



## Kollektivmarke Köln

Naming: Was ist bei der Verwendung von Ortsnamen in Produkt- und Markennamen zu beachten? Hier am Beispiel von Köln!

von Meike Sturat

**Ortsangaben dürfen nicht ohne Weiteres in Produkt- oder Markennamen verwendet werden – auch nicht in Köln. Hinter der Verwendung von Ortsangaben in Produkt- und Markennamen steckt oft reines Marketingkalkül. Doch das Markenrecht setzt in vielen Fällen einen Riegel vor die beliebige Nutzung und Monopolisierung solcher Angaben durch Einzelne. Bekanntes Beispiel: Das Kölsch.**

Der Kölner an sich ist stolz auf seine Heimatstadt und betont seine Herkunft auch gern – besonders, wenn es um Marken, Dienstleistungen oder Produkte geht. Am deutlichsten wird das wohl beim „Nationalgetränk“ der Kölner, beim Kölsch. Auch viele Brauer, die nicht in Köln ansässig sind, würden ihr Bier gern unter diesem Namen anbieten. Schließlich kommt ja auch nicht jedes Pils aus der böhmischen Stadt Pilsen. Vielmehr ist Pils ein Synonym für eine besondere Brauart. Doch beim Kölsch geht das nicht. Warum?

### **Positives Lebensgefühl übertragen**

Auch andere Ortsnamen wecken positive Assoziationen, zum Beispiel Barcelona oder Chiemsee. Diese Ortsbezeichnungen werden auch für in Markennamen von Stühlen und

Bekleidung verwendet, und sollen ihr meist positives Image oder Lebensgefühl auf das danach benannte Produkt abstrahlen.

Doch das stößt leicht an markenrechtliche Grenzen, wenn Unternehmer sie als Produktnamen nutzen und durch eine Markeneintragung monopolisieren – also andere von ihrer Benutzung ausschließen – möchten. „Markenschutz für Städte- und Ortsnamen ist meist problematisch,“ weiß Peter A. Ströll, Markenanwalt und Geschäftsführer der Kölner Naming-Agentur Nambos. „Beschreibende Angaben, die auf die geografische Produktherkunft hinweisen, können im Allgemeininteresse nämlich grundsätzlich nicht als Individualmarke eingetragen und damit für Einzelne monopolisiert werden. Es kommt jedoch immer auf den konkreten Einzelfall an – wie immer in der Juristerei.“

### **Chiemsee liegt im Schrank**

Namen von Orten können unter Umständen aber doch schutz- und eintragungsfähig sein, nämlich zum Beispiel dann, wenn die Ortsbezeichnung mit den jeweiligen Waren oder Dienstleistungen nicht in Verbindung gebracht wird. Maßgeblich für die Rechtsprechung ist die sogenannte Chiemsee-Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) zu der bekannten Bekleidungsmarke. Demnach wird ein Markenschutz für einen Ort oder eine Stadt dann versagt, wenn der Name ‚zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der jeweiligen Waren und Dienstleistungen dienen könnte‘. Dabei sind die ‚tatsächlichen Umstände an dem jeweiligen Ort bezüglich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, sowie die Bekanntheit dieser Umstände bei den Verkehrskreisen entscheidend‘. „In anderen Worten: Wichtig ist, ob der Ort für bestimmte Waren bekannt ist, wobei das nicht heißen muss, dass die Waren auch dort gefertigt werden,“ stellt Ströll klar.

So hat zum Beispiel das Bundespatentgericht (BPatG) die Markeneintragung Barcelona für Möbel mit der Begründung versagt, dass bei Namen von Ländern, Regionen und Großstädten eine ‚grundsätzliche Vermutung dafür bestehe, dass sie als geografische Herkunftsangaben zur freien Verwendung für nahezu alle Waren benötigt werden können‘.

Zudem spreche für die Eignung der Ortsangabe Barcelona zur Beschreibung der geografischen Herkunft bei Möbelwaren, dass es viele Möbelhersteller in der Region Barcelona gibt. Ihnen allen muss es möglich sein, auf die geografische Herkunft ihrer Möbelprodukte durch die entsprechende Ortsangabe hinzuweisen.

Aus denselben Gründen ist auch Köln in Deutschland nicht als Wortmarke registriert. Nun ist Kölsch zwar kein Städtename, für Kölner ist es aber nicht minder identitätsstiftend. So hat auch das [Landgericht Köln](#) 1963 festgestellt, dass Kölsch nicht nur auf die Biersorte hinweist, sondern auch auf das Gebiet seiner Herkunft. Unter Bierbauern gab es jedoch immer wieder Streitigkeiten und rechtliche Auseinandersetzungen bis schließlich 1985 in der so genannten Kölsch-Konvention festgelegt wurde, was ein Kölsch zum Kölsch macht: Es muss die Kriterien für „obergäres Bier, das der geltenden Spezifikation der geschützten geografischen Angabe Kölsch entspricht“ erfüllen und vor allem: in der Regel in Köln hergestellt werden.

Im November 1997 wurde es als Bierspezialität schließlich von der EU in den Kreis der geschützten regionalen Spezialitäten aufgenommen und war damit das erste alkoholische Getränk mit Inhalts-, Herstellungs- und Herkunftsgarantie. Der Name Kölsch ist also eine geschützte geografische Herkunftsangabe, die nur unter bestimmten Bedingungen genutzt werden darf.

### **Ausnahme Kollektivmarke**

Kölsch ist daher auch eine Kollektivmarke des Kölner Brauerei-Verbands e.V. Eine Kollektivmarke ermöglicht es einem Verband, eine eigentlich nicht eintragungsfähige geographische Herkunftsangabe ausnahmsweise eintragen zu lassen. Voraussetzung hierfür ist aber unter anderem, dass der Verband in einer Markensatzung bestimmte Mindestanforderungen festgelegt hat. Die Satzung muss auch vorsehen, dass jede Person, deren Waren oder Dienstleistungen aus dem entsprechenden geographischen Gebiet stammen und den in der Markensatzung enthaltenen Bedingungen für die Benutzung der Kollektivmarke entsprechen, Mitglied des Verbandes werden kann, und in

den Kreis der zur Benutzung der Kollektivmarke befugten Personen aufzunehmen ist. Kurzum: Jeder darf da rein und den Namen Kölsch benutzen, wenn man die Satzungsbedingungen erfüllt.

### **Geografie oder Gattung**

Auch Original Eau de Cologne ist so eine geschützte Herkunftsbezeichnung, die nur von Kölner Herstellern verwendet werden darf. Auch sie ist als Kollektivmarke für den Verband der Kölnisch Wasser-Hersteller e.V. beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) eingetragen. Dagegen ist Eau de Cologne – also ohne den Zusatz Original – lediglich ein Gattungsbegriff für einen leichten Duft, der keinerlei Markenschutz im Zusammenhang mit Parfüm hat.

Geschützte Herkunftsbezeichnung sind auch Spreewälder Gurken und Dresdner Stollen: Sie dürfen nur so heißen, wenn sie auch von dort kommen. Und wie ist das mit Würstchen? Könnte zum Beispiel der Name Frankfurter Würstchen für einen Markeninhaber als Individualrecht monopolisiert werden? „Nein“, sagt Namensspezialist Ströll, „denn wie Wiener, Thüringer oder Nürnberger Würstchen beschreiben diese nur eine bestimmte Fertigungsart oder die Herkunft aus einer bestimmten Region, was ja einen monopolisierenden Individual-Markenschutz ausschließt.“ Als ein Wurstproduzent in Berlin Frankfurter Würstchen herstellte und dort verkaufte, wurde er von 13 Frankfurter Firmen verklagt und verlor den Prozess.

Wer Produkte und Leistungen mit Lokalkolorit anbieten möchten, ist also gut beraten, schon bei der Produktentwicklung mögliche markenrechtliche Einschränkungen zu prüfen, um teure Rechtstreitigkeiten oder Markeneinbußen zu vermeiden. Und auch wenn es die kölsche Seele trifft: Noch besser ist es, auf Ortsnamen ganz zu verzichten, da man sie nicht für sich monopolisieren kann und unter Umständen riskiert, Probleme mit geschützten Herkunftsangaben oder Kollektivmarken zu bekommen.

### **Gute Marken und Produktnamen sind**

- einprägsam, prägnant
- leicht verständlich
- unverwechselbar, einzigartig
- erzeugen positive Bilder und Konnotationen
- leicht auszusprechen
- ohne negative Bedeutung im relevantem Sprachraum
- verstoßen nicht gegen Markenrechte

### **Namen made in Köln**

Die Kölner Naming-Agentur Nambos unterstützt nationale und internationale Kunden strategisch bei der Entwicklung von Markennamen und Namenssystemen – von der Kreation über die rechtliche Überprüfung bis hin zur Implementierung auf internationalen Märkten. Die Markensicherheit spielt bei Nambos eine besondere Rolle und wird durch einen Inhouse-Markenanwalt gewährleistet. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Deutsche Bahn, Edeka, Deutsche Telekom, Bosch, Zooplus oder Fresenius. Aus der Feder von Nambos stammt auch der Name „Vivess“ der Non-Food-Eigenmarke von Rewe.

**NAMBOS GmbH**  
Amsterdamer Str. 192  
50735 Köln  
0221-998855-0  
[stroell@nambos.de](mailto:stroell@nambos.de)  
[www.nambos.de](http://www.nambos.de)