

Markenschutz von Firmennamen und Logos – tatsächlich nötig?

Gerade Firmengründer stehen häufig vor der Frage, ob der eigene Firmenname oder das meist aufwändig gestaltete Firmenlogo überhaupt aktiv durch eine Markenmeldung geschützt werden müssen oder ob ein entsprechender Schutz nicht bereits automatisch durch die Firmengründung entsteht.

Schutz des Logos

Zwar kann ein Logo durchaus 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 beachtet werden, dass ein automatischer Schutz nur in denjenigen seltenen Fällen entsteht, in denen das Logo eine hohe Bekanntheit im Markt besitzt. Davon ist nur selten auszugehen.

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 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 sollen.

Außerdem erstreckt sich der genannte Schutz nicht zwangsläufig auf das gesamte Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Vielmehr hängt der Schutz vom räumlichen Umfang der tatsächlichen Logo-benutzung 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.

Es ist daher in jedem Fall zu empfehlen, das eigene Logo in Form einer Markeneintragung gegen Nachahmungen zu schützen, um nicht zuletzt auch zu vermeiden, dass Dritte das Logo zur Anmeldung bringen und schließlich den eigenen Einsatz behindern oder gar untersagen.

Ein weiterer Vorteil einer eingetragenen Marke liegt in der Tatsache, dass das Recht am geschützten Zeichen nicht unternehmensgebunden ist. Die Marke ist somit, anders als das oben genannte, automatisch entstehende Kennzeichenrecht, frei übertragbar, wobei gewisse Markenrechte teilweise einen höheren finanziellen Wert haben können als das Unternehmen selbst. Auch eine Lizenzierung der Marke für Waren oder Dienstleistungen, die vom eigenen Unternehmen nicht (mehr) angeboten werden, ist problemlos möglich. Nicht zuletzt erlaubt erst die Markenregistrierung den Einsatz des marketing-wirksamen Zeichens „®“, das dem Logo häufig einen zusätzlichen Wert verleiht.

Um einen möglichst breiten Schutz zu gewährleisten, kann es ferner ratsam sein, zusätzlich zur Marke einen Geschmacksmusterschutz 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 Dienstleistungen geschützt ist, die bereits im Rahmen der Anmeldung festgelegt werden müssen, unterliegt ein Geschmacksmuster keinen diesbezüglichen Beschränkungen. Zudem unterliegt ein Geschmacksmuster keinerlei Benutzungszwang, gewährt also auch dann Schutz, wenn das Logo nicht benutzt wird. Hinge-

gen endet der Schutz nach einer maximalen Laufzeit von 25 Jahren, während eine Marke beliebig oft verlängert werden kann.

Schutz des Firmennamens

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 zunächst 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.

Da jedoch auch im Fall von Firmennamen entsprechende Benutzungsnachweise geführt werden müssen, 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 jedoch fast immer Vorteile auf, welche die Eintragungskosten mehr als rechtfertigen.

Zusammenfassung

Es bleibt somit festzuhalten, dass ein Markenschutz vor allem des eigenen Logos und gegebenenfalls auch des Firmennamens beantragt werden sollte, um gegen einen Gebrauch durch Dritte vorgehen zu können. Zudem kann durch die Registrierung einer Marke der nicht zu unterschätzenden Gefahr begegnet werden, dass ein Dritter den Namen bzw. das Logo als Marke schützen lässt und schließlich gegen den eigentlichen Namens- bzw. Logoschöpfer vorgeht.

Bestehen im Einzelfall Fragen, ob und in welchem Umfang ein entsprechender Schutz notwendig ist, so steht Ihnen Ihr Patentanwalt sicherlich gerne zur Seite und unterstützt Sie nicht zuletzt auch bei der Markenmeldung selbst.



CANZLER & BERGMEIER

EUROPEAN TRADEMARK ATTORNEYS
EUROPEAN PATENT ATTORNEYS
PATENTANWÄLTE



Dr. Dipl.-Ing. Ron Baudler
Patentanwalt

Email:
Internet:

Friedrich-Ebert-Str. 84
85055 Ingolstadt

Tel.: 08 41 / 8 86 89-0
Fax: 08 41 / 8 86 89-10

info@cb-patent.com
www.cb-patent.com