

Technologie-Transfer-Ring Handwerk NRW
Namensrecht und Marke
18.07.2011, Dortmund

Abmahnfälle Geschäftsbezeichnung:

Wissenswertes zu Marken-
und Namensrechten

BODEN | Rechtsanwälte

Kanzlei für

- **Gewerblichen Rechtsschutz**

Marken, Patente, Designs, Wettbewerbsrecht

- **Urheber- und Medienrecht**

Persönlichkeitsrechte, Datenschutz, Telemedien

Inhalt

I. Grundlagen des Markenrechts

- Was ist eine Marke
- Funktionen der Marke
- Markenformen

II. Der Weg zur Marke – Gute Marke/schlechte Marke?

- beschreibende Marke
- Fantasiemarke
- Schutzbereich

III. Unternehmenskennzeichen

- Geschäftsbezeichnungen
- Firma und Name

IV. Rechte aus Marken und Unternehmenskennzeichen

- Kennzeichenrechtliche Abmahnungen

I. Grundlagen des Markenrechts

- Was ist eine Marke?

Marken sind Zeichen, die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen Waren und Dienstleistungen anderer Unternehmen unterscheiden und dem Inhaber ein absolutes Recht geben.



Funktionen der Marke?

- **Herkunftsfunktion**

„Schwarzkopf“ aus dem Hause „Henkel“

- **Qualitätsfunktion**

Zuordnung einer gewissen Qualität

„L´oréal“ = hohe Qualität

- **Werbe- und Kommunikationsfunktion**

Kontinuierlicher Einsatz als Werbemittel (TV, Radio, Sport - /Event-Sponsoring, Werbegeschenke, ®™-Zeichen)

Funktionen der Marke

- Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen
- Sicherung der vermögensrechtlichen Schutzposition
 - Vergabe von Lizenzen
 - Franchise
 - Einräumung von Nutzungsrechten
 - Verkauf

Markenformen

Wortmarke

Kombinationen aus Buchstaben und/oder Zahlen

Schnittpunkt

Director´s Cut

Scherenzauber

Kaiserschnitt

Haarpunkt

Die Haardiebe

Markenformen

Bildmarken

Logos und Symbole



42

992 299

C 27982/42 Wz



Markenformen

Wort-/Bildmarken

Kombination aus Logo und Wort



Gute Marken schlechte Marken?

Beschreibende Marke

Rein beschreibende Bezeichnungen sind grundsätzlich nicht markenfähig, da die Begriffe für die Allgemeinheit freigehalten werden müssen.

Beispiele:

Freeiseur

Coiffeur's

CURLSTAR



Gute Marken schlechte Marken?

Fantasiemarke

Keine Assoziation zum Produkt und keine Beschreibung des Produkts

Beispiele:

director's cut

Schnittpunkt

Schutzbereich der Marke

Die Theorie vom Gartenzaun

Die Marke ist das Haus. Der Gartenzaun markiert den Schutzbereich



Je beschreibender die Marke ist, umso kleiner ist der Garten.

II. Unternehmenskennzeichen

- Als Unternehmenskennzeichen können Name, Firma und besondere Bezeichnungen von Geschäftsbetrieben oder Unternehmen geschützt sein
- Sie dienen der Unterscheidung einer organisatorischen Einheit von einer anderen
- Erfordernis der „Unterscheidungskraft“



Geschäftsbezeichnungen

- Beispiel: Die Haarwerkstatt
- Schutz entsteht durch Benutzung (z.B. Schild, Briefkopf etc.)
- Nur lokaler oder regionaler Schutz

Firma und Name

- Die Firma ist der Name unter der ein Kaufmann seine Geschäfte betreibt (Friseursalon Sabine Schmidt)
- Schutz entsteht durch Benutzung
- Eintragung im Handelsregister

III. Rechte aus Marken und Unternehmenskennzeichen

- Verbotsrecht bei Verwenden der gleichen oder einer verwechslungsfähigen Bezeichnung
- Wer zuerst kommt, mahlt zuerst
- Problem der Gleichnamigkeit



IV. Kennzeichenrechtliche Abmahnungen

- Gelegenheit zur außergerichtlichen Streitbeilegung
- Unterlassungserklärung
Vertragsstrafe
- Besonnen reagieren!



Noch Fragen ?



Inga Höfener, LL.M.



Martin Boden, LL.M.
Fachanwalt für gewerblichen
Rechtsschutz



Roswitha Müller-Piepenkötter
Staatsministerin a.D.

BODEN | Rechtsanwälte

Tel.: 0211.302634.0

Schanzenstraße 51

Fax: 0211.302634.19

40549 Düsseldorf

kanzlei@boden-rechtsanwaelte.de

BODEN | RECHTSANWÄLTE

© RA Martin Boden, LL.M. 18.07.2011
www.boden-rechtsanwaelte.de