

Kein bundesweiter Kennzeichenschutz für regionalen Betrieb

Im Kennzeichenrecht gilt der Grundsatz, dass Unternehmenskennzeichen bundesweit Geltung beanspruchen. Hiervon gibt es allerdings Ausnahmen, wenn das Unternehmen ausschließlich regional tätig ist. Über den Schutzbereich eines solchen Unternehmenskennzeichens hatte das BPatG im Rahmen eines Widerspruchsverfahrens zu entscheiden.

Das im Jahre 1927 unter der Bezeichnung "Weinhaus am Stadtrand Dirk Lehmitz" gegründete Unternehmen, im Verkehr schlagwortartig mit "Lehmitz" bezeichnet, wendet sich mit seinem Widerspruch gegen die Anmeldung der Marke "Lehmitz" für verschiedene Waren und Dienstleistungen in den Bereichen Getränke und Gastronomie. Das DPMA hat den Widerspruch als unbegründet zurückgewiesen, wogegen die Widersprechende Beschwerde zum BPatG eingelegt hat.

Die Entscheidung des Gerichts

Das BPatG hat die Entscheidung des DPMA daraufhin mit Beschluss vom 04.06.2014 (Az. 26 W (pat) 88/13) bestätigt. Die Widersprechende hat nach Ansicht des Gerichts nicht nachgewiesen, dass sie vor dem Anmeldetag der angegriffenen Marke ein bundesweites Kennzeichenrecht erworben habe. Dies sei aber Voraussetzung für den Erfolg des Widerspruchs. Ein Internetauftritt könne zwar eine bundesweite Bedeutung und damit einen entsprechenden Kennzeichenschutz begründen, wenn über die bloße Abrufbarkeit hinaus ein sogenannter "commercial effect" (kommerzielle Auswirkung) festzustellen ist. Dies sei insbesondere auch im Falle des bundesweiten Warenversands im Rahmen eines Onlinehandels der Fall. In vorliegendem Fall gelang es der Widersprechenden jedoch nicht, nachzuweisen, dass sie einen solchen Handel schon vor dem Anmeldetag betrieben hat. Das Gericht ging in der Folge von der rein regionalen Bedeutung des Unternehmens aus und hat die Beschwerde zurückgewiesen.

Fazit

Auch wenn die eintragunglos entstehenden Unternehmenskennzeichen nach dem Markengesetz in der Regel zu einem bundesweiten Zeichenschutz führen, kann dies im Einzelfall anders sein. Dies hat vor allem Bedeutung für explizit regional tätige Unternehmen wie z.B. Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, Handwerksbetriebe und andere ortsgebundene Dienstleister.

Ist eine entsprechende Beschränkung des Kennzeichenschutzes nicht gewollt, müssen aktiv Maßnahmen ergriffen werden, um dies zu ändern. In Betracht kommt hierfür vor allem ein überregionaler (Online-) Handel, um den erforderlichen "commercial effect" zu erzielen. Im Falle von Zweifeln hinsichtlich der Reichweite des Schutzes empfiehlt sich in jedem Fall die möglichst frühzeitige Prüfung, weil der bundesweite Kennzeichenschutz erst mit der Entstehung des



kommerziellen Effekts eingreift. Andernfalls müssen auftretende Kollisionen mühsam mit Hilfe des Rechts der Gleichnamigen zu lösen, was letztlich eine u.U. eine expansionshemmende Koexistenz bedeuten kann.