

TE OGH 2024/7/18 4R111/24m

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 18.07.2024

Norm

UGB §17

UGB §18

1. UGB § 17 heute
2. UGB § 17 gültig ab 01.01.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 120/2005
3. UGB § 17 gültig von 01.01.1999 bis 31.12.2006 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 158/1998
4. UGB § 17 gültig von 01.03.1939 bis 31.12.1998

1. UGB § 18 heute
2. UGB § 18 gültig ab 01.01.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 120/2005
3. UGB § 18 gültig von 01.03.1939 bis 31.12.2006

Kopf

Das Oberlandesgericht Graz hat als Rekursgericht durch die Richterinnen Drin Angerer (Vorsitz), Maga Zeiler-Wlasich und Dr.in Jost-Draxl in der Firmenbuchsache der zu FN ** im Firmenbuch des Landesgerichts für Zivilrechtssachen Graz eingetragenen Know-Center GmbH Research Center for Data-Driven Business & Big Data Analytics,**, vertreten durch A* in Graz, über den Rekurs der Gesellschaft gegen den Beschluss des Landesgerichts für Zivilrechtssachen Graz vom 9. Juni 2024, 52 Fr 6635/23w-2, in nichtöffentlicher Sitzung den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Dem Rekurs wird Folge gegeben.

Der angefochtene Beschluss wird dahin abgeändert, dass folgende Eintragungen im Firmenbuch bewilligt werden (Löschungen sind seitlich mit dem Zeichen # gekennzeichnet):

FIRMA

Know-Center GmbH Research Center for

#Data Driven Business & Big Data

#Analytics

Know Center Research GmbH

Generalversammlungsbeschluss vom 11.07.2023

Änderung des Gesellschaftsvertrags in Punkt II. (1) Änderung des Gesellschaftsvertrags in Punkt römisch zwei. (1)

Der Vollzug wird dem Erstgericht aufgetragen.

Der ordentliche Revisionsrekurs ist nicht zulässig.

Text

begründung:

Im Firmenbuch des Erstgerichts ist seit 29. September 2000 die nunmehrige Know-Center GmbH Research Center for Data-Driven Business & Big Data Analytics (vor Oktober 2015 „Kompetenzzentrum für wissensbasierte Anwendungen und Systeme, Forschungs- und Entwicklungs GmbH“) eingetragen (idF: Gesellschaft). Gesellschafterinnen sind die B* mbH (Stammeinlage EUR 14.540,00), FN **, die C* (Stammeinlage EUR 72.700,00), die D* GmbH (Stammeinlage EUR 29.080,00), FN **, und die E* GmbH (Stammeinlage EUR 29.080,00), FN **. Allein vertretungsbefugter Geschäftsführer ist F*. Im Firmenbuch des Erstgerichts ist seit 29. September 2000 die nunmehrige Know-Center GmbH Research Center for Data-Driven Business & Big Data Analytics (vor Oktober 2015 „Kompetenzzentrum für wissensbasierte Anwendungen und Systeme, Forschungs- und Entwicklungs GmbH“) eingetragen in der Fassung, Gesellschaft). Gesellschafterinnen sind die B* mbH (Stammeinlage EUR 14.540,00), FN **, die C* (Stammeinlage EUR 72.700,00), die D* GmbH (Stammeinlage EUR 29.080,00), FN **, und die E* GmbH (Stammeinlage EUR 29.080,00), FN **. Allein vertretungsbefugter Geschäftsführer ist F*.

Nach dem Inhalt des Gesellschaftsvertrags ist Gegenstand des Unternehmens

- a) die Forschung und Entwicklung im Bereich moderner Informations- und Kommunikationstechnologien;
- b) die Förderung von Hochschulaufgaben;
- c) die Beteiligung an Gesellschaften gleicher oder ähnlicher Art und die Übernahme der Geschäftsführung für solche Gesellschaften;
- d) der Handel mit Waren aller Art d) der Handel mit Waren aller "Art".

Die Gesellschaft beschäftigt sich (derzeit) im Wesentlichen mit der Forschung für vertrauenswürdige künstliche Intelligenz (KI) und Data Science. Ihr Angebot umfasst unter anderem die Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen mit Hilfe von KI. Die Analyse und daraus abgeleitete KI gestützte Maßnahmen können helfen, den laufenden Betrieb innerhalb eines Unternehmens zu optimieren und zur Qualitätssicherung beizutragen.

Seit 29. August 2017 verfügt die Gesellschaft über folgende eingetragene Wortbildmarke:

□

Am 11. Juli 2023 beschlossen die Gesellschafter in einer außerordentlichen Generalversammlung unter anderem, den Firmenwortlaut auf „Know Center Research GmbH“ zu ändern.

Mit (nach Rückziehung des Antrags vom 18. Juli 2023 [52 Fr 3158/23g]) wiederholtem Antrag vom 4. Dezember 2023 begehrt der Geschäftsführer die Eintragung der Änderung des Firmenwortlauts auf „Know Center Research GmbH“.

Bei der Antragstellerin handle es sich um ein europaweit führendes Innovations- und Spitzenforschungszentrum für vertrauenswürdige KI und Data Science. Ihr Angebot umfasse unter anderem die Analyse und Optimierung von Geschäftsprozessen mit Hilfe von KI, Maßnahmen zur Qualitätssicherung durch den Einsatz von KI-basierten Methoden innerhalb von Produktionsbetrieben und die Erarbeitung von Lösungen im Zusammenhang mit der Planung von Touren für Fahrzeuge oder Mitarbeiter durch die Nutzung modernster KI-Methoden und -Algorithmen. Gleichzeitig sei es ihr ein Anliegen, durch die neu gewonnenen Erkenntnisse auf dem Gebiet der KI und Data Science einen Beitrag für Wissenschaft und Gesellschaft zu leisten. Im Rahmen ihres Marktauftritts (Website, diverse Social Media Accounts) präsentiere sie sich dabei stets als „Know Center“ und erziele dabei eine nicht unerhebliche Reichweite (rund 3.000 Follower auf LinkedIn; 226.983 Impressionen im Jahr 2022). Sie sei seit 17. August 2017 Inhaberin sowohl des Markenwortlauts „KNOW CENTER“ als auch „i-KNOW“, je als Wortbildmarke im österreichischen Markenregister. Diese Marken würden von ihr auch stets genutzt. Sie beschäftige aktuell durchschnittlich rund 150 Dienstnehmer pro Jahr und erziele jährlich Umsätze von rund MEUR 9 bis MEUR 10. Sie betreibe anwendungsorientierte Spitzenforschung auf höchstem Niveau. Da sich ihr Forschungsschwerpunkt mit jeder Förderperiode (4+4 Jahre) ändere, strebe sie die allgemeine Bezeichnung „Know Center Research GmbH“ an. Diese Bezeichnung sei abstrakt und konkret kennzeichnungsgesegnet. Das Geschäftsmodell beruhe im Wesentlichen auf der automatisierten Gewinnung,

Interpretation und Verwertung großer Informations- und Datenmengen („Know“). Zum anderen habe sie sich in den vergangenen Jahren bereits als ein europaweit führendes Innovationszentrum („Center“) mit Spitzenforschung („Research“) für vertrauenswürdige KI und Data Science etabliert. Aufgrund der europaweiten Ausrichtung sei die Verwendung des englischen Sprachgebrauchs geboten. Die Bezeichnung „Know Center Research GmbH“ sei daher konkret dazu geeignet, ihr Unternehmen zu kennzeichnen. Selbst unter der Annahme, dass die Begriffe „Know“, „Center“ und „Research“ als Branchen- und Gattungsbezeichnungen zu qualifizieren wären, für welches ein Freihaltebedürfnis bestehe, so könne die Unterscheidungskraft auch bei solchen Begriffen ausnahmsweise bestehen, solange der Begriff mit einem ganz bestimmten Unternehmen assoziiert werde. Dies sei durch ihren Marktauftritt und die jahrelange Verwendung der Marken „KNOW CENTER“ und „i-KNOW“ und die beachtliche Unternehmensentwicklung der Fall. Die Anzahl der in der Spezialbranche tätigen Unternehmen liege, wenn überhaupt, im einstelligen Bereich, weshalb die Verwendung von Branchenbezeichnungen für eine Sachfirma angebracht sei. Ähnliche Firmenbildungen für Unternehmen würden nicht gesperrt, weil diese mit einem Zusatz diese Begriffe verwenden könnten. Die zwei größten österreichischen technischen Einrichtungen, nämlich die B* mbH und die C*, hätten der Verwendung der Bezeichnung „Know Center Research GmbH“ ausdrücklich zugestimmt. Sie beantrage mit der Änderung des Firmenwortlauts nur die Weglassung des Bestandteils „Center for Data-Driven Business & Big Data Analytics“. Diesem Bestandteil komme keine kennzeichnende, sondern nur rein beschreibende Funktion zu. Es handle sich dabei um den letzten Forschungsschwerpunkt der Antragstellerin, welcher nicht mehr aktuell sei. Zudem würden Beispiele aus der Praxis („karriere.at GmbH“, „Shopping Center Management GmbH“, „KnowHow Training & Consulting GmbH“, „Knowledge Markets International GmbH“) zeigen, dass eine großzügige Beurteilung der Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft von Firmenwortlauten geboten sei.

Bereits im Verfahren zu 52 Fr 3158/23g sprach sich die Wirtschaftskammer Steiermark mit Eingabe vom 25. April 2023 nicht gegen die Änderung der Firma aus, „da auch der neue Firmenwortlaut den firmenrechtlichen Vorschriften entspricht“.

Mit der angefochtenen Entscheidung weist das Erstgericht den Antrag ab. § 18 UGB beziehe sich nicht nur auf die ursprüngliche, sondern auch auf die geänderte Firma. Die Begriffe „Know“, „Know Center“ und „Research“ und der zusammengesetzte Wortlaut „Know Center Research“ seien je eine allgemeine Bezeichnung ohne Unterscheidungskraft. Auf alle Unternehmen mit Sitz in Österreich, die sich in welcher Form auch immer (technisch, philosophisch, literarisch, historisch, politisch etc) mit Wissen und Forschung beschäftigen würden, träfen diese Begriffe zu. Reine Gattungsbezeichnungen seien unzulässig, um der Gefahr einer Sperrwirkung und Monopolisierung der Begriffe zu begegnen. Der Firmenwortlaut habe weder Unterscheidungskraft noch Individualisierungswirkung. Für die Annahme einer Verkehrsgeltung seien keine hinreichenden Beweise vorgelegt worden. An die Verkehrsgeltung seien bei einem entsprechenden Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit hohe Anforderungen zu stellen. Die vorgelegten Ausdrücke von der Website der Antragstellerin würden nichts darüber aussagen, ob sie tatsächlich von anderen als „Know Center“ wahrgenommen würde, sondern zeigten nur, dass die Antragstellerin als „Know Center“ wahrgenommen werden wolle. Die vorgelegten vier Medienberichte aus vier Jahren (jedes Jahr ein Artikel, einer noch dazu vom Hauptgesellschafter) würden keine Verkehrsgeltung belegen. Zudem sei es nicht ungewöhnlich, dass ein Medium eine Abkürzung als Firmenwortlaut verwende, wenn diese dem Medium so präsentiert werde. Wenn die Antragstellerin argumentiere, dass bezogen auf die Spezialbranche kein Freihaltebedürfnis bestehe, so sei dem zu entgegnen, dass weder die Einzelbegriffe noch der Gesamtwortlaut einen Hinweis auf eine bestimmte Branche gäben. Auch eine eingetragene Marke mache einen unzulässigen Firmenwortlaut nicht zulässig. Aus dem Vorbringen ergebe sich, dass der bisherige Firmenwortlaut offensichtlich in keiner Weise hinderlich sei und keine Notwendigkeit bestünde, diesen weiter zu reduzieren, damit die sich immer wieder ändernden Forschungsschwerpunkte darin Platz fänden. Mit der begehrten Änderung des Firmenwortlauts verliere dieser genau jenen Bestandteil, der auf das Tätigkeitsfeld und die Branche der Antragstellerin hinweise. Es handle sich somit um keine unbedeutende Änderung. Vielmehr verliere dadurch der Firmenwortlaut den wesentlichen und für die Unterscheidungskraft erforderlichen individualisierenden Zusatz. Der Oberste Gerichtshof habe die Änderung des Firmenwortlauts von „Management Kompetenz im Gesundheitswesen GmbH“ in „ManagementKompetenz GmbH“ für unzulässig erklärt. Die genannten Beispiele aus der Praxis könnten nur bei Vorliegen einer sehr starken Verkehrsgeltung zulässig sein. Aus den Zeiträumen zwischen Antrag und Eintragung der genannten Unternehmen gehe hervor, dass keiner einzigen Eintragung eine zweitinstanzliche oder höchstgerichtliche Entscheidung zugrunde gelegen sei. Da eine Verkehrsgeltung des beantragten Firmenwortlauts nicht nachgewiesen worden sei, könne dahingestellt bleiben, ob ein derart

allgemeiner Firmenwortlaut überhaupt jemals Verkehrsgeltung erlangen könne. Mit der angefochtenen Entscheidung weist das Erstgericht den Antrag ab. Paragraph 18, UGB beziehe sich nicht nur auf die ursprüngliche, sondern auch auf die geänderte Firma. Die Begriffe „Know“, „Know Center“ und „Research“ und der zusammengesetzte Wortlaut „Know Center Research“ seien je eine allgemeine Bezeichnung ohne Unterscheidungskraft. Auf alle Unternehmen mit Sitz in Österreich, die sich in welcher Form auch immer (technisch, philosophisch, literarisch, historisch, politisch etc) mit Wissen und Forschung beschäftigen würden, träfen diese Begriffe zu. Reine Gattungsbezeichnungen seien unzulässig, um der Gefahr einer Sperrwirkung und Monopolisierung der Begriffe zu begegnen. Der Firmenwortlaut habe weder Unterscheidungskraft noch Individualisierungswirkung. Für die Annahme einer Verkehrsgeltung seien keine hinreichenden Beweise vorgelegt worden. An die Verkehrsgeltung seien bei einem entsprechenden Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit hohe Anforderungen zu stellen. Die vorgelegten Ausdrücke von der Website der Antragstellerin würden nichts darüber aussagen, ob sie tatsächlich von anderen als „Know Center“ wahrgenommen würde, sondern zeigten nur, dass die Antragstellerin als „Know Center“ wahrgenommen werden wolle. Die vorgelegten vier Medienberichte aus vier Jahren (jedes Jahr ein Artikel, einer noch dazu vom Hauptgesellschafter) würden keine Verkehrsgeltung belegen. Zudem sei es nicht ungewöhnlich, dass ein Medium eine Abkürzung als Firmenwortlaut verwende, wenn diese dem Medium so präsentiert werde. Wenn die Antragstellerin argumentiere, dass bezogen auf die Spezialbranche kein Freihaltebedürfnis bestehe, so sei dem zu entgegnen, dass weder die Einzelbegriffe noch der Gesamtwortlaut einen Hinweis auf eine bestimmte Branche gäben. Auch eine eingetragene Marke mache einen unzulässigen Firmenwortlaut nicht zulässig. Aus dem Vorbringen ergebe sich, dass der bisherige Firmenwortlaut offensichtlich in keiner Weise hinderlich sei und keine Notwendigkeit bestünde, diesen weiter zu reduzieren, damit die sich immer wieder ändernden Forschungsschwerpunkte darin Platz fänden. Mit der begehrten Änderung des Firmenwortlauts verliere dieser genau jenen Bestandteil, der auf das Tätigkeitsfeld und die Branche der Antragstellerin hinweise. Es handle sich somit um keine unbedeutende Änderung. Vielmehr verliere dadurch der Firmenwortlaut den wesentlichen und für die Unterscheidungskraft erforderlichen individualisierenden Zusatz. Der Oberste Gerichtshof habe die Änderung des Firmenwortlauts von „Management Kompetenz im Gesundheitswesen GmbH“ in „ManagementKompetenz GmbH“ für unzulässig erklärt. Die genannten Beispiele aus der Praxis könnten nur bei Vorliegen einer sehr starken Verkehrsgeltung zulässig sein. Aus den Zeiträumen zwischen Antrag und Eintragung der genannten Unternehmen gehe hervor, dass keiner einzigen Eintragung eine zweitinstanzliche oder höchstgerichtliche Entscheidung zugrunde gelegen sei. Da eine Verkehrsgeltung des beantragten Firmenwortlauts nicht nachgewiesen worden sei, könne dahingestellt bleiben, ob ein derart allgemeiner Firmenwortlaut überhaupt jemals Verkehrsgeltung erlangen könne.

Gegen diese Entscheidung richtet sich der Rekurs der Gesellschaft aus den Anfechtungsgründen der unrichtigen rechtlichen Beurteilung und der unrichtigen Tatsachenfeststellung (ohne eine Tatsachenrüge tatsächlich auszuführen). Sie beantragt die „ersatzlose Aufhebung“ des angefochtenen Beschlusses, in eventuelle, dessen „Aufhebung und Zurückverweisung der Sache zur neuerlichen Entscheidung“ an das Erstgericht. Nach Wiederholung des Antragsvorbringens führt die Gesellschaft, bezogen auf die Argumente des Erstgerichts aus, dass gerade ihr Marktauftritt in den sozialen Medien einen Beitrag dazu geleistet habe, dass der beantragte Firmenwortlaut Verkehrsgeltung erlangt habe. Ein kurzer Blick in das Internet hätte gezeigt, dass die Rekurswerberin zumindest seit 2016 als „Know Center“ wahrgenommen würde. Es stelle sich die Frage, welche Belege noch hätten erbracht werden müssen, um eine Verkehrsgeltung nachzuweisen. Die Rekurswerberin führe die beiden Wortbildmarken seit dem Jahr 2017. Sie habe zu keinem Zeitpunkt zugestanden, „eine allgemeine Bezeichnung“ anzustreben, sondern diese Formulierung derart verstanden, dass sie einen Firmenwortlaut ohne einen auf den (aktuellen) Forschungsschwerpunkt – welcher sich nach jeder Periode ändere – hinweisenden Zusatz begehere. Der aktuelle Zusatz sei gerade nicht mehr zutreffend, weil die Gesellschaft hauptsächlich in den Bereichen „vertrauenswürdige KI“ und „Data Science“ tätig sei, welche sich mit dem bisherigen Firmenzusatz nur überschneide, aber nicht decke. Sie sei in Österreich das einzige Unternehmen, das in dem speziellen Geschäftsfeld tätig sei, weshalb kein Freihaltebedürfnis bestehe. Auch der Firmenwortlaut „karriere.at GmbH“ sei letztlich infolge erlangter Verkehrsgeltung – nach zunächst ablehnender Entscheidung des Obersten Gerichtshofs (6 Ob 133/09s) – möglich gewesen.

Rechtliche Beurteilung

Der Rekurs ist berechtigt.

Vorweg ist darauf hinzuweisen, dass der Rekursantrag verfehlt ist, weil die Gesellschaft bloß einen Aufhebungsantrag

anstatt eines Abänderungsantrags gestellt hat. Die Inanspruchnahme des Rekursgrunds der unrichtigen rechtlichen Beurteilung erfordert gewöhnlich einen Abänderungsantrag (vgl Lovrek in Fasching/Konecny3 IV/1 § 503 ZPO Rz 138). Lediglich bei Feststellungsmängeln käme die Aufhebung und die Rückverweisung in Betracht (vgl Lovrek aaO). Jedoch haben Rekurse insbesondere im Außerstreitverfahren weder einen Rekursantrag noch Rekursgründe zwingend zu enthalten. Es genügt, wenn aus dem Rekurs erkennbar ist, dass die Überprüfung der angefochtenen Entscheidung verlangt wird (RIS-Justiz RS0006674; RS0105337). Für die Beurteilung des Umfangs der Anfechtung kommt es nicht allein auf die Textierung des Rechtsmittelanspruchs, sondern auf den gesamten Inhalt des Rechtsmittels an (RS006674 [T 37]). Dem Rekursinhalt ist hinreichend deutlich zu entnehmen, dass die Rekurswerberin die Eintragung der begehrten Firmenwortlautänderung im Firmenbuch anstrebt und nicht – wie im Rekursantrag offenbar irrtümlich formuliert – bloß die ersatzlose Aufhebung des erstinstanzlichen Beschlusses. Vorweg ist darauf hinzuweisen, dass der Rekursantrag verfehlt ist, weil die Gesellschaft bloß einen Aufhebungsantrag anstatt eines Abänderungsantrags gestellt hat. Die Inanspruchnahme des Rekursgrunds der unrichtigen rechtlichen Beurteilung erfordert gewöhnlich einen Abänderungsantrag (vergleiche Lovrek in Fasching/Konecny3 IV/1 Paragraph 503, ZPO Rz 138). Lediglich bei Feststellungsmängeln käme die Aufhebung und die Rückverweisung in Betracht (vergleiche Lovrek aaO). Jedoch haben Rekurse insbesondere im Außerstreitverfahren weder einen Rekursantrag noch Rekursgründe zwingend zu enthalten. Es genügt, wenn aus dem Rekurs erkennbar ist, dass die Überprüfung der angefochtenen Entscheidung verlangt wird (RIS-Justiz RS0006674; RS0105337). Für die Beurteilung des Umfangs der Anfechtung kommt es nicht allein auf die Textierung des Rechtsmittelanspruchs, sondern auf den gesamten Inhalt des Rechtsmittels an (RS006674 [T 37]). Dem Rekursinhalt ist hinreichend deutlich zu entnehmen, dass die Rekurswerberin die Eintragung der begehrten Firmenwortlautänderung im Firmenbuch anstrebt und nicht – wie im Rekursantrag offenbar irrtümlich formuliert – bloß die ersatzlose Aufhebung des erstinstanzlichen Beschlusses.

Inhaltlich ist auszuführen:

1.1. Die Firma ist nach § 17 Abs 1 UGB der in das Firmenbuch eingetragene Name eines Unternehmers, unter dem er seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt. Nach § 18 Abs 1 UGB muss die Firma zur Kennzeichnung des Unternehmers geeignet sein und Unterscheidungskraft besitzen. Gleichzeitig darf die Firma nach § 18 Abs 2 UGB keine Angaben enthalten, die geeignet sind, über geschäftliche Verhältnisse, die für die angesprochenen Verkehrskreise wesentlich sind, irreführend zu sein. Die Firma muss seit der Neufassung von § 18 UGB durch das HaRÄG (BGBl I Nr.120/2005) daher nur noch Kennzeichnungseignung und Unterscheidungskraft besitzen, darf aber nicht irreführend sein (6 Ob 188/07a; 6 Ob 242/08v). Die Bestimmung entspricht dem schon mit 1.7.1998 in Kraft getretenen § 18 des deutschen Handelsgesetzbuches, sodass auf deutsche Lehre und Rechtsprechung zurückgegriffen werden kann (6 Ob 188/07a, 6 Ob 242/08v). 1.1. Die Firma ist nach Paragraph 17, Absatz eins, UGB der in das Firmenbuch eingetragene Name eines Unternehmers, unter dem er seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt. Nach Paragraph 18, Absatz eins, UGB muss die Firma zur Kennzeichnung des Unternehmers geeignet sein und Unterscheidungskraft besitzen. Gleichzeitig darf die Firma nach Paragraph 18, Absatz 2, UGB keine Angaben enthalten, die geeignet sind, über geschäftliche Verhältnisse, die für die angesprochenen Verkehrskreise wesentlich sind, irreführend zu sein. Die Firma muss seit der Neufassung von Paragraph 18, UGB durch das HaRÄG Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr.120 aus 2005,) daher nur noch Kennzeichnungseignung und Unterscheidungskraft besitzen, darf aber nicht irreführend sein (6 Ob 188/07a; 6 Ob 242/08v). Die Bestimmung entspricht dem schon mit 1.7.1998 in Kraft getretenen Paragraph 18, des deutschen Handelsgesetzbuches, sodass auf deutsche Lehre und Rechtsprechung zurückgegriffen werden kann (6 Ob 188/07a, 6 Ob 242/08v).

1.2. Ein Kernanliegen der Handelsrechtsreform war unter anderem die Liberalisierung der Firmenbildungsvorschriften. Im Bereich der Kapitalgesellschaften wurde die Beschränkung auf Sachfirmen (§ 4 Abs 1 AktG) als Alternative zur Personenfirma (§ 4 GmbHG) als zu eng empfunden, weil unter anderem auch hier die in der Praxis häufig gewünschte Verwendung einer Marke im Firmenwortlaut außerhalb von Firmenzusätzen nicht zulässig sei (6 Ob 242/08v). Auf den rechtsformspezifischen Zwang zur Personen- oder Sachfirma sollte künftig verzichtet werden. Zulässig wurden damit grundsätzlich Namens- und Sach-, aber auch Fantasiefirmen, sodass sich die Firma in deutlich stärkerem Maße auch als Werbeträger eignen sollte (ErlRV 1058 BlgNr XXII. GP 13, 24). Seit der Firmenliberalisierung sind auch Mischformen wie eine Sachfirma mit Fantasieelementen möglich, sofern keine unzulässige Irreführung vorliegt (W. Schuhmacher/Fuchs in Straube/Ratka/Rauter UGB I 4 § 18 Rz 56f [Stand 1.12.2017]). 1.2. Ein Kernanliegen der Handelsrechtsreform war unter anderem die Liberalisierung der Firmenbildungsvorschriften. Im Bereich der

Kapitalgesellschaften wurde die Beschränkung auf Sachfirmen (Paragraph 4, Absatz eins, AktG) als Alternative zur Personenfirma (Paragraph 4, GmbHG) als zu eng empfunden, weil unter anderem auch hier die in der Praxis häufig gewünschte Verwendung einer Marke im Firmenwortlaut außerhalb von Firmenzusätzen nicht zulässig sei (6 Ob 242/08v). Auf den rechtsformspezifischen Zwang zur Personen- oder Sachfirma sollte künftig verzichtet werden. Zulässig wurden damit grundsätzlich Namens- und Sach-, aber auch Fantasiefirmen, sodass sich die Firma in deutlich stärkerem Maße auch als Werbeträger eignen sollte (ErlRV 1058 BlgNr römisch 22. Gesetzgebungsperiode 13, 24). Seit der Firmenliberalisierung sind auch Mischformen wie eine Sachfirma mit Fantasieelementen möglich, sofern keine unzulässige Irreführung vorliegt (W. Schuhmacher/Fuchs in Straube/Ratka/Rauter UGB I4 Paragraph 18, Rz 56f [Stand 1.12.2017]).

2. Unter Kennzeichnungseignung wird die Eignung zur namentlichen Kennzeichnung eines Unternehmers (Namensfunktion) verstanden (RS0122494). Kennzeichnungsfähig ist grundsätzlich jeder Name oder jede Fantasiebezeichnung, der oder die aussprechbar und zur Individualisierung eines Rechtsträgers geeignet ist (6 Ob 133/09s; 6 Ob 242/08v; 6 Ob 188/07a; Verweijen, Firma, in RDB Keywords1 Rz 8 [Stand 11. 10. 2021, rdb.at]).

3. Mit der Kennzeichnungseignung überschneidet sich zum Teil das Kriterium der Unterscheidungskraft (6 Ob 188/07a; zur umstrittenen Abgrenzung: W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 15 mwN). Der Begriff der „Unterscheidungskraft“ entspricht dem gleichlautenden, europaweit harmonisierten Kerntatbestand des Markenrechts (§ 4 Abs 1 Z 3 MSchG; W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 16; Feltl, UGB2 § 18 Anm 3 [Stand 23.4.2024, rdb.at]) und bedeutet, dass die Firma geeignet ist, bei Lesern und Hörern die Assoziation mit einem ganz bestimmten Unternehmen unter vielen anderen zu wecken. Die Firma muss den Rechtsträger so deutlich von allen anderen unterscheidbar machen, dass Verwechslungen nicht stattfinden können. Es muss aber nicht die konkrete Identität des Unternehmensträgers aus der Firma abgeleitet werden können; die Individualisierungseignung muss vielmehr nur generell und abstrakt gegeben sein (RS0122544; Verweijen aaO, Rz 9). Beizusammengesetzten Firmenwortlauten entscheidet der Gesamteindruck, nicht eine zergliederte Betrachtung (RS0122547; 6 Ob 133/09s; 6 Ob 67/10m).

3. Mit der Kennzeichnungseignung überschneidet sich zum Teil das Kriterium der Unterscheidungskraft (6 Ob 188/07a; zur umstrittenen Abgrenzung: W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 15 mwN). Der Begriff der „Unterscheidungskraft“ entspricht dem gleichlautenden, europaweit harmonisierten Kerntatbestand des Markenrechts (Paragraph 4, Absatz eins, Ziffer 3, MSchG; W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 16; Feltl, UGB2 Paragraph 18, Anmerkung 3 [Stand 23.4.2024, rdb.at]) und bedeutet, dass die Firma geeignet ist, bei Lesern und Hörern die Assoziation mit einem ganz bestimmten Unternehmen unter vielen anderen zu wecken. Die Firma muss den Rechtsträger so deutlich von allen anderen unterscheidbar machen, dass Verwechslungen nicht stattfinden können. Es muss aber nicht die konkrete Identität des Unternehmensträgers aus der Firma abgeleitet werden können; die Individualisierungseignung muss vielmehr nur generell und abstrakt gegeben sein (RS0122544; Verweijen aaO, Rz 9). Bei zusammengesetzten Firmenwortlauten entscheidet der Gesamteindruck, nicht eine zergliederte Betrachtung (RS0122547; 6 Ob 133/09s; 6 Ob 67/10m).

4. 1. Keine Kennzeichnungseignung und Unterscheidungskraft haben reine Gattungsbezeichnungen oder Branchenangaben. Auch bloß geschäftliche Bezeichnungen, wie beispielsweise „Managementseminare“, beschreibende Angaben oder Begriffe der allgemeinen Sprache sind zur Individualisierung grundsätzlich nicht geeignet (RS0122494; 6 Ob 188/07a; 6 Ob 242/08v; Heidinger in MünchKomm HGB5 § 18 Rz 30; Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 29). Bilden den Gegenstand des Unternehmens Geschäfte, die von mehreren gleichartigen Unternehmen ausgeübt werden (können), so ist es erforderlich, dass das Unternehmen eine individuelle Bezeichnung führt, die sich von der Gattungsbezeichnung des Gewerbezweiges unterscheidet. Andernfalls bestünde die Gefahr einer Sperrwirkung und Monopolisierung hinsichtlich der Gattungsbezeichnung (RS0122494 [T2] = 6 Ob 242/08v; W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 22 mwN). Die Unzulässigkeit derartiger Angaben als alleiniger Firmenbestandteil wird auch mit der Verletzung des Freihaltebedürfnisses des Rechtsverkehrs sowie der darin liegenden unzulässigen „Selbstberühmung“, der alleinige oder wichtigste Unternehmer einer bestimmten Gattung zu sein, begründet (6 Ob 188/07a). Der gleiche Maßstab an die Unterscheidungskraft ist grundsätzlich auch an eine Kombination derartig allgemein gehaltener Elemente anzulegen (6 Ob 133/09s; 6 Ob 67/10m). Gleiches gilt, wenn die betreffende Bezeichnung fremdsprachig ist und sich leicht übersetzen lässt oder gar im Inland von einem durchschnittlichen Verkehrsteilnehmer verstanden wird (6 Ob 67/10m). Je mehr sich die Firma aber von einer rein beschreibenden Gattungsbezeichnung in Richtung eines fantasievoll-eigentümlichen, möglicherweise zusammengesetzten Begriffs bewegt, desto eher wird die Unterscheidungskraft zu bejahen sein, wie etwa bei „Floratic“ oder „Meditec“ (6 Ob 242/08v).

4.1. Keine

Kennzeichnungseignung und Unterscheidungskraft haben reine Gattungsbezeichnungen oder Branchenangaben. Auch bloß geschäftliche Bezeichnungen, wie beispielsweise „Managementseminare“, beschreibende Angaben oder Begriffe der allgemeinen Sprache sind zur Individualisierung grundsätzlich nicht geeignet (RS0122494; 6 Ob 188/07a; 6 Ob 242/08v; Heidinger in MünchKomm HGB5 Paragraph 18, Rz 30; Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 29). Bilden den Gegenstand des Unternehmens Geschäfte, die von mehreren gleichartigen Unternehmen ausgeübt werden (können), so ist es erforderlich, dass das Unternehmen eine individuelle Bezeichnung führt, die sich von der Gattungsbezeichnung des Gewerbebezuges unterscheidet. Andernfalls bestünde die Gefahr einer Sperrwirkung und Monopolisierung hinsichtlich der Gattungsbezeichnung (RS0122494 [T2] = 6 Ob 242/08v; W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Rz 22 mwN). Die Unzulässigkeit derartiger Angaben als alleiniger Firmenbestandteil wird auch mit der Verletzung des Freihaltebedürfnisses des Rechtsverkehrs sowie der darin liegenden unzulässigen „Selbstberühmung“, der alleinige oder wichtigste Unternehmer einer bestimmten Gattung zu sein, begründet (6 Ob 188/07a). Der gleiche Maßstab an die Unterscheidungskraft ist grundsätzlich auch an eine Kombination derartig allgemein gehaltener Elemente anzulegen (6 Ob 133/09s; 6 Ob 67/10m). Gleiches gilt, wenn die betreffende Bezeichnung fremdsprachig ist und sich leicht übersetzen lässt oder gar im Inland von einem durchschnittlichen Verkehrsteilnehmer verstanden wird (6 Ob 67/10m). Je mehr sich die Firma aber von einer rein beschreibenden Gattungsbezeichnung in Richtung eines fantasievoll-eigentümlichen, möglicherweise zusammengesetzten Begriffs bewegt, desto eher wird die Unterscheidungskraft zu bejahen sein, wie etwa bei „Florateg“ oder „Meditec“ (6 Ob 242/08v).

4.2. Die Rechtsprechung ist kasuistisch. Jedenfalls fehlt es alleinigen Branchenangaben wie „Gaststätten“, „Bau“ und „Transport“ (6 Ob 128/21y) oder Zusammensetzungen wie „RegionalMedien Services“ (6 Ob 28/22v) an der Unterscheidungskraft. In der deutschen Rechtsprechung werden etwa „Informatik“, „Managementseminare“, „Sicherheit plus Technik“, „Creativ-Werbe-Service“, „Video Rent“, „Baumaschinen Consulting“ (Nachweise bei 6 Ob 188/07a; Ratka in Straube/Ratka/Rauter, WK GmbHG § 5 Rz 29 [Stand 1.8.2020, rdb.at]), „Gebäudereinigung“, „Bauland“, „Das Bad-GmbH“, „Profi-Handwerker“ als unzulässige Firmen eingestuft. Zulässig war - wegen des Vorliegens einer gewissen Eigentümlichkeit - „inter-handel“ (Nachweise bei Heidinger aaO, Rz 33). Das OLG Düsseldorf bewilligte jüngst (ohne die Unterscheidungskraft näher zu thematisieren) die Firma „Institut für Einfachheit GmbH“ (OLG Düsseldorf, Beschluss vom 15.08.2023, Az. 3 Wx 104/23).

4.2. Die Rechtsprechung ist kasuistisch. Jedenfalls fehlt es alleinigen Branchenangaben wie „Gaststätten“, „Bau“ und „Transport“ (6 Ob 128/21y) oder Zusammensetzungen wie „RegionalMedien Services“ (6 Ob 28/22v) an der Unterscheidungskraft. In der deutschen Rechtsprechung werden etwa „Informatik“, „Managementseminare“, „Sicherheit plus Technik“, „Creativ-Werbe-Service“, „Video Rent“, „Baumaschinen Consulting“ (Nachweise bei 6 Ob 188/07a; Ratka in Straube/Ratka/Rauter, WK GmbHG Paragraph 5, Rz 29 [Stand 1.8.2020, rdb.at]), „Gebäudereinigung“, „Bauland“, „Das Bad-GmbH“, „Profi-Handwerker“ als unzulässige Firmen eingestuft. Zulässig war - wegen des Vorliegens einer gewissen Eigentümlichkeit - „inter-handel“ (Nachweise bei Heidinger aaO, Rz 33). Das OLG Düsseldorf bewilligte jüngst (ohne die Unterscheidungskraft näher zu thematisieren) die Firma „Institut für Einfachheit GmbH“ (OLG Düsseldorf, Beschluss vom 15.08.2023, Az. 3 Wx 104/23).

Der Begriff „ManagementKompetenz“ als Firmenbestandteil wurde vom Obersten Gerichtshof als rein beschreibende Angabe (Management) ohne Unterscheidungs- und Kennzeichnungskraft, nur ergänzt um eine Qualitätsbehauptung (Kompetenz) angesehen und die Eintragung abgelehnt (6 Ob 188/07a). In der Entscheidung 6 Ob 133/09s verneinte der Oberste Gerichtshof noch die hinreichende Eigentümlichkeit und damit sogleich die notwendige Unterscheidungskraft der Kombination „karriere.at“. Tatsächlich erfolgte im Februar 2018 (ohne weitere Befassung höherer Instanzen) letztlich die Eintragung der karriere.at GmbH zu FN 256668d. Als zulässig wurde die Wortfolge „PROFarm Consulting“ erachtet (6 Ob 128/21y).

In der Entscheidung 6 Ob 67/10m verneinte der Oberste Gerichtshof „das Vorliegen eines zwingenden Grundes des Allgemeininteresses daran, die Benützung der Firma „ACADEMY OF BUSINESS CONSULTING LTD“ in ihrer für die Beurteilung maßgeblichen konkreten Zusammensetzung aus diesen englischen Bezeichnungen zu verweigern“. Im Gegensatz zu einer einzelnen verwendeten Sach- und Gattungsbezeichnung ermögliche die Kombination dieser Begriffe zum einen die Unterscheidung von Firmen anderer Rechtsträger in der gleichen Branche. Zum anderen bestehe kein Bedürfnis, die konkrete Verbindung englischer Begriffe im Inland firmenrechtlich freizuhalten. Dritte könnten nämlich entsprechende Begriffe der deutschen Sprache zulässigerweise zur Firmenbildung verwenden. Dieser Entscheidung lag die Frage zugrunde, ob eine Zweigniederlassung unter der in einem anderen Mitgliedsstaat zulässigen Ursprungsfirma aktiv werden dürfe. Der Oberste Gerichtshof hatte daher zu prüfen, ob zentrale Grundsätze

österreichischen Firmenrechts verletzt würden und ließ offen, ob gemessen an den Maßstäben des österreichischen Rechts die Unterscheidungskraft fehle (Zitat: „mag fehlen“). Thöni (Unterscheidungskraft und Freihaltebedürfnis im Firmenrecht, ÖBl 2011/67) verweist in diesem Zusammenhang auf eine Schlechterstellung österreichischer Staatsangehöriger und damit eine Inländerdiskriminierung gegenüber EU-ausländischen Gesellschaften, die es zu vermeiden gelte.

4.3. Bei Fantasiefirmen wird in aller Regel die Unterscheidungsfähigkeit größer sein als bei Sach- und Personenfirmen. Probleme können aber dort auftreten, wo sie nur aus Allgemeinbegriffen gebildet werden, wie etwa „Creativ“, „Fun“, „Turbo“, „Today“, „welch ein Tag“ (6 Ob 242/08v). Fremdsprachige Bezeichnungen können, auch wenn sie in der jeweiligen Landessprache eine bloße Gattungs- oder Branchenbezeichnung darstellen, als Fantasiefirma zulässig sein („Butcher GmbH“ - OLG Wien 28 R 35/10p, zitiert in Ratka aaO, Rz 29). Das setzt aber voraus, dass sie zumindest für einen großen Teil der angesprochenen Verkehrskreise wie ein Fantasiewort klingen und nicht ohne weiteres als Branchenbezeichnung eingestuft werden. Je mehr aber fremdsprachige Wörter, insbesondere aus der englischen Sprache, deutsche Wörter ersetzen, desto mehr sind sie wie deutsche Gattungs- oder Branchenbezeichnungen zu behandeln. Die fremdsprachige Bezeichnung muss also, um noch als Fantasiebezeichnung zu gelten, so ausgefallen sein, dass sie von durchschnittlich angesprochenen Verkehrskreisen als Fantasiefirma eingestuft wird. Diese Voraussetzung lag etwa bei dem Firmenwortlaut „Sun Services GmbH“ nicht vor („Services“ reine Gattungsbezeichnung, „Sun“ als individualisierbarer Herkunftshinweis nicht ausreichend); die Eintragung wurde abgelehnt (6 Ob 242/08v).

5. Eine reine Gattungsbezeichnung wird nur dann schutzfähig und als Firma verwendbar, wenn sie Verkehrsgeltung erlangt hat. An die Verkehrsgeltung sind bei einem entsprechenden Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit allerdings hohe Anforderungen zu stellen (RS0122545). Zur Auslegung des Begriffs der Verkehrsgeltung liegt (nur) Rechtsprechung zum Urheber- und Markenschutzrecht vor. Danach bedeutet Verkehrsgeltung, dass ein nicht unbeträchtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise in dieser besonderen Bezeichnung einen eindeutigen Hinweis auf einen bestimmten Rechtsträger und ein bestimmtes Unternehmen erblickt (vgl. RS0078751 zu § 9 Abs 3 UWG und § 4 Abs 2 MSchG; Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 380ff [Stand 1.4.2020, rdb.at]). Die Frage, ob eine bestimmte Bezeichnung Verkehrsgeltung erlangt hat, ist eine Rechtsfrage, die aber aufgrund der hierfür in Betracht kommenden tatsächlichen Grundlagen zu lösen ist (RS0043586; RS0043668). Genügt zur Beurteilung die Erfahrung des täglichen Lebens liegt ausschließlich eine Rechtsfrage vor; eine Beweisaufnahme erübrigt sich (Asperger aaO, Rz 407). Taugliche Bescheinigungsmittel für die behauptete Verkehrsgeltung sind beispielsweise die Vorlage eines entsprechenden Handelskammergutachtens oder eines sonstigen Sachverständigengutachtens, aber auch die Vernehmung von Auskunftspersonen (RS0005490; zur bedingten Eignung einer Parteienvernehmung siehe Asperger aaO, Rz 451). Werbematerial kann hingegen in aller Regel die Verkehrsgeltung höchstens anbahnen, aber nicht beweisen (4 Ob 21/92). Ab welchem Grad der Zuordnung Verkehrsgeltung anzunehmen ist, lässt sich nicht allgemein beantworten; das hängt vielmehr davon ab, wie unterscheidungskräftig das Zeichen an sich ist und in welchem Umfang ein Freihaltebedürfnis besteht. Je höher das Freihaltebedürfnis und je geringer die Kennzeichnungskraft ist, desto höher muss die Verkehrsgeltung sein, um einen Schutz zu rechtfertigen (4 Ob 61/92). Es gibt auch keine feststehenden Regeln, wie lange vor der Anmeldung das Zeichen benützt sein muss, um eine Verkehrsgeltung zu erreichen. Je nach Marktauftritt und Marketingstrategien kann die Verkehrsgeltung des Zeichens innerhalb der beteiligten Verkehrskreise schon nach kurzer Zeit (bei intensiven Medienkampagnen) oder auch erst nach Jahren erreicht sein (Asperger aaO, Rz 394).

5. Eine reine Gattungsbezeichnung wird nur dann schutzfähig und als Firma verwendbar, wenn sie Verkehrsgeltung erlangt hat. An die Verkehrsgeltung sind bei einem entsprechenden Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit allerdings hohe Anforderungen zu stellen (RS0122545). Zur Auslegung des Begriffs der Verkehrsgeltung liegt (nur) Rechtsprechung zum Urheber- und Markenschutzrecht vor. Danach bedeutet Verkehrsgeltung, dass ein nicht unbeträchtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise in dieser besonderen Bezeichnung einen eindeutigen Hinweis auf einen bestimmten Rechtsträger und ein bestimmtes Unternehmen erblickt (vergleiche RS0078751 zu Paragraph 9, Absatz 3, UWG und Paragraph 4, Absatz 2, MSchG; Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 Paragraph 4, Rz 380ff [Stand 1.4.2020, rdb.at]). Die Frage, ob eine bestimmte Bezeichnung Verkehrsgeltung erlangt hat, ist eine Rechtsfrage, die aber aufgrund der hierfür in Betracht kommenden tatsächlichen Grundlagen zu lösen ist (RS0043586; RS0043668). Genügt zur Beurteilung die Erfahrung des täglichen Lebens liegt ausschließlich eine Rechtsfrage vor; eine Beweisaufnahme erübrigt sich (Asperger aaO, Rz 407). Taugliche Bescheinigungsmittel für die behauptete Verkehrsgeltung sind beispielsweise die Vorlage eines entsprechenden Handelskammergutachtens oder

eines sonstigen Sachverständigengutachtens, aber auch die Vernehmung von Auskunftspersonen (RS0005490; zur bedingten Eignung einer Parteienvernehmung siehe Asperger aaO, Rz 451). Werbematerial kann hingegen in aller Regel die Verkehrsgeltung höchstens anbahnen, aber nicht beweisen (4 Ob 21/92). Ab welchem Grad der Zuordnung Verkehrsgeltung anzunehmen ist, lässt sich nicht allgemein beantworten; das hängt vielmehr davon ab, wie unterscheidungskräftig das Zeichen an sich ist und in welchem Umfang ein Freihaltebedürfnis besteht. Je höher das Freihaltebedürfnis und je geringer die Kennzeichnungskraft ist, desto höher muss die Verkehrsgeltung sein, um einen Schutz zu rechtfertigen (4 Ob 61/92). Es gibt auch keine feststehenden Regeln, wie lange vor der Anmeldung das Zeichen benützt sein muss, um eine Verkehrsgeltung zu erreichen. Je nach Marktauftritt und Marketingstrategien kann die Verkehrsgeltung des Zeichens innerhalb der beteiligten Verkehrskreise schon nach kurzer Zeit (bei intensiven Medienkampagnen) oder auch erst nach Jahren erreicht sein (Asperger aaO, Rz 394).

6.1. Die markanteste Einschränkung der liberalisierten Firmenbildung ist das Irreführungsverbot gemäß § 18 Abs 2 UGB, in dem das Prinzip der Firmenwahrheit zum Ausdruck kommt, das als Teil des Firmenordnungsrechts in erster Linie dem Schutz des Verkehrs - also Dritter - dient (RS0125002). Das Irreführungsverbot wird verletzt, wenn bei einem nicht unbeträchtlichen Teil der durch die Firma angesprochenen Verkehrskreise eine unrichtige Vorstellung über das Unternehmen erweckt werden kann, die für die Art oder den Umfang des Geschäfts oder für die Verhältnisse der Gesellschaft als Geschäftsinhaberin von Einfluss sind; gleichgültig ist es, ob Irreführungen tatsächlich vorkommen oder beabsichtigt sind (RS0059807 [T3]). Maßgebend ist die Auffassung der beteiligten Verkehrskreise (Käuferschaft, branchenkundige Unternehmer, Lieferanten und Kreditgeber), wobei es entscheidend auf die Sicht des durchschnittlichen Angehörigen des betroffenen Personenkreises bei verständiger Würdigung ankommt (6 Ob 128/21y; 6 Ob 242/08v). Betrifft der angesprochene Verkehrskreis Unternehmer, so haben diese in der Regel eine erhöhte Professionalität und sind deshalb in einem geringeren Maß schutzbedürftig (6 Ob 128/21y; 6 Ob 67/10m). Mehrdeutigkeiten gehen zu Lasten desjenigen, der die Firma führt (6 Ob 188/07a; RS0122547).

6.1. Die markanteste Einschränkung der liberalisierten Firmenbildung ist das Irreführungsverbot gemäß Paragraph 18, Absatz 2, UGB, in dem das Prinzip der Firmenwahrheit zum Ausdruck kommt, das als Teil des Firmenordnungsrechts in erster Linie dem Schutz des Verkehrs - also Dritter - dient (RS0125002). Das Irreführungsverbot wird verletzt, wenn bei einem nicht unbeträchtlichen Teil der durch die Firma angesprochenen Verkehrskreise eine unrichtige Vorstellung über das Unternehmen erweckt werden kann, die für die Art oder den Umfang des Geschäfts oder für die Verhältnisse der Gesellschaft als Geschäftsinhaberin von Einfluss sind; gleichgültig ist es, ob Irreführungen tatsächlich vorkommen oder beabsichtigt sind (RS0059807 [T3]). Maßgebend ist die Auffassung der beteiligten Verkehrskreise (Käuferschaft, branchenkundige Unternehmer, Lieferanten und Kreditgeber), wobei es entscheidend auf die Sicht des durchschnittlichen Angehörigen des betroffenen Personenkreises bei verständiger Würdigung ankommt (6 Ob 128/21y; 6 Ob 242/08v). Betrifft der angesprochene Verkehrskreis Unternehmer, so haben diese in der Regel eine erhöhte Professionalität und sind deshalb in einem geringeren Maß schutzbedürftig (6 Ob 128/21y; 6 Ob 67/10m). Mehrdeutigkeiten gehen zu Lasten desjenigen, der die Firma führt (6 Ob 188/07a; RS0122547).

6.2. Bei Fantasiefirmen ist zu prüfen, ob die Fantasiebezeichnungen geeignet sind, beim Verkehr unzutreffende Assoziationen hinsichtlich des Gegenstands des Unternehmens auszulösen (RS0125002; RS0087525 [T12]). So scheiterte die Eintragung der Firma „Sun Services GmbH“ für ein Unternehmen mit dem Gegenstand der Unternehmensberatung (auch) am Irreführungsverbot des § 18 Abs 2 UGB, weil der Begriff „Service“ zwar noch auf Dienstleistungen hinweist, der Terminus „Sun“ aber in keiner Weise auf ein Beratungsunternehmen für andere Unternehmen hindeutet (6 Ob 242/08v).

6.2. Bei Fantasiefirmen ist zu prüfen, ob die Fantasiebezeichnungen geeignet sind, beim Verkehr unzutreffende Assoziationen hinsichtlich des Gegenstands des Unternehmens auszulösen (RS0125002; RS0087525 [T12]). So scheiterte die Eintragung der Firma „Sun Services GmbH“ für ein Unternehmen mit dem Gegenstand der Unternehmensberatung (auch) am Irreführungsverbot des Paragraph 18, Absatz 2, UGB, weil der Begriff „Service“ zwar noch auf Dienstleistungen hinweist, der Terminus „Sun“ aber in keiner Weise auf ein Beratungsunternehmen für andere Unternehmen hindeutet (6 Ob 242/08v).

6.3. Im Verfahren vor dem Firmenbuchgericht wird die Eignung zur Irreführung nur berücksichtigt, wenn sie ersichtlich ist (§ 18 Abs 2 letzter Satz UGB). Mit der Beschränkung der Täuschungseignung auf die Wesentlichkeit und Ersichtlichkeit sollten die Firmenbuchgerichte entlastet und eine Vereinfachung des firmenbuchgerichtlichen Verfahrens erreicht werden. Allzu große Prüfanforderung und die aufwändige Einholung von Kammergutachten sollen dadurch obsolet werden (ErläutRV 1058 BlgNR 22. GP 24 f). Abweichungen zu den wettbewerbsrechtlichen Vorschriften

werden damit vom Gesetzgeber bewusst in Kauf genommen. Dem Firmenbuchgericht obliegt damit die ordnungspolitische Grobprüfung. Den ordentlichen Gerichten wird im Rahmen des Wettbewerbsrechts (insb§ 2 UWG) die Feinprüfung („Feinsteuerung“) zugewiesen (Herda in Artmann, UGB: Kommentar - Band 13 [2019] zu§ 18 UGB Rz 47.6.3. Im Verfahren vor dem Firmenbuchgericht wird die Eignung zur Irreführung nur berücksichtigt, wenn sie ersichtlich ist (Paragraph 18, Absatz 2, letzter Satz UGB). Mit der Beschränkung der Täuschungseignung auf die Wesentlichkeit und Ersichtlichkeit sollten die Firmenbuchgerichte entlastet und eine Vereinfachung des firmenbuchgerichtlichen Verfahrens erreicht werden. Allzu große Prüfanforderung und die aufwändige Einholung von Kammergutachten sollen dadurch obsolet werden (ErläutRV 1058 BlgNR 22. Gesetzgebungsperiode 24 f). Abweichungen zu den wettbewerbsrechtlichen Vorschriften werden damit vom Gesetzgeber bewusst in Kauf genommen. Dem Firmenbuchgericht obliegt damit die ordnungspolitische Grobprüfung. Den ordentlichen Gerichten wird im Rahmen des Wettbewerbsrechts (insb Paragraph 2, UWG) die Feinprüfung („Feinsteuerung“) zugewiesen (Herda in Artmann, UGB: Kommentar - Band 13 [2019] zu Paragraph 18, UGB Rz 47.

Fallbezogen ist auszuführen:

7. Das Erstgericht hat sich in umfassender Weise mit der – aus seiner Sicht – fehlenden Unterscheidungskraft des begehrten Firmenwortlauts beschäftigt und die maßgeblichen Rechtsgrundsätze zutreffend dargestellt. Seinen Überlegungen, wonach die von der Antragstellerin genannten Beispiele von eingetragenen Firmenwortlauten nicht bereits auf eine Zulässigkeit des beantragten Firmenwortlauts schließen lassen, ist uneingeschränkt zu folgen. Der Rekursenat folgt den durchaus gehaltvollen Überlegungen des Erstgerichts jedoch aus folgenden Gründen nicht:

8.1. Durch die Firmenliberalisierung wurde die Verwendung von Marken als Firma zulässig (vgl W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Vor § 17 Rz 75; Fuchs, Das liberalisierte Firmenrecht nach dem Handelsrechts-ÄnderungsG 2005, ÖZW 2009, 86). Grundsätzlich richtig ist der Hinweis des Erstgerichts auf den Rechtssatz RS0122547 [T2], wonach der Umstand, dass der täuschungsfähige Firmenbestandteil einer Marke entnommen ist, den Firmenwortlaut nicht zulässig macht. Damit wird jedoch das Irreführungsverbot angesprochen und nicht die Bedeutungslosigkeit des Bestehens einer Marke für die Zulässigkeit eines Firmenwortlauts festgeschrieben. An die Unterscheidungskraft der Firma sind im Firmenrecht jedenfalls nicht höhere Ansprüche zu stellen als im Markenrecht (vgl Thöni aaO, wonach die angestrebte Firmenliberalisierung „tendenziell“ sogar geringere Anforderungen im Firmenrecht erfordere).

8.1. Durch die Firmenliberalisierung wurde die Verwendung von Marken als Firma zulässig vergleiche W. Schuhmacher/Fuchs aaO, Vor Paragraph 17, Rz 75; Fuchs, Das liberalisierte Firmenrecht nach dem Handelsrechts-ÄnderungsG 2005, ÖZW 2009, 86). Grundsätzlich richtig ist der Hinweis des Erstgerichts auf den Rechtssatz RS0122547 [T2], wonach der Umstand, dass der täuschungsfähige Firmenbestandteil einer Marke entnommen ist, den Firmenwortlaut nicht zulässig macht. Damit wird jedoch das Irreführungsverbot angesprochen und nicht die Bedeutungslosigkeit des Bestehens einer Marke für die Zulässigkeit eines Firmenwortlauts festgeschrieben. An die Unterscheidungskraft der Firma sind im Firmenrecht jedenfalls nicht höhere Ansprüche zu stellen als im Markenrecht vergleiche Thöni aaO, wonach die angestrebte Firmenliberalisierung „tendenziell“ sogar geringere Anforderungen im Firmenrecht erfordere).

8.2. Der Begriff „KNOW“ bezeichnet im Englischen (nur) einVerb und bedeutet „wissen“, „Informationen im Kopf haben, die auf Erfahrung zurückzuführen sind oder weil man sie gelernt oder gesagt bekommen hat“ (Quelle: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/know_1). Das Hauptwort „Wissen“ würde im Englischen mit „knowledge“ oder „know-how“ (praktisches Wissen) übersetzt werden (Quelle: <https://dict.leo.org/englisch-deutsch/das%20Wissen>). Diese Unterscheidung ist dem durchschnittlichen Teilnehmer der beteiligten Verkehrskreise bekannt. Die Kombination „Know Center“ ist ein englisches Kunstwort und nicht direkt mit „Wissenszentrum“ zu übersetzten (korrekt wäre „knowledge center“). Das Wort „Know“ allein oder „Know Center“ bezeichnet keine Gattung oder Branche, anders als dies etwa bei „knowledge center“ der Fall wäre.

8.3. Das Erstgericht hat zutreffend ausgeführt, dass die mit allen Begriffen des Firmenwortlauts geweckte Assoziation, nämlich das Vorliegen einer Gesellschaft, die sich mit „Forschung und Wissen“ beschäftigt, nicht auf eine bestimmte Branche (Technik, Geisteswissenschaft, Medizin etc) hinweist. Sie steht aber dem Unternehmensgegenstand (anders als bei der Entscheidung zu „Sun-Services“ für ein Beratungsunternehmen [6 Ob 242/08v]) auch nicht entgegen, sondern entspricht vielmehr insbesondere dem Unternehmensgegenstand „Förderung von Hochschuleaufgaben“.

8.4. Hält man sich die Ziele der Firmenliberalisierung vor Augen, so individualisiert die Wortfolge „Know Center“ im gegebenen Zusammenhang nach Ansicht des Rekursenats als Kunstwort und Teil der eingetragenen Wortbildmarke

gerade noch hinreichend den Gattungsbegriff „Research“, sodass der maßgebliche gesamte Wortlaut als Mischfirma zulässig erscheint. Die gewählte Wortkombination „Know Center“ erzeugt bei den angesprochenen Verkehrskreisen eine besondere Gedankenoperation und ein Nachdenken, weil es sich um keinen korrekten englischen Ausdruck handelt. Sie weist damit eine gewisse Originalität auf, ist ungewöhnlich und nicht bloß beschreibend.

9.1. Selbst wenn man dies – im Sinne des Erstgerichts – verneinen würde, so wäre das Vorbringen der Gesellschaft, die Kombination „Know Center“ habe Verkehrsgeltung erlangt, zu prüfen. Auch dazu hat das Erstgericht sorgfältig herausgearbeitet, dass die vorgelegten Unterlagen nicht zwingend auf eine Verkehrsgeltung hinweisen, zumal sowohl der Eigenauftritt in sozialen Medien als auch die (üblicherweise auf Schlagwörter verkürzte) Darstellung in vereinzelt Zeitungsartikeln nichts darüber aussagen, ob die (technische/universitäre) Fachwelt „Know Center“ mit einem eindeutigen Hinweis auf die Gesellschaft verbindet.

9.2. Die Wortbildmarke „KNOW Center“ belegt jedoch grundsätzlich, dass die Wortfolge zumindest in Kombination mit der graphischen Ausgestaltung markenrechtlich als betrieblicher Herkunftshinweis genügt oder durch Benutzung Verkehrsgeltung erlangte (vgl. § 4 Abs 1 Z 4 MSchG; Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 [Stand 1.4.2020, rdb.at] Rz 36ff, 380ff). Der Bildbestandteil erscheint vorliegend nicht besonders prägend; es befindet sich die Wortfolge „KNOW Center“ schlicht in einem Rechteck und der Buchstabe „K“ nochmal gesondert in einem Quadrat. 9.2. Die Wortbildmarke „KNOW Center“ belegt jedoch grundsätzlich, dass die Wortfolge zumindest in Kombination mit der graphischen Ausgestaltung markenrechtlich als betrieblicher Herkunftshinweis genügt oder durch Benutzung Verkehrsgeltung erlangte (vergleiche Paragraph 4, Absatz eins, Ziffer 4, MSchG; Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 Paragraph 4, [Stand 1.4.2020, rdb.at] Rz 36ff, 380ff). Der Bildbestandteil erscheint vorliegend nicht besonders prägend; es befindet sich die Wortfolge „KNOW Center“ schlicht in einem Rechteck und der Buchstabe „K“ nochmal gesondert in einem Quadrat.

9.3. Eine Abfrage im Firmenbuch ergibt, dass nur die Antragstellerin den Wortlaut „Know Center“ im Firmenwortlaut enthält. Der Begriff „Know“ ist in 8 weiteren eingetragenen Firmenwortlauten enthalten, darunter kein Unternehmen in Graz. Der Begriff „Research“ kommt in 241 eingetragenen Firmenwortlauten vor. Ein Firmenwortlaut mit einer Kombination dieser Begriffe existiert im Firmenbuch derzeit nicht. Eine Sucheingabe in „Microsoft Bing“ ergibt für „know center“ 109.000.000; für know-center rund 182.000 und für „know center graz“ rund 205.000 Ergebnisse. Die ersten hundert Treffer (eine weitere Kontrolle erfolgte nicht) unter „know center“ in einer „Google-Suche“ (die Trefferzahl ist dort nicht mehr ausgewiesen) und in „Microsoft Bing“ beziehen sich ausschließlich auf die Antragstellerin. Die Treffer beinhalten nicht nur Eigenwerbung oder den gesamten bisherigen Firmenwortlaut, sondern auch Zitate gesellschaftsfremder Organisationen, welche die Gesellschaft als „Know Center GmbH“ oder „Know Center“ bezeichnen (darunter etwa Land Steiermark, plattformindustrie.at, diverse technische Institute, die auf Kooperationen hinweisen [zB Institut 2F Informatik GmbH, Silicon Alps Cluster, Salzburg Research Forschungsgesellschaft] uvm).

9.4. Diese Umstände, die positive Stellungnahme der Wirtschaftskammer Steiermark und die eingetragene Wortbildmarke bei geringer Kennzeichnung durch das graphische Element sprechen für die von der Antragstellerin behauptete Unterscheidungskraft durch Verkehrsgeltung. Die im Rahmen der Firmenliberalisierung ausdrücklich vorgesehene Vereinfachung des firmenbuchgerichtlichen Verfahrens kann nur erreicht werden, wenn sich auch die Prüfung der Verkehrsgeltung auf eine Grobprüfung beschränkt. Von der Einholung eines Kammergutachtens (von Amts wegen oder im Rahmen eines Verbesserungsverfahrens) kann Abstand genommen werden, wenn das Vorbringen der Eintragungswerberin durch eine einfache Internetabfrage und weitere Indizien plausibilisiert werden kann.

10. Da der Firmenwortlaut nicht irreführend ist - vielmehr mit dem Unternehmensgegenstand übereinstimmt - und auch keine verwechslungsfähige Firma am selben Ort oder in derselben Gemeinde im Firmenbuch eingetragen ist (§ 29 UGB), war dem Rekurs Folge zu geben und die beantragte Eintragung zu bewilligen. Der Vollzug ist dem Erstgericht aufzutragen (6 Ob 128/21y). 10. Da der Firmenwortlaut nicht irreführend ist - vielmehr mit dem Unternehmensgegenstand übereinstimmt - und auch keine verwechslungsfähige Firma am selben Ort oder in derselben Gemeinde im Firmenbuch eingetragen ist (Paragraph 29, UGB), war dem Rekurs Folge zu geben und die beantragte Eintragung zu bewilligen. Der Vollzug ist dem Erstgericht aufzutragen (6 Ob 128/21y).

11. Da firmenbuchrechtliche Streitigkeiten in der Regel nicht bloß vermögensrechtlicher Natur sind (RS0110629 [T1; T2]), hat eine Bewertung des Entscheidungsgegenstandes zu unterbleiben.

12. Der Ausspruch über die Unzulässigkeit des ordentlichen Revisionsrekurses gründet auf§ 15 Abs 1 FBG iVm §§ 59 Abs 1 Z 2, 62 Abs 1 AußStrG. Erhebliche Rechtsfragen waren bei12. Der Ausspruch über die Unzulässigkeit des ordentlichen Revisionsrekurses gründet auf Paragraph 15, Absatz eins, FBG in Verbindung mit Paragraphen 59, Absatz eins, Ziffer 2, 62, Absatz eins, AußStrG. Erhebliche Rechtsfragen waren bei dieser Einzelfallentscheidung nicht zu beantworten.

Textnummer

EG320

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OLG0639:2024:00400R00111.24M.0718.000

Im RIS seit

14.08.2024

Zuletzt aktualisiert am

14.08.2024

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at