

## Die Firma und andere Unternehmenskennzeichen

Stand: Januar 2004

### Inhalt:

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

### 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 das Merkblatt 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 Firmenbildung

Wie die Firma gebildet werden darf, regelt die zentrale Firmenbildungsvorschrift des § 18 HGB:

- Die Firma muss zur Kennzeichnung des Kaufmanns geeignet sein und Unterscheidungskraft besitzen.
- Die Firma darf keine Angaben enthalten, die geeignet sind, über geschäftliche Verhältnisse, die für die angesprochenen Verkehrskreise wesentlich sind, irre zu führen. Im Verfahren vor dem Registergericht wird die Eignung zur Irreführung nur berücksichtigt, wenn sie ersichtlich ist.

Unter Berücksichtigung dieser Vorgaben kann die Firma z. B. als Personenfirma (Information über Inhaber), als Sachfirma (Information über den Geschäftszweck), als reine Phantasiefirma (ohne Information) oder aus einer Kombination dieser Bestandteile gebildet werden. Folgende Punkte sind besonders zu beachten:

- Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft hat eine Firma dann, wenn sie ein ganz bestimmtes Unternehmen bezeichnet. Typischerweise sind Firmen, die aus Personennamen ("Franz Maier OHG") oder Phantasiebezeichnungen ("Phönix GmbH") gebildet sind, immer Kennzeichnungskräftig.
- Die Kennzeichnungseignung fehlt jedoch Firmen, die nur aus rein beschreibenden Branchen- oder Sachbegriffen gebildet sind, wie z. B. "Autohandel GmbH" oder „Textil e.K.". 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 muss daher ein weiterer Zusatz beigelegt werden, der die erforderliche Kennzeichnungskraft bewirkt. Hierzu eignen sich Personennamen der Inhaber bzw. Gesellschafter oder Phantasiebezeichnungen, z. B. "ABC Textil e.K."
- Eine Kennzeichnungseignung wird auch Zeichen abgesprochen, die nicht kommunizierbar sind, wie etwa @, €, §, ? usw.
- Wegen der Gefahr der Irreführung sind solche Begriffe nur eingeschränkt verwendbar, die z. B. eine besondere Leistungsfähigkeit, Marktbedeutung oder den Umweltbezug eines Unternehmens anklingen lassen bzw. aufgrund spezieller Regelungen nur einem eingeschränkten Adressatenkreis zur Verfügung stehen, wie z. B. "Deutsche", "Europäische", "Bio", "Öko", "Finanz", "Institut", "Akademie", "Technologie", "Rechtsanwalt", "Dr.", "Bank", "Kapitalanlagegesellschaft" usw. 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. Der Zusatz "Partner" darf seit in Kraft treten des Partnerschaftsgesellschaftsgesetzes nur noch von Partnerschaftsgesellschaften geführt werden.
- Zwingend vorgeschrieben für alle Handelsregisterfirmen ist die Offenbarung der Haftungsverhältnisse und damit die Aufnahme eines Rechtsformzusatzes in die Firma. Seit 1. Juli 1998 sind auch Einzelkaufleute verpflichtet, ihre Rechtsform ausdrücklich zu verlautbaren, wofür das Gesetz Begrifflichkeiten wie „e.K.“, „e.Kfm.“, e.Kfr.“ oder die ausgeschriebenen Versionen „eingetragener Kaufmann“ und „eingetragene Kauffrau“ vorsieht.

Daneben muss sich die gewählte Firma von allen an demselben Ort bereits bestehenden und in das Handelsregister oder in das Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden, § 30 HGB. Die deutliche Unterscheidbarkeit prüft das Handelsregistergericht von Amts wegen.

**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 dürfen keinen eigenen, selbstständigen Firmennamen führen.

Für den Bereich außerhalb des Handelsregisters enthält § 15 b GewO die maßgebliche Bezeichnungsvorschrift. Danach müssen Gewerbetreibende, für die keine Firma im Handelsregister eingetragen ist, auf allen Geschäftsbriefen, die an einen bestimmten Empfänger gerichtet werden, ihren Familiennamen mit mindestens einem ausgeschriebenen Vornamen angeben.

Daneben ist die Benutzung einer Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnung zulässig. Unzulässig ist jedoch die Wahl einer Geschäftsbezeichnung, die den Eindruck einer eingetragenen Handelsregisterfirma hervorruft. Problematisch sind zum Beispiel Zusätze, die eine besondere Größe oder Leistungsfähigkeit des Unternehmens andeuten ("Zentrum", "Deutsche"), da dies die Ausübung eines Handelsgewerbes nahe legt.

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. Darüber hinaus kann jeder, der in seinen Rechten dadurch verletzt wird, dass andere eine Firma unbefugt gebrauchen, von diesen die Unterlassung verlangen.

Kleingewerbetreibende können sich aber auf Wunsch mit einer Firma im Handelsregister eintragen lassen (eine GbR müsste dann allerdings die Rechtsform einer Personenhandels-gesellschaft 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 Namens-träger, 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

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.

Markennamen können z. B. über die IHK beim Marken- und Patentamt in München recherchiert werden. Eine örtliche Firmennamenrecherche kann über die örtliche IHK erfolgen.

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 Recherche im Internet oder über eine Telefonbuch CD-Rom wird lediglich zu einem unvollständigen 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 § 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 Markengesetz:** 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 Markengesetz:** Markenrecht gewährt dem Inhaber einer Marke ein ausschließliches Recht. Darüber hinaus stehen dem Inhaber Unterlassungsansprüche und Schadensersatzansprüche zu. Nach dieser gesetzlichen Regelung ist es Dritten untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr 1. ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistung zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie Schutz genießt, 2. ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, oder 3. ein mit der Marke identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke Schutz genießt, wenn es sich bei der Marke um eine im Inland bekannte Marke handelt und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der bekannten Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt. Der Schutz des Zeichens erstreckt sich ggf. weiter auf dessen Benutzung auf

Geschäftspapieren, Verpackungen, Werbung oder ähnliches. Die Rechtsposition des Inhabers der Marke ist durch die Registrierung sehr gut abgesichert. Hinzu kommt, dass die vorsätzliche Kopie von Marken ggf. strafbewehrt sein kann.

## 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 entstehen 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 Anspruchstellung. 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 ist die Art der Bezeichnung, der räumliche Umfang ihrer tatsächlichen Benutzung bzw. Verkehrsgeltung und die Ausrichtung des Unternehmens zum maßgeblichen Verletzungs- oder Kollisionszeitpunkt.

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 ‚Siegerland‘ ihre Geschäftstätigkeit und ist in Süddeutschland unbekannt. Hier wird sich der räumliche Schutzbereich nicht bis in den Süddeutschen 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 Ver-

wendung 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.

**Hinweis:** Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

---

Ein Merkblatt der

Industrie- und Handelskammer Siegen, Koblenzer Straße 121, 57072 Siegen, <http://www.ihk-siegen.de>

*Ansprechpartner:*

*IHK Siegen, Geschäftsstelle Olpe, Seminarstr. 36, 57462 Olpe  
Ass. Gabriela Pokall, ☎ 02761 9445-20, Telefax 02761 9445-40  
E-Mail [gabriela.pokall@siegen.ihk.de](mailto:gabriela.pokall@siegen.ihk.de)*

*Dominik Lengeling, ☎ 0271 3302-156, Telefax 0271 3302-400  
E-Mail [dominik.lengeling@siegen.ihk.de](mailto:dominik.lengeling@siegen.ihk.de)*