

## **Merkblatt zum Rechtsbereich der Unternehmenskennzeichnungen**

### **Bildung und Bedeutung von Unternehmensbezeichnungen**

Nach der Definition des Handelsgesetzbuches ist die Firma der Name, unter dem Kaufleute im Handel ihre Geschäfte betreiben und die Unterschrift abgeben. Mit dem Handelsrechtsreformgesetz wurden zum 1.7.1998 nunmehr einheitliche Firmierungsvorschriften in das Handelsgesetzbuch eingefügt. Ergänzend gelten die Bestimmungen des GmbH- und des Aktiengesetzes, die aber nur noch Regelungen zu den Rechtsformzusätzen enthalten.

### **Die Firmenbezeichnung**

Die Firma muss nunmehr bei allen Unternehmensformen folgende Kriterien erfüllen:

- ihr muss Unterscheidungskraft und damit einhergehend Kennzeichnungswirkung ("Namensfunktion") zukommen,
- die Gesellschaftsverhältnisse müssen ersichtlich sein,
- die Haftungsverhältnisse müssen offengelegt werden.

Dies bedeutet, dass nunmehr die Firma des Einzelkaufmannes, der Personengesellschaften (OHG, KG) und der Kapitalgesellschaften (GmbH, AG) Personen-, Sach- und Phantasiefirma sein kann. In jedem Fall muss aber ein Rechtsformzusatz verwendet werden, und zwar

- bei der Einzelfirma die Bezeichnung "eingetragener Kaufmann", "eingetragene Kauffrau" oder eine allgemein verständliche Abkürzung wie etwa "e. K.", "e. Kfm.", "e. Kfr.",
- bei einer OHG die Bezeichnung "Offene Handelsgesellschaft" und bei der KG die Bezeichnung "Kommanditgesellschaft" bzw. eine allgemein verständliche Abkürzung (z. B. "OHG", "KG"),
- bei den Kapitalgesellschaften die Zusätze "Gesellschaft mit beschränkter Haftung" bzw. "GmbH" und "Aktiengesellschaft" bzw. "AG".

Bei der Firmenbildung gilt das Verbot der Irreführung. Danach darf die Firma keine Angaben enthalten, die geeignet sind, über geschäftliche Verhältnisse, die für die angesprochenen Verkehrskreise wesentlich sind, irrezuführen.

### **Nicht im Handelsregister eingetragene Einzelunternehmen und BGB-Gesellschaften (Nichtkaufleute)**

Für Unternehmen in diesem Bereich enthält § 15 b Gewerbeordnung (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. Die Benutzung von Geschäftsbezeichnungen, die anders als die Firma nur die Aufgabe haben, das Unternehmen als solches zu kennzeichnen und dadurch aus der Masse gleichartiger Unternehmen hervorzuheben, ohne jedoch zugleich den Inhaber kenntlich zu machen, sind zulässig.

Die Konsequenzen unzulässigen Firmengebrauchs regelt § 37 HGB. Danach kann derjenige, der eine ihm nicht zustehende Firma benutzt, vom Amtsgericht zur Unterlassung des Gebrauchs der Firma durch Festsetzung von Ordnungsgeld gezwungen werden. Darüber hinaus kann jeder, der in seinen Rechten dadurch verletzt wird, dass andere eine Firma unbefugt gebrauchen, von diesen die Unterlassung des Gebrauchs der Firma verlangen (§ 37 Abs. 2 HGB).

Dem Wesen nach sind Unternehmensbezeichnungen Wahlnamen. Sie haben aus unterschiedlichen Gründen eine wesentliche wirtschaftliche Bedeutung. So sind sie das wichtigste Mittel, durch das sich der Namensträger in seinen Beziehungen zur Umwelt seine Individualität, seine Identität und die Unterscheidung zu anderen wahrte. Die Firma dient dazu, den betreffenden Wirtschaftsbetrieb im Geschäftsverkehr zu kennzeichnen. Sie prägt grundlegend die Corporate Identity und bildet im Gegensatz zu anderen betrieblichen Merkmalen, die sich oft veränderten Rahmenbedingungen anpassen müssen, eine Konstante. Auch als Element im Marketing kommt ihr eine entscheidende Funktion zu. Eine nachträgliche Änderung, beispielsweise aufgrund wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsansprüche, kann, ganz abgesehen vom Kostenfaktor, für das Erscheinungsbild nach außen spürbare Nachteile mit sich bringen, indem beispielsweise bei Außenstehenden, denen die Gründe der Umbenennung nicht bekannt geworden sind, Irritationen hinsichtlich Beständigkeit, Identität, Seriosität des Unternehmens entstehen können. Die Wahl des Namens und dessen Pflege sind daher von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

Hinsichtlich ihrer Eignung im Geschäftsverkehr darf die Unternehmensbezeichnung nicht isoliert gesehen werden; mit zu berücksichtigen sind die Wechselwirkungen, die sie dadurch entfaltet, dass sie nicht nur vom Namensträger, sondern von allen, die im Geschäftsverkehr mit ihr in Berührung kommen (Geschäftspartner, Behörden, Konkurrenten) benutzt und dokumentiert wird. Erhebliche Probleme können dann entstehen, wenn die Unternehmensbezeichnung gleich oder ähnlich lautet wie andere, schon ältere Namen.

## Die gesetzlichen Schutzrechte

Die Ähnlichkeit verschiedener Unternehmensbezeichnungen ist unter mehreren rechtlichen Gesichtspunkten zu beurteilen:

- Nach den Vorschriften des **Handelsgesetzbuches** (§ 30 HGB) muss sich jede neue Firma von allen an demselben Ort bereits bestehenden und in das Handelsregister oder in das Genossenschaftsregister eingetragenen Firmen deutlich unterscheiden; gleiches gilt für Zweigniederlassungen. Die genannte Regelung ist von Amts wegen zu beachten, d. h. bei Namensbezeichnungen, die sich nicht deutlich voneinander unterscheiden, wird seitens der Amtsgerichte eine Eintragung verweigert. Durch die Gesetzesvorschrift sind zum einen nicht in das Handelsregister eingetragene Geschäftsbezeichnungen aber gar nicht erst erfasst, zum anderen bewirkt die Beschränkung auf den jeweiligen Ort, dass schon in Nachbargemeinden gleichnamige Bezeichnungen ohne gerichtliche Beanstandung geführt werden können.
- Gemäß den **markenrechtlichen Vorschriften** (§5 Markengesetz) kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer im geschäftlichen Verkehr einen Namen, eine Firma oder die besondere Bezeichnung eines gewerblichen Unternehmens oder einer Druckschrift in einer Weise benutzt, welche geeignet ist, Verwechslungen mit dem Namen, der Firma oder einer Geschäftsbezeichnung hervorzurufen, derer sich ein anderer befugterweise bedient. Befugt ist in der Regel, wer die betreffende Bezeichnung zuerst verwendet hat.

Damit sind alle Kennzeichnungen, die ein gewerbliches Unternehmen individualisieren und es von anderen Unternehmen unterscheiden, gegen Verletzung durch fremden geschäftlichen Gebrauch in globaler Form geschützt. Die Funktion dieser Regelung dient im übrigen nicht nur dem Inhaber von Namensrechten, sondern auch dem Interesse der Allgemeinheit, da verwechslungsfähige Bezeichnungen Unklarheit bzw. Rechtsunsicherheit bewirken.

- Gemäß der namensrechtlichen Generalklausel des **bürgerlichen Gesetzbuches (§ 12 BGB)** 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.
- Im Bereich der **Markennamen**, also bei den Waren- bzw. Dienstleistungszeichen, ist die Rechtslage im Markengesetz noch konkreter geregelt. Im Gegensatz zu Firmierungen bzw. Geschäftsbezeichnungen beziehen sich diese Zeichen nicht auf das Unternehmen, sondern auf von dem Unternehmen hergestellte Waren bzw. angebotene Dienstleistungen. Entscheidend ist die Produktbindung. Wer sich eines Warenzeichens bedient, kann dieses zur Eintragung in die Markenregister anmelden.

Einschränkungen ergeben sich aus dem Markengesetz. Das Markenregister wird beim Deutschen Patentamt in München geführt. Die Anmeldung ist gebührenpflichtig. Die Eintragung gewährt eine Schutzdauer von 10 Jahren, die durch Antragstellung verlängert werden kann. Sie hat die Wirkung, dass allein dem Inhaber das Recht zusteht, das Warenzeichen für Waren der angemeldeten Art im Geschäftsverkehr zu benutzen. Der Schutz der Marke erstreckt sich weiter

auf dessen Benutzung in Preislisten, Briefbogen, Rechnungen usw.. Daraus resultiert gleichzeitig das Recht, gegen andere, die die Marke widerrechtlich benutzen, mittels der Geltendmachung von Unterlassungs- bzw. Schadensersatzansprüchen vorzugehen. Dabei ist die Rechtsposition des Verwenders durch die Registrierung wesentlich gesicherter als bei der oben geschilderten wettbewerbsrechtlichen Problematik, wo dem Anspruchsteller die Beweispflicht für eine bestehende Verwechslungsgefahr auferlegt wird. Hinzu kommt, dass die vorsätzliche Kopie von Marken strafbar ist.

### **Voraussetzung für Unterlassungsansprüche: Die Verwechslungsgefahr**

Aufgrund der gegenüber der firmenrechtlichen Bestimmung des HGB wesentlich weiteren Fassungen können die sonstigen Schutzrechtsvorschriften auch auf Firmierungen angewandt werden, die bei der Eintragung in das Handelsregister aufgrund von dessen Ortsgebundenheit unbeanstandet geblieben sind. Das bedeutet, dass die räumliche Beschränkung auf denselben Ort entfällt. Voraussetzung ist jedoch, dass die neuere Firma verwechslungsg geeignet ist. Unter Verwechslungsgefahr versteht man die Gefahr einer Irreführung über die betriebliche Herkunft von Waren oder über das Bestehen besonderer geschäftlicher, wirtschaftlicher oder organisatorischer Beziehungen zwischen verschiedenen Unternehmen, hervorgerufen durch die Verwendung identischer oder ähnlicher Zeichen. Für die Frage der Verwechslungsgefahr spielt das Ausmaß des Abstandes 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 um so eher zu bejahen, je näher sich die Tätigkeitsgebiete der beiden Unternehmen stehen.

Das Ausmaß des Schutzes eines Zeichens hängt entscheidend von seiner Kennzeichnungsbzw. Unterscheidungskraft ab. Bei nur wenig unterscheidungskräftigen Zeichen genügen bereits geringfügige Abweichungen, eine Verwechslungsgefahr auszuschließen. Weiter gilt: je größer der Abstand zwischen den Tätigkeitsgebieten der Unternehmen ist, desto stärker muss die Kennzeichnungskraft des Zeichens sein, wenn noch eine Verwechslungsgefahr des Zeichens angenommen werden soll. Beweispflichtig für die Verwechslungsgefahr ist derjenige, der sich in seinen Rechten verletzt glaubt. In der Regel wird er diesen Beweis führen können durch Nachweise, dass in der Post Verwechslungen vorgekommen sind, z. B. Fehlzustellungen der Post, Irrtümer bei Kunden und Lieferanten über die Identität der beiden

Unternehmen usw. Eine solche Verwechslungsgefahr kann auch 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 Aufmachung der Briefbogen, auf die denkbare Anlehnung der Werbung an die des anderen Unternehmens, auf die Branchenähnlichkeit, auf die Durchsetzung 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, wobei nicht zu vermeiden ist, dass der Kläger im Hinblick auf die Auslegung stets ein gewisses Risiko eingeht, ob auch der zur Entscheidung berufene Richter eine Verwechslungsgefahr im konkreten Fall bejaht, insbesondere dann, wenn die gegenübergestellten Bezeichnungen nicht völlig identisch sind.

## **Umfang und Inhalt des Schutzes**

Namenschutz entsteht durch die Ingebrauchnahme im geschäftlichen Verkehr. Er umfasst dann sofort grundsätzlich das gesamte Bundesgebiet, sofern es sich nicht nur um ein sogenanntes Platzgeschäft handelt. Unter Platzgeschäften versteht man Betriebe wie z. B. Gaststätten oder Hotels, von denen anzunehmen ist, dass es an jedem Ort nur einen von ihnen mit demselben Namen gibt, ohne daraus auf Verbindungen mit den vielen gleichnamigen Betrieben an verschiedenen Orten zu schließen. In derartigen Fällen beschränkt sich der räumliche Schutzbereich der Unternehmensbezeichnung in der Regel auf den jeweiligen Ort, umfasst diesen aber vollständig, so dass sich der ältere Inhaber einer Bezeichnung stets gegen die Verwendung jeder jüngeren, verwechslungsfähigen Bezeichnung am selben Ort wehren kann, während er gegen die Verwendung verwechslungsfähiger Bezeichnungen an anderen Orten in der Regel nichts unternehmen kann. Anders verhält es sich jedoch z. B. 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 der selben Art unter derselben Bezeichnung betreiben will. Wegen der hier von vornherein die Grenzen eines einzigen Ortes überschreitenden Aktivitäten des Unternehmens erstreckt sich dann der geographische Schutzbereich der Bezeichnung entsprechend dem Regelfall wieder auf das gesamte Bundesgebiet.

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. Mit der Rechtsdurchsetzung wird derjenige Erfolg haben, der die betreffende Bezeichnung zuerst geführt hat, d. h. es gilt das Prioritätsprinzip. 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 schutzwidriges Interesse des Prioritätsälteren verletzt wird, was sich regelmäßig bereits aus der Verwechslungsfähigkeit des Namens ergibt.

## **Einschränkungen:**

- Verwirkung  
Ausnahmen gelten dann, wenn verwechslungsfähige Firmen jahrelang unbeanstandet nebeneinander geführt wurden. 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. Es ist insofern interessengerecht, die Rechtsdurchsetzung als verwirkt anzusehen.

– Gleichnamigkeit

Familiennamen kommen teilweise unzählige Male in identischer Form vor. Wer sich gewerblich betätigen will, ist häufig genötigt oder zumindest berechtigt, sich seines Namens zur Unternehmenskennzeichnung zu bedienen. Es gilt der Grundsatz, dass jedermann berechtigt ist, seinen Namen in redlicher Weise zur Kennzeichnung seines Unternehmens zu verwenden. Solche Kollisionsfälle können deshalb nicht ohne weiteres nach dem Prioritätsprinzip gelöst werden. Auch in diesen Fällen muss die Gefahr von Verwechslungen nicht unbeschränkt hingenommen werden. Zu beachten ist, dass die Firmenwahl im Wettbewerb stets den Geboten der Wahrheit und Lauterkeit untersteht; verboten ist insbesondere auf die Täuschung von Abnehmern zielendes Verhalten. Jenseits solcher Missbrauchsfälle bleibt als Lösung nur die umfassende Interessensabwägung unter Berücksichtigung der gesamten Umstände des Einzelfalles übrig. 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.

– Verwässerungsgefahr/Schutz berühmter Zeichen

Unter diese Oberbegriffe fallen der Schutz berühmter Zeichen durch Beeinträchtigung ihrer überragenden Werbekraft durch die Verwendung übereinstimmender Zeichen für völlig andere Waren (z. B. 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 Inflationierung und damit Verwässerung des Zeichens durch seine Benutzung für x-beliebige andere Waren zu verhindern.

*Trier, im Juni 2001*