

Unternehmenskennzeichen und Marke

Stand April 2010

Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Das deutsche Markengesetz unterscheidet zwischen Unternehmenskennzeichen¹ und eingetragenen Marken. Auch wenn beide Schutzrechte im Prinzip das gleiche Verbotungsrecht gewähren, sind Unterschiede zu berücksichtigen.

Ob ein Unternehmenskennzeichen ggf. zusätzlichen Schutz als Marke benötigt, hängt im wesentlichen davon ab, ob eine Ausdehnung des räumlichen Gebiets der wirtschaftlichen Tätigkeit angestrebt wird. Bei einer einzigen Verkaufsstätte ohne Ausdehnungsabsicht ist der Schutz einer Unternehmensbezeichnung als Unternehmenskennzeichen ausreichend.

Die folgende Übersicht soll die wesentlichen Gemeinsamkeiten und Unterschiede verdeutlichen. Sie stellt jedoch nur einen pauschalen Überblick dar und kann nicht jede Detailfrage berücksichtigen².

Kriterium	Unternehmenskennzeichen	Marke
Kennzeichnungsobjekt	Unternehmen bzw. Geschäftsbetrieb (Firmierung), z.B. <i>Siemens</i>	Produkt oder Dienstleistung z.B. <i>Coca Cola</i>
Schutzvoraussetzung	Unterscheidungskraft und Kennzeichnungskraft für betreffende Waren und Dienstleistungen (<i>Eignung als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen</i>)	
Schutzentstehung	durch nachweisbare namensmäßige Benutzung im geschäftlichen Verkehr (<i>bei nicht namensmäßiger Nutzung Nachweis der Verkehrsgeltung erforderlich</i>)	durch Eintragung
Schutzgegenstand	das Zeichen in der Form, in der es benutzt wird (nachzuweisen)	das Zeichen, wie es eingetragen ist ³
Verbotungsrecht	Benutzung eines gleichen oder ähnlichen Zeichens im geschäftlichen Verkehr, wenn Verwechslungsgefahr besteht	
Sachlicher Schutzbereich	für den Bereich (Branche) der nachweisbaren wirtschaftlichen Tätigkeit	für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen
Räumlicher Schutzbereich	im nachweisbaren räumlichen Gebiet der betreffenden wirtschaftlichen Tätigkeit ⁴	bundesweit
Rechtsdurchsetzung	Schutzrecht muß im Prozeß konkret nachgewiesen werden, daher höheres Prozeßrisiko wegen vorab unklarer Rechtsverhältnisse	erfolgt auf der Grundlage der Markeneintragung , aber Einwand der Nichtbenutzung ggf. möglich
Rechts- bzw. Schutzverlust	durch Beendigung der Benutzung oder Geltendmachung älterer Rechte durch Dritte	durch Nichtverlängerung , Geltendmachung älterer Rechte oder Lösungsanspruch, z.B. wegen Nichtbenutzung über 5 Jahre (für die jeweiligen Waren/Dienstleistungen)
Kosten	Keine direkten Kosten für Erlangung und Aufrechterhaltung des Schutzes, aber ggf. höheres Prozeßrisiko und höherer Prozeßaufwand	Kosten für Erlangung , Aufrechterhaltung und Verteidigung der Marke

¹ Die ebenfalls vom Markengesetz geschützten Werktitel sind hier nicht mitberücksichtigt.

² Diese Unterschiede wirken sich noch stärker aus, wenn Schutz im Bereich der EU angestrebt wird.

³ Schwarzweiß-Eintragung gilt für jede Farbkombination, farbige Eintragung nur für die eingetragene Farbe

⁴ Internetpräsenz allein reicht nicht aus für bundesweiten Schutz.