

MARKENRECHT Bei der Suche nach einem passenden Firmen- oder Produktnamen lauern viele rechtliche Fallen. impulse erklärt, worauf Gründer und Selbstständige achten müssen

Text: Anja Reiter



Verwechslungsgefahr *Neue Markennamen sollten bereits existierenden nicht zu stark ähneln. Gerade große Konzerne drohen sonst schnell mit einem Anwalt*

ls Felix Weth sich selbstständig machte, hatte er ein genaues Ziel vor Augen: Sein Internetshop, in dem er unter anderem Bio-Lebensmittel und Öko-Kleidung anbieten wollte, sollte eine faire Alternative zu den Marktriesen im Onlinehandel werden. Kein geldhungriges Unternehmen, das nach den Spielregeln von Monopoly funktioniert, sondern ein fairer Marktplatz für nachhaltige Produkte und bewussten Konsum. Einen Namen hatte Weth, 35, deshalb schnell gefunden: Fairnopoly.

Weth ließ den Namen als europäische Wortmarke eintragen. Dadurch war er in allen europäischen Ländern geschützt und kein anderes Unternehmen durfte ihn benutzen. Das war im Jahr 2012.

Kurz darauf erreichte ihn der Brief einer internationalen Rechtsanwaltskanzlei. Der US-Spielwarenhersteller Hasbro forderte Weth auf, den Namen Fairnopoly aufzugeben. Der Grund: Er sei der von Hasbro geschützten Marke Monopoly zu ähnlich. Die Anwälte setzten Felix Weth ein Ultimatum: Binnen zwei Wochen müsse er seinen Firmennamen ändern, sonst würden sie rechtliche Schritte einleiten. Ein herber Schlag. „Damals war der Shop erst seit einigen Monaten online", erinnert sich Weth. „Als Gründer hat man da schon ohne Rechtsstreit genügend zu tun."

Streitereien um Firmen- oder Produktnamen gibt es weltweit jedes Jahr Hunderte. Werden sich die Parteien nicht einig, landen sie meist vor Gericht. Und das kann teuer werden, denn allein für die Anwalts- und Gerichtskosten kommen in vielen Fällen schnell mehrere tausend Euro zusammen.

Günstiger und nervenschonender ist es deshalb, die wichtigsten Fragen zum Markenrecht rechtzeitig zu klären: Existiert der Name meiner Firma oder meines Produktes schon oder ähnelt er einem bestehenden Namen? Ist die dazu passende Internetdomain noch frei? Und wie schütze ich meinen Firmen- oder Produktnamen, damit ihn kein anderer Unternehmer klaut? Die wichtigsten Fragen und Antworten zum Markenrecht hat impulse hier zusammengestellt.

Die Frage lautet eher: Darf ich für mein Unternehmen überhaupt einen Namen verwenden? Denn dafür gibt es je nach Rechtsform eigene Richtlinien: Entscheiden Kleinunternehmer, Freiberufler und Gesellschaften bürgerlichen Rechts, kurz GbR, sich für einen Fantasienamen, müssen die Inhaber in allen Unterlagen – wie Verträgen, E-Mail-Signaturen, auf Briefpapier und Visitenkarten – zusätzlich immer ihren Vor- und Zunamen verwenden.

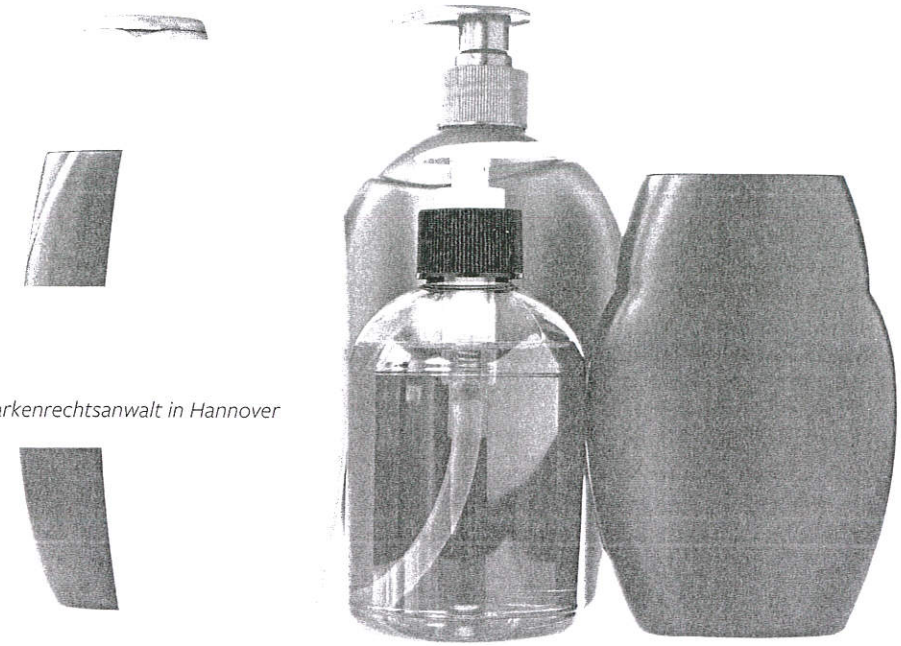
Alle anderen Unternehmen, die im Handelsregister eingetragen sind – also Gesellschaften mit beschränkter Haftung, eingetragene Genossenschaften, offene Handelsgesellschaften, Aktiengesellschaften, Unternehmensgesellschaften und Kommanditgesellschaften – dürfen einen Fantasienamen verwenden, auch ohne den Namen des Inhabers anzuführen. Sie müssen aber darauf achten, als Zusatz zu ihrem Unternehmensnamen immer die Rechtsform anzugeben.

Jeder Firmeninhaber muss vor der Eintragung eines Namens ins Handelsregister prüfen, ob dieser bereits vergeben ist – das schreibt das Gesetz vor. Für einen Schnellcheck reicht es, die eigenen Namensideen in eine Onlinesuchmaschine einzutippen. Danach holt man sich am besten professionelle Unterstützung. Eine Marken- und Firmennamenrecherche durch einen Markenrechtsanwalt kostet je nach Aufwand im Durchschnitt zwischen 200 und 600 Euro. Auslandsrecherchen sind in der Regel teurer. Besonders dann, wenn mehrere Länder geprüft werden sollen.

Bei der Recherche schaut sich der Experte beispielsweise an, ob der Name bereits im Register des Deutschen Patent- und Marken-



Neuer Name *Als der Monopoly-Hersteller Hasbro den Gründer Felix Weth aufforderte, seinen Unternehmensnamen Fairnopoly abzulegen, war der zunächst schockiert. Letztlich hat ihm der Streit aber zu einem Namen verholfen, der ihm noch besser gefällt: Fairmondo*



Michael Horak *Markenrechtsanwalt in Hannover*

amts geführt wird. Hier werden alle in Deutschland eingetragenen Marken gesammelt. Auf Wunsch recherchieren die Anwälte auch in der Datenbank des Europäischen Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt. Das ist wichtig, falls man später auch über die deutschen Grenzen hinaus Geschäfte machen möchte.

Doch nicht nur gleich lautende Namen machen Probleme, sondern auch ähnliche Bezeichnungen – so wie beim Konflikt zwischen Monopoly und Fairnopoly. „Ein vertauschter Buchstabe oder ein ähnlicher Klang können viel Ärger machen. Besonders, wenn das Unternehmen auch noch in der gleichen Branche arbeitet", sagt der Berliner Markenrechtsanwalt Sylvio Schiller. Experten führen deshalb auch Markenähnlichkeits-Recherchen durch.

Den eigenen Firmennamen als Marke schützen zu lassen ist keine Pflicht, aber oft empfehlenswert. Ohne eine Markeneintragung kann man niemandem verbieten, denselben Namen zu führen. Je nachdem, ob man nur in Deutschland, in ganz Europa oder weltweit tätig sein möchte, ist es sinnvoll, eine deutsche, europäische oder internationale Marke anzumelden. Für deutsche Marken ist das Markenregister des Deutschen Patent- und Markenamts zuständig, das in insgesamt 45 Markenklassen unterteilt ist. Das sind Klassifikationen für Waren und Dienstleistungen, die das Produkt oder den Bereich, in dem die Firma tätig ist, näher beschreiben. Wer eine Schneiderei eröffnet, kann seinen Firmennamen beispielsweise in der Klasse „Änderung von Bekleidungsstücken" schützen lassen. Eine Standardanmeldung kostet 290 Euro und beinhaltet den Schutz in drei Klassen. Jede weitere Klasse kann ist für je 100 Euro dazu buchbar.

Das Eintragen einer europäischen Gemeinschaftsmarke beim europäischen Harmonisierungsamt kostet 900 Euro. Damit ist die Marke in allen 28 EU-Staaten geschützt.

Doch nicht jeder Firmenname ist schützenswert. „Eine Voraussetzung für die Anmeldung einer Marke sind unterscheidungskräftige Kennzeichen", erklärt der Markenrechtsanwalt Michael Horak. Rein beschreibende Namen kann man zum Beispiel nicht schützen lassen. Wer seine Kfz-Werkstatt „Auto Hamburg" nennt, kann den Namen nicht als Marke eintragen. Die Begriffe müssen auch für andere Kfz-Betriebe frei bleiben.

Fehler bringen Bußgelder und Unterlassungsansprüche mit sich. Die Höhe des Streitwerts ist sehr unterschiedlich – sie richtet sich unter anderem nach dem Wert der verletzten Marke. „Ein Markenrechtsstreit kostet schnell mehrere tausend Euro – auch wenn kein gro-

Grazvydas Januska/ddp images

ßes Unternehmen angegriffen wird", sagt Markenrechtsanwalt Michael Horak. Sind Markenriesen betroffen, haben die Streitwerte noch mal ganz andere Größenordnungen. Apple, bekannt für seine aggressive Marken-Verteidigungsstrategie, legte sich in der Vergangenheit auch mit kleinen Betrieben wie dem Bonner Café Apfelkind an. Und der Süßwarenhersteller Storck klagte kürzlich gegen das Kaffeehaus Merci wegen der Verwechslungsgefahr mit seiner Schokolade. Nach einem Shitstorm im Internet darf das kleine Café in Bad Soden nun aber seinen Namen behalten.

„Kunden, Lieferanten und natürlich die Mitarbeiter sollte man sofort über die Namensänderung informieren und erklären, wie es dazu kam", sagt Markenrechtsexperte Horak. Auch Fairnopoly-Gründer Felix Weth beschloss schließlich, seinen Firmennamen zu ändern. Zu groß war seine Angst, in einem Rechtsstreit viel Geld zu verlieren. Gegenüber seinen Kunden machte er die Umbenennung transparent und veröffentlichte auf seiner Website die Geschichte des Konflikts mit dem amerikanischen Spielwarenhersteller.

Die Umbenennung empfand Weth schließlich sogar als Chance, die Idee hinter seinem Unternehmen noch stärker in den Mittelpunkt zu rücken. Seine Firma heißt jetzt Fairmondo – gerechte Welt.

Ein Markenrechtsstreit kann schnell mehrere tausend Euro kosten. Unternehmer sollten deshalb unbedingt prüfen, ob ihr Wunschname bereits vergeben ist.

