

Schutz von Firmenlogo und Firmenname

Firmenlogo

I. Schutz durch Registrierung

Sowohl bei Neugründung eines Unternehmens als auch bei schon länger verwendeten Logos ist es zu empfehlen, das eigene Logo in Form eines Registerrechts gegen Nachahmungen zu schützen. Insbesondere soll damit verhindert werden, dass Dritte das Logo zur Anmeldung bringen und schließlich den eigenen Einsatz behindern oder gar untersagen.

- **Markenschutz**

Der Vorteil einer eingetragenen Marke liegt vor allem in der Tatsache, dass gegen spätere Nachahmungen oder Schutzrechtsanmeldungen Dritter effizient vorgegangen werden kann. Zudem ist das Recht am geschützten Zeichen nicht unternehmensgebunden. Die Marke ist somit frei übertragbar, wobei gewisse Markenrechte teilweise einen höheren finanziellen Wert haben können als das Unternehmen selbst.

Auch eine Lizenzierung der Marke für beanspruchte Waren oder Dienstleistungen ist problemlos möglich. Diese bietet sich insbesondere für diejenigen Waren und/oder Dienstleistungen an, die vom eigenen Unternehmen nicht (mehr) angeboten werden.

Nicht zuletzt erlaubt erst die Markenregistrierung den Einsatz des marketingwirksamen Zeichens „®“, das dem Logo einen zusätzlichen Wert verleiht.

- **(Ergänzender) Designschutz**

Um einen möglichst breiten Schutz zu gewährleisten, kann es ferner ratsam sein, zusätzlich zur Marke einen Designschutz für das eigene Logo zu beantragen (vorausgesetzt, das Logo wird seit höchstens einem Jahr in der Öffentlichkeit verwendet). Während nämlich eine Marke stets nur für bestimmte Waren und/oder Dienstleistungen geschützt ist, die bereits im Rahmen der Anmeldung festgelegt werden müssen, existieren im Falle eines Designs keine diesbezüglichen Beschränkungen. Zudem unterliegt ein Design keinem Benutzungszwang, gewährt also auch dann Schutz, wenn das Logo nicht benutzt wird. Hingegen endet der Schutz nach einer maximalen Laufzeit von 25 Jahren, während eine Marke beliebig oft verlängert werden kann.

II. Schutz durch Benutzung

- **Voraussetzungen für einen „automatischen“ Schutz**

Zwar kann ein Logo auch in den Genuss eines „automatischen“ Schutzes gelangen, da gemäß § 5 MarkenG Geschäftsabzeichen unter bestimmten Voraussetzungen auch ohne Markeneintragung gegen unberechtigte Nachahmungen geschützt werden.

Hierbei muss jedoch stets berücksichtigt werden, dass ein „automatischer“ Schutz nur dann entsteht, wenn das Logo eine hohe Bekanntheit im Markt besitzt. Davon ist nur selten auszugehen.

- **Nachweisproblematik**

Der diesbezügliche Nachweis – wenn überhaupt möglich – ist sehr aufwändig und kostenintensiv; ein Schutz im Falle von Unternehmensneugründungen ist zudem durch den anfangs geringen Bekanntheitsgrad nahezu ausgeschlossen.

Die eigentlichen Probleme zeigen sich in den meisten Fällen zudem erst dann, wenn es tatsächlich zu Kollisionen mit einem anderen Logo kommt und es nachzuweisen gilt, ab wann und in welcher Form welches Logo benutzt wurde. Zudem gilt es ebenso zu belegen, welche Waren und/oder Dienstleistungen vor der Kollision unter dem Logo angeboten wurden.

Derartige Nachweise können im Einzelfall durchaus beachtlichen zeitlichen und finanziellen Aufwand erfordern, insbesondere, wenn Nachweise für mehrere Jahre zurückliegende Handlungen erbracht werden müssen.

- **Begrenzter territorialer Schutzzumfang**

Außerdem erstreckt sich der genannte Schutz nicht zwangsläufig auf das gesamte Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Vielmehr hängt der Schutz vom räumlichen Umfang der tatsächlichen Logobenetzung sowie der territorialen Ausrichtung des Unternehmens zum Zeitpunkt der Kollision ab. Der Schutz eines Logos kann sich somit durchaus territorial auf ein Stadtgebiet oder ein einzelnes Bundesland beschränken. Ein Vorgehen gegen Unternehmen außerhalb dieses Gebiets ist in diesen Fällen nicht möglich.



- **Waren- und Dienstleistungsbezug**

Schließlich darf nicht vergessen werden, dass sich der Schutz stets auf die Waren und Dienstleistungen erstreckt, die zum jeweiligen Zeitpunkt angeboten wurden. Ändert sich das Produktportfolio, so ändert sich auch der diesbezügliche Schutzzumfang. Somit existiert ein Schutz gegen Nachahmungen – wenn überhaupt – nur in dem Zeitraum, in dem die betreffenden Waren oder Dienstleistungen angeboten werden. Diese Tatsache erschwert den Nachweis entsprechender Kennzeichenrechte zusätzlich, da unter Umständen Nachweise für Produkte erbracht werden, die mittlerweile überhaupt nicht mehr zum Angebot des vermeintlichen Zeicheninhabers gehören.

Firmenname

I. Schutz durch Benutzung

Grundsätzlich ist auch der Name eines Unternehmens bereits durch § 5 MarkenG gegen unberechtigte Nachahmung geschützt, wobei der Schutz mit der Aufnahme der Unternehmenstätigkeit entsteht.

Somit muss der Firmeninhaber nicht tätig werden, um in den Genuss eines gewissen Namensschutzes zu gelangen, so dass auch ohne eine Markeneintragung durchaus Möglichkeiten bestehen, gegen die unberechtigte Namensübernahme seitens Dritter vorzugehen.

II. Schutz durch Registrierung

- **Markenschutz**

Da jedoch auch im Fall von Firmennamen entsprechende Benutzungsnachweise geführt werden müssen und der Schutz durch Benutzung teilweise nur auf ein begrenztes Territorium beschränkt ist, empfiehlt es sich meist, auch den Firmennamen durch eine Marke schützen zu lassen. Mit Hilfe einer eingetragenen Marke kann schließlich gegen den Gebrauch ähnlicher Firmennamen vorgegangen werden, ohne dass es hierbei (zumindest in den ersten fünf Jahren ab Markeneintragung) umfangreicher Nachweise bezüglich eigener Benutzungshandlungen bedarf. Zudem können bereits bei der Anmeldung der Marke zukünftig geplante Produkte oder Dienstleistungen berücksichtigt werden, so dass sich der Schutzzumfang nicht nur auf die aktuellen Angebote beschränken muss.

Im Ergebnis ist die Anmeldung des eigenen Firmennamens als Marke zwar nicht in jedem Fall zwingend notwendig. Sollte es jedoch zu Kennzeichenkollisionen kommen, weist eine eingetragene Marke Vorteile auf, welche die relativ geringen Eintragungskosten mehr als rechtfertigen.

Tipps

- **Durchführung einer Recherche vor Aufnahme der Kennzeichenbenutzung, um Kollisionen zu vermeiden**
- **Anmelden einer Marke (und gegebenenfalls eines Designs), um Firmennamen und Logos zu schützen**
- **Dokumentation der Verwendung von Firmenname und -logos (Zeitraum, Gestaltung bildlicher Bestandteile, vertriebene bzw. angebotene Waren und/oder Dienstleistungen), um später entsprechende Nachweise führen zu können**
- **Überwachung, ob eigene Kennzeichenrechte durch Dritte verletzt werden (z.B. in Form einer Markenüberwachung), um gegen Nachahmer vorgehen zu können**

Links

<http://dpma.de> - Homepage des Deutschen Patent- und Markenamtes

<https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/einsteiger> - Recherche, Rechtsstands- und Verfahrensinformationen deutscher Marken

<https://euipo.europa.eu/eSearch> - Datenbank für EU-Marken

<http://www.wipo.int/romarin/search.xhtml> - Datenbank für IR-Marken

<http://www.cb-patent.com> - Homepage der Patentanwälte Canzler & Bergmeier

Das vorliegende Merkblatt informiert über ein Thema des Gewerblichen Rechtsschutzes und soll auf Chancen und Risiken des Gewerblichen Rechtsschutzes hinweisen. Es ist keineswegs Ziel des Merkblatts, Fachleuten Wissen zu vermitteln. Vielmehr soll Personen wie Geschäftsführern, Abteilungsleitern oder Ingenieuren Grundlagenwissen vermittelt werden, so dass diese ihre Entscheidungen auf einer fundierten Basis treffen können. Es handelt sich hierbei keinesfalls um eine Rechtsberatung. Verbindliche Rechtsauskünfte können nur schriftlich und auf den Einzelfall bezogen erteilt werden. Bei Fragen

