

## Der neue Firmenname – Keine einfache, aber eine wichtige Aufgabe

*„Der echte Ausdruck macht die klare Idee. Sobald man einen rechten Namen hat, so hat man die Ideen mit.“*

Novalis

(Markenname von Georg Friedrich Philipp Freiherr von Hardenberg, Dichter und Denker der deutschen Frühromantik)

Die Entscheidung über den Firmennamen ist die – im wahrsten Sinne des Wortes – grundlegendste Entscheidung bei einer Firmengründung. Mit dem Namen legt man den Grundstein für ein neues Unternehmen. Der Firmenname trägt die Geschäftsidee und das Firmenleitbild.

Der „gute Name“ ist gefunden, wenn er die gewünschten Assoziationen weckt und sich in den entsprechenden Zielgebieten einsetzen lässt. **Er muss unverwechselbar, prägnant, merkfähig und juristisch wasserdicht sein.**

Vom „falschen Namen“ führt kein Weg zurück. Mit der Namensentscheidung stellt man Weichen. Und Weichen sollte man am Anfang eines Prozesses stellen.

Die nachfolgenden Ausführungen sollen helfen, die richtigen Weichenstellungen vorzunehmen. Sie sollen einen Überblick über die objektiven Kriterien für einen „guten Namen“ geben und die zu prüfenden Punkte nennen.

### Die richtige Namenswahl

Als Existenzgründer wird man mit einer Fülle von Aufgaben konfrontiert. Doch sollte im Businessplan die Namenswahl an erster Stelle stehen. Der Name ist Grundlage für die gesamte weitere Planung. Zudem kann ein unbedacht gewählter Name nicht nur Marktchancen kosten, sondern kann auch richtig teuer werden, wenn er bestimmte Kriterien nicht erfüllt.

Firmennamen müssen eine ganze Reihe von Anforderungen erfüllen, damit man sie in optimaler Weise für die kommerzielle Anwendung nutzen kann. Bei der Kreation eines Firmennamens sind insbesondere folgende Kriterien zu beachten:

Zunächst sollte der neue Namen die nötige **Unverwechselbarkeit** ausweisen. Der Firmenname darf daher nicht an andere Produkte, Firmen oder Dienstleistungen erinnern.

Der Name sollte über **Klarheit und Prägnanz** verfügen. Auch sollte man bei der Verwendung fremdsprachlicher Bezeichnungen die Fremdsprachenfähigkeit der Zielgruppen nicht überschätzen.

Der Name sollte außerdem hinsichtlich der Les-, Sprech- und Schreibweise möglichst einfach sein und über die nötige **Eindeutigkeit** verfügen.

Trotzdem sollte der Name ein gewisses Maß an **Ungewöhnlichkeit** besitzen, damit die neue Bezeichnung eine hohe Alleinstellung im Wettbewerbsumfeld erreicht.

**Einzigartigkeit:** Auf jeden Fall sollte auf die Kopie von Trends verzichtet werden, da eine Kopie nie so gut ist wie das Original.

Weil sich das Leistungsspektrum des Unternehmens langfristig ändern kann, sollte der Firmenname zudem nicht auf bestimmte Dienstleistungen oder Produkte einschränken. Der neue Firmenname sollte daher über die nötige **inhaltliche Offenheit** verfügen.

Schließlich muss bei der Entwicklung des Firmennamens die angestrebte Zielgruppe – unter dem Stichwort **Zielgruppenausrichtung** - immer mit berücksichtigt werden.

### **Prüfungsbereich Domain-, Marken-, Firmennamen- und Wettbewerbsprüfung - Gibt es rechtliche Bedenken?**

Für den originellsten und zunächst am geeignetsten erscheinenden Namen sollte man sich niemals ohne die unbedingt erforderlichen Domain-, Marken-, Firmen- und Wettbewerbsrecherchen entscheiden.

Die Verletzung von Rechten Dritter – z.B. Markenrechten - kann u.a. zu kostenpflichtigen Abmahnungen und im schlimmsten Falle zur Aufgabe des bereits eingeführten Firmennamens führen. Im Falle einer Verletzung von Markenrechten können umfassende Rechte geltend gemacht werden. Folgende Rechte sind u.a. zu nennen:

- Anspruch auf Unterlassung
- Vernichtungsanspruch
- Beschlagnahme
- Auskunftsanspruch
- Schadensersatzanspruch

Natürlich ist eine professionelle Recherche unabdingbar und vor Markenmeldung erforderlich sowie empfehlenswert. Allerdings kann eine einfache Recherche in allgemein zugänglichen Quellen die Recherchekosten mindern.

Eine einfache Recherche im Internet mittels Suchmaschinen kann kostenlos bewerkstelligt werden. Zudem sollten Domainnamen in verschiedenen Schreibweisen und mit zumindest den gängigen Endungen gesucht werden.

Zudem können u.a. beim deutschen, englischen, europäischen und „internationalen Markenamt“ (WIPO) kostenneutrale Onlinerecherchen durchgeführt werden. Damit lassen sich zwar keine professionellen Ähnlichkeitsrecherchen ersetzen, aber zumindest identische Treffer ermitteln.

Hier die Internetseiten:

#### **Deutsche Marken**

Deutsches Patent- und Markenamt  
[www.dpma.de](http://www.dpma.de)

#### **EU-Marken**

HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt)  
<http://oami.eu.int/de/default.htm>

#### **IR-Marken**

WIPO (World Intellectual Property Organization)  
<http://www.wipo.int/madrid/en/>

Aber Achtung: Will man eine Bezeichnung für das Zielgebiet Deutschland recherchieren, reicht es bei weitem nicht aus, wenn man nur beim Deutschen Patent- und Markenamt recherchiert. Zumindest muss man auch die EU- und IR-Markenregister abfragen, da diese Marken auch für Deutschland Geltung haben. Bei der Bewertung der Rechercheergebnisse sollte man jedoch auf den Rat eines auf Markenrecht spezialisierten Rechtsanwaltes nicht verzichten. Folgende Prüfungen sind mindestens durchzuführen:

#### **Verfügbarkeit von Domains:**

Sind die gewünschten Top-Level-Domains registrierbar?

### **Firmennamen-Fähigkeit:**

Bestimmte Begriffe sind für Firmennamen nicht erlaubt oder bedürfen einer Genehmigung. Die Vorschriften dafür können je nach Land und Branche unterschiedlich sein. Beispielsweise können Vokabeln, mit denen man eine Behörde oder staatliche Einrichtungen assoziiert, unzulässig sein. In Großbritannien sind z.B. geschützte Berufsbezeichnungen oder Namen, die etwa British, Great, Britain, National, Wales, England, International, European, Association, Federation, Institution, King, Queen oder Prince enthalten, nicht verwendbar.

### **(juristische) Marken-Schutzfähigkeit:**

Erfüllt die entwickelte Bezeichnung die juristisch erforderlichen Voraussetzungen, um als Marke – soweit dies gewünscht wird - eingetragen werden zu können? Sie darf nicht beschreibend, irreführend oder anmaßend sein, ansonsten kann das Markenamt die Eintragung verweigern.

### **Markenrecherche:**

Existieren identische oder ähnliche angemeldete bzw. eingetragene Marken für identische oder ähnliche Waren bzw. Dienstleistungen in den Registern der Länder, in denen die Marke eingesetzt werden soll?

### **Firmen(-namen-)recherche:**

Existieren bereits Firmen mit identischem oder ähnlichem Namen im Wettbewerbsumfeld? Hier sind u.a. die Handelsregister abzufragen.

## **Prüfungsbereich Sprache und Wirkung**

### **Sprachprüfung:**

Soll ein Name auch international zur Anwendung kommen, muss der Name in allen Zielländern sprechbar sein und darf keine negativen, dem Angebot entgegenlaufenden Bedeutungen besitzen. Dies sollte in jedem Falle durch Muttersprachler in den einzelnen Ländern geprüft werden.

### **Wirkungstest:**

Hat der entwickelte Name bis jetzt sämtliche Prüfungen überstanden und will man auf Nummer Sicher gehen, sollte er nun auch einer Auswahl von Probanden zur Durchführung der folgenden Tests vorgelegt werden:

- Assoziationstest: Negative oder ungewünschte Assoziationen sind unbedingt auszuschließen.
- **Erinnerungstest:** Die Merkfähigkeit ist ein entscheidendes Kriterium für eine gute Marke.
- **Verständnis- und Schreibtest:** Die Eindeutigkeit der Schreibweise sollte gegeben sein.
- **Anwendungstest:** Der Name muss im Daily Business anwendbar sein.

Nicht alle hier dargestellten Prüfungen sind gleich wichtig. Auf jeden Fall sollte man am Anfang einer Geschäftsgründung die beschriebenen Marken-, Firmen- und Wettbewerbsrecherchen sowie die Sprachprüfungen durchführen. Ohne diese Überprüfungen geht man ein nicht kalkulierbares Risiko ein!

Haben die durchgeführten Prüfungen ergeben, dass der gewählte Name einsatzfähig ist, sollte man entsprechende Schutzmaßnahmen ergreifen. Zu diesen gehören - neben den bereits oben genannten Domainreservierungen – Markenmeldungen in den Zielgebieten.

Sie brauchen Unterstützung bei Entwicklung oder Prüfung eines neuen Namens?  
Wir kreieren, recherchieren und sichern Namen!

**NAMBOS** GmbH

Amsterdamer Str. 192

50735 Köln

Telefon: 0221-99 88 55 0

Telefax: 0221-99 88 55 29

[info@nambos.de](mailto:info@nambos.de)

[www.nambos.de](http://www.nambos.de)