

59. Ist die Vorschrift, daß Warenzeichen nicht ausschließlich in Zahlen, Buchstaben oder Worten bestehen dürfen, auch auf die Warenzeichen solcher Gewerbetreibenden zu beziehen, welche im Inlande eine Handelsniederlassung nicht besitzen?  
 Gesetz über den Markenschutz vom 30. November 1874 §§. 3. 20 (R. G. Bl. S. 143).

III. Straffenat. Ur. v. 21. Juni 1886 g. Sch. Rep. 1139/86.

I. Landgericht Naumburg a./S.

Aus den Gründen:

Der §. 20 des Markenschutzgesetzes trifft über die Warenzeichen ausländischer Produzenten und Handeltreibenden besondere Bestimmungen. Die Vorschrift des §. 3 Abs. 2 über die Unzulässigkeit der ausschließlich in Zahlen, Buchstaben oder Worten bestehenden Zeichen bezieht sich aber nur auf die Marken derjenigen Personen, welche im Sinne dieses Gesetzes Inländer sind. Für die Marken der ausländischen Produzenten und Handeltreibenden kommt es nach §. 20 a. a. D. darauf an, ob sie in der Gestalt, in welcher sie beim Handelsgerichte in Leipzig angemeldet wurden, in dem fremden Staate geschützt sind; sind sie dort geschützt, so wird ihnen durch die Anmeldung in Leipzig auch in Deutschland Schutz zu teil, und zwar derjenige Schutz, den das Gesetz den inländischen Zeichen gewährt, gleichgültig, ob das ausländische Zeichen auch als Zeichen eines Inländers schutzberechtigt hätte werden können. Über die Beschaffenheit, welche Warenzeichen haben müssen, um geschützt zu werden, bestehen in verschiedenen Staaten sehr verschiedene Vorschriften; beispielsweise fordert das französische Recht nicht, daß die Marken außer Buchstaben, Worten oder Zahlen noch irgend ein figurliches Element haben müssen; die Absicht des deutschen Markenschutzgesetzes geht aber nicht dahin, beim Vorhandensein der übrigen Voraussetzungen des §. 20 über die Schutzberechtigung einer fremden Marke im fremden Staate ein anderes als das fremde Recht entscheiden zu lassen; dies ist nicht der Sinn der Gesetzesworte, daß auf die fremden Zeichen, Namen und Firmen „die Bestimmungen dieses Gesetzes Anwendung finden“ (§. 20 a. a. D.); diese Worte meinen die Wirkungen, nicht die Voraussetzungen des Schutzes, obgleich sie dies nicht ausdrücklich aussprechen. Allerdings wird auf diese Weise zwischen den

ausländischen und inländischen Marken, wenn die Voraussetzungen des Schutzes der ersteren im fremden Staate andere sind als die des Schutzes deutscher Marken in Deutschland, eine Rechtsungleichheit geschaffen, die zum Nachtheile der deutschen Inländer gereichen kann, sofern dieselben in der Wahl der Marken mehr beschränkt sind als die Ausländer. Allein die Ausschließung der nur in Zahlen, Buchstaben oder Worten bestehenden Zeichen von der Schutzberechtigung hat schon im Abs. 1 des §. 3 hinsichtlich der landesgesetzlich geschützten Zeichen und der dort näher angegebenen bis zum Beginne des Jahres 1875 als Kennzeichen der Waren eines bestimmten Gewerbetreibenden betrachteten Zeichen Ausnahmen gefunden. Die Motive zu §. 19 des Entwurfes (§. 20 des Gesetzes) lauten dahin, „die Gewährung des Schutzes — der fremden Marken — sei dadurch bedingt, daß die Warenbezeichnung, möge sie in Namen oder eigenen Zeichen bestehen, auch in dem fremden Staate wirklich geschützt sei, und dieser Grundsatz mache für die eigentlichen Warenzeichen die unter Nr. 2. 3 des Paragraphen enthaltenen Vorschriften erforderlich“. Diese Bemerkung kann nicht wohl anders verstanden werden als so, daß auch Zeichen der Ausländer, die nur in Namen, also nur in Buchstaben oder Worten, bestehen, geschützt sein sollen, und die in der Nr. 2. 3 für die eigentlichen Warenzeichen der Fremden aufgeführten Schutzbedingungen müssen nach der Fassung des Gesetzes als die allein geforderten betrachtet werden; die Nr. 2 spricht aber nur vom Nachweise, daß in dem fremden Staate die Voraussetzungen erfüllt sind, unter welchen der Anmeldende dort einen Schutz für das Zeichen beanspruchen kann. Man hat sodann zu erwägen, daß der §. 20 a. a. O. ein der neueren Rechtsauffassung entsprechendes Prinzip, nämlich das Prinzip, daß die Ausländer bedingungslos gleich den Inländern geschützt werden, aufstellen wollte, wie die Motive zu §. 13 des Entwurfes ausdrücklich hervorheben, und dieses Prinzip fordert, um der neueren Rechtsauffassung zu entsprechen, daß derjenige Markenschutz, welchen ein Staat seinen Staatsangehörigen gewährt, und wofür er allein die Bedingungen nach Maßgabe seiner sonstigen Einrichtungen ordnen kann und muß, nicht mehr an seinen Territorialgrenzen aufhören, sondern sich, der Tendenz des Handels angemessen, über möglichst weite Gebiete ausdehnen soll. Mit einer von dem vorstehenden abweichenden Auslegung des §. 20 a. a. O. würde jenes Prinzip in sehr zahlreichen Fällen praktisch beseitigt sein; denn es ist

nicht nur möglich, sondern Thatsache, daß in den verschiedenen Staaten die Beschaffenheit der Marken, an welche das dortige Gesetz sein Schutzrecht knüpft, eine verschiedene ist, und es ist insbesondere nicht ausgeschlossen, daß ein Staat bloß Buchstabenmarken, ein anderer bloß Figurenmarken zuläßt, ein Dritter eine Kombination von Buchstaben und Figuren fordert. Es ist ebensowenig ausgeschlossen, daß ein Staat das Schutzrecht der Marken seiner Staatsangehörigen nicht davon abhängig macht, ob die letzteren eine in ein Register eingetragene Firma führen, während das deutsche Gesetz nur für die in das Handelsregister eingetragenen Firmen Markenschutz gewährt (§§. 1. 2. 4. 5. 6. 8. 12 u des Gesetzes). Daß dagegen auch bei der vorstehenden Auslegung des §. 20 in Deutschland nicht solche Marken geschützt werden müssen, welche Ärgernis erregende Darstellungen oder öffentliche Wappen enthalten (§. 3 Abs. 2), bedarf, da hier politische und moralische Grundsätze in Frage kommen, nicht der Ausführung. Für die Auffassung, daß im Sinne des §. 20 a. a. O. hinsichtlich der Frage nach dem Firmenzwange und nach der Abhängigkeit des Markenschutzrechtes von dem Bestande der Firma das ausländische, nicht das deutsche Recht entscheide, hat sich das Reichsgericht bereits ausgesprochen; die dabei vorbehaltenen Frage, ob für Warenzeichen auswärtiger Gewerbetreibender die in §. 3 Abs. 2 enthaltenen Beschränkungen in Betracht kommen, muß, abgesehen von den Marken mit öffentlichen Wappen oder ärgerlichen Darstellungen, nach dem nämlichen Prinzipie und in dem nämlichen Sinne beantwortet werden.

Vgl. Urt. vom 29. März 1886, Entsch. des R.G.'s in Straff. Bd. 14 S. 59.