

# Verjährung, § 20 MarkenG

## **1. Allgemeines**

Die Verjährung richtet sich gem. § 20 S. 1 MarkenG nach den Vorschriften des BGB. Es gilt daher die regelmäßige Verjährungsfrist von drei Jahren nach § 195 BGB.

Die Verjährung beginnt nach § 199 I BGB mit dem Schluss des Jahres, in dem der Anspruch entstanden ist und der Gläubiger von den den Anspruch begründenden Umständen und der Person des Schuldners Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangen müsste. Es gilt eine absolute Verjährungsfrist von zehn Jahren nach Entstehung des Anspruchs, § 199 III Nr. 1, IV BGB. Ist ein Schadensersatzanspruch noch nicht entstanden, so gilt nach § 199 III Nr. 2 BGB eine absolute Verjährungsfrist von dreißig Jahren.

## **2. Verjährung des Unterlassungsanspruchs**

Besteht ein Unterlassungsanspruch nach §§ 14 V, 15 IV MarkenG, so tritt gem. § 199 V BGB an die Stelle der Entstehung des Anspruchs die Zuwiderhandlung.

### **a) Abgeschlossene Handlungen**

Für die Zuwiderhandlung muss eine vollendete Handlung nach § 14 III, IV MarkenG vorliegen. Werden unterschiedliche, in sich abgeschlossene Handlungen vorgenommen, so stellt jede Verletzungshandlung einen eigenständigen Anknüpfungspunkt für die Verjährung dar. Auf einen von einem einheitlichen Willen getragenen Fortsetzungszusammenhang kommt es nicht an (BGH, GRUR 1974, 99, 100 – *Brünnova*; BGH, GRUR 1984, 820,

822 – *Intermarkt II*; BGH, GRUR 1992, 61, 63 – *Preisvergleichsliste*; a.A. *Neu*, GRUR 1985, 335, 350; *Messer* in Großkommentar UWG, 1991, § 21 UWG, Rn. 29: Beendigung des letzten Teilakts). So sind z.B. das Anbringen des Zeichens auf der Ware, das Angebot der Ware an verschiedene Abnehmer oder das Benutzen des Zeichens in der Werbung jeweils unterschiedliche Handlungen und verjähren eigenständig.

## **b) Dauerhandlungen**

Liegt hingegen eine Dauerhandlung vor, so ist die letzte vollendete Verletzungshandlung für den Verjährungsbeginn maßgeblich. Eine Dauerhandlung ist eine Handlung, von der eine dauerhafte, vom Verletzer pflichtwidrig aufrechterhaltende Störung ausgeht. Ein Beispiel hierfür ist die Anbringung eines verletzenden Firmenschildes am Ladenlokal.

Solange die Störung andauert, beginnt nach Auffassung der *Rechtsprechung* die Verjährung nicht zu laufen, sondern sie beginnt erst, sobald die Störung beseitigt ist (BGH, GRUR 1974, 99, 100 – *Brüinova*).

Teile der *Literatur* unterteilen demgegenüber die Dauerhandlung in einzelne Teilakte, um einen Gleichlauf mit den Schadensersatzansprüchen zu erreichen (siehe unten). Damit Vollendung eines Teilakts der Unterlassungsanspruch entsteht, beginnt danach schon dann die Verjährung (*Bornkamm*, in: Ahrens, *Der Wettbewerbsprozess*, 7. Aufl., 2013, Kap. 34, Rn. 9; *Sosnitza*, *Markenrecht*, 2. Aufl. 2015, § 9 Rn. 4; Ohly/*Sosnitza/Sosnitza*, 6. Aufl. 2014, § 11, Rn. 19).

Beide Auffassungen führen jedoch zum selben Ergebnis, da der Unterlassungsanspruch in die Zukunft gerichtet ist und nach der Ansicht der Literatur mit der Vollendung des letzten Teilakts der Unterlassungsanspruch erneut entsteht und auch die Verjährungsfrist wieder beginnt.

### **3. Verjährung des Schadensersatzanspruchs**

#### **a) Abgeschlossene Handlungen**

Für die Schadensersatzansprüche nach §§ 14 VI, 15 V MarkenG gilt hinsichtlich einzelner Verletzungshandlungen das Gleiche wie für die Unterlassungsansprüche.

#### **b) Dauerhandlungen**

Anders ist dies hingegen bei Dauerhandlungen. Hier wird die schadensstiftende Dauerhandlung in verschiedene Teilakte aufgespalten, wodurch fingiert wird, dass täglich eine Einzelhandlung stattfindet (BGH, GRUR 1999, 751, 754 – *Güllepumpe*; BGH, GRUR 1978, 492, 495 – *Fahrrad-gepäckträger II*; a.A. *Messer* in Großkommentar UWG, 1991, § 21 UWG, Rn. 24: Vollendung der Dauerhandlung). Der Schaden wird für jeden Teilakt der Verletzung neu berechnet. Die einzelnen Schadensersatzansprüche verjähren jeweils selbständig.

### **4. Beispiele**

#### **a) Abgeschlossene Handlungen**

Der Verletzer bringt am 31.12.2011 das Zeichen des Markeninhabers auf seiner eigenen Ware an. Noch am selben Tag erlangt der Markeninhaber hiervon Kenntnis.

Am 01.01.2012 wirbt er mit den so gekennzeichneten Waren in seinem Schaufenster, wovon der Markeninhaber ebenfalls sofort Kenntnis nimmt.

Der Unterlassungsanspruch wegen des Anbringens des Zeichens verjährt nach § 20 S. 1 MarkenG i.V.m. §§ 195, 199 I BGB mit Ablauf des 31.12.2014. Ebenso verjährt der diesbezügliche Schadensersatzanspruch.

Der Unterlassungsanspruch wegen der Werbung mit der Ware vom 01.01.2012 verjährt hingegen ebenso wie der Schadensersatzanspruch erst mit Ablauf des 31.12.2015.

#### **b) Dauerhandlungen**

Der Verletzer beginnt am 31.12.2011 mit dem Vertrieb der markenverletzend gekennzeichneten Ware. Hiervon erlangt der Markeninhaber am selben Tag Kenntnis. Der Verletzer stellt den Vertrieb am 15.05.2012 ein.

Da es sich um eine Dauerhandlung handelt, ist für die Schadensersatzansprüche nach den jeweiligen Teilakten, d.h. Tagen, zu differenzieren. Der Schadensersatzanspruch vom 31.12.2011 verjährt mit Ablauf des 31.12.2014. Die Schadensersatzansprüche vom 01.01.2012 bis zum 15.05.2012 verjähren hingegen mit Ablauf des 31.12.2015.

Hinsichtlich des Unterlassungsanspruchs bestehen unterschiedliche Auffassungen:

Nach Ansicht der Rechtsprechung beginnt die Verjährung erst mit Beendigung des letzten Teilakts, d.h. am 15.05.2012. Der Anspruch verjährt demnach mit Ablauf des 31.12.2015.

Nach Ansicht der Literatur beginnt die Verjährung nach jedem Teilakt. Der Unterlassungsanspruch vom 31.12.2011 verjährt demnach mit Ablauf des 31.12.2014. Die Unterlassungsansprüche vom 01.01.2012 bis zum 15.05.2012 verjähren hingegen erst mit Ablauf des 31.12.2015.

Aber auch bei einer Aufteilung in mehrere Unterlassungsansprüche bleibt deren Inhalt gleich, nämlich dass der Verletzer es für die Zukunft unterlassen soll, die markenverletzend gekennzeichnete Ware zu vertreiben.

Beide Ansichten gelangen damit zum Ergebnis, dass der Unterlassungsanspruch mit Ablauf des 31.12.2015 verjährt.