für solche Zeichen oder Angaben, die im weitesten Sinne Merkmale der Ware beschreiben, wozu auch deren Bestimmung (also die beabsichtigte Verwendung) gehört.

1. Markeneintragung

Fehlende Unterscheidungskraft / Freihaltebedürfnis:

Beispiele für direkten Bezug zu Waren / Dienstleistungen :

„Vollkorn“ für Backwaren

„antiKALK“ für Putzmittel

„Bücher für eine bessere Welt“ für Buchhandel

Beispiele für allgemeine Sachaussage:

„Test it“

„Willkommen Im Leben“

1. Markeneintragung

Bei den **relativen Schutzhindernissen** handelt es sich um ältere Markenrechte Dritter. Der Zeitrang einer Marke, die sog. Priorität der Marke, wird durch den Anmeldetag bestimmt.

Der Inhaber einer prioritätsälteren Marke kann die Markenmeldung durch Einlegung eines Widerspruchs beim Deutschen Patent- und Markenamt zu Fall bringen, wenn

- die angemeldete Marke mit der älteren Marke identisch und für identische Waren/ Dienstleistungen eingetragen ist (**markenrechtliche Identität**)
oder
- die angemeldete Marke mit der älteren Marke identisch oder ähnlich und für identische oder ähnliche Marken eingetragen ist (**markenrechtliche Verwechslungsgefahr**).

1. Markeneintragung

Markenrechtliche Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn

- ein identisches oder ähnliches Zeichen
- für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen angemeldet oder benutzt wird.

Bei der Beurteilung des Schutzzumfangs spielt zudem noch die sog. Kennzeichnungskraft der Marke eine Rolle. Je größer die Kennzeichnungskraft (z.B. bei Fantasiebezeichnungen oder bei bekannten Bezeichnungen) desto größer der Schutzzumfang.

1. Markeneintragung

Auf dem Anmeldeformular muß neben der Bezeichnung, für die Schutz beansprucht wird, auch angegeben werden, für welche Waren und/oder Dienstleistungen die Bezeichnung geschützt werden soll. Nur für die angemeldeten Waren und/oder Dienstleistungen und hierzu ähnlichen Waren und/oder Dienstleistungen genießt die Bezeichnung markenrechtlichen Schutz.

1. Markeneintragung

Dabei erfolgt die Einteilung der angemeldeten Waren/ Dienstleistungen in sog. Gebührenklassen.

Die Gebührenklassen sind in bestimmte Oberbegriffe von Waren und Dienstleistungen eingeteilt. So umfasst z.B. die Gebührenklasse 12 die Waren "Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser".

Somit erfasst die Gebührenklasse 12 von Fahrräder über Autos bis hin zu Schiffen und Flugzeugen sämtliche Fortbewegungsmittel.

Die Frage, in wie viele Gebührenklassen die angemeldeten Waren und/oder Dienstleistungen fallen, spielt bei der Ermittlung der anfallenden Amtsgebühren eine Rolle.

1. Markeneintragung

Gebühren Deutsches Patent- und Markenamt:

- Grundgebühr
(Anmeldung für einschließlich drei
Waren- oder Dienstleistungsklassen): EUR 300,--
- Für jede die dritte Waren- oder Dienst-
leistungsklasse übersteigende Klasse: EUR 100,--/Klasse
- EU-Gemeinschaftsmarke: Grundgebühr
für jede weitere ab der vierten Klasse EUR 900,-- / + 150,--

1. Markeneintragung

Nachdem die Anmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt eingegangen ist, überprüft das Deutschen Patent- und Markenamt nur, ob "absolute Schutzhindernisse" vorliegen.

Nicht geprüft wird, ob der angemeldeten Marke "relative Schutzhindernisse", also ältere Markenrechte Dritter, entgegenstehen.

1. Markeneintragung

Wichtig, auch ohne Marke:

Wer eine Ware oder eine Dienstleistung mit einer bestimmten Verzeichnung versieht und bewirbt, kann hierdurch fremde Markenrecht verletzen. Darauf, ob er selbst auch Marken eingetragen hat, kommt es dann nicht entscheidend an, wenn andere Marken schon davor bestanden haben.

Bevor Waren oder Dienstleistungen also in bestimmter Weise bezeichnet werden, sollte geprüft werden, ob hierdurch keine Rechte Dritter verletzt werden.

1. Markeneintragung

Bedeutung des ®

Das ® - Symbol weist auf die Eintragung (Registration) einer Bezeichnung als Marke hin. Die Verwendung ist, ähnlich wie das © - Symbol, weder erforderlich, noch kann hierdurch irgendein Schutz begründet werden. Die Verwendung kann dennoch Sinn machen, um Nachahmer vorzuwarnen oder eine gewisse Seriosität zu proklamieren.

Die Verwendung darf aber nur erfolgen, wenn tatsächlich eine rechtsbeständige Eintragung für diese Bezeichnung und die jeweils bezeichneten Waren/Dienstleistungen vorliegt.

Die rechtliche Relevanz Das TM – Symbols™ hingegen ist umstritten. Es deutet wohl nur darauf hin, dass der Verwender die Bezeichnung „als Marke“ (als Trade Mark) schützen möchte, also bereits die Anmeldung veranlasst hat.

1. Markeneintragung

Benutzungszwang:

Jede eingetragene Marke muss für die Waren und Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, auch ernsthaft benutzt werden, und zwar so, wie die Marke eingetragen ist.

Um eine Marke in Benutzung zu nehmen hat man 5 Jahre Zeit.

Wird die Marke nicht ernsthaft benutzt, kann sie gelöscht werden.

1. Markeneintragung

Rechte aus der Marke:

Wird von einem Dritten eine prioritätsjüngere identische oder verwechslungsfähige Bezeichnung im geschäftlichen Verkehr verwendet, so stehen dem Markeninhaber Unterlassungsansprüche hiergegen zu. Liegt Verschulden des Dritten vor (in der Regel gegeben, da sich der Verwender einer bestimmten Bezeichnung vor Ingebrauchnahme der Bezeichnung vergewissern muß, ob nicht ältere Rechte dieser Bezeichnung entgegenstehen), so können zudem Auskunfts-, Vernichtungs- und Schadensersatzansprüche geltend gemacht werden.

1. Markeneintragung

Rechte aus der Marke:

Der Markeninhaber kann selbst Lizenzen vergeben.
Dabei wird zwischen einer ausschließlichen und einer einfachen Lizenz unterschieden.

Eine ausschließliche Lizenz berechtigt den Lizenznehmer alleine zur Verwendung der Marke und zur Wahrnehmung aller Markenrechte.

Des weiteren kann die Lizenz räumlich, zeitlich und inhaltlich beschränkt werden (Beispiel: Franchising).

Schließlich kann die Marke insgesamt auf einen Käufer gegen Zahlung eines angemessenen Kaufpreises übertragen werden.

2. Unternehmenskennzeichen

Darunter versteht man Kennzeichen, die im geschäftlichen Verkehr als Name, Firma oder besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs benutzt werden.

Unter „geschäftlicher Verkehr“ ist jede wirtschaftliche Betätigung zu verstehen.

Es genügt zur Schutzerlangung die tatsächliche Benutzung, es bedarf also keiner Eintragung.

2. Unternehmenskennzeichen

Voraussetzung ist aber, dass die Bezeichnung kennzeichnungskräftig ist.

Der Begriff der Kennzeichnungskraft ist ähnlich dem der Unterscheidungskraft bei der Marke. Allerdings ist die Rechtsprechung bei Bejahung der Kennzeichnungskraft großzügiger als das DPMA bei der Bejahung der Unterscheidungskraft.

Ist die Bezeichnung nicht kennzeichnungskräftig entsteht Schutz erst mit Erlangung von Verkehrsgeltung.

2. Unternehmenskennzeichen

Der Schutz entsteht mit tatsächlicher Benutzung der Bezeichnung im Geschäftsverkehr, was von demjenigen, der sich auf einen solchen Schutz beruft, bewiesen werden muss.

Der Schutz endet mit „endgültiger Aufgabe“ des Geschäftsbetriebs.

Wichtig:

Der Schutz kann (gerade bei Beginn) nur räumlich begrenzt sein auf den Wirkungskreis des betreffenden Unternehmens.

2. Unternehmenskennzeichen

Das Unternehmenskennzeichen gewährt nahezu den identischen Schutz wie eine Marke.

Der Inhaber des Rechts kann also Verletzter auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch nehmen.

2. Unternehmenskennzeichen

Auch bei der Wahl eines Firmennamens oder einer Bezeichnung ist es wichtig, darauf zu achten, dass diese nicht mit bestehenden Marken oder Firmenbezeichnungen Dritter kollidiert.

Es empfiehlt sich daher, vor der Verwendung einer Firmierung zu prüfen, ob es diese nicht bereits gibt und diese genutzt wird.

Wenn ein Name noch „frei“ ist und dauerhaft genutzt werden soll, empfiehlt sich eine Markenmeldung. Sonst kann es auch später zu Kollisionen mit „neuen“ Marken kommen.

Beispiel: „Hard Rock Cafe Heidelberg“

2. Unternehmenskennzeichen

„Hard Rock Cafe Heidelberg“

Das nicht zur internationalen Kette gehörende Cafe gibt es bereits seit 1978, die Kette hatte Marken in Deutschland erst 1986 angemeldet.

BGH: Das Cafe darf weiterhin den Namen beibehalten, weil die Kette zu lange gewartet hatte, bis geklagt wurde (14 Jahre; Verwirkung).

Der Verkauf von Merchandise-Artikeln hingegen wird verboten. Zu klären ist noch, seit wann das Cafe im Raum Heidelberg unter der Bezeichnung bekannt war. Dies spielt eine Rolle für den Umfang und die Reichweite des Unternehmenskennzeichens.

2. Unternehmenskennzeichen

In aller Regel zulässig ist es, den eigenen realen Namen zu benutzen, selbst wenn dieser mit Kennzeichenrechte Dritter kollidiert.

Aber Achtung: Dies gilt nicht zwingend auch für Abkürzungen, Initialen usw.

Beispiel Name: Stefan Arnold Pohl

zulässig: Stefan A. Pohl Software GmbH

unzulässig: SAP Software GmbH

3. Werktitelschutz

Titelschutz wird gewährt für Namen oder Bezeichnungen von Druckwerken, Filmen, Musikwerke, Bühnenwerke oder sonstige vergleichbare Werke. Hierzu gehört z.B. auch Software.

Weitere Voraussetzung ist auch hier Kennzeichnungskraft, wobei die Rechtsprechung in diesem Bereich nur sehr geringe Anforderungen stellt.

3. Werktitelschutz

Der Titel muss ein bestimmtes Werk kennzeichnen. Das Werk muss fertig gestellt sein.

Es besteht eine anerkannte Möglichkeit der Vorverlagerung:

Die Schaltung einer sog. Titelschutzanzeige in einschlägigen Fachmagazinen, wie z.B. dem „Titelschutzanzeiger“.

Kosten einer sog. Titelschutzanzeige: ca. EUR 150,00 zzgl. USt.

Wichtig: Innerhalb eines bestimmten Zeitraums (i.d.R. 6 Monate) nach Schaltung der Titelschutzanzeige muss das Werk veröffentlicht sein.

4. Domains

Domain-Namen sind individuelle Adressen von Personen oder Unternehmen im Internet. Sie werden von den zuständigen Vergabestellen – in Deutschland der DENIC – ohne Prüfung vorrangiger Kennzeichenrechte nach dem Prinzip „first come, first served“ jeweils nur einmal vergeben und haben weltweite Wirkung.

4. Domains

Grundsätzlich erlangt derjenige, der sich einen Domain-Namen registrieren lässt, durch die Registrierung alleine keinerlei Rechte an dem Domain-Namen.

D.h.: Kollidiert der Domain-Name mit einer Marke (§ 4 MarkenG), einer geschäftlichen Bezeichnung (§ 5 Abs. 1 und 2 MarkenG), einem Werktitel (§ 5 Abs. 3 MarkenG) oder einem Namensrecht (§ 12 BGB sowie § 17 HGB für Firmennamen) Dritter, so führt dies dazu, dass die Registrierung der Domain das fremde Recht möglicherweise verletzt.

4. Domains

Liegt eine Rechtsverletzung vor, so stehen dem Rechteinhaber Unterlassungs- und gegebenenfalls Schadensersatzansprüche zu, so dass der registrierte Domain-Name nicht weiterverwendet werden kann und (mindestens) die Kosten für die entsprechende Abmahnung des Rechteinhabers (insbesondere die Rechtsanwaltskosten) zu ersetzen sind. Ist der beabsichtigte Domain-Name also nicht selbst marken- oder namensrechtlich für den Registrierenden geschützt, so empfiehlt sich vor Registrierung die Durchführung einer Namens- und Markenrecherche.

4. Domains

Nur dann, wenn der Domain-Name bereits (seit geraumer Zeit) namensmäßig verwendet wird, kann der Domain-Name selbst Schutz als Unternehmenskennzeichen oder als geschäftliche Bezeichnung im Sinne des § 5 Abs. 1 und Abs. 2 MarkenG genießen

4. Domains

- Entscheidung „krupp.de“

Ein Unternehmen mit überragender Verkehrsgeltung kann die Nutzung des sogenannten Firmenschlagwortes durch einen Dritten als Internet-Domain-Adresse untersagen. Dies gilt auch bei Identität des Firmenschlagwortes mit dem Familiennamen des Dritten.

- Entscheidung „shell.de“

Grundsätzlich entscheidet bei Gleichnamigkeit die Priorität. Ausnahme: überragende Bekanntheit eines der beiden Namensträgers aufgrund deren der Verkehr unter diesem Domain-Namen nur den Internetauftritt dieses Namensträgers erwartet.

4. Domains

Weder die DENIC noch andere Vergabestellen prüfen bei der Registrierung von Domain-Namen, ob der zu registrierenden Bezeichnung Rechte Dritter entgegenstehen.

4. Domains

Worauf sollte bei der Registrierung geachtet werden?

- keine Marken, keine Namen von Unternehmen;
- keine Namen von Prominenten;
- keine Titel von Zeitschriften, Filmen, Software;
- keine Städtenamen;
- keine Bezeichnungen von staatlichen Einrichtungen;
- keine Tippfehler-Domains;
- kein Domain-Grabbing.

4. Domains

Haftungsfragen:

Für rechtswidrige Inhalte auf Internetseiten kommen mehrere Personen als Haftende in Betracht

- Der Webseitenbetreiber laut Impressum
- Der Domaininhaber
- Der Admin-C

Während die ersten beiden, falls sie nicht ohnehin identisch sind, i.d.R. haften, ist dies bei dem Dritten sehr umstritten.

Eine Haftung besteht (teilweise) auch für fremde Inhalte (beispielsweise in Foren, Gästebüchern). Die überwiegende Rechtsprechung geht hier aber von einer Haftung erst aus, ab dem Zeitpunkt, ab dem der Betreiber Kenntnis von dem rechtswidrigen Inhalt erlangt hat.

4. Domains

Impressumspflicht auf Webseiten:

Auf der Homepage müssen zwingend mindestens folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar gehalten werden:

- - Name und ladungsfähige postalische Anschrift des Anbieters.
- - Bei juristischen Personen zusätzlich zumindest ein Vertretungsberechtigter mit Namen und Vornamen.
- - Angaben, die eine unmittelbare elektronische Kontaktaufnahme ermöglichen, einschließlich der E-Mail-Adresse.
- - Das Handels-, das Vereins-, das Partnerschafts- oder das Genossenschaftsregister, in dem gegebenenfalls eine Eintragung existiert, mit der entsprechenden Registrierungsnummer.
- - Name, Anschrift und sonstige Grunddaten von Aufsichtsbehörden; Zugehörigkeit zu einer Landesorganisation einschließlich eines Hinweises auf geltende Landesrichtlinien.
- - Sofern vorhanden – die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach § 27 a UStG

4. Domains

Impressumspflicht:

Die Einhaltung dieser Vorschriften ist ratsam. Zum einen können bei Verstößen Ordnungsgelder fällig werden. Zudem können in der Regel Wettbewerber in Fällen des Verstoßes kostenpflichtige Abmahnungen aussprechen.

Die Vorschriften gelten auch für Accounts bei z. Bsp. Ebay, Facebook usw. sofern es sich um gewerbliche Accounts handelt. Ob dies der Fall ist, richtet sich nicht in erster Linie danach, wie der Account angemeldet ist, sondern vor allem danach, was über den Account tatsächlich verkauft wird.