

СПОСОБЫ РАСПОРЯЖЕНИЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫМИ ПРАВАМИ НА ФИРМЕННОЕ НАИМЕНОВАНИЕ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ ГЕРМАНИИ

METHODS OF DISPOSAL OF EXCLUSIVE RIGHTS TO A COMPANY NAME UNDER GERMAN LAW

I. Maryenko

Summary. The article summarizes the methods of disposal in Germany of exclusive rights to the brand name: the main methods of pre-trial and judicial protection according to the law on trademarks, additional methods of protection in administrative, pre-trial and judicial procedure according to the rules of the Civil code and the Commercial code of Germany.

Keywords: exclusive rights, brand name, commercial designation, civil code, commercial code, trademark legislation.

Марьенко Илья Евгеньевич

Аспирант, Российская государственная академия интеллектуальной собственности (РГАИС)
imaryenko@yandex.ru

Аннотация. В статье обобщены способы распоряжения в Германии исключительными правами на фирменное наименование: основные способы досудебной и судебной защиты согласно закону о товарных знаках, дополнительные способы защиты в административном, досудебном и судебном порядке по правилам Гражданского кодекса и Торгового кодекса ФРГ.

Ключевые слова: исключительные права, фирменное наименование, коммерческое обозначение, гражданский кодекс, торговый кодекс, законодательство о товарных знаках.

Важность сравнительно-правового изучения способов распоряжения исключительными правами на фирменное наименование определяется относительно малым российским опытом в этой правовой сфере и существенной значимостью использования субъектами гражданско-правового оборота фирменного наименования, индивидуализирующего производимый продукт, развивающиеся предприятия в условиях высокой конкуренции постиндустриального общества [3]. Для решения актуальных задач корпоративного свойства в отечественной сфере интеллектуального права целесообразно проводить анализ позитивной практики развитых стран континентального права (Австрии, Германии, Бразилии, Казахстана, Португалии, России, Турции, Японии и др.), в том числе с учетом внушительного опыта немецкого гражданского права, в рамках которого функции формирования, развития права осуществляет, главным образом, законодатель [1, с. 48]. При этом Германия небезосновательно считается первой страной, где эволюционное развитие получила теория о предприятии (нем. «Unternehmen») — объекте гражданских прав [2].

Легитимное понятие «фирменного наименования» или «знака предприятия» (нем. «Unternehmenskennzeichen») приводится в § 5 части 2 Закона о защите товарных знаков (MarkenG [6]) 1936 года, пункты 1–2 которого предусматривают:

1. общее правило правовой защиты в качестве коммерческих обозначений (нем. «Geschäftliche Bezeichnungen») двух категорий — фирменного

наименования и названия произведения (нем. «Werktitel»);

2. обозначение двух взаимосвязанных дефиниций:
 - ◆ базовое понятие «фирменного наименования» — знаков (данных, информации, сведений), которые используются в коммерческих операциях в качестве названия определенной компании (als Name, als Firma) или специального обозначения бизнес-операции (besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs);
 - ◆ вторичное понятие «специальное обозначение бизнес-операции» (нем. «besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs») — деловые знаки и другие знаки, определяющие отличия одной бизнес-операции от других бизнес-операций, которые считаются индивидуальными признаками бизнес-операции в пределах обычных транспортных поставок.

То есть, содержание способов распоряжения исключительными правами на фирменное наименование по немецкому законодательству согласно § 5 MarkenG определяется общей защитой фирменного наименования как части коммерческого обозначения и правовой охраной двух объектов интеллектуальной собственности, составляющих фирменное наименование: непосредственно названия (имени) компании и обозначения бизнес-операции в пределах обычных транспортных поставок.

Практические мероприятия реализации исключительного права на фирменное наименование установ-

лены в § 15 MarkenG [6], который определяет шесть элементов правового механизма защиты исключительного права владельца коммерческого обозначения:

1. общее правило предоставления владельцу коммерческого обозначения исключительного права (ausschließliches Recht) на его защиту, включая и защиту фирменного наименования;
2. запрет третьим лицам использовать коммерческое обозначение или аналогичный знак в коммерческих перевозках, схожий с защищенным обозначением;
3. запрет третьим лицам использовать коммерческое обозначение, известное по всей стране, или аналогичный знак в любой хозяйственной деятельности, схожий с защищенным обозначением, если такое использование может навредить индивидуальному свойству или признанию коммерческого обозначения;
4. право владельца коммерческого обозначения обращаться с претензией к нарушителю двух указанных запретов, даже случае угрозы нарушения этих запретов;
5. обязанность нарушителя возместить собственнику коммерческого обозначения возникший ущерб в независимости от умысла или неосторожности с применением правил п. 6 § 14 MarkenG об оценке такого ущерба с учетом прибыли, полученной в результате нарушения права, или суммы, которую нарушитель должен был бы выплатить в качестве разумного вознаграждения при получении разрешения на использование защищаемого коммерческого обозначения;
6. применение правил п. 7 § 14 MarkenG [6] об ответственности владельца предприятия, если его работник нарушил указанные два запрета.

Следовательно, мероприятия реализации исключительных прав на фирменное наименование согласно § 15 MarkenG обусловлены правовым режимом защиты исключительного права владельца коммерческого обозначения, включающим: право владельца фирменного наименования на претензию к нарушителю, право собственника фирменного наименования на получение от нарушителя возмещения возникшего ущерба.

Поэтому два основных способа распоряжения исключительными правами на фирменное наименование по нормам § 5, 15 MarkenG включают претензионный (досудебный) порядок взыскания владельцем фирменного наименования убытков с нарушителя и судебный порядок взыскания собственником фирменного наименования убытков с нарушителя по правилам защиты товарного знака (§ 14 MarkenG).

Дополнительные способы защиты исключительного права на фирменное наименование регламентированы положениями § 12 Гражданского кодекса (Bürgerliches

Gesetzbuch, BGB [4]) и § 30, 37 Торгового кодекса ФРГ (Handelsgesetzbuch, HGB [5]).

Положения § 12 BGB обеспечивают защиту фирменного наименования в случае его несанкционированного использования досудебным путем с направлением нарушителю требования прекратить противоправное использование и с помощью судебного рассмотрения в случае бездействия нарушителя после получения указанного требования.

Нормы § 30, 37 Торгового кодекса (HGB) предусматривают административный запрет на регистрацию в торговом или корпоративном реестрах и санкции на применение нарушителями схожих наименований. При этом критерии различимости фирменного наименования рассматриваются судом соответствующего реестра, поскольку недостаточные различия являются препятствием для регистрации новой компании.

В этой связи стоит отметить, что владельцы малых компаний могут не регистрироваться в торговом реестре и, следовательно, не могут подпадать под указанные механизмы дополнительной защиты в торговой сфере отношений. Однако коммерческое название таких малых предприятий не должно совпадать с зарегистрированным фирменным наименованием [7].

Негативные последствия недопустимого использования зарегистрированного наименования регулируют нормы § 37 HGB, которые позволяют использовать механизмы предъявления требования компании к любому нарушителю об отказе от противоправного использования ее фирменного наименования и возмещения соответствующего убытка по нормам других законов.

Таким образом, дополнительные способы распоряжения исключительными правами на фирменное наименование включают: административный способ запрета в регистрации компании со схожим фирменным наименованием по нормам Торгового кодекса (HGB), досудебный способ устранения противоправного использования фирменного наименования и судебный способ восстановления нарушенного права, отраженные в нормах Торгового и Гражданского (BGB) кодексов.

Проведенный анализ показал на регламентацию в действующем немецком законодательстве следующих способов распоряжения исключительными правами на фирменное наименование:

1. основных способов досудебной (претензионной) и судебной защиты по нормам § 5, 15 MarkenG;
2. дополнительных способов защиты в административном, досудебном и судебном порядке по правилам § 12 Гражданского кодекса (BGB) и § 30, 37 Торгового кодекса (HGB).

ЛИТЕРАТУРА

1. Давид Р., Жоффе-Спинози К. Основные правовые системы современности: пер. с фр. В. А. Туманова. — М.: Междунар. отношения, 1999—400 с.
2. Сидоров, А. Е. Предприятие как объект гражданских прав в Германии, Австрии, Швейцарии: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03/ Сидоров Антон Евгеньевич. — Москва, 2014. — 26 с.
3. Шишкин, Д. А. Гражданско-правовые формы использования фирменных наименований и коммерческих обозначений: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03/ Шишкин Дмитрий Алексеевич. — Ростов-на-Дону, 2010. — 24 с.
4. Bürgerliches Gesetzbuch (BGB). [Электронный ресурс], URL: https://www.gesetze-im-internet.de/bgb/___12.html (дата обращения: 22.12.19).
5. Handelsgesetzbuch (HGB). [Электронный ресурс], URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/hgb/index.html#BJNR002190897BJNE004400300> (дата обращения: 22.12.19).
6. Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (MarkenG). [Электронный ресурс], URL: <https://www.gesetze-im-internet.de/markeng/> (дата обращения: 22.12.19).
7. Rain Selma Burnukara, Susanne Tempelmeyer-Vetter. Die Firma und andere Unternehmenskennzeichen. [Электронный ресурс], URL: <https://www.konstanz.ihk.de/recht-und-fair-play/vertrag-gesellschaft/firmenrecht/diefirmaundandereunternehmenskennzeichen-1672568>(дата обращения: 22.12.19).

© Марьенко Илья Евгеньевич (imaryenko@yandex.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



РГАИС