

MARKENRECHT

Namensmarken

Die Namensmarke.

Als Namensmarken werden Marken bezeichnet, die entweder aus Vor- und Nachnamen bestehen oder aus dem Nachnamen alleine. Hier soll über Namensmarken gesprochen werden, die aus Vor- und Zuname bestehen. Solche Markennamen finden sich vor allem in der Modebranche (z. B. Calvin Klein)

Das Problem.

Bei Namensmarken, die aus Vor- und Nachnamen bestehen, stellt sich die Frage, ob Namensbestandteile geeignet sein können, die Marke zu prägen oder ob dies bei Namensmarken per se ausgeschlossen ist oder ob, wenn ein Namensbestandteil die Marke prägen kann, dieser prägende Bestandteil nur der Nachname oder auch der Vorname sein kann, der die Verwechslungsgefahr zu begründen vermag.

Die Rechtsprechung.

Auch bei Namensmarken besteht eine Wechselwirkung zwischen der Identität oder Ähnlichkeit der Waren/DL und dem Grad der Ähnlichkeit der Marken und der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke. Dabei kann ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Waren/DL durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken oder durch eine gesteigerte Kennzeichnungskraft der älteren Marke ausgeglichen werden (st. Rspr.: BGH I ZB 28/04 - Malteserkreuz ; EuGH C 120/04- Thomson Life). Den Schutz der älteren Marke reguliert ihre Schutzfunktion, insbesondere ihre Herkunftsfunktion zur Gewährleistung der Herkunft der Waren/DL gegenüber den Verbrauchern (EuGH C 48/05 - Adam Opel/Autec). Die umfassende Beurteilung der Verwechslungsgefahr entscheidet sich im Gesamteindruck der Marke, der so maßgeblich ist, weil der Durchschnittsverbraucher eine Marke regelmäßig als Ganzes wahrnimmt und nicht in seinen Einzelteilen analysiert.

Bei Gesamtnamenmarken kann die Verwechslungsgefahr vor allem bestehen, wenn der Gesamteindruck der Marke durch einen mit der Gegenmarke übereinstimmenden Bestandteil geprägt wird, während der übrige Bestandteil weitgehend in den Hintergrund tritt und deshalb für den Gesamteindruck des Zeichens vernachlässigt werden kann (sog. Prägetheorie). Nicht ausreichend ist, dass der übereinstimmende Bestandteil für den Gesamteindruck des Zeichens lediglich mitbestimmend ist (BGH I ZR 122/00 – City Plus). Dies gilt unabhängig davon, ob die prioritätsältere Marke oder das angegriffene Zeichen den zusätzlichen Bestandteil aufweist (BGH I ZB 49/96 - Rausch/Elfi Rausch). Dies bedeutet auch für Namensmarken aber nicht, dass jede Übernahme eines Namensbestandteils einer älteren Namensmarke in eine jüngere Namensmarke zwangsläufig zur Verwechslungsgefahr führt. Es bedarf vielmehr besonderer

Anhaltspunkte, dass der betreffende Teil in dem jüngeren Zeichen eine selbständig kennzeichnende Stellung einnimmt, z. B. wenn der jüngeren Marke ein Handelsname oder ein bekannter Name einer älteren Marke hinzugefügt wird (EuGH C 120/04 - Thomson Life). Unbekannte Namen können keine prägende oder selbständig kollisionsbegründende Stellung entfalten (BGH I ZB 49/96 - Rausch/Elfi Rauch).

An der Beurteilung des Gesamteindrucks nehmen sowohl Vor- als auch Zunamen teil. Nach deutscher Rechtsprechung besteht kein Erfahrungssatz, dass sich Verbraucher bei einer erkennbar aus Vor- und Nachnamen gebildeten Marke allein oder vorrangig am Nachnamen orientieren und der Vorname immer in den Hintergrund tritt (BGH I ZB 2/04 - MEY/ELLA May). Demgegenüber nimmt das HABM fast durchweg den dominierenden Einfluss eines Familiennamens an (z.B. Entscheidung Nr. 3472/2002 - Allison Wingatel/Winegate).

Fazit:

Namensmarken verfügen ebenfalls über Unterscheidungskraft. Die Beurteilung des Bekanntheitsgrads folgt denselben Kriterien wie bei anderen Marken. Nachnamen in Vor- und Zunamenmarken prägen die Marke nicht generell. Nachnamen, die besonders auffällig sind oder eine erhöhte Kennzeichnungskraft besitzen oder sehr bekannt sind, genießen Schutz gegenüber jüngeren Gesamtnamenmarken. Der Gesamteindruck solcher Marken beurteilt sich sowohl an dem Vor- als auch dem Nachnamen. Der Namenscharakter der Marke schwächt deren originäre Kennzeichnungskraft nicht. Die Annahme der Rechtsprechung, die Verbraucher orientierten sich in aller Regel an dem aus Vor- und Familiennamen gebildeten Gesamtnamen, führt zu kaum hinnehmbaren Problemen bei der Rechtsdurchsetzung. Nachnamen, die besonders auffällig sind oder eine erhöhte Kennzeichnungskraft erlangt haben, genießen in jedem Fall Schutz gegen jüngere Gesamtnamenmarken mit identischem oder ähnlichem Nachnamensbestandteil (BPatG 27 W (Pat) 558/12).

DENKRAUM ist ein reines Informationsmittel und dient der allgemeinen Unterrichtung interessierter Personen. DENKRAUM kann eine rechtliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.

HERAUSGEBER UND REDAKTION.

Philipp Fürst. Parkallee 117. 28209 Bremen.
Telefon +49 (0) 421 - 34 75 613. Telefax +49 (0) 421 - 34 99 827
Email ... fuerst@philippfuerst.de