Urteilskopf

122 III 369

68. Auszug aus dem Urteil der I. Zivilabteilung vom 24. September 1996 i.S. SMP Management Programm St. Gallen AG gegen MZSG Management Zentrum St. Gallen (Berufung)
Regeste (de):
Art. 951 Abs. 2 OR. Unterscheidbarkeit der Firmen von Aktiengesellschaften.

Geringer Schutzumfang von Firmen, die dem Gemeingut angenähert sind und keine erhöhte Verkehrsgeltung geniessen (E. 1 und 2a).

Gegenüber einer älteren Firma, die gleiche Sachbezeichnungen wie die jüngere aufweist, können bereits verhältnismässig kennzeichnungsschwache Zusätze genügend Abstand schaffen (E. 1 und 2b).

Regeste (fr):
Art. 951 al. 2 CO. Caractère distinctif des raisons de sociétés anonymes.

Est moindre l'étendue de protection pour des raisons de commerce qui touchent au domaine public et ne jouissent d'aucune notoriété élevée (consid. 1 et 2a).

A l'endroit d'une raison de commerce antérieure présentant de mêmes désignations génériques que la raison subséquente, des adjonctions qui se distinguent relativement faiblement peuvent déjà produire une différenciation suffisante (consid. 1 et 2b).

Regesto (it):
Art. 951 cpv. 2 CO. Differenziazione delle ditte di società anonime.

Godono di un campo di protezione minore le ditte prossime al dominio pubblico e non dotate di alcuna notorietà elevata (consid. 1 e 2a).

Nei confronti di una ditta anteriore, che presenta le stesse designazioni generiche di una ditta posteriore, anche aggiunte che si distinguono in modo poco marcato possono produrre una sufficiente differenziazione (consid. 1 e 2b).

Sachverhalt ab Seite 369

A.- Die Aktiengesellschaft MZSG Management Zentrum St. Gallen wurde am 26. Juli 1984 gegründet. Sie hat ihren Sitz in St. Gallen und bezweckt die Schulung und Beratung von Führungskräften aller Stufen in Wirtschaft und Staat. Neben der Managementberatung bietet sie insbesondere Seminare zu Themen wie Unternehmensführung, Führungsverhalten und -methodik, Marketing, Weiterbildung, Finanz- und Rechnungswesen an.

Die SMP Management Programm St. Gallen AG wurde am 10. Mai 1991 gegründet. Sie hat ihren Sitz ebenfalls in St. Gallen. Ihr statutarischer Zweck besteht in der Managementausbildung und im Training von Führungskräften in allen Managementfragen auf der Basis der in St. Gallen entwickelten Konzepte der ganzheitlichen Managementlehre. Sie führt Seminare insbesondere über Management, Juniormanagement, Marketing, Human Resources Management und finanzielle Führung durch.

B.- Am 8. Juli 1994 reichte die MZSG Management Zentrum St. Gallen beim Handelsgericht des Kantons St. Gallen Klage gegen die SMP Management Programm St. Gallen AG ein. Sie stellte die Begehren, der Beklagten sei - gestützt auf Art. 956 OR, allenfalls gestützt auf Art. 3 lit. d UWG (SR 241) - unter Strafandrohung zu untersagen, die Firma "SMP Management Programm St. Gallen" zu führen; eventuell sei die Beklagte zu verpflichten, ihre Firma in der Weise abzuändern, dass sie mit derjenigen der Klägerin nicht mehr verwechselbar sei; im weiteren sei das Urteil auf Kosten der Beklagten gehörig zu publizieren. Mit Urteil vom 24. Mai 1995 hiess das Handelsgericht die Klage im wesentlichen gut. Es untersagte der Beklagten, die Firma "SMP Management Programm St. Gallen" zu führen, und verpflichtete sie, diese Firma innert drei Monaten ab Rechtskraft des Urteils im Handelsregister löschen zu lassen. Den Antrag auf Urteilsveröffentlichung wies das Handelsgericht hingegen ab.

C.- Auf Berufung der Beklagten hebt das Bundesgericht das handelsgerichtliche Urteil auf und weist die Klage ab.

Erwägungen

Aus den Erwägungen:

1. Die Firma einer Aktiengesellschaft muss sich von jeder in der Schweiz bereits eingetragenen Firma deutlich unterscheiden (Art. 951 Abs. 2 OR), ansonst der Inhaber der älteren Firma wegen Verwechslungsgefahr auf Unterlassung des Gebrauchs der jüngeren Firma klagen kann (Art. 956 Abs. 2 OR). Da Aktiengesellschaften ihre Firma frei wählen können, stellt die Rechtsprechung an deren Unterscheidungskraft im allgemeinen strenge Anforderungen. Ob zwei Firmen sich hinreichend deutlich unterscheiden, ist aufgrund des Gesamteindrucks zu prüfen, den sie beim Publikum hinterlassen. Die Firmen müssen nicht nur bei gleichzeitigem, aufmerksamem Vergleich unterscheidbar sein, sondern auch in der Erinnerung auseinandergehalten

werden können. Im Gedächtnis bleiben namentlich Firmenbestandteile haften, die durch ihren Klang oder ihren Sinn hervorstechen; solchen Bestandteilen kommt daher für die Beurteilung des Gesamteindrucks einer Firma erhöhte Bedeutung zu (BGE 118 II 322 E. 1 S. 323, mit Hinweisen). Nach der Rechtsprechung ist die Unterscheidbarkeit je nachdem, ob eine Firma aus Personen-, Sach- oder Phantasiebezeichnungen gebildet ist, differenziert zu beurteilen. Besonders strenge Massstäbe sind bei reinen Phantasiebezeichnungen anzulegen, die in der Regel stark prägende Kraft besitzen. Umgekehrt verhält es sich bei Firmen, die gemeinfreie Sachbezeichnungen als wesentliche Bestandteile enthalten. Grundsätzlich stehen zwar auch solche Firmen unter dem Schutz des Ausschliesslichkeitsanspruchs gemäss Art. 951 Abs. 2 und Art. 956 OR. Wer dieselben Sachbezeichnungen ebenfalls als Firmenbestandteile verwendet, hat deshalb für eine hinreichend deutliche Abhebung

von der älteren Firma zu sorgen, indem er sie mit individualisierenden zusätzlichen Elementen ergänzt (a.a.O., S. 324 f.; siehe ferner auch BGE 114 II 432 E. 2a S. 433 und 100 II 224 E. 4 S. 227 f.). Die Anforderungen an die Kennzeichnungskraft solcher Zusätze dürfen aber nicht überspannt werden (vgl. Urteil des Bundesgerichtes vom 15. Dezember 1992, publiziert in SMI 1994, S. 53, E. 3). Da das Publikum Sachbezeichnungen in erster Linie als blosse Hinweise auf Art und Tätigkeit des Unternehmens auffasst und ihnen daher für dessen Kennzeichnung nur geringe Bedeutung beimisst, pflegt es den übrigen Firmenbestandteilen erhöhte Aufmerksamkeit zu schenken. Bereits ein verhältnismässig kennzeichnungsschwacher Zusatz kann deshalb ausreichen, um genügend Abstand zu einer älteren Firma zu schaffen, welche gleiche Sachbezeichnungen wie die jüngere aufweist (vgl. KRAMER, "Starke" und "schwache" Firmenbestandteile, in: Festschrift Pedrazzini 1990, S. 605 ff.). Wie im Markenrecht rechtfertigt es sich schliesslich auch im Firmenrecht, Zeichen, die insgesamt als kennzeichnungsschwach erscheinen, nicht den gleichen geschützten Ähnlichkeitsbereich zuzubilligen, wie er starken Zeichen zukommt. Wer sich mit seiner Firma dem Gemeingut annähert, nimmt eine geringe Unterscheidungskraft in Kauf, solange er seiner Firma nicht mit entsprechenden Werbeanstrengungen erhöhte Verkehrsgeltung verschafft hat. Starke Firmen sind das Ergebnis einer schöpferischen Leistung oder langer Aufbauarbeit; sie verdienen deshalb einen weiteren Schutz. Schwache Firmen sollen demgegenüber den verbleibenden Raum für die Firmenbildung

nicht im gleichen Masse einengen dürfen (vgl. VON BÜREN, Kommentar zum Wettbewerbsgesetz, S. 140 ff. N. 97 ff.; SCHLUEP, Das Markenrecht als subjektives Recht, S. 19 und 23; siehe ferner auch CHRISTIAN HILTI, Firmenrecht, in: Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Bd. III, S. 312 f.).

2. a) Die klägerische Firma "MZSG Management Zentrum St. Gallen" setzt sich aus einem Kürzel, zwei Sachbegriffen und einer Ortsbezeichnung zusammen. Die Wörter "Management" und "St. Gallen" sollen offenbar einen assoziativen Bezug zur an der Hochschule St. Gallen entwickelten Managementlehre schaffen und damit auf die Ausrichtung des Ausbildungsangebots der Klägerin hinweisen. Das Kürzel "MZSG" und das Wort "Zentrum" sagen wenig aus. Der Phantasiegehalt der Firma ist insgesamt gering. Dass die Firma eine gesteigerte Verkehrsgeltung erlangt hätte, wird im angefochtenen Urteil nicht festgestellt und auch in der Berufungsantwort nicht behauptet. Es ist deshalb davon auszugehen, dass es sich um ein schwaches Zeichen handelt, das nach dem Gesagten nur einen geringen Schutzumfang beanspruchen kann. b) Die Firma der Beklagten stimmt mit jener der Klägerin zunächst in den Elementen "Management" und "St. Gallen" überein. Die Verbindung dieser beiden Wörter hat jedoch im Zusammenhang mit Managementausbildung als Hinweis auf deren Ausrichtung beschreibenden Charakter. Das Publikum wird deshalb seine Aufmerksamkeit auch auf die übrigen Firmenbestandteile lenken. Diese aber heben sich deutlich von den entsprechenden Bestandteilen der klägerischen Firma ab. Das gilt sowohl für das Wort "Programm" im Vergleich zu "Zentrum", als insbesondere auch für das Akronym "SMP" im Vergleich zu "MZSG". In diesem Zusammenhang ist im übrigen darauf hinzuweisen, dass Akronyme im Geschäftsverkehr allgemein selten verwechselt zu werden scheinen, weil sich das Publikum daran gewöhnt hat, bei ihrer Zuordnung Vorsicht walten zu lassen und allfällige Unklarheiten durch rechtzeitige Rückfragen zu beheben (LUCAS DAVID, Das Akronym im Firmen- und Markenrecht, SMI 1991, S. 334 f.). Dem Handelsgericht ist zwar darin beizustimmen, dass sich die genannten Unterschiede auf Firmenbestandteile beziehen, die sowohl von ihrem Klang als auch von ihrem Aussagegehalt her im Hinblick auf den Gesamteindruck der Firmen als wenig prägend erscheinen. Im Erinnerungsbild der Firmenadressaten dürften sich bei beiden Firmen in erster Linie die Kombination von "Management" und "St. Gallen" und die dadurch hervorgerufene Gedankenverbindung zur St. Galler Managementlehre einprägen.

Angesichts des geringen Schutzumfangs, welcher der klägerischen Firma zusteht, reichen die Unterschiede in den Zusätzen aber dennoch aus, um der Firma der Beklagten zu genügend Abstand zu verhelfen. Daran vermag auch nichts zu ändern, dass die Firmen einander in bezug auf die Wortreihenfolge entsprechen, indem sie beide mit einem Akronym beginnen, an das sich der Begriff "Management", ein wenig aussagekräftiger weiterer Begriff und die Ortsbezeichnung "St. Gallen" anschliessen. Denn auch diese Übereinstimmung fällt gegenüber der deutlichen Unterscheidbarkeit der Akronyme "SMP" und "MZSG" sowie der Wörter "Programm" und "Zentrum" zuwenig ins Gewicht. Entgegen der Auffassung des Handelsgerichts unterscheidet sich die Firma der Beklagten demnach insgesamt genügend von der älteren Firma der Klägerin. c) Dagegen ist auch mit dem Argument nicht aufzukommen, dass es nach den Feststellungen der Vorinstanz anscheinend tatsächlich zu einigen Verwechslungen gekommen ist. Das tatsächliche Auftreten von Verwechslungen kann zwar unter Umständen ein Indiz für eine Verwechslungsgefahr sein (vgl. BGE 118 II 322 E. 3 S. 326). Auf der anderen Seite reichen aber einige festgestellte Verwechslungen für sich allein nicht aus, um die mangelnde Unterscheidbarkeit zweier Firmen zu belegen, zumal der Firmenschutz nicht jegliche entfernte Verwechslungsmöglichkeit ausschliessen will, sondern nur Verwechslungen verhindern soll, denen der durchschnittliche Firmenadressat mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit unterliegt (vgl. BGE 119 II 473 E. 2d S. 476).