

*Hinweis: Die Weiterverwendung dieser Referatsvorlage ist ausdrücklich gestattet. Falls jemand Ergänzungen vornimmt, bitte auch an die anderen denken und wieder zugänglich machen.
(München 08.07.2006, Wieland Wall)*

13. Termin B-Referat (AG München)

Markengesetz I

Geschützte Kennzeichen (Überblick)

I. Allgemeines

1.1 Zeichen und Bezeichnung

Darunter werden alle Zeichenformen verstanden, die zur Bezeichnung von Personen, Geschäftsbetrieben, Werken, Waren und Dienstleistungen verwendet werden, unabhängig davon, ob sie geschützt sind.

Der Begriff Zeichenform umfasst alle Zeichen, insbesondere Buchstaben und Wörter, Zahlen, Bilder und Abbildungen, dreidimensionale Gestaltungen, Farben und Farbezusammenstellungen, oder Kombination davon.¹ Daneben kommen auch weitere Zeichenformen in Betracht wie z.B. Duft-, Geschmacks-, Tast- und Bewegungszeichen.

Hinweis: Die Begriffe Zeichen und Bezeichnung sind schwer zueinander abzugrenzen und werden daher meist synonym verwendet.

¹ Entnommen dem § 3 (1) MarkenG

1.2 Was sind Kennzeichen?

1. Definition: Kennzeichen sind im juristischen Sprachgebrauch alle Zeichen, die geeignet sind, Personen, Gegenstände oder Handlungen von anderen zu unterscheiden.

2. Definition: Kennzeichen sind im juristischen Sprachgebrauch alle Zeichen (s.o.), insbesondere Wörter, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Gesten, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form oder sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen, die geeignet sind, Personen, Gegenstände oder Handlungen von anderen zu unterscheiden.

Merksatz: Als Zeichen und damit auch als Kennzeichen kommt jede den menschlichen Sinnen zugängliche Erscheinungsform in Betracht.²

1.3 Was ist das Kennzeichenrecht?

Kennzeichen können durch das Kennzeichenrecht vor unbefugter Verwendung geschützt sein (geschützte Kennzeichen s.u.).

Grundidee dabei ist es, gewählte Kennzeichen vor der Benutzung durch dritte zu schützen und insbesondere Verwechslungen zu verhindern.

Die zugehörigen Bestimmungen werden unter dem Begriff Kennzeichenrecht zusammengefasst. Zum Kennzeichenrecht werden gesetzliche Bestimmungen gerechnet, die sich mit dem Schutz von Kennzeichen beschäftigen. Zu diesen Bestimmungen gehören insbesondere:

- die Vorschriften des MarkenG; diese regeln (nicht abschließend):³
 - das Recht der Marken
(→ siehe hierzu Abschnitt II)
 - das Recht der geschäftlichen Bezeichnungen (Unternehmenskennzeichen und Werktitel),
(→ siehe hierzu Abschnitt III)

² vgl. Hacker in Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 3 Rdn 3

- das Recht der geografischen Herkunftsangaben (geografische Herkunft von Waren- und Dienstleistungen)
(→ *siehe hierzu Abschnitt IV*)
- die Vorschriften über die Firma nach §§ 17 ff. HGB (Unterscheidung von Kaufleuten);
(→ *siehe hierzu Abschnitt V*)
- das Namensrecht nach § 12 BGB (Unterscheidung von Personen);
(→ *siehe hierzu Abschnitt VI*)

1.4 Formelle und sachliche Kennzeichenrechte

Geschützte Kennzeichen können in formelle und sachliche Kennzeichenrechte eingeteilt werden. Formelle Kennzeichenrechte entstehen nach Durchführung eines Verfahrens (bspw. eingetragene Marke). Sachliche Kennzeichenrechte entstehen i.d.R. durch Aufnahme der Benutzung des Kennzeichens und/oder durch Erlangung der Verkehrsgeltung.

1.5 Rechtsquellen des Kennzeichenrechts

- HGB
- BGB
- MarkenG
- UWG
- UrhG
- Internationale Vorschriften (bspw. Madrider Markenabkommen)

Achtung: Keine abschließende Auflistung !

In der Kommentierung zu den einzelnen Rechtsvorschriften finden sich im kennzeichenrechtlichen Zusammenhang immer wieder Querverweise zu den anderen Rechtsvorschriften.

³ vgl. § 1 MarkenG

II. Marken

2.1 *Allgemeines*

Die Marke im Sinne des MarkenG dient als Mittel zur Unterscheidung für Waren oder Dienstleistungen. Es gibt eingetragene und nicht eingetragene Marken!

Gemäß § 4 MarkenG entsteht eine Marke durch:

- Eintragung eines Zeichens (Kennzeichens) als Marke in das vom Patentamt geführte Register („Registermarke“),
- Benutzung eines Zeichens (Kennzeichens) im geschäftlichen Verkehr, soweit dieses Verkehrsgeltung erworben hat („Benutzungsmarke“), oder
- notorische Bekanntheit („Notoritätsmarke“; Stichwort: gesteigerte Verkehrsgeltung)

2.2 *Markenarten (-formen)*

- Wort- und Bildmarken
- Dreidimensionale Marken
- Farbmarken
- Hörmarken (Tonmarken)
- Geruchsmarken (Duftmarken)
- Geschmacks- und Tastmarken
- Positionsmarken
- Bewegungsmarken und Hologramme
- Kennfadenmarke

Achtung: Keine abschließende Auflistung !

Hinweis: Die rechtliche Bestandskraft einiger Markenarten ist umstritten. Einige Markenarten sind nicht eintragungsfähig, wie z.B. die Geschmacks- und Tastmarke.

III. Geschäftliche Bezeichnungen

Als geschäftliche Bezeichnungen (Oberbegriff) werden im Sinne des § 5 MarkenG Unternehmenskennzeichen und Werktitel geschützt.

3.1 Unternehmenskennzeichen

Unternehmenskennzeichen sind gemäß § 5 (2) MarkenG Kennzeichen, die im geschäftlichen Verkehr als Name, als Firma oder als besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs oder eines Unternehmens benutzt werden. Während eine Marke vorrangig eine Ware oder Dienstleistung individualisiert (siehe Abschnitt II), liegt es beim Unternehmenskennzeichen umgekehrt: Es individualisiert in erster Linie das Unternehmen.

Wichtig: Das Schutzrecht entsteht i.d.R. mit der Benutzungsaufnahme !

Voraussetzung hierbei ist, dass das Unternehmenskennzeichen eine ausreichende Unterscheidungskraft aufweist und ihm eine Namensfunktion zukommt. Fehlt dies, so tritt der Schutz erst mit Erlangung der Verkehrsgeltung ein (s.o. Abschnitt II).

Ein Kennzeichen kann zugleich als Unternehmenskennzeichen und als Marke (Firmenmarke) geschützt sein.

3.2 Werktitel

Werktitel sind gemäß § 5 (3) Namen oder besondere Bezeichnungen (Kennzeichen) von Druckschriften, Filmwerken, Tonwerken, Bühnenwerken oder sonstigen vergleichbaren Werken.

Bspe.:

- Filmtitel

- Buchtitel

Der Werktitel ist, wie schon in diesem Begriff selbst zum Ausdruck kommt, werkbezogen. Seine Funktion besteht darin, geistige Leistungen, soweit sie nach der Verkehrsauffassung bezeichnungsfähig erscheinen, namensmäßig zu benennen und von andern Leistungen geistiger Art unterscheidbar zu machen.⁴

Der Titelschutz entsteht durch die Aufnahme der Benutzung („Ingebrauchnahme des Titels“) einer unterscheidungskräftigen Kennzeichnung für ein bestimmtes Werk. Die Benutzung setzt dabei i.d.R. ein fertig gestelltes Werk voraus.

IV. Geografische Herkunftsangaben

Geografische Herkunftsangaben können bedingt geschützt sein !

Der Schutz geographischer Herkunftsangaben ist im MarkenG §§ 126ff. geregelt.

Geographische Herkunftsangaben im Sinne des MarkenG sind die Namen von Orten, Gegenden, Gebieten oder Ländern sowie sonstigen Angaben oder Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr zur Kennzeichnung der geographischen Herkunft von Waren oder Dienstleistungen benutzt werden.⁵

Nach § 130 MarkenG sind geografische Herkunftsangaben auch eintragbar.

V. Firma

Eine Firma ist im Rechtssinne der Name, unter dem ein Kaufmann (vgl. Hagenskripte) seine Geschäfte betreibt, seine Unterschriften leistet und unter dem er klagen und verklagt werden kann.

⁴ vgl. Hacker in Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 5 Rdn 63

⁵ vgl. § 126 MarkenG

§ 18 HGB: „Die Firma muss zur Kennzeichnung des Kaufmanns geeignet sein und Unterscheidungskraft besitzen“

Jede Firma muss sich von anderen Firmen unterscheiden, die bereits im Handelsregister eingetragen sind und sich im selben Amtsgerichtsbezirk befinden (sog. Firmenausschließlichkeit).

§ 30 (1): „HGB Jede neue Firma muss sich von allen an demselben Ort oder in derselben Gemeinde bereits bestehenden und in das Handelsregister oder das Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden.“

Sonderfall: Die Firma kann mit dem Vor- und/oder Zunamen natürlicher Personen (i.d.R. der verantwortlichen Kaufleute) übereinstimmen (hieraus leitet sich dann zusätzlich ein Namensrecht ab, s.u.).

Bspe.:

- Adam Opel AG
- A. Horch & Cie. (nach Verlassen seines Unternehmens gab es Namensstreitigkeiten, so dass August Horch seine neue Firma Audi nannte)

Zusätzlich kann die Firma als Marke (Firmenmarke) oder als Unternehmenskennzeichen geschützt sein, also Kennzeichenrechte haben (s.o., Abschnitt III).

VI. Namen von Personen (Namensrecht)

Das Namensrecht ist das Recht einer (natürlichen oder juristischen) Person, den eigenen Namen zu führen und andere vom unbefugten Gebrauch dieses Namens auszuschließen. Gesetzlich ist es in Deutschland in § 12 BGB geregelt. Das Namensrecht ist ein absolutes Recht und bei natürlichen Personen ein Persönlichkeitsrecht.

Das Namensrecht umfasst jeden Gebrauch des eigenen Namens in einer bezeichnenden Weise, zum Beispiel auch als Domain. Zu unterscheiden ist es jedoch vom Markenrecht, das (eingetragene oder durch Benutzung geschützte) Zeichen, die nicht Name einer Person sind, schützt.

Das Namensrecht umfasst im Gegensatz zum Urheberrecht nur die namensmäßige Benutzung des Namens, nicht aber die reine Nennung.

Eine besondere Form des Namensrechts ist das Wappenrecht.

Zusätzlich kann der bürgerliche Name als Marke geschützt sein, also Kennzeichenrechte haben (im Zuge eines Eintragungsverfahrens oder durch Erlangen von Verkehrsgeltung).

Bspe:

- Michael Schumacher (eingetragene Marke)
- Axel Springer (Marke durch Verkehrsgeltung)

Quellen:

Volker Ilzhöfer, Patent-, Marken- und Urheberrecht, 6. Auflage, 2005

Ströbele/Hacker, Taschenkommentar zum Markengesetz, 8. Auflage

www.dejure.org

www.lexexakt.de

www.wikipedia.de

BGB - Gesetzestexte

HGB - Gesetzestexte

MarkenG - Gesetzestexte