

domainrecht-bernreuther.de (E)

Gliederung

- 1. Domains, Meta-Tags und keywords (Font-Matching) als Erörterungsgegenstände
Rz. 1
- 1.1 Domain-Namen als Gegenstand
1.3
Rz. 1.1 –
- 1.2 Meta-Tags und keywords (Angaben im Zuge des sog. Font-Matching) als Gegenstand
Rz. 1.4 – 1.9
- 2. Die Aufgabe der Domain-Namen
- 2.1 Die Zugangsermöglichung und –kennzeichnung als Aufgabe
2.2
der Domain
Rz. 2.1 –
- 2.2 Namensfunktion der ein eigenständiges, absolutes Recht darstellenden Domain?
Rz. 2.3
- 3. Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Domain-Namen
3.2
Rz. 3.1 –
- 3.1 Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Second-Level-Domains
- 3.1.1 Verstöße gegen das MarkenG
Rz. 3.3
- 3.1.1.1 Allgemeine Voraussetzungen
Rz. 3.4
- 3.1.1.1.1 Handeln im geschäftlichen Verkehr
Rz. 3.5
- 3.1.1.1.2 Zeichenmäßige Benutzung des Domain-Namens
Rz. 3.6
- 3.1.1.1.3 Zeitliche Priorität der Klagemarke oder der geschäftlichen Bezeichnung
Rz. 3.7
- 3.1.1.1.4 Ausschluss der Verwechslungsgefahr bei beschreibenden Angaben gemäß § 23 MarkenG
Rz. 3.8
- 3.1.1.2 Voraussetzungen im Besonderen
- 3.1.1.2.1 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch gemäß den §§ 4, 14 Abs. 2 Ziff. 1, Abs. 5 MarkenG wegen Verletzung der identischen Marke
- 3.1.1.2.1.1 Die Voraussetzungen für das Vorhandensein einer Domain als Marke
Rz. 3.10
- 3.1.1.2.1.2 Fehlende Waren- oder Dienstleistungsidentität und vorhandene Waren- oder Dienstleistungsidentität
Rz. 3.11
- 3.1.1.2.2 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen Verwechslungsgefahr gemäß den §§ 4, 14 Abs. 2 Ziff. 2, Abs. 5 MarkenG
Rz. 3.12

3.1.1.2.2.1	Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit	Rz. 3.13
3.1.1.2.2.2	Sachlicher Geltungsumfang der Marke (Schutzumfang), Geltungsumfang des Domain-Namens	Rz. 3.14
3.1.1.2.2.3	Markenähnlichkeit	Rz. 3.15
3.1.1.2.2.4	Kennzeichnungskraft	Rz. 3.16
3.1.1.2.2.5	Streit um Domain-Namen zwischen gleichen oder verwechslungsfähigen Marken	Rz. 3.17 –
3.1.1.2.3	Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen unlauterer Verletzung der bekannten Marke gemäß den §§ 4, 14 Abs. 2 Ziff. 3, Abs. 5 MarkenG	Rz. 3.21
3.1.1.2.4	Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch gemäß den §§ 5, 15 Abs. 2, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG wegen Verletzung einer geschäftlichen Bezeichnung	
3.1.1.2.4.1	Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche betreffend Unternehmenskennzeichen	
3.1.1.2.4.1.1	Der bloße Domain-Namen stellt im Regelfall keine geschäftliche Bezeichnung dar	Rz. 3.22
3.1.1.2.4.1.2	Die Verletzungstatbestände gemäß § 15 Abs. 1, Abs. 2 und § 15 Abs. 1, Abs. 3 MarkenG	
3.1.1.2.4.1.2.1	Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 1, Abs. 2 MarkenG im Hinblick auf die Benutzung einer Domain, welche aufgrund des Gesamteindrucks und damit aufgrund des regelmäßig erforderlichen Gesamtzusammenhangs mit der Internetseite zugleich als geschäftliche Bezeichnung anzusehen ist; zum Sonderproblem des regional begrenzten Schutzes	
	(1) Verwechslungsgefahr	Rz. 3.23
	(2) Regional begrenzter Schutz	Rz. 3.24
3.1.1.2.4.1.2.2	Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen unlauterer Verletzung eines bekannten Unternehmenskennzeichens gemäß § 15 Abs. 1, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG	Rz. 3.25
3.1.1.2.4.1.3	Streit um Domain-Namen zwischen gleichen Unternehmenskennzeichen	Rz. 3.26 -
3.1.1.2.4.2	Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche bei Verletzung von Werktiteln gemäß §§ 5 Abs. 1, Abs.3, 15 Abs. 1, Abs. 2, Abs.3, Abs. 4 MarkenG	Rz. 3.29
3.1.1.2.5	Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch gemäß den §§ 127 Abs. 1, Abs. 3, 128 Abs. 1 MarkenG und wegen Verstößes gegen die VO zum Schutz geographischer Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen (EWG) Nr. 2081/92	
3.1.1.2.5.1	Verstöße gegen den Schutz geographischer Herkunftsangaben gemäß § 127 MarkenG	

3.1.1.2.5.1.1	Verstöße gegen § 127 Abs. 1 MarkenG aufgrund Domain-Nutzung	Rz. 3.30
3.1.1.2.5.1.2	Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen unlauterer Verletzung einer bekannten geographischen Herkunftsangabe gemäß § 127 Abs. 3 MarkenG	Rz. 3.31 –
3.1.1.2.5.1.3	Streit um Domain-Namen zwischen gleichen geographischen Herkunftsangaben	Rz. 3.33
3.1.1.2.5.2	Verstöße gegen den Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen gemäß der VO (EWG) Nr.2081/92 aufgrund der Benutzung von Domain-Namen	Rz. 3.34
3.1.2	Verstöße gegen des UWG	Rz: 3.35
3.1.2.1	Allgemeine Anwendungsvoraussetzungen des UWG	
3.1.2.1.1	Handeln im geschäftlichen Verkehr	Rz. 3.36
3.1.2.1.2	Wettbewerbsverhältnis	Rz. 3.37
3.1.2.2	Voraussetzungen im Besonderen	
3.1.2.2.1	Unlautere Behinderung gemäß §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG	Rz. 3.38
3.1.2.2.2	Irreführung gemäß §§ 3, 5 Abs. 1, Abs. 2 Ziff. 3 UWG	Rz. 3.39
3.1.3	Verstöße gegen das BGB	Rz. 3.40
3.1.3.1	Allgemeine Voraussetzungen	
3.1.3.1.1	Privates Handeln	Rz. 3.41
3.1.3.1.2	Schutz des Pseudonyms	Rz. 3.42
3.1.3.2	Voraussetzungen im Besonderen	
3.1.3.2.1	Namensrechtsverletzung	Rz. 3.43
3.1.3.2.1.1	Namensanmaßung	Rz. 3.44
3.1.3.2.1.1.1	Inhalt der Namensanmaßung – unbefugter Gebrauch	Rz. 3.45
3.1.3.2.1.1.2	Zuordnungsverwirrung	Rz. 3.46
3.1.3.2.1.1.3	Beeinträchtigung schutzwürdiger Interessen des Namens-trägers	Rz. 3.47
3.1.3.2.1.1.4	Priorität	Rz. 3.48
3.1.3.2.1.2	Namensleugnung	Rz. 3.49
3.1.3.2.2	Vorsätzliche sittenwidrige Schädigung gemäß § 826 BGB; Domain-Grabbing außerhalb des Handelns im geschäftlichen Verkehr	Rz. 3.50
3.1.3.3	Streit um Domain-Namen zwischen Namensgleichen	Rz. 3.51
3.1.3.4	Streit um Domain-Namen zwischen Namensinhaber und Zeicheninhaber	Rz. 3.52
3.1.4	Angebliche oder tatsächliche Schutzlücken bei der privaten Nutzung von SLDs	Rz. 3.53

3.1.4.1	Der Schutz von Domains aufgrund des MarkenG's im Vergleich zum BGB	
3.1.4.1.1	Der Schutz von Domains als Marke im Vergleich zum BGB	Rz. 3.54 – 3.57
3.1.4.1.2	Der Schutz von Domains als geschäftliche Bezeichnung im Verhältnis zum BGB	
3.1.4.1.2.1	Der Schutz von Domains als geschäftliche Bezeichnung i.S. eines Unternehmenskennzeichens und die Unterschiede zum BGB	Rz. 3.58 - 3.59
3.1.4.1.2.2	Der Schutz von Domains als geschäftliche Bezeichnung i.S. eines Werktitels und die Unterschiede zum BGB	Rz. 3.60 – 3.63
3.1.4.1.3	Der Schutz von Domains als geographische Herkunftsan-gabe im Verhältnis zum BGB	Rz. 3.64 – 3.66
3.1.4.2	Der Schutz von Domains aufgrund des UWG im Vergleich zum BGB	
3.1.4.2.1	Unlautere Behinderung gemäß §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG durch eine SLD und das BGB	Rz. 3.67
3.1.4.2.2	Irreführung gemäß §§ 3, 5 UWG durch den SLD und die Bewertung desselben Sachverhaltes nach BGB	Rz. 3.68
3.2	Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Top-Level-Domains	Rz. 3.69
3.2.1	Verstöße gegen das MarkenG	Rz. 3.70
3.2.2	Verstöße gegen des UWG	Rz. 3.71-3.72
3.2.3	Verstöße gegen des BGB	Rz. 3.73
3.3	Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Third-Level-Domains (ThLD)	Rz. 3.74
3.3.1	Verstöße gegen das MarkenG	Rz. 3.75
3.3.1.1	Verstöße gegen das MarkenG aufgrund der Benutzung von ThLDs allein	Rz. 3.76
3.3.1.2	Verstöße gegen das MarkenG aufgrund des Zusammenhangs der Domainbestandteile ThLD und SLD	Rz. 3.77
3.3.2	Verstöße gegen das UWG und das BGB	Rz. 3.78
4.	Meta-Tags und sog. Font-Matching	
4.1	Die Aufgabe von Meta-Tags und von keywords (Angaben im Zuge des	

	sog. Font-Matching)	
4.1.1	Die Aufgabe von Meta-Tags	Rz. 4.1 – 4.3
4.1.2	Die Aufgabe von Angaben im Zuge des sog. Font-Matching	Rz. 4.4
4.2	Gesetzesverstöße durch Meta-Tags und durch Angaben im Zuge des sog. Font-Matching	Rz. 4.5
4.2.1	Verstöße gegen das MarkenG	
4.2.1.1	Allgemeine Voraussetzungen	Rz. 4.6 – 4.9
4.2.1.2	Voraussetzungen im Besonderen	Rz. 4.10
4.2.1.2.1	Der Schutz von Marken im Zusammenhang mit Meta-Tags und Angaben im Zuge des sog. Font-Matching	
4.2.1.2.1.1	Fehlende Markenidentität gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 1 MarkenG bei Erkennbarkeit der Markenidentität nur durch die Suchmaschine	Rz. 4.11
4.2.1.2.1.2	Verwechslungsgefahr gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 2 MarkenG	Rz. 4.12
4.2.1.2.1.3	Unlautere Verletzung einer bekannten Marke gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG	Rz. 4.13
4.2.1.2.2	Der Schutz von geographischen Herkunftsangaben im Zusammenhang mit Meta-Tags und Angaben im Font-Matching	Rz. 4.14 – 4.15
4.2.2	Verstöße gegen das UWG	Rz. 4.16 – 4.17
4.2.3	Verstöße gegen das BGB	Rz. 4.18
5.	Benutzungszwang von Domain-Namen	Rz. 5
6.	Verantwortlichkeit	
6.1	Verantwortlichkeit des Hauptbeteiligten	Rz. 6.1
6.2	Verantwortlichkeit des Nebenbeteiligten	
6.2.1	Verantwortlichkeit des Störers allgemein	Rz. 6.2
6.2.2	Verantwortlichkeit des Störers im Besonderen	
6.2.2.1	Verantwortlichkeit des unmittelbar Begünstigten ohne Tatbeitrag	Rz. 6.3
6.2.2.2	Verantwortlichkeit der DENIC	Rz. 6.4
6.2.2.3	Verantwortlichkeit der EURid	Rz. 6.5
6.2.2.4	Verantwortlichkeit des Providers	Rz. 6.6

6.2.2.4.1 6.10	Verantwortlichkeit des Providers bei Eigenanmeldung des Domain-Namens	Rz. 6.7 –
6.2.2.4.2	Verantwortlichkeit des Providers bei Anmeldung des Domain-Namens auf eine dritte Person	
6.2.2.4.2.1	Vollmachtlose Anmeldung durch den Provider	Rz. 6.11
6.2.2.4.2.2 6.13	Anmeldung durch den bevollmächtigten Provider auf den Vollmachtgeber	Rz. 6.12 –
6.2.2.5	Verantwortlichkeit des Gestalters	Rz. 6.14
6.2.2.6	Verantwortlichkeit der ICANN	Rz. 6.15
6.2.2.7	Verantwortlichkeit des Registrators bei unzulässigen Meta-tags und Angaben im Font-Matching	Rz. 6.16
6.2.2.8	Verantwortlichkeit des Suchmaschinenbetreibers	Rz. 6.17
6.2.2.9	Verantwortlichkeit des Betreibers eines Meinungsforums	Rz. 6.18
7.	Rechtsfolgen	
7.1	Rechtsfolgen im Hinblick auf Domain-Namen	
7.1.1	Rechtsfolgen im Hinblick auf Domain-Namen aufgrund Gesetzesverstoßes	Rz. 7.1 – 7.5
7.1.2	Rechtsfolgen im Hinblick auf Domain-Namen aufgrund Vertragsverstoßes	Rz. 7.6 – 7.7
7.2	Rechtsfolgen im Hinblick auf Meta-Tags und Angaben im sog. Font-Matching	Rz. 7.8
8.	Rechtsdurchsetzung	
8.1	Vorgerichtliche und gerichtliche Rechtsdurchsetzung	
8.1.1	Abmahnung	Rz. 8.1
8.1.2	Verfügungsantrag bzw. Klage	Rz. 8.2
8.1.3	Dispute	Rz. 8.3
8.2	Rechtsdurchsetzung im ICANN-Schiedsverfahren	Rz. 8.4 – 8.8
8.3 8.10	Rechtsdurchsetzung auf der Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 874/2004	Rz. 8.9 –
9.	Der Ort der Rechtsdurchsetzung und die räumliche Verbotsreichweite	Rz. 9.1
9.1	Ort der Rechtsdurchsetzung und die räumliche Verbotsreich-	Rz. 9.2

weite bei Angriffen gegen den Domain-Namen allein

9.1.1	Auf ein einziges Staatsgebiet verweisende ccTDL	Rz. 9.3
9.1.2	Auf mehrere Staatsgebiete verweisende ccTDL bzw. gTDL	Rz. 9.4 – 9.6
9.2	Der Ort der Rechtsdurchsetzung und die räumliche Ver- botsreichweite bei Angriffen gegen den Domain-Namen im Zusammenhang mit dem nachfolgenden Internetauftritt	Rz. 9.7
9.2.1	Auf ein einziges Staatsgebiet verweisende ccTLD nebst Seiteninhalt	Rz. 9.8 – 9.9
9.2.2	Auf mehrere Staatsgebiete verweisende ccTLDs bzw. gTLD nebst Seiteninhalt	Rz. 9.10 – 9.14
10.	Das Internet und damit auch Domains als rechtsfreier Raum?	Rz. 10
11.	Abgrenzungen	Rz. 11.1
11.1	Gating	Rz. 11.2
11.2	Adwords	Rz. 11.3 – 11.7
11.3	Linkfarmen	Rz. 11.8
12. 12.4	Der wirtschaftliche Wert von Domain-Namen	Rz. 12.1 –
13.	Die Pfändbarkeit von Domain-Namen	Rz. 13
14.	Auslassungen	Rz. 14
15.	Fehler	Rz. 15
16. 16.4	Ausblicke	Rz. 16.1 –

domainrecht-bernreuther.de (E)		
<p>Einleitung</p> <p>Die nachfolgenden Ausführungen betreffen die rechtlichen Folgen der Benutzung von Domain-Namen, von zunächst nicht sichtbaren Angaben im Quelltext (Meta-Tags) und von gleichermaßen zunächst nicht sichtbaren Angaben im Rahmen des Internetauftritts sonst (Font-Matching). Erörtert werden allein die rechtlichen Bewertungen der vorgenannten Handlungsweisen außerhalb von vertraglichen Beziehungen.</p> <p>1. Domains, Meta-Tags und keywords (Angaben im Font- Matching) als Erörterungsgegenstände</p> <p>1.1 Domain-Namen als Gegenstand</p> <p>Bilden Domain-Namen den Gegenstand der rechtlichen Auseinandersetzung, geht es hauptsächlich um die Benutzung von Second-Level-Domains (SLD).</p> <p>Demgegenüber sind Top-Level-Domains (TLD) eher selten, mithin vorzugsweise bei der Begründung der internationalen Zuständigkeit und als Anknüpfungspunkt für die Frage der räumlichen Reichweite von gerichtlichen Verbotsentscheidungen von besonderem Belang.</p> <p>Third-Level-Domains (ThLD) schließlich, also diejenigen Angaben, wie sie – wenn überhaupt – links vom SLD enthalten und von diesen durch einen Punkt getrennt sind, bilden hier und in der Wirklichkeit sonst eine Randerscheinung im weiten Feld der Domain-Streitigkeiten.</p> <p>1.2 Meta-Tags und keywords (Angaben im Zuge des sog. Font-Matching) als Gegenstand</p> <p>Meta-Tags sind Wörter, Buchstaben oder Zeichen, eingefügt in den Quelltext eines Internetauftritts. Sie können die Seitenauffindung durch Suchmaschinen befördern.</p> <p>Mit Font-Matching bezeichnet man die Benutzung von Wörtern, Buchstaben oder Zeichen in weißer Schrift vor weißem Grund, was insofern ungenau ist, als diese Wirkung der Unsichtbarkeit für das</p>	<p>Rz. 1 A:1 B:1 C:1 D:1 F:1</p> <p>Rz. 1.1 A:1.1 C:1.1 D:1.1 F:1.1</p> <p>Rz. 1.2 F:1.2</p> <p>Rz. 1.3 F:1.3</p> <p>Rz. 1.4 B:1.2 C:1.2 D:1.2 F:1.6</p> <p>Rz. 1.5 B:1.3 C:1.3 D:1.3 F:1.6</p>	

	<p>menschliche Auge bei Lesbarkeit der Angaben für die Suchmaschine auch mittels farbiger Angaben vor gleichfarbigem Hintergrund, darüber hinaus dieselbe Wirkung durch Verkleinerungen zu erzielen ist.</p> <p>Meta-Tags, Angaben im Zuge des Font-Matching und Domain-Namen weisen insofern Vergleichbarkeiten auf, als sie von Suchmaschinen als Treffer für vorhandene Internetauftritte ausgewertet werden können, Meta-Tags und Font-Matching unterscheiden sich von Domain-Namen durch ihr für das menschliche Auge zunächst nicht sichtbares Vorhandensein, darüber hinaus können diese Angaben im Gegensatz zu Domain-Namen aus Zahlen bestehen, sieht man von der Möglichkeit der Telefonnummern-Domains ab.</p> <p>Meta-Tags und Angaben im Zuge des Font-Matching unterscheiden sich praktisch dadurch, dass – zumindest bislang – Meta-Tags für die Beschreibung der Internetseiten technisch erforderlich sind. Angaben im Zuge des Font-Matching werden verstärkt zum Auffinden der eigenen Seite eingesetzt, ohne dass ein Zusammenhang zwischen den keywords und den Seiteninhalten besteht.</p> <p>Dass der funktionswidrige Einsatz von Meta-Tags und von Angaben im Zuge des Font-Matching Rechtsfragen aufwirft, die der unzulässigen Benutzung von SLDs ähneln, ergibt sich jeweils aus dem gleichlautenden Vorwurf einer unzulässigen Benutzung von Marken oder sonstigen Zeichen, aufgrund des jeweils gleichlautenden Vorwurfs der Verwendung von unlauteren Angaben im Wettbewerb und aufgrund des jeweils gleichlautenden Vorwurfs der Benutzung eines fremden Namens, in allen drei Fällen zum Zweck einer Herstellung der Verbindung mit dem eigenen oder einem Internetauftritt.</p> <p>2. Die Aufgabe der Domain-Namen</p> <p>2.1 Die Zugangsermöglichung und –kennzeichnung als Aufgabe der Domain</p> <p>Domains haben die Aufgabe, den Zugang zu einer bestimmten Internetseite zu ermöglichen. Zur Erleichterung dieser Zugangsmöglichkeit aus dem Gesichtspunkt der Erinnerbarkeit der SLD, aber auch aufgrund des sich Erschließens des Domain-Namens vor dem Hintergrund erwarteter Inhalte,</p>	<p>Rz. 1.6 D:1.4 F:1.8</p> <p>Rz. 1.7 D:1.5</p> <p>Rz. 1.8 F:1.7</p> <p>Rz. 1.9</p> <p>Rz. 2.1 A:2 B:2 C:2 D:2 F:2.1</p>
--	--	--

	<p>weisen SLDs häufig Sachinhalte (Widerspiegelung des Inhalts) oder Namensinhalte (Widerspiegelung des Namens der hinter dem Auftritt stehenden Person) auf und kennzeichnen so die Zugangsmöglichkeit inhaltlich, häufig aufgrund inhaltlichen Zusammenhangs mit den Folgeseiten. Selten kommt es innerhalb von Domain-Namen zu einer Verknüpfung beider Gesichtspunkte (Sachinhalt; Namensinhalt).</p> <p>Dieser Funktionszusammenhang von SLDs mit dem nachfolgenden Internetauftritt macht deutlich, dass diese Domains insoweit per se bedeutungslos sind, als die Registrierung und/oder die Benutzung von Domains für sich betrachtet nicht rechtsbegründend ist.</p> <p>2.2 Namensfunktion der ein eigenständiges, absolutes Recht darstellenden Domain?</p> <p>In der Literatur wird die Auffassung vertreten, ein Domain-Name sei als absolutes Recht einzuordnen. Dem möchte ich mich – und das Bundesverfassungsgericht sich – nicht anschließen.</p> <p>3. Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Domain-Namen</p> <p>Schwerpunkt der Erörterung bilden Gesetzesverstöße durch die Benutzung von SLDs, am Rande werden Gesetzesverstöße durch Top-Level-Domains bzw. Third-Level-Domains erwähnt.</p> <p>Als Anspruchsgrundlagen für ein Unterlassungs- oder Beseitigungsbegehren (als praktisch wichtigstes Ziel des Inhabers eines verletzten Rechts) kommen beinahe ausschließlich das MarkenG, das UWG und das BGB in Betracht.</p> <p>3.1 Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Second-Level-Domains</p> <p>3.1.1 Verstöße gegen das MarkenG</p> <p>Das MarkenG regelt den Schutz von Marken, geschäftlichen Bezeichnungen (Unternehmenskennzeichen einerseits; Werktitel andererseits, § 5 Abs. 1 MarkenG) und von geographischen Herkunftsangabe, § 1 MarkenG.</p>	<p>Rz. 2.2 F:2.2-2.3</p> <p>Rz. 2.3 F:2.4</p> <p>Rz. 3.1 A:3.1 B:3.1 D:3.1 F:3.1</p> <p>Rz. 3.2 D:3.2 F:3.2-3.3</p> <p>Rz. 3.3 D:3.3 F:3.4</p> <p>Rz. 3.4 C:3.2 D:3.4 F:3.5</p>
--	--	---

	<p>3.1.1.1 Allgemeine Voraussetzungen</p> <p>Die Anwendbarkeit des MarkenG setzt als wichtigste allgemeine Voraussetzungen ein Handeln im geschäftlichen Verkehr sowie eine markenmäßige Benutzung, also die Benutzung eines Zeichens als Kennzeichnungsmittel (Ausnahme: Schutz der geographischen Herkunftsangabe mit besonderem Ruf gemäß § 127 Abs. 3 MarkenG) voraus.</p> <p>3.1.1.1.1 Handeln im geschäftlichen Verkehr</p> <p>An einem Handeln im geschäftlichen Verkehr fehlt es bei einem privaten Internetauftritt, mithin, wenn die Internetseiten keine geschäftlichen Inhalte aufweisen, weil sie nicht auf den Absatz von Waren oder Dienstleistungen bezogen sind bzw., weil die öffentliche Hand in Vollziehung hoheitlicher Aufgaben tätig ist.</p> <p>Dies hat insbesondere zur Folge, dass die Errichtung von Informationsplattformen auch unter Einbeziehung von Marken oder Unternehmenskennzeichen den Anwendungsbereich des MarkenG nicht eröffnen, vorausgesetzt, die Informationen werden nicht gewerblich vermarktet.</p> <p>Die Angebotstätigkeit eines Privaten kann allerdings als gewerbliche Tätigkeit zu bewerten sein, wenn dies die Häufigkeit des Angebots und/oder dessen Umsatzvolumina ergeben (s.u. Rz. 3.36).</p> <p>3.1.1.1.2 Zeichenmäßige Benutzung des Domain-Namens</p> <p>Die zeichenmäßige Benutzung trotz Nennung der Marke fehlt, wenn der benutzte Marke keine Aussage zur Produktverantwortlichkeit entnommen werden kann. Dies ist z.B. dann der Fall, wenn das Zeichen nicht als eigenes, sondern als fremdes im Zusammenhang einer primär auf den erlaubten Warenabsatz bezogenen Werbeaussage gezeigt wird. Lautet der Domain-Name beispielsweise "mercedespkw.de" und ergibt aufgrund des Zusammenhangs mit den Internetseiten der – auch im Markenrecht – maßgebliche Gesamteindruck, dass der Anbieter erlaubtermaßen PKW der Marke "Mercedes" anbietet, wird durch den Anbieter keine Produktverantwortung für diese Marke übernommen. Die Marke dient vielmehr lediglich als Hinweis, dass Waren angeboten werden und zwar</p>	<p>Rz. 3.5 D:3.5 F:3.6</p> <p>Rz. 3.6 C:3.6 D:3.6 F:3.7-3.10</p>
--	--	--

	<p>– im Unterschied zu anderen Waren – solche mit der Marke "Mercedes". Auch wenn also auf eine ganz bestimmte Ursprungsidentität mittels dieser Aussage verwiesen wird, übernimmt der Werbende selbst keine Verantwortung für den Ursprung dieser Ware.</p> <p>Dies ändert sich im Zuge der Verlautbarung einer Herkunftsverantwortung in der Spielart des Hinweises auf eine entsprechende Berechtigung, also erlaubtermaßen auf die Herkunftsverantwortung hinweisen zu dürfen, wenn der betreffende Anbieter für den Absatz von reimportierten PKW der Marke "Mercedes" wirbt. In diesem Fall geht es nicht um den bloßen Absatz im Rahmen einer allgemein vorhandenen Berechtigung. Die Berechtigung, wie sie auch gegenüber der Marke gegeben ist, wird als besondere und damit als Markenmäßige herausgestellt.</p> <p>Lautet demgegenüber der Domain-Name beispielsweise "mercedes-niederlassung.de", prägt diese Angabe bereits den Gesamteindruck, so dass es nicht mehr auf den Gesamteindruck mit den Folgeseiten ankommt. Steht dann hinter diesem Domain-Namen keine autorisierte Mercedes-Niederlassung, ist die Benutzung dieses Domain-Namens nicht nur – wettbewerbsrechtlich - irreführend gemäß den §§ 3, 5 Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 Ziff. 1 UWG, es liegt vielmehr zugleich eine – unerlaubte – zeichenmäßige Benutzung der Marke "Mercedes" vor.</p> <p>3.1.1.1.3 Zeitliche Priorität der Klagemarke oder der geschäftlichen Bezeichnung</p> <p>Dass die aus der Marke geltend gemachten Rechte des Markeninhabers einen früheren Zeitrang besitzen müssen als die Rechte des Angegriffenen, ist eine Selbstverständlichkeit.</p> <p>3.1.1.1.4 Ausschluss der Verwechslungsgefahr bei beschreibenden Angaben gemäß § 23 MarkenG</p> <p>Die Frage, ob eine zeichenmäßige Benutzung vorliegt, ist nicht selten nicht einfach zu entscheiden. Auf die Beantwortung dieser Frage kann aber dann verzichtet werden, wenn jedenfalls ein mit der Marke oder der geschäftlichen Bezeichnung identisches oder ähnliches Zeichen als Angabe über Merkmale oder Eigenschaften von Waren oder Dienstleistungen benutzt wird (§ 23</p>	<p>Rz. 3.7 D:3.7 F:3.11</p> <p>Rz. 3.8 D:3.8 F:3.12</p> <p>Rz. 3.9 D:3.9 F:3.13</p>
--	---	---

	<p>Ziff. 2 MarkenG) oder, wenn die Marke oder die geschäftliche Bezeichnung als Hinweis auf die Bestimmung einer Ware, insbesondere als Zubehör oder Ersatzteil, benutzt wird, sofern die Benutzung dafür notwendig ist, § 23 Ziff. 3 MarkenG.</p> <p>3.1.1.2 Voraussetzungen im Besonderen</p> <p>Nachfolgend werden die Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche als wichtigste Ansprüche gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 1, Ziff. 2 und Ziff. 3 MarkenG, gemäß § 15, Abs. 2, Abs. 3 MarkenG und gemäß dem § 128 Abs. 1 und Abs. 3 MarkenG im Zusammenhang mit der Benutzung von Domains dargelegt.</p> <p>3.1.1.2.1 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch gemäß den §§ 4, 14 Abs. 2 Ziff. 1, Abs. 5 MarkenG wegen Verletzung der identischen Marke</p> <p>3.1.1.2.1.1 Die Voraussetzungen für das Vorhandensein einer Domain als Marke</p> <p>Ein Domain-Name ist zugleich eine Marke, wenn durch die über ihn aufrufbare(n) Internetseite(n) ein Herkunftshinweis auf bestimmte Waren oder Dienstleistungen im Sinne einer Produktverantwortung dessen, der für dieses Ergebnis aufgrund des Internetauftritts verantwortlich zeichnet, deutlich wird. Kurz: Ohne Folgeseiten bestehen keine Ansprüche wegen angeblicher oder tatsächlicher Verletzung der Marke gegen die Benutzung von Domain-Namen (s.u. Rz. 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; 3.59; 3.68; 3.76; 6.8).</p> <p>3.1.1.2.1.2 Fehlende Waren- oder Dienstleistungsidentität und vorhandene Waren- oder Dienstleistungsidentität</p> <p>Auch diese Erfordernisse machen deutlich, dass ohne Kenntnis von den Internetseiten und damit ausgehend von bloßen Domain-Namen allein eine markenrechtliche Verletzungshandlung nicht begründbar ist.</p> <p>3.1.1.2.2 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen Verwechslungsgefahr gemäß den §§ 4, 14 Abs. 2 Ziff. 2, Abs. 5</p>	<p>Rz. 3.10 F:3.14</p> <p>Rz. 3.11 D:3.11 F:3.15-3.16</p> <p>Rz. 3.12 A:3.2 B:3.2 C:3.4 D:3.12 F:3.17</p>
--	---	---

	<p style="text-align: center;">MarkenG</p> <p>Erneut ist darauf hinzuweisen, dass das bloße Vorhandensein eines Domain-Namens nicht zum Vorhandensein einer Marke führt ungeachtet der Tatsache, dass das bloße Vorhandensein eines Domain-Namens noch nicht einmal ein Handeln im geschäftlichen Verkehr bedeutet.</p> <p>Wenn sich mithin die Verwechslungsgefahr auch hier anhand von – zumindest – drei Hauptvoraussetzungen bestimmt, mithin nach der Waren/Dienstleistungsähnlichkeit (vgl. www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1.1.1), der Zeichenähnlichkeit (www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1.3.1) und der Kennzeichnungskraft (www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1.4), ist zur Wahrnehmung der gekennzeichneten Waren der Aufruf der Internetseiten erforderlich. Ein Domain-Name, der nicht nur das Zeichen, sondern zusätzlich die gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung nennt, müsste derart umständlich formuliert sein, dass er zumindest sehr selten ist.</p> <p>Was die – soeben dargelegten – Merkmale der Verwechslungsgefahr anbelangt, so ist nach meiner Auffassung der Geltungsumfang des Rechte beanspruchenden, also des älteren Zeichens (von der h.M. erörtert unter dem Stichwort Schutzzumfang) so will der Geltungsumfang des Bereiche beanspruchenden, also des jüngeren Zeichens (bislang zumindest allgemein nicht zusätzlich erörtert) von Bedeutung (vgl. hierzu www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1.2).</p> <p>Die erwähnten Merkmale der Verwechslungsgefahr stehen dergestalt zueinander in einer Wechselbeziehung, dass das Gewicht des Vorhandenseins oder Nichtvorhandenseins eines Merkmals ein anderes Merkmal verstärken oder entwerten kann (s.u. Rz. 3.23).</p> <p>3.1.1.2.2.1 Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit</p> <p>Maßgebend ist nicht die Dienstleistung "Internet-Auftritt". Maßgebend ist vielmehr, ob der mit der Marke identische oder verwechslungsfähige Domain-Name den Zugang zu einer Internetseite eröffnet, auf welcher Waren oder Dienstleistungen im Wege zeichenmäßiger Benutzung angeboten werden, die mit den hinter der Marke stehenden Waren oder Dienstleistungen identisch oder ähnlich</p>	<p>Rz. 3.13 D:3.13 F:3.18</p> <p>Rz. 3.14 F:3.19</p> <p>Rz. 3.15 D:3.14 F:3.20</p>
--	--	--

	<p>sind (s.o. Rz. 3.10; s.u. Rz. 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; 3.59; 3.68; 3.76; 6.8).</p> <p>3.1.1.2.2.2 Sachlicher Geltungsumfang der Marke (Schutzumfang), Geltungsumfang des Domain-Namens</p> <p>Der Geltungsumfang der Marke wird insbesondere durch die Markenmeldung (Wortmarke; Wort-/Bildmarke; Bildmarke einerseits; Waren- oder Dienstleistungsklassen andererseits) festgelegt. Der markenrechtliche Geltungsumfang der Domain hängt mit dem Inhalt des nachfolgenden Internetauftritts zusammen, eine Wort-/Bildangabe oder eine Bildangabe scheiden als Domain-Name aus (s.o. Rz. 3.10; 3.13; s.u. Rz. 3.22; 3.29; 3.30; 3.59; 3.68; 3.76; 6.8).</p> <p>3.1.1.2.2.3 Markenähnlichkeit</p> <p>Es gelten auch hier die allgemeinen Grundsätze: Maßgebend ist der Gesamteindruck für den durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher bei situationsbedingter und situationsangemessener Aufmerksamkeit (vgl. www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 5; www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1.3.1). Notwendigerweise ist bei Domainstreitigkeiten das angeblich oder tatsächlich verletzende Zeichen ein Wortzeichen.</p> <p>3.1.1.2.2.4 Kennzeichnungskraft</p> <p>Es gelten erneut die allgemeinen Grundsätze: Unterscheidungskraft bedeutet im Wesentlichen die Bekanntheit der Marke im Markt (vgl. www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1.4).</p> <p>3.1.1.2.2.5 Streit um Domain-Namen zwischen gleichen oder verwechslungsfähigen Marken</p> <p>Auch wenn das Domain-Recht – wie das gesamte Internet-Recht sonst – aus der Anwendung herkömmlicher Maßstäbe besteht, gilt eine augenscheinliche Besonderheit in tatsächlicher Hinsicht: nirgendwo vorher war – soweit ersichtlich – das Problem des Aufeinandertreffens von Rechten gleichnamiger oder von gleichen Rechten so von Bedeutung wie hier. Dies hat seinen Grund</p>	<p>Rz. 3.16 D:3.15 F:3.21</p> <p>Rz. 3.17 C:3.7 F:3.22-3.25</p> <p>Rz. 3.18 D:3.16 F:3.26</p> <p>Rz. 3.19 D:3.16 F:3.27</p>
--	--	---

	<p>darin, dass durch das plötzliche Auftauchen der Registriermöglichkeit von Domain-Namen schwächere Marken die Möglichkeit besaßen und besitzen, sich stärker zu platzieren, vorausgesetzt, der Markeninhaber handelte schneller als sonstige Berechtigte mit gleichen oder zumindest verwechslungsfähigen Marken.</p> <p>Es gelten folgende Grundsätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Besteht ein Markenrecht, darf der Inhaber dieses Rechtes an dessen redlichem Gebrauch nicht gehindert werden, § 23 Ziff. 1 MarkenG. Gelingt es dem in regionaler Hinsicht schwächeren Markeninhaber, einen identischen oder verwechslungsfähigen Domain-Namen registrieren zu lassen oder zu benutzen, darf er hieran vom regional stärker geschützten Markeninhaber nicht gehindert werden, vorausgesetzt, der regional begrenzte Schutz war zeitlich früher. - Eine Ausnahme von dem Grundsatz des Vorrangs des Schnellsten bei der Anmeldung eines Domain-Namens gilt bei Bösgläubigkeit, in der hier gegenständlichen Fallkonstellation also insbesondere bei Behinderungsabsicht: wurde die andere Marke nur deshalb erworben, um auf diese Weise Schutz für den – früher angemeldeten – Domain-Namen zu erlangen, ist mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit eine Verletzung der §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG gegeben. <p>Es ist zwar richtig, dass durch die Domain-Registrierung eine Sperrwirkung gegenüber anderen Marken, die möglicherweise eine frühere zeitliche Priorität aufweisen, erzielt wird. Dies kann einen Eingriff in das positive Benutzungsrecht des Markeninhabers an der Marke bewirken, vorausgesetzt, man möchte das positive Benutzungsrecht an einer Marke anerkennen. Dies ist aber – da Verwechslungsgefahr fehlt – hinzunehmen auch als Folge der Tatsache, dass der Inhaber der anderen, prioritätsälteren Marke bei der Domain-Registrierung lediglich zweitschnellster war.</p> <p>3.1.1.2.3 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen unlauterer Verletzung der bekannten Marke gemäß den §§ 4, 14 Abs. 2 Ziff. 3, Abs. 5 MarkenG</p> <p>§ 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG schützt die bekannte Marke. Das Ausnutzen bekannter Marken für sich</p>	<p>Rz. 3.20 F:3.30</p> <p>Rz. 3.21 D:3.17 F:3.31-3.32</p> <p>Rz. 3.22 C:3.4 D:3.19 F:3.34</p>
--	--	---

	<p>durch Übernahme der bekannten Marke in die eigene Domain gehört zu den beliebtesten Verletzungshandlungen im Bereich der Benutzung von Domains. Lautet z.B. die Domain "toblerone.de" und bietet der Domain-Inhaber auf den Folgeseiten seines Internetauftritts Kondome an, verletzt er § 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG.</p> <p>3.1.1.2.4 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch gemäß den §§ 5, 15 Abs. 2, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG wegen Verletzung einer geschäftlichen Bezeichnung</p> <p>3.1.1.2.4.1 Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche betreffend Unternehmenskennzeichen</p> <p>3.1.1.2.4.1.1 Der bloße Domain-Namen stellt im Regelfall keine geschäftliche Bezeichnung dar</p> <p>Das bloße Vorhandensein eines Domain-Namens führt fast ausnahmslos nicht zum Vorhandensein eines Unternehmenskennzeichens. Dies leuchtet bei unbekanntem Unternehmenskennzeichen wie "lutz.eu" unmittelbar ein. Niemand weiß, ob durch "lutz" ein privates Handeln oder ein Handeln im geschäftlichen Verkehr ausgedrückt wird. Niemand weiß ferner, innerhalb welcher Branche – ein geschäftliches Handeln unterstellt – das durch "lutz" bezeichnete Unternehmen tätig ist (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; s.u. Rz. 3.29; 3.30; 3.59; 3.68; 3.76; 6.8).</p> <p>Aber auch bei bekannten Unternehmenskennzeichen wie "Siemens" ist ein privates Handeln des Domain-Inhabers nicht ausgeschlossen, da auch ein Privatmann "Siemens" heißen kann, dies beweist augenfällig die parallele Sicht auf den vom BGH entschiedenen Fall mit dem Stichwort "Shell".</p> <p>3.1.1.2.4.1.2 Die Verletzungstatbestände gemäß § 15 Abs. 1, Abs. 2 und § 15 Abs. 1, Abs. 3 MarkenG</p> <p>3.1.1.2.4.1.2.1 Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 1, Abs. 2 MarkenG</p> <p>(1) Die Merkmale, welche die Verwechslungsgefahr</p>	<p>Rz. 3.23 D:3.21 F:3.36-3.39</p> <p>Rz.3.24 D:3.22 F:3.40-3.44</p> <p>Rz. 3.25 F:3.45-3.47</p>
--	---	--

	<p>ausmachen, sind dieselben, wie sie die Verwechslungsgefahr bei der Marke begründen, nämlich Branchennähe (Marke: Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit), Zeichenähnlichkeit, Kennzeichnungskraft – sowie nach meiner Auffassung als stets zu berücksichtigendes Merkmal – der Geltungsumfang (vgl. www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 17.3.1.1.1).</p> <p>(2) Sonderproblem des regional begrenzten Schutzes des Unternehmenskennzeichens bei gleichzeitiger bundesweiter Abrufbarkeit des zugehörigen Domain-Namens</p> <p>Lautet das Unternehmenskennzeichen auf "Hotel am Stadtpark" und genießt es daher in einer bestimmten Stadt (oder gar Region) Schutz gemäß den §§ 5, Abs. 1, Abs. 2, 15 Abs. 1 MarkenG ebenso, wie dies für andere Hotelbetriebe mit derselben Unternehmenskennzeichnung in anderen Städten (oder gar Regionen) gilt, führt der Domain-Name "hotel-am-stadtpark.de" als bundesweit abrufbarer nicht dazu, dass die spätere Eröffnung eines Hotels mit der Bezeichnung "Hotel am Stadtpark" in einer anderen Stadt (oder gar Region) seitens eines anderen Inhabers ausgeschlossen ist. Denn es bleibt dabei, dass der Domain-Name oder dessen Abrufbarkeit keine Rechte begründet.</p> <p>3.1.1.2.4.1.2.2 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen unlauterer Verletzung eines bekannten Unternehmenskennzeichens gemäß § 15 Abs.1, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG</p> <p>Auf eine Verwechslungsgefahr kommt es nicht an, maßgebend sind die in § 15 Abs. 3 MarkenG geregelten, dem Wettbewerbsrecht zugehörigen Tatbestandsvoraussetzungen.</p> <p>3.1.1.2.4.1.3 Streit um Domain-Namen zwischen gleichen Unternehmenskennzeichen</p> <p>Beim Streit um Domain-Namen zwischen gleichen Unternehmenskennzeichen gelten die gleichen Grundsätze, wie sie beim Streit um Domain-Namen zwischen gleichnamigen maßgebend sind.</p> <p>- Besteht ein Schutz gemäß § 5 Abs. 1, Abs. 2 MarkenG (Schutz des Unternehmenskennzeichens) oder gemäß § 5 Abs. 1, Abs. 3 MarkenG (Schutz des Werktitels)</p>	<p>Rz. 3.26 D:3.7 F:3.48</p> <p>Rz. 3.27 F:3.49</p> <p>Rz. 3.28 F:3.50</p> <p>Rz. 3.29 D:3.20 F:3.51-3.58</p>
--	---	---

	<p>darf der Inhaber dieses Rechtes an dessen redlichem Gebrauch nicht gehindert werden, § 23 Ziff. 1 MarkenG.</p> <p>Eine Ausnahme vom Grundsatz des Vorrangs des Schnellsten bei der Anmeldung eines Domain-Namens besteht bei Bösgläubigkeit, in der hier gegenständlichen Falllage also insbesondere bei Behinderungsabsicht: wird ein Geschäftsbetrieb nur deshalb erworben (der isolierte Erwerb einer geschäftlichen Bezeichnung ist im Gegensatz zum isolierten Erwerb einer Marke – losgelöst vom Geschäftsbetrieb – nicht möglich), als erster Anmelder eines hierdurch geschützten Domain-Namens die Rufausbeutung eines bekannten Unternehmens mit gleicher oder verwechslungsfähiger geschäftlicher Bezeichnung herbeiführen zu können, dürfte der Grundsatz der Priorität zurücktreten, allerdings nicht aus hier gegenständlichen markenrechtlichen, sondern wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten gemäß den §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG.</p> <p>Eine Ausnahme ist ferner bei überragender Bekanntheit der geschäftlichen Bezeichnung gegenüber der zeitlichen Priorität des Erstanmelders eingedenk der Parallelen zum Namensrecht zu bejahen.</p> <p>3.1.1.2.4.2 Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche bei Verletzung von Werktiteln gemäß §§ 5 Abs. 1, Abs. 3, 15 Abs.1, Abs. 2, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG</p> <p>Das Vorhandensein eines Domain-Namens wird noch nicht zum Vorhandensein eines Werktitels i.S.d. § 5, Abs. 1, Abs. 3 MarkenG (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; s.u. Rz. 3.30; 3.59; 3.68; 3.76; 6.8). Im Hinblick auf die Verwechslungsgefahr gelten – erneut – keine Besonderheiten, dies gilt für die Merkmale der Verwechslungsgefahr (Werknähe; Zeichenähnlichkeit; Kennzeichnungskraft; Geltungsumfang) ebenso wie im Hinblick auf deren Wechselbeziehung (s.o. Rz. 3.12).</p> <p>3.1.1.2.5 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch gemäß den §§ 127 Abs. 1, Abs. 3, 128 Abs. 1 MarkenG und wegen Verstoßes gegen die VO zum Schutz geographischer</p>	<p>Rz. 3.30 D:3.24 F:3.60-3.64</p> <p>Rz. 3.31 F:3.65-3.67</p> <p>Rz. 3.32 F:3.68-3.69</p>
--	---	--

	<p style="text-align: center;">Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen (EWG) Nr. 2081/92</p> <p>3.1.1.2.5.1 Verstöße gegen den Schutz geographischer Herkunftsangaben gemäß § 127 MarkenG</p> <p>3.1.1.2.5.1.1 Verstöße gegen § 127 Abs. 1 MarkenG aufgrund Domain-Nutzung</p> <p>Der bloße Domain-Name mit geographischen Bezügen ist noch keine geographische Herkunftsangabe i.S.d. § 126 Abs. 1 MarkenG; entscheidend – auch – insoweit ist der übrige Internetauftritt selbst (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; s.u. Rz. 3.59; 3.68; 3.76; 6.8).</p> <p>Die Voraussetzungen für die Geltendmachung von Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüchen gemäß § 128 Abs. 1 MarkenG sind überwiegend wettbewerbsrechtlicher Art, was am deutlichsten daran wird, dass gemäß § 127 Abs. 1 MarkenG entscheidend die Irreführungsgefahr, nicht aber die Verwechslungsgefahr ist.</p> <p>3.1.1.2.5.1.2 Der Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch wegen unlauterer Verletzung einer bekannten geographischen Herkunftsangabe gemäß § 127 Abs. 3 MarkenG</p> <p>Auch insoweit stellt die markenrechtliche Verwechslungsgefahr keine Anspruchsvoraussetzung dar, nicht einmal die zeichenmäßige Benutzung ist ein gesetzliches Erfordernis.</p> <p>Erneut ist beachtlich, dass das Vorhandensein eines Domain-Namens, welcher ganz oder teilweise identisch ist mit einer bekannten Region, noch nicht das Vorhandensein einer bekannten geographischen Herkunftsangabe bedeutet. Dies ergibt sich schon daraus, dass es bei einem Domain-Namen wie "münchnerbier.de" möglich ist, nicht gewerblich angebotene Informationen über Münchner Bier zu erlangen, so dass der Anwendungsbereich des Markengesetzes und des UWG ausgeschlossen ist.</p> <p>Selbst wenn der Anbieter der Seiteninhalte geschäftliche Zwecke verfolgt, steht wegen der</p>	<p>Rz. 3.33 C:3.7 F:3.70</p> <p>Rz. 3.34 F:3.71-3.72</p> <p>Rz. 3.35 A:3.3 B:3.3 D:3.25 F:3.73</p> <p>Rz. 3.36 C:3.8 D:3.26 F:3.75</p>
--	--	--

	<p>Maßgeblichkeit des Zusammenhangs des Domain-Namens mit den Folgeseiten aufgrund des in jedem Rechtsgebiet maßgeblichen Gesamteindrucks einer Aussage noch nicht fest, der gewerbliche Anbieter bezwecke oder bewirke allein aufgrund des Domain-Namens eine unlautere Rufausbeutung, eine unlautere Rufbeeinträchtigung oder dergleichen mehr.</p> <p>3.1.1.2.5.1.3 Streit um Domain-Namen zwischen gleichen geographischen Herkunftsangaben</p> <p>Einen Streit um Domain-Namen zwischen gleichen geographischen Herkunftsangaben wird es – wohl – nicht geben. Denn auf geographischen Herkunftsangaben darf sich jeder berufen, sofern hierdurch nicht der Irreführungsvorwurf oder der Vorwurf der Unlauterkeit sonst begründet wird.</p> <p>3.1.1.2.5.2 Verstöße gegen den Schutz von geographischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen gemäß der VO (EWG) Nr. 2081/92 aufgrund der Benutzung von Domain-Namen</p> <p>Insoweit ergeben sich keine großen Besonderheiten zu Verstößen vermittelt der Benutzung von Domain-Namen.</p> <p>3.1.2 Verstöße gegen das UWG</p> <p>Bewertet man die Benutzung von Domain-Namen nach den Maßstäben des UWG, ist vor allem das Behinderungsverbot gemäß den §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG sowie das Irreführungsverbot gemäß den §§ 3, 5 UWG von Belang.</p> <p>3.1.2.1 Allgemeine Anwendungsvoraussetzungen des UWG</p> <p>3.1.2.1.1 Handeln im geschäftlichen Verkehr</p> <p>Während die Benutzung einer Marke (z.B. des Sterns von Mercedes) nicht unmittelbar eine Absatzhandlung zum Gegenstand haben muss, diese Benutzung etwa in Form des Herzeigens des Sterns von Mercedes auf einem hohen Hausdach gleichwohl eine markenmäßige Benutzung und damit hierin eingeschlossen ein Handeln im geschäftlichen Verkehr darstellt, muss das Handeln im geschäftlichen Verkehr im Rahmen der</p>	<p>Rz. 3.37 C:3.8 D:3.26 F:3.76</p> <p>Rz. 3.38 C:3.11 D:3.27 F:3.78</p> <p>Rz. 3.39 C:3.12 D:3.28 F:3.79-3.82</p>
--	---	--

	<p>Bewertbarkeit nach dem UWG auf die Absatzhandlung von Waren oder Dienstleistungen bezogen sein. Fehlt es hieran etwa, weil es um unentgeltliche Informationen geht, fehlt ein Handeln im geschäftlichen Verkehr.</p> <p>Absatzhandlungen nehmen auch Privatpersonen vor. Die Abgrenzung zum unternehmerischen Handeln erfolgt über Merkmale wie die Häufigkeit des Auftretens, das Umsatzvolumen und die Art und Weise des Auftretens (s.o. Rz. 3.5)</p> <p>3.1.2.1.2 Wettbewerbsverhältnis</p> <p>Anders als im Hinblick auf das MarkenG, wo es auf diese Voraussetzung nicht ankommt, ist es für die Anwendbarkeit des UWG erforderlich, dass zwischen dem Gläubiger des Anspruchs (Hauptfall: Unterlassungs- bzw. Beseitigungsgläubiger) und dem in Anspruch genommenen Schuldner ein konkretes Wettbewerbsverhältnis besteht, § 2 Abs. 1 Ziff. 3 UWG. Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis liegt vor, wenn beide Unternehmer gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb derselben Abnehmerkreise abzusetzen versuchen mit der Folge, dass die beanstandete Wettbewerbshandlung den Mitbewerber beeinträchtigt, d.h. in seinem Absatz behindern oder stärken kann.</p> <p>3.1.2.2 Voraussetzungen im Besonderen</p> <p>3.1.2.2.1 Unlautere Behinderung gemäß §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG</p> <p>Eine unlautere, gezielte Behinderung gemäß den §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG liegt vor, wenn bei objektiver Würdigung aller Umstände die Maßnahme in erster Linie nicht auf die Förderung der eigenen wettbewerblichen Entfaltung, sondern auf die Störung der fremden wettbewerblichen Entfaltung gerichtet ist.</p> <p>Es fehlt also an einer unlauteren, gezielten Behinderung bei der bloßen Benutzung von Gattungsbegriffen wie "mitwohnzentrale.de". Nochmals: durch die bloße Benutzung eines Gattungsbegriffs wird noch nicht auf Kunden in unlauterer Weise eingewirkt, die bereits dem Mitbewerber zuzurechnen sind.</p>	<p>Rz. 3.40 A:3.4 B:3.4 C:3.13 D:3.29 F:3.83</p> <p>Rz. 3.41 C:3.14 D:3.30 F:3.84</p>
--	---	---

	<p>3.1.2.2.2 Irreführung gemäß §§ 3, 5 Abs. 1, Abs. 2 Ziff. 3 UWG</p> <p>Für die Frage der Irreführung als Zentralbegriff des Wettbewerbsrechts (neben dem Begriff der Unlauterkeit im übrigen) ist ebenso der Gesamteindruck aller werblichen Angaben entscheidend, wie dies für die Verwechslungsgefahr als Zentralbegriff des Markenrechts (s.o. Rz. 3.13-3.16; 3.23; 3.29) im Hinblick auf alle das zeichenbildende Angaben gilt.</p> <p>Daher ist auch bei der Irreführung der Zusammenhang mit den dem Domain-Namen folgenden Internetseiten im Wesentlichen maßgebend. Nur dann, wenn der betreffende Domain-Name gleichsam keine anderweitigen Vorstellungen zulässt, wird man von einer Irreführungsmöglichkeit allein durch den Domain-Namen ausgehen können und müssen (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; s.u. Rz. 3.59; 3.76; 6.8).</p> <p>Was Beispielsfälle zur Irreführung durch Domain-Namen nebst Folgeseiten anbelangt, so ist – wie in sonstigen Fällen der Anwendung des UWG – zu bemerken, dass die Vorgaben des BGH und damit die Zielrichtung, den Kreis verbotener Handlungen zu verkleinern, von den Instanzgerichten nicht immer wahrgenommen und nicht immer umgesetzt werden. Wir leben mithin in der erstaunlichen Lage, dass die Rechtsprechung des BGH eine andere ist als diejenige der Instanzgerichte. Eigentümlich wird das Ganze dann, wenn der in Überlegenheit kraft tatsächlicher Lage sich bewegende Instanzrichter in der Form klüger ist als alle andere, dass das Sichverständigen lästig ist oder offen abgelehnt wird. Damit unterscheiden sich derartige Richter nicht mehr und nicht weniger von anderen Berufsgruppen wie beispielsweise Rechtsanwälten. Faktisch wirkt sich ein solches Verhalten durch ihn aber gänzlich anders aus.</p> <p>Außerhalb des Bereichs der wettbewerbsrechtlichen Irreführung entschied der BGH zu dem in der Internetadresse verwendeten Begriff "Anwaltskanzlei-Notariat", so diese Bezeichnung gegen Berufsrecht, mithin die §§ 2, 92, 93 BNatO verstößt. Diese Entscheidung ist deshalb unrichtig, weil ein Verstoß gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften, insbesondere das Irreführungsverbot, nicht zu bejahen ist. Und jegliche Auslegung und Anwendung des Berufsrechts über das Wettbewerbsrecht hinaus, soweit es um die Frage der Irreführung geht, ist abzulehnen und unrichtig.</p>	<p>Rz. 3.42 F:3.85</p> <p>Rz. 3.43 C:3.15 D:3.31 F:3.86</p> <p>Rz. 3.44 C:3.16 D:3.32 F:3.87</p> <p>Rz. 3.45 C:3.17 D:3.33 F:3.88</p>
--	--	---

	<p>3.1.3 Verstöße gegen das BGB</p> <p>Bei Verstößen gegen das BGB sind vor allem § 12 BGB (Schutz des Namens) und § 826 BGB (Vorsätzliche sittenwidrige Schädigung) von Bedeutung.</p> <p>3.1.3.1 Allgemeine Voraussetzungen</p> <p>3.1.3.1.1 Privates Handeln</p> <p>Voraussetzung ist das Vorhandensein privaten Handelns. Ein Gegensatz hierzu ist das Handeln der öffentlichen Hand in Zuweisung dieser Art des Tuns durch das Gesetz. Der hauptsächliche Gegensatz zum privaten Handeln in unserem Zusammenhang ist aber das Handeln im geschäftlichen Verkehr. Anders als das Handeln im geschäftlichen Verkehr, welches in verschiedenen Gesetzen geregelt ist, so beispielsweise im MarkenG, im UWG, im PatentG usw., finden sich die Anforderungen an das private Handeln im BGB. Liegt ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vor und ist der Anwendungsbereich des MarkenG, hier mithin der §§ 5, 15 MarkenG eröffnet, gehen diese Bestimmungen der Anwendung von § 12 BGB vor. Erstaunlicherweise wird § 37 HGB von der Rechtsprechung und der juristischen Literatur in Bezug auf den Schutz von Handelsnamen nicht erwähnt, obschon eine Unterscheidung zu den §§ 5, 15 MarkenG (Handelsnamen einerseits; möglicherweise gleichlautende, möglicherweise verschiedene geschäftliche Bezeichnung andererseits) durchaus möglich ist.</p> <p>3.1.3.1.2 Schutz des Pseudonyms</p> <p>Namensschutz als Nachname hat auch das Pseudonym, vorausgesetzt, der Verwender ist unter diesem Namen im Verkehr bekannt, besitzt also mit diesem Namen Verkehrsgeltung.</p> <p>3.1.3.2 Voraussetzungen im Besonderen</p> <p>3.1.3.2.1 Namensrechtsverletzung</p> <p>Bei der Namensrechtsverletzung gemäß § 12 BGB unterscheidet man die Namensanmaßung von der Namensleugnung.</p>	<p>Rz. 3.46 C:3.18 D:3.34 F:3.89</p>
--	--	--

	<p>3.1.3.2.1.1 Namensanmaßung</p> <p>Die bloße unberechtigte Registrierung als Domain-Namen, welcher ein fremdes Namensrecht verletzt, stellt eine Namensanmaßung dar, auch wenn aus technischen Gründen der Domain-Name nur einmal vergeben werden kann. Dass also technisch bedingt der Berechtigte von dieser Domain-Nutzung ausgeschlossen ist, bedeutet noch nicht, der Domain-Inhaber würde behaupten, der Berechtigte dürfe seinen Namen nicht mehr führen.</p> <p>3.1.3.2.1.1.1 Inhalt der Namensanmaßung - unbefugter Gebrauch</p> <p>Eine Namensanmaßung liegt vor, wenn dem Domain-Inhaber eigene Rechte an dem als Domain-Namen verwendeten Namen nicht zustehen. Ein Namensrecht steht bei Vorhandensein eines entsprechenden Eigen-, Firmen- und alias-Namen zu, wobei im letztgenannten Fall (alias-Name) zusätzliche Voraussetzung ist, dass dieser Name (alias-Name) im Verkehr bekannt ist, so dass der Träger dieses Namens mit diesem Verkehrsgeltung besitzt.</p> <p>3.1.3.2.1.1.2 Zuordnungsverwirrung</p> <p>Eine Zuordnungsverwirrung liegt bereits dann vor, wenn der Dritte als Träger des betreffenden Namens identifiziert wird, eine Verwechslungsgefahr ist nicht Voraussetzung.</p>	
	<p>3.1.3.2.1.1.3 Beeinträchtigung schutzwürdiger Interessen des Namensträgers</p> <p>Die Zuordnungsverwirrung beeinträchtigt in der Regel zugleich schutzwürdige Interessen des Namensträgers. Dies gilt dann nicht, wenn der Dritte auch auf das Recht, diesen Namen zu tragen, verweisen kann. Der Prioritätsgrundsatz führt beim Aufeinandertreffen von gleichen Namen dazu, dass auch das relativ stärkere Namensrecht zurücktreten muss, wenn der Gleichnamige auf eine ältere Registrierung verweisen kann. Eventuell nötige Hinweise können auf der Folgeseite oder durch Verlinkung mit dem Internetauftritt des Namensgleichen verlautbart werden. Eine weitere Ausnahme besteht, wenn der – im Hinblick auf die Registrierung zweitschnellste – Träger des gleichen Namens auf eine überragende Bekanntheit verweisen kann: hier führt möglicherweise die</p>	<p>Rz. 3.47 C:3.19 D:3.35 F:3.90</p>

gebotene Interessenabwägung dazu, dass die prioritätsältere Registrierung zurücktreten muss.

Rz. 3.48 F:3.91

3.1.3.2.1.1.4 Priorität

Wie vorstehend zu Ziff. 3.1.3.2.1.1.3 = Rz. 3.47 erwähnt, ist es hinzunehmen, wenn der andere Träger des gleichen Namens schneller ist und sich als Erster registrieren lässt.

Rz. 3.49 D:3.36 F:3.92

3.1.3.2.1.2 Namensleugnung

Namensleugnung setzt das Bestreiten des Rechts des Namensträgers zur Führung des Namens voraus, was durch Registrierung und Nutzung eines Domain-Namens allein nicht zu verwirklichen ist.

Rz. 3.50 C:3.20 D:3.37
F:3.93-3.94

3.1.3.2.2 Vorsätzliche sittenwidrige Schädigung gemäß § 826 BGB; Domain-Grabbing außerhalb des Handelns im geschäftlichen Verkehr

Ansprüche nach § 826 BGB kommen in Betracht, wenn verschiedene Schreibweisen eines Domain-Namens, insbesondere zu derselben TLD und insbesondere ohne zusätzlichen Internetauftritt, also ohne Folgeseiten, registriert sind, wobei möglicherweise der so blockierte Domain-Name zum Kauf oder bei Ablehnung eines Kaufs durch den Berechtigten per Ebay angeboten wird. Diese Umstände zeigen eine Schädigungsabsicht in der Regel an. Rechtsfolge hier – wie bei Schadensersatzansprüchen sonst – ist es, Unterlassung, Beseitigung, Schadensersatz, Herausgabe des Vorteils, der Bereicherung, mithin sämtliche Verhaltensweisen verlangen zu können, die auf irgendeine Weise darauf abzielen, den Geschädigten möglichst schadlos zu stellen.

Rz. 3.51 D:3.35 F:3.95-3.98

3.1.3.3 Streit um Domain-Namen zwischen Namensgleichen

Ausgangspunkt ist der Grundsatz, wonach niemand am redlichen Gebrauch seines Namens gehindert werden darf. Dieser Grundsatz erfährt eine tatsächliche Einschränkung dann, wenn im Zuge der Registrierung bei der DENIC der Namensgleiche feststellen muss, dass ein anderer Namensgleicher schneller war als er. Dieser Grundsatz erfährt ferner eine Einschränkung dann, wenn der Anmelder bösgläubig war etwa, weil er als Strohmännchen zugunsten einer verwechselbaren Firma fungierte oder das Ziel in der Rufausbeutung

eines bekannten gleichnamigen Unternehmens lag. Der Prioritätsgrundsatz gilt ferner nicht bei überragender Bekanntheit des anderen (Firmen-) Namens.

Rz. 3.52 F:3.99

3.1.3.4 Streit um Domain-Namen zwischen Namensinhaber und Zeicheninhaber

Ist die Wortmarke oder geschäftliche Bezeichnung (z.B. Harald Schmidt Show) identisch mit einem Namen i.S.d. § 12 BGB (Harald Schmidt) und entstand das Namensrecht des Namensinhabers vor dem Zeitpunkt der Entstehung des Markenschutzes bzw. der Entstehung der geschäftlichen Bezeichnung, ist allerdings der mit dem Namen identische Domain-Name zugunsten des Zeicheninhabers registriert, gilt erneut der Grundsatz der Priorität als Rechtfertigungsgrund für das Behalten dürfen des Domain-Namens.

Rz. 3.53 A:3.5 B:3.5
D:3.38 F:3.100

3.1.4 Angebliche oder tatsächliche Schutzlücken bei der privaten Nutzung von SLDs

Die Nutzung von SLDs scheint wie kein anderer Bereich im gewerblichen Rechtsschutz die Möglichkeit zu bieten, privat zu handeln und dabei vergleichbare Wirkungen wie anlässlich des Handelns im geschäftlichen Verkehr zu erzielen. Ob bei Anwendung der Anspruchsgrundlagen des BGB ein lediglich lückenhafter Schutz im Vergleich zum MarkenG und dem UWG erzielt wird, wird nachstehend erörtert.

3.1.4.1 Der Schutz von Domains aufgrund des MarkenG's im Vergleich zum BGB

Rz. 3.54 C:3.22 D:3.39
F:3.101-3.103

3.1.4.1.1 Der Schutz von Domains als Marke im Vergleich zum BGB

Ein Unterschied zwischen einem Handeln, welches nach dem MarkenG einerseits und nach dem BGB andererseits bewertet ist, ergibt sich noch nicht, wenn der Domain-Name als Zugriffsmöglichkeit zur Erlangung von Informationen (z.B. zu dem Domain-Namen "nivea.de" finden sich Ergebnisse der Stiftung Warentest betreffend Erzeugnisse unter dieser Marke) eingesetzt wird. Dieses gilt sowohl bei der Benutzung einer identischen, einer verwechslungsfähigen und einer bekannten Marke. Denn es fehlt jeweils an einer markenmäßigen Benutzung dieser Marken, ein Ergebnis, welches durch Art. 5 GG (Meinungsäußerungsfreiheit) noch

Rz. 3.55 C:3.22 D:3.40
F:3.104

verstärkt wird.

Benutzt der Private eine nicht bekannte Marke als Zugangsmöglichkeit für seinen eigenen, privat genutzten Internetauftritt (z.B. Herr Schulze-Müller-Maier benutzt die Marke "Curos" als Domain-Name), müsste dieser Internetauftritt Aussagen zu Waren oder Dienstleistungen enthalten, die mit dem Domain-Namen und damit mit der Marke identisch oder verwechslungsfähig sind, um eine Vergleichbarkeit mit Fällen zu erhalten, welche gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 1 MarkenG bzw., § 14 Abs. 2 Ziff. 2 MarkenG zuordenbar sind, unter Ausklammerung geschäftlichen Handelns im Übrigen. Diese Voraussetzungen herzustellen, wird bereits schwer fallen.

Selbst wenn der – regelmäßig auf die Unterrichtung über die eigene Person bezogene – private Internetauftritt zusätzliche Angaben über Waren oder Dienstleistungen enthält, müssen diese Angaben zusätzlich den Eindruck erwecken, im Zusammenhang mit dem Domain-Namen (der Marke) komme der private Domain-Inhaber als Produktverantwortlicher in Betracht. Dass ein solcher Fall existiert, ist mir nicht bekannt. Dass ein derartiger Fall sich noch ereignet, ist zumindest schwer vorstellbar.

Rz. 3.56 D:3.41

Rz. 3.57 C:3.23 D:3.42
F:3.105-3.106

Benutzt ein Unternehmer eine nicht bekannte Marke als Zugangsmöglichkeit für seinen gewerblich genutzten Internetauftritt, fehlt es an dem durch die Gliederungsüberschrift vorausgesetzten Gegenüberstehen von geschäftlicher und privater Nutzung des SLDs und damit an einer Schutzlücke.

Benutzt der Private die bekannte Marke als Zugangsmöglichkeit für seinen eigenen, privat genutzten Internetauftritt (beispielsweise: Herr Schulze-Müller-Maier verwendet den Domain-Namen "nivea.de"), muss zwischen der Marke und den auf der Internetseite in Bezug auf Waren bzw. Dienstleistungen enthaltenen Angaben zwar nicht der Eindruck entstehen, diese Waren würden identisch bzw. verwechslungsfähig mit der Marke gekennzeichnet. Es genügt vielmehr die unlautere Verletzung bzw. Beeinträchtigung der bekannten Marke. Erneut ist allerdings Voraussetzung das Erwecken des Eindrucks, der private Domain-Inhaber käme im Hinblick auf die von ihm genannten Waren/Dienstleistungen, präsentiert unter der bekannten Marke, als Produktverantwortlicher in Betracht. Darüber hinaus müssen überhaupt Waren oder Dienstleistungen gekennzeichnet werden. Dass derartige Fälle

vorhanden sind, ist mir unbekannt. Dass ein derartiger Fall sich ereignet, ist zumindest derzeit schwer vorstellbar. Ergänzend greift § 826 BGB (vorsätzliche sittenwidrige Schädigung) ein.

Damit fehlt erneut eine vergleichbare Ausgangslage zur Benutzung einer bekannten Marke als Domain-Name durch einen Unternehmer nebst Untersagungsmöglichkeit des Markeninhabers gemäß § 14 Abs.2 Ziff. 3, Abs. 5 MarkenG mit der weiteren Folge des Fehlens einer Schutzlücke.

Sollte der Fall eintreten, dass der Gesamteindruck einer Kennzeichnung der privat präsentierten Waren/Dienstleistungen durch die bekannte, als Domain-Name genutzte Marke offenbart, wobei zusätzlich Unlauterkeit in dem in § 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG vorausgesetztem Umfang vorhanden ist, gilt, dass die nicht untersagbare Blockade der bekannten Marke, herbeigeführt durch den schneller handelnden Privaten, auf keine über die Blockierung hinausgehende, ungerechte Zielrichtung verweisen kann.

Diese Begründung und somit das Ergebnis scheint ein Sichbewegen im Kreis anzuhaften: Die Fragestellung lautete, Ergebnisunterschiede auszumachen als Folge der Benutzung von Domain-Namen anlässlich eines Handelns im geschäftlichen Verkehr einerseits und losgelöst von diesem andererseits. Die Antwort lautet auf Hinnehmbarkeit dieses Ergebnisunterschiedes aufgrund des Fehlens der geschäftlichen Zielsetzung bei privatem Handeln. Gleichwohl wird nach meiner Auffassung mit diesen Schritten nicht auf Voraussetzungen als Ergebnis verwiesen, die ihrerseits und damit zuvor begründungsbedürftig waren. Das Handeln im geschäftlichen Verkehr kann gerechterweise, es muss aber nicht gerechterweise als Rechtfertigungsgrund für den Unterschied gesehen werden.

Rz. 3.58 C:3.24 D:3.43
F:3.107

3.1.4.1.2 Der Schutz von Domains als geschäftliche Bezeichnung im Verhältnis zum BGB

Rz. 3.59 F:3.108-3.109

3.1.4.1.2.1 Der Schutz von Domains als geschäftliche Bezeichnung i.S. eines Unternehmenskennzeichens und die Unterschiede zum BGB

Werden Unternehmenskennzeichen zu privaten oder gewerblichen Informationszwecken als SLDs benutzt, besteht kein Unterlassungsanspruch nach § 5 Abs. 1, Abs. 2, § 15 Abs. 1, Abs. 2, Abs. 4

MarkenG und folglich auch kein Zurückbleiben des Schutzes bei Nutzung desselben Unternehmenskennzeichens zu privaten Informationszwecken. Dies gilt ungeachtet der Tatsache, dass ein privates Handeln gedankliche Voraussetzung der Erörterungen hier ist.

Benutzt jemand ein bekanntes oder nicht bekanntes Unternehmenskennzeichen als Domain-Namen für den seine private Person betreffenden Internetauftritt, hängt die Antwort auf die Frage, ob eine Verletzung der über § 12 BGB geschützten Firma in Form der unerlaubten Anmaßung eines fremden Namens vorliegt von der Antwort ab, ob der Gesamteindruck eine Namensanmaßung ergibt. Hiervon (Namensanmaßung) ist ohne weiteres auszugehen, wenn auch die Startseite im Übrigen eine Benutzung des fremden Unternehmenskennzeichens als eigenen Namen ergibt.

Wird allerdings die Benutzung des fremden Unternehmenskennzeichens auf den Domain-Namen beschränkt, ist nur dann von einer Prägung des Gesamteindrucks durch den Domain-Namen allein, mithin ohne weitere Kenntnisnahme der Internetseite, auszugehen, wenn das Unternehmenskennzeichen so bekannt ist, dass von der sicheren Annahme einer Namensgleichheit zwischen dem Domain-Namen und seines Inhabers ausgegangen werden kann (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; s.u. Rz. 3.68; 3.76; 6.8).

Rz. 3.60 C:3.25 D:3.44
F:3.110

Was die zu prüfende Frage einer Schutzlücke anbelangt, so ergibt das Fehlen eines Handelns im geschäftlichen Verkehr kaum Unterschiede zu den Fällen eines Handelns im geschäftlichen Verkehr. Infolgedessen gibt es keine durch das Fehlen des Handelns im geschäftlichen Verkehr bedingte Schutzlücke.

Rz. 3.61 F:3.111

3.1.4.1.2.2 Der Schutz von Domains als geschäftliche Bezeichnung i.S. eines Werktitels und die Unterschiede zum BGB

Bei der Weitergabe von Informationen unter Benutzung eines bekannten oder unbekanntes Werktitels als Domain-Namen fehlt es an einer zeichenmäßigen Benutzung und damit an Ansprüchen gemäß den §§ 5 Abs. 1, Abs. 3, 15 Abs. 1, Abs. 2, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG und damit an einem Ergebnisunterschied zu Ansprüchen nach § 12 BGB.

Rz. 3.62 F:3.112

Benutzt jemand einen nicht bekannten Werktitel (z.B.: "Die Stimme") als Domain-Namen für den seine private Person betreffenden Internetauftritt, scheidet eine Verletzung von § 12 BGB schon deshalb aus, da dort Namen geschützt sind, Werktitel aber keine Namen sind.

Rz. 3.63 D:3.45 F:3.113-3.115

Was die Frage nach einer Regelungslücke anbelangt, so fehlt es deshalb an vergleichbaren Ausgangsvoraussetzungen, weil der Private im Rahmen seiner Folgeseiten kaum Aussagen machen wird, die eine Werknähe zu dem bekannten Werktitel ergeben.

Ist ausnahmsweise eine Werknähe vorhanden, weil der Private – ebenso wie der Autor des nicht bekannten Werktitels – seine Autobiographie darstellt, fehlt es an zivilrechtlichen Möglichkeiten, Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche geltend zu machen, währenddessen der weltberühmte Bariton im Fall der Verletzung seines Werktitels "Die Stimme" bei einem gewerblichen Tun wegen Verletzung seiner Werktitelrechte gemäß den §§ 5 Abs. 1, Abs. 3, 15 Abs. 1, Abs. 2, Abs. 4 MarkenG Unterlassung bzw. Beseitigung verlangen könnte.

Dieser Unterschied ist aber nicht Folge einer Gerechtigkeitslücke, sondern des schnelleren Handelns des Privaten.

Benutzt jemand einen bekannten Werktitel als Domain-Name für den seine private Person betreffenden Internetauftritt, werden erneut zunächst in aller Regel Aussagen fehlen, die einen Werkbezug haben. Es fehlt daher in aller Regel an vergleichbaren Ausgangsvoraussetzungen mit der Folge, dass die Frage des Ergebnisunterschiedes und damit die Frage nach einer Regelungslücke in die Leere läuft. Die Rechtsfolgen aufgrund geschäftlichen Handelns müssen also nicht weiter dargelegt werden (§§ 5 Abs. 1, Abs. 3, 15 Abs. 1, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG). Ist ein Werkbezug vorhanden, müsste dieser zusätzlich eine deliktsrechtlich beachtliche Ausnutzung des bekannten Werktitels ergeben, um zu der erwähnten Vergleichbarkeit der Ausgangsvoraussetzungen zu führen.

Rz. 3.64 F:3.116-3.120

Ist von einer derartigen deliktsrechtlich beachtlichen Ausnutzung des bekannten Werktitels im Hinblick auf das – private – Werk auszugehen, liegt die Anwendung der §§ 823 ff BGB nahe mit der Folge, dass wegen der aufgrund der Verletzung von § 15 Abs. 1, Abs. 3, Abs. 4 MarkenG bestehenden Möglichkeit, Unterlassung bzw. Beseitigung zu

verlangen, erneut kein Ergebnisunterschied und daher keine Regelungslücke gegeben ist.

3.1.4.1.3 Der Schutz von Domains als geographische Herkunftsangabe im Verhältnis zum BGB

Rz. 3.65 C:3.26 D:3.46
F:3.121-3.122

Wird eine nicht bekannte oder eine bekannte geographische Herkunftsangabe als SLD privat oder gewerblich zum Anbieten von Informationen benutzt, besteht auch bei sachlich nicht vorhandener, allerdings behaupteter Beziehung zwischen der nicht bekannten bzw. der bekannten geographischen Herkunftsangabe einerseits und der Art der Informationen andererseits kein Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch.

Bei der gewerblich zu Informationszwecken genutzten, nicht bekannten geographischen Herkunftsangabe folgt dies daraus, dass das von der h.M. geforderte Merkmal der zeichenmäßigen Benutzung fehlt. Bei der gewerblich zu Informationszwecken genutzten, bekannten geographischen Herkunftsangabe folgt dies daraus, dass der Domain-Name nicht für Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft benutzt wird.

Rz. 3.66 C:3.27 D:3.47
F:3.123-3.124

Mangels Ergebnisunterschiedes (keine Verfolgbarkeit) stellt sich die Frage einer Schutzlücke zwischen privatem Handeln und Handeln im geschäftlichen Verkehr nicht.

Wird eine nicht bekannte geographische Herkunftsangabe als SLD privat und nicht zu Informationszwecken benutzt, scheidet zwar ein zivilrechtliches Unterlassungs- bzw. Beseitigungsbegehren als Möglichkeit im Gegensatz zu entsprechenden Verbotsmöglichkeiten gemäß den §§ 127 Abs. 1, 128 Abs. 1 MarkenG aus. Von einer Schutzlücke lässt sich aber – wohl – deshalb kaum reden, weil es an der Vergleichbarkeit der Ausgangsfälle fehlt. Denn immerhin müsste der Private Angaben zu Waren oder Dienstleistungen machen, welche in Bezug auf den Domain-Namen und damit in Bezug auf die geographische Herkunftsangabe die Möglichkeit der Irreführung besitzen, eine Falllage, die sich kaum verwirklichen lässt.

Rz. 3.67 C:3.28 D:3.48
F:3.125

Wird eine bekannte geographische Herkunftsangabe als SLD genutzt, scheiden erneut zivilrechtliche Unterlassungs- bzw. Beseitigungsansprüche im Gegensatz zu entsprechenden Verbotsmöglichkeiten gemäß §§ 127 Abs. 3, 128 Abs. 1 MarkenG aus. Dass

Rz. 3.68 C:3.28 D:3.49
F:3.126-3.130

allerdings im Fall des privaten Handelns eine Schutzlücke eröffnet wird, möchte ich gerade wegen der anderweitigen Zielrichtung privaten Handelns verneinen.

3.1.4.2 Der Schutz von Domains aufgrund des UWG im Vergleich zum BGB

3.1.4.2.1 Unlautere Behinderung gemäß den §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG durch eine SLD und das BGB

In den Fällen des sog. Domain-Grabbing wird man – wohl – zu gleich gelagerten Ergebnissen kommen ungeachtet der Frage, ob der Domain-Inhaber privat oder im geschäftlichen Verkehr handelte. Ob es im Anwendungsbereich der §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG einerseits oder des § 826 BGB andererseits weitere, gleich gelagerte Fälle oder Unlauterkeit bzw. Sittenwidrigkeit gibt, lässt sich abschließend nicht beurteilen.

Rz. 3.69 A:3.6 B:3.6
C:3.29 D:3.50 F:3.131-3.134

Rz. 3.70 C:3.30 D:3.51
F:3.136-3.137

3.1.4.2.2 Irreführung gemäß §§ 3, 5 UWG durch den SLD und die Bewertung desselben Sachverhaltes nach BGB

Eine Irreführung durch den Domain-Namen allein, ohne Hinzutreten die Irreführung zumindest aufrechterhaltenden Angaben, enthalten in der Start- und/oder den Folgeseiten, ist nur in Ausnahmefällen möglich und zwar dann, wenn der Domain-Name den Gesamteindruck vermittelt, er also abschließend die irreführenden Angaben enthält (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; 3.59; s.u. Rz. 3.76; 6.8).

Rz. 3.71 C:3.31 D:3.52
F:3.138-3.139

Was die hier gegenständliche Fragestellung einer Schutzlücke anbelangt, so ist diese nach meiner Auffassung nicht nur im Fall des sog. Domain-Grabbing, sondern auch im Hinblick auf die Irreführung gering.

Rz. 3.72 F:3.140

3.2 Gesetzesverstöße durch die Benutzung von Top-Level-Domains

TLDs bestehen aus denjenigen Angaben, die im Zuge des Aufbaus von Domain-Namen rechts vom Punkt enthalten sind.

Rz. 3.73 F:3.141-3.143

3.2.1 Verstöße gegen das MarkenG

TLDs besitzen keine kennzeichnende Funktion, sie

<p>weisen also auf keine Produktverantwortung i.S. einer Kenntnis des Herstellernamens oder zumindest im Sinne einer Zuordenbarkeit zu einem Hersteller ohne ausdrückliche Kenntnis von dessen Namen auf. Von daher scheiden Verletzungen des MarkenG aufgrund der Benutzung von TDLs aus.</p>	<p>Rz. 3.74 A:3.7 B:3.7 C:3.32 D:3.53 F:3.144</p>
<p>3.2.2 Verstöße gegen das UWG</p>	
<p>Voraussetzung für die Anwendbarkeit des UWG ist zunächst erneut ein Handeln im geschäftlichen Verkehr sowie das Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses. Was das Domain-Grabbing anbelangt, so können TLDs nicht unter Ausschließung von Mitbewerbern reserviert werden. Anders als bei SLDs ist es geradezu die Aufgabe von TLDs, von möglichst vielen Nutzern in Anspruch genommen zu werden.</p>	<p>Rz. 3.75 F:3.145</p>
<p>Was die Irreführung gemäß den §§ 3, 5 Abs. 2 Satz 1 Ziff. 3 UWG anbelangt, so hat ein norddeutsches OLG entschieden, mit dem Domain-Namen "tipp.ag" würden die angesprochenen Verkehrskreise über die Unternehmensform des Werbenden getäuscht. Diese Meinung muss man nicht teilen.</p>	<p>Rz. 3.76 F:3.146</p>
<p>3.2.3 Verstöße gegen das BGB</p>	
<p>Verstöße gegen das BGB aufgrund der Benutzung eines Namens, der mit einer TLD identisch ist, dürften kaum faktische Bedeutung haben.</p>	
<p>3.3 Verstöße durch die Benutzung von Third-Level-Domains (ThLD)</p>	
<p>Third-Level-Domains sind höchst selten und tauchen erst auf, wenn links vom SLD und durch einen Punkt von diesem getrennt weitere Angaben im Domain-Namen enthalten sind, wie beispielsweise "eieiei.verpoorten.de".</p>	<p>Rz. 3.77 F:3.147</p>
<p>3.3.1 Verstöße gegen das MarkenG</p>	
<p>Nachfolgend wird unterschieden zwischen ThLDs, die für sich betrachtet angeblich oder tatsächlich gegen ein Recht verstoßen und ThLDs, die aufgrund des Zusammenhangs mit der SLD angegriffen werden.</p>	<p>Rz. 3.78 F:3.148</p>
<p>3.3.1.1 Verstöße gegen das MarkenG aufgrund der Benutzung von ThLDs allein</p>	

Lautet der Domain-Name z.B. "persil.henkel.eu" und ergibt der Internetauftritt (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; 3.59; 3.68; s.u. Rz. 6.8), dass mit "Persil" Waren oder Dienstleistungen gekennzeichnet werden, ist entgegen einer Auffassung in der Literatur (viele Stimmen zu dieser Frage gibt es noch nicht) von einer zeichenmäßigen Benutzung auszugehen.

Rz. 4.1 A:4.1 B:4.1 C:4.1
D:4.1 F:4.1

Unter Zugrundelegung dieser Voraussetzung wird es – wohl – möglich sein, dass sich sämtliche oben zu Ziff. 3.1.1.2 (=Rz. 3.9-3.33) besprochenen Sachverhalte ereignen oder nicht ereignen und daher die dort getroffenen Bewertungen ausgelöst werden.

3.3.1.2 Verstöße gegen das MarkenG aufgrund des Zusammenhangs der Domainbestandteile ThLD und SLD

Insoweit dürfte sich an dem zu Ziff. 3.3.1.1 (=Rz. 3.76) dargelegten Ergebnis nichts ändern, auch wenn nun der maßgebliche Gesamteindruck ein anderer ist.

Rz. 4.2 F:4.3

3.3.2 Verstöße gegen das UWG und das BGB

Erneut dürften neue Sichtweisen gegenüber dem bisher entfalteten kaum auftauchen.

Rz. 4.3 F:4.4

4. Meta-Tags und sog. Font-Matching

4.1 Die Aufgabe von Meta-Tags und von keywords (Angaben im Zuge des sog. Font-Matching)

4.1.1 Die Aufgabe von Meta-Tags

Meta-Tags haben in erster Linie die Aufgabe, als Schlüsselwörter, Buchstaben oder Zeichen im Quelltext und daher vorhanden im – zunächst – nicht sichtbaren Bereich des Internetauftritts diesen zu beschreiben, über diesen Informationen zu liefern. Augenblicklich ist es aber wohl so, dass die Suchmaschinen Meta-Tags nicht als suchmaschinenbedeutsam lesen.

Rz. 4.4 A:4.2 B:4.2 C:4.2
D:4.2 F:4.6-4.8

Nachdem es zumindest im Rahmen eines gewerblich betriebenen Internetauftritts darum geht, einen der vorderen Plätze im Rahmen der durch die Suchmaschine ausgeworfenen Ergebnisliste zu

erreichen, sind Domain-Namen einerseits und Meta-Tags andererseits auf das selbe Ziel gerichtet, wobei dieses Ziel bei funktionsgemäß eingesetzten Meta-Tags einheitlich verfolgt wird.

Rz. 4.5 F:4.9

Funktionsgemäß werden Meta-Tags eingesetzt, wenn sie den Domain-Namen und/oder den Internetauftritt mit Wörtern, Buchstaben oder Zeichen beschreiben oder ergänzen, die zu dem Inhalt des Domain-Namens und/oder den Inhalten der Internetseiten passen.

Funktionswidrig werden Meta-Tags eingesetzt, wenn Begriff (Meta-Tag) und Inhalt (Angaben auf den Internetseiten) nicht auf die gleichen Vorstellungen verweisen, ein Ergebnis, welches allerdings auch in der inhaltlichen Gegenüberstellung von Domain-Namen und Internetseiten sonst eintreten kann.

Rz. 4.6 A:4.3 B:4.3 C:4.3 F:4.10

4.1.2 Die Aufgabe von Angaben im Zuge des sog. Font-Matching

Rz. 4.7 F:4.11

Nachdem Angaben im Font-Matching zur Verwirklichung des Internetauftritts technisch nicht erforderlich sind (anders der Domain-Name), dienen Angaben als Buchstaben, Wörter oder Zeichen, zunächst nicht lesbar aufgrund Verkleinerung oder in weiß vor weißem Hintergrund bzw. in Farbe vor demselben farblichen Hintergrund, enthalten in dem für das Lesen bestimmten Sichtbereich des Internetauftritts, bislang ganz überwiegend dazu, Suchmaschinenergebnisse zu beeinflussen.

Rz. 4.8 F:4.12

4.2. Gesetzesverstöße durch Meta-Tags und durch Angaben im Zuge des sog. Font-Matching

Nach h.M. kommen Verletzungen des MarkenG, des UWG und des BGB in Betracht.

4.2.1 Verstöße gegen das MarkenG

4.2.1.1 Allgemeine Voraussetzungen

Ein Handeln im geschäftlichen Verkehr liegt vor, wenn der Betreffende weder private Belange verwirklicht noch – ohne praktische Bedeutung – als Vertreter einer juristischen Person öffentlichen Rechts in Vollziehung hoheitlich zugewiesener Aufgaben handelt.

Rz. 4.9 D:4.3 F:4.13-4.17

Ob ein privates oder geschäftliches Handeln

vorliegt, entscheidet sich nicht anhand der lagebedingten und lageangemessenen Aufmerksamkeit des durchschnittlich unterrichteten und verständigen Verbrauchers, sondern aufgrund aller Gesamtumstände, wie sie mit der betreffenden Handlung, als erkennbare oder nicht erkennbare, zusammenhängen. Wäre der vorstehend umgrenzte Durchschnittsbetrachter in Bezug auf die erkennbaren Umstände maßgebend, könnte jeder Gewerbetreibende seine zum Geschäft gehörenden Angebote als Privatangebote vertreiben, ohne dem Vorwurf der Irreführung ausgesetzt zu sein. Dies allerdings wird ernsthaft niemand behaupten.

Ob ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs vorliegt oder eine zeichenmäßige Benutzung, ob mithin insbesondere lediglich von Werbung einerseits auszugehen ist, oder ob mit der Nennung oder Abbildungszeichen zugleich ein Herkunftshinweis im Sinne einer Produktverantwortung erklärt wird, entscheidet sich anhand der lagebedingten und lageangemessenen Aufmerksamkeit des durchschnittlich unterrichteten und verständigen Verbrauchers. Dieser Maßstab ist allerdings keine Bedingung, sondern eine einleuchtende Erkenntnishaltung, um u.a. werbliches und markenmäßiges Angebot sinnvoll voneinander abzugrenzen (vgl. www.markenrecht-berneuther.de, Ziff. 5).

Hiervon ausgehend ist es möglich, dass das Vorhandensein einer zeichenmäßigen Benutzung (und auch das Vorhandensein eines Handelns zu Zwecken des Wettbewerbs) nicht von der Erkennbarkeit des oben genannten Durchschnittsverbrauchers bzw. Durchschnittsbetrachters abhängt. Dies bedeutet zugleich, dass Meta-Tags und Angaben im Zuge des Font-Matching auch dann als zeichenmäßige Benutzung verstanden werden können, wenn sie vom Durchschnittsverbraucher bzw. Durchschnittsbetrachter nicht gesehen werden (dasselbe gilt für ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs im Zuge der – nicht sichtbaren - Verwendung von Meta-Tags bzw. des Font-Matching).

Maßgebend für die Antwort auf die Frage der zeichenmäßigen Benutzung (und für die – an einem anderen logischen Ort – zu gebende Antwort auf die Frage des Handelns zu Zwecken des Wettbewerbs) in gegenständlichem Zusammenhang ist, zu welchem Zweck das betreffende Zeichen als Meta-Tag oder als Angabe im Zuge des sog. Font-Matching eingesetzt wird.

Rz. 4.10 A:4.4 B:4.4
C:4.4 D:4.4 F:4.18

Rz. 4.11 F:4.19

Rz. 4.12 F:4.20

4.2.1.2 Voraussetzungen im Besonderen

Von den Schutzgegenständen des Markengesetzes finden sich nachfolgend Erörterungen zum Schutz von Marken und von geographischen Herkunftsangaben im Zusammenhang mit der Benutzung von Meta-Tags und von Angaben im Zuge des Font-Matching. Geschäftliche Bezeichnungen sind im wesentlichen nicht anders geschützt als Marken, zumindest, was den gegenständlichen Zusammenhang anbelangt, so dass sie nicht besonders erwähnt werden.

4.2.1.2.1 Der Schutz von Marken im Zusammenhang mit Meta-Tags und Angaben im Zuge des sog. Font-Matching

4.2.1.2.1.1 Fehlende Markenidentität gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 1 MarkenG bei Erkennbarkeit der Markenidentität nur durch die Suchmaschine

Eine Markenidentität kann behauptet werden, auch wenn die Identität nur durch Suchmaschinen erkannt wird. Maßgebend ist nämlich nicht der menschliche Erkenntnisvorgang im Hinblick auf die Trefferanzeige, sondern der der Programmierung der Suchmaschine zugrunde liegende Erkenntnisvorgang. Und diese führt zu einer Trefferanzeige, die Folge des – maschinengesteuerten, aber durch menschliche Programmierung ausgelösten - Erkenntnisvorgangs mit der Wertung "Identität" ist.

4.2.1.2.1.2 Verwechslungsgefahr gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 2 MarkenG

Die Verwechslungsgefahr setzt voraus, Verwechslungen aufgrund verschiedener Eindrücke vornehmen zu können. Fehlen verschiedene Eindrücke, sind auch Verwechslungen nicht möglich. So könnte man meinen, dass eine Verwechslungsgefahr ausscheidet, wenn der Nutzer des Internets, der sog. Surfer, nach Auswurf der Ergebnisliste durch die Suchmaschine keine Kenntnis davon hat, dass der Inhaber der angezeigten Internetadresse heimlich ein verwechslungsfähiges Zeichen benutzt.

Maßgebend ist demgegenüber wie folgt: der menschliche Erkenntnisvorgang ist nicht erst auf

Rz. 4.13 D:4.4 F:4.21-4.22

Rz. 4.14 D:4.5 F:4.23

Rz. 4.15 D:4.6 F:4.24-4.26

die Trefferanzeige, sondern auf die Programmierung der Suchmaschine zu beziehen. Und dort findet eine maschinengesteuerte, auf menschlichen Überlegungen beruhende Feststellung statt, die im Ergebnis die Verwechslungsgefahr realisiert.

4.2.1.2.1.3 Unlautere Verletzung einer bekannten Marke gemäß § 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG

Gibt man – um im Beispiel zu bleiben – den Suchbegriff "audigebraucht.eu" ein und landet man sodann aufgrund von Meta-Tags oder Angaben im Font-Matching bei "hyundai-gebraucht.de", ist § 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG deshalb verletzt, weil der menschliche Erkenntnisvorgang auf die Programmierung der Suchmaschine zu beziehen ist. Zeitigt dann – wie im Beispielfall – die Eingabe des Suchbegriffs den Aufruf einer Seite, auf welcher die bekannte Marke benutzt wird, ist § 14 Abs. 2 Ziff. 3 MarkenG verletzt.

Rz. 4.16 A:4.5 B:4.5
C:4.5 D:4.7 F:4.28-4.29

4.2.1.2.2 Der Schutz von geographischen Herkunftsangaben im Zusammenhang mit Meta-Tags und Angaben im Font-Matching

Erneut ist zu beachten, dass sich als Ausgangspunkt für die rechtliche Bewertung der eingegebene Suchbegriff und der Meta-Tag bzw. die betreffende Angabe im Font-Matching, nicht aber der Suchbegriff samt entsprechenden Vorstellungen und die Trefferliste einander gegenüberstehen. Was geographische Herkunftsangaben gemäß § 127 MarkenG anbelangt, so ist auch insoweit zwischen der Irreführungsgefahr gemäß § 127 Abs. 1 MarkenG und der unlauteren Verletzung einer bekannten geographischen Herkunftsangabe gemäß § 127 Abs. 3 MarkenG zu unterscheiden.

Rz. 4.17 D:4.7 F:4.30

Bei der Verwendung von geographischen Herkunftsangaben als Meta-Tags bzw. als Angaben im Font-Matching können ebenso wie bei der Benutzung der Marke oder von geschäftlichen Bezeichnungen Verstöße gegen das MarkenG vorliegen. Dies deshalb, weil der Einsatz von Meta-Tags bzw. von Angaben im Zuge des Font-Matching zu irreführenden bzw. die Ausnutzung der bekannten geographischen Herkunftsangabe erkennbar machenden Eindrücken in den durch die Trefferliste ausgewiesenen Adressen oder den mit der Adresse verbundenen Trefferbegriff führt.

Rz. 4.18 D:4.8 F:4.31

Rz. 5 A:5 B:5 C:5 D:5
F:5.1-5.2

4.2.2 Verstöße gegen das UWG

Ausgehend von funktionswidrig eingesetzten Meta-Tags geht es bei der Verwendung von Schlüsselwörtern oder –zeichen im Quelltext, die mit den Internetseiten kaum etwas oder nichts zu tun haben, bzw. beim funktionswidrigen Einsatz von Angaben im Zuge des sog. Font-Matching darum, Mitbewerber, die gerade auf jenen Zusammenhang mit ihrem Internetauftritt und dem betreffenden Schlüsselwort verweisen können, durch Zurückdrängen in der durch die Suchmaschine gefundenen Rangfolge zu behindern. Ob allerdings gezielte Mitbewerberbehinderung ge. § 4 Ziff. 10 UWG vorliegt, hängt vom Vorhandensein zusätzlicher Umstände ab.

Rz. 6.1 A:6 B:6 C:6.1
D:6.1 F:6.1

Verstöße gegen das Irreführungsverbot gemäß den §§ 3, 5 UWG durch Meta-Tags und durch Angaben im Font-Matching sind insoweit unmöglich, als die Irreführungsgefahr mit der Verwechslungsgefahr konkurriert. In diesem Fall nämlich gehen Ansprüche nach dem MarkenG vor (vgl. www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 26.2.1.3

Rz. 6.2 C:6.2 D:6.2 F:6.2

4.2.3 Verstöße gegen das BGB

Die gezielte Behinderung oder auch eine Irreführung aufgrund der funktionswidrigen Benutzung von Meta-Tags oder Angaben im Font-Matching zu privaten Zwecken ist – zumindest derzeit – höchst selten. Sollte es zu entsprechenden Fällen kommen, dürfte § 826 BGB Hauptanknüpfungspunkt von Überlegungen sein.

5. Benutzungszwang von Domain-Namen

Es besteht grundsätzlich kein Zwang, einen registrierten Domain-Namen auch durch einen nachfolgenden Internetauftritt zu nutzen.

6. Verantwortlichkeit

6.1 Verantwortlichkeit des Hauptbeteiligten

Bei Verstößen gegen das MarkenG und bei Verstößen gegen das Irreführungsverbot gemäß den §§ 3, 5 Abs. 1, Abs. 2, Ziff. 3 UWG sind die Benutzer des angegriffenen Zeichens bzw. die

Rz. 6.3 D:6.3 F:6.3

angegriffenen Werbung Treibenden jeweils die Hauptbeteiligten. In den Fällen des Domain-Grabbing (§§ 3, 4 Ziff. 10 UWG; § 826 BGB) sind die Hauptbeteiligten die Domaininhaber.

6.2 Verantwortlichkeit des Nebenbeteiligten

6.2.1 Verantwortlichkeit des Störers allgemein

Über die Verantwortlichkeit des unmittelbaren Verletzers hinausgehend spielt die Verantwortlichkeit des Störers eine besondere Rolle. Die Störerverantwortlichkeit hat ihre stärkste Bedeutung nicht z.B. im BGB, sondern im Wettbewerbsverfahrensrecht, im Rahmen meiner Erörterungen also im UWG und im MarkenG.

Rz. 6.4 C:6.3 D:6.4 F:6.4-6.5

Störer ist jeder, der zu einem Wettbewerbsverstoß mitwirkt. Als Mitwirkung genügt auch die Unterstützung einer Handlung eines eigenverantwortlich handelnden Dritten, sofern es dem unterstützenden Recht nicht möglich ist, die Handlung zu verhindern. Der BGB hat allerdings in den letzten Jahren eine gewisse Zurückhaltung zur Störerverantwortlichkeit erkennen lassen. Geht es nicht um die Verletzung eines absoluten Rechts, wird vom BGB erwogen, die Passivlegitimation für den Unterlassungsanspruch allein nach der deliktsrechtlichen Kategorien der Täterschaft und Teilnahme zu begründen. Geht es um die Verletzung eines absoluten Rechts (z.B.: Marke), gilt die Störerhaftung, allerdings nicht mehr uneingeschränkt. Vielmehr setzt die Haftung des Störers die Prüfung von Störerpflichten voraus. Deren Umfang bestimmt sich danach, ob und inwieweit dem als Störer in Anspruch genommenen nach den Umständen eine Prüfung zuzumuten ist.

Rz. 6.5 D:6.5 F:6.6-6.8

Rz. 6.6 D:6.6 F:6.9

6.2.2 Verantwortlichkeit des Störers im Besonderen

6.2.2.1 Verantwortlichkeit des unmittelbar Begünstigten ohne Tatbeitrag

Ist die Verletzungshandlung die Folge einer Trefferanzeige von Suchmaschinen, ohne dass der in Anspruch genommene diese Treffer durch einen Tatbeitrag willentlich veranlasst hat, ist eine Störerverantwortlichkeit des unmittelbar Begünstigten trotz Fehlens eines Tatbeitrags gegeben, wenn gezielt mit demjenigen Begriff geworben wurde, der von den Suchmaschinen als Anlass für eine Verknüpfung genommen wird.

Rz. 6.7 D:6.7 F:6.10

6.2.2.2 Verantwortlichkeit der DENIC

Wird die DENIC auf eine nach Auffassung des Rechteinhabers bestehende Rechtsverletzung aufgrund der Registrierung hingewiesen, haftet sie als Störerin oder als kartellrechtlich Verantwortliche für die Zukunft nur dann insbesondere auf Unterlassung, wenn die Rechtsverletzung offenkundig und ohne weiteres feststellbar ist. Im Regelfall kann die DENIC von dem Verletzer verlangen, selbst Ansprüche (insbesondere Unterlassungsansprüche) gegenüber dem angeblichen oder tatsächlichen Verletzer geltend zu machen.

Rz. 6.8 D:6.8 F:6.11

6.2.2.3 Verantwortlichkeit der EURid

Insoweit ergeben sich keine Unterschiede zur Verantwortlichkeit der DENIC (s.o. Ziff. 6.2.2.2 = Rz. 6.4).

Rz. 6.9 F:6.12

6.2.2.4 Verantwortlichkeit des Providers

Bei der Verantwortlichkeit eines Providers, der seinen Kunden u.a. den Zugang zum Internet anbietet (Access-Provider), ist zu unterscheiden, ob dieser den betreffenden Domain-Namen auf sich selbst angemeldet hat, oder ob solches geschah auf den Namen dessen, auf den sich der Internetauftritt in der Regel auch inhaltlich bezieht.

6.2.2.4.1 Verantwortlichkeit des Providers bei Eigenanmeldung des Domain-Namens

Hat der Provider absprachegemäß oder absprachewidrig die Domain auf sich selbst angemeldet und lässt sich die Rechtmäßigkeit der Domain außerhalb des Zusammenhangs mit den Folgeseiten bewerten, ist der Provider als Domaininhaber die in erster Linie verantwortliche Person. Wendet der Provider z.B. ein, er selbst biete die im nachfolgenden Internetauftritt beworbenen Waren oder Dienstleistungen nicht an, ist es unbeachtlich, weil es hierauf nicht ankommt. Bezugspunkt der Bewertung ist allein der Domain-Name, das Entstehen wollen und folglich das Entstehen müssen für diesen ergibt sich aus der Inhaberschaft für diesen Domain-Namen.

Lässt sich die Rechtmäßigkeit des Domain-Namens nur im Zusammenhang mit den Folgeseiten bewerten, wie dies bei den Ansprüchen nach § 14 MarkenG und ganz überwiegend bei § 15 MarkenG

	<p>der Fall ist, und wie dies bei angeblicher oder tatsächlicher Verletzung des Irreführungsverbots gemäß den §§ 3, 5 Abs. 2 Satz 1 Ziff. 3 UWG zu geschehen hat (s.o. Rz. 3.10; 3.13; 3.14; 3.22; 3.29; 3.30; 3.59; 3.68; 3.76), ist der hinter der beworbenen Marke bzw. geschäftlichen Bezeichnung stehende Anbieter bzw. der Waren- oder Dienstleistungsanbieter sonst die in erster Linie verantwortliche Person.</p> <p>Darüber hinaus ist der Provider bei Verletzungen des MarkenG verantwortlich, da er – und wenn</p>	
	<p>nicht er, wer dann- die Möglichkeit hat, den Gesetzesverstoß zu verhindern.</p> <p>Des Weiteren ist der Provider bei Verletzungen des Irreführungsverbots verantwortlich. Zwar wird insoweit kein absolutes Recht verletzt (s.o. Rz. 6.2); die deliktischen Einteilungen der Täterschaft und Teilnahme dürften dieses Ergebnis allerdings tragen.</p> <p>6.2.2.4.2 Verantwortlichkeit des Providers bei Anmeldung des Domain-Namens auf eine dritte Person</p> <p>6.2.2.4.2.1 Vollmachtlose Anmeldung durch den Provider</p> <p>Hat der Provider den Domain-Namen auf den Namen einer dritten Person angemeldet, ohne von dieser beauftragt worden zu sein, ist bei einem Gesetzesverstoß aufgrund der Domain allein bzw. im Zusammenhang mit den Folgeseiten der Provider in erster Linie Schuldner von Unterlassungs-, Beseitigungs- und Schadensersatzansprüchen.</p> <p>6.2.2.4.2.2 Anmeldung durch den bevollmächtigten Provider auf den Vollmachtgeber</p> <p>Verantwortlich für den Gesetzesverstoß ist der Vollmachtgeber, es sei denn, dieser ist nicht erreichbar.</p> <p>Fehlt es an einer Erreichbarkeit des Vollmachtgebers, wird aus der Randbeteiligung des Providers eine Mittelpunktbeteiligung, weil der erste Mittelpunkt erloschen ist. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Provider Adressat eines privatrechtlichen Unterlassungsanspruches wurde oder ob gegen ihn ein Verwaltungsakt auf Zugangssperrung nach dem Mediendienst-</p>	<p>Rz. 6.10 F: 6.13</p> <p>Rz. 6.11 F:6.16-6.17</p> <p>Rz. 6.12 F:6.18-6.19</p> <p>Rz. 6.13 F:6.20</p>

Staatsvertrag erlassen wurde.

Eine Inanspruchnahme des Providers, der als Bevollmächtigter den Domain-Namen angemeldet hatte, kommt ferner ausnahmsweise – wie vorausgesetzt – in Betracht, wenn dessen Prüfungspflichten begründbar sind, was bei funktionswidrig eingesetzten Meta-Tags und entsprechenden Angaben im Font-Matching dann der Fall ist, wenn der Provider von diesen Meta-Tags und Angaben im Font-Matching wusste.

Rz. 6.14 F:6.21

6.2.2.5 Verantwortlichkeit des Gestalters

Hat der Gestalter von Internetauftritten den Marken- oder Wettbewerbsverstoß im Zusammenhang mit der Gestaltung, also nicht in Bezug auf den Domain-Namen verursacht, ohne zugleich durch die Registrierung des Domain-Namens der Inhaber dieses Domain-Namens geworden zu sein, steht dieser Sachverhalt außerhalb unseres Themas.

Rz. 6.15 D:6.10 F:6.22-6.23

6.2.2.6 Verantwortlichkeit der ICANN

Nachdem die Vergabestellen wie die DENIC oder die EURid ihrerseits bei der ICANN akkreditiert sind, ist es folgerichtig zu fragen, ob und ggfs. unter welchen Voraussetzungen die ICANN als Störerin aufgrund einer Domain-Verletzung in Anspruch genommen werden kann.

Beantwortet man diese Frage unter Übertragung der zur Verantwortlichkeit der DENIC aufgestellten Regel, wonach jene (die DENIC) von Verletzten die Geltendmachung von Ansprüchen gegenüber dem Erstverletzer verlangen kann, rückt die Verantwortlichkeit der ICANN erst dann in den Bereich des Möglichen, wenn der primäre Rechtsverletzer und – hilfsweise – die DENIC (oder eine sonstige Registrierungsstelle) als Sekundärverletzerin jeweils und damit als Adressaten ausscheiden. Hinzu kommt, dass der EUGVVO vergleichbare Durchsetzungsmöglichkeiten gegenüber der in den USA ansässigen ICANN gänzlich fehlen. Dies führt dazu, dass selbst bei Vorhandensein einer dogmatisch zutreffend begründeten Verantwortlichkeit der ICANN von Ansprüchen aus tatsächlichen Gründen Abstand genommen werden wird.

Rz. 6.16 D:6.11 F:6.24

6.2.2.7 Verantwortlichkeit des Registrators bei unzulässigen Meta-Tags und Angaben im

Font-Matching

Bei unzulässigen Meta-Tags und Angaben im Font-Matching ist nach Auffassung eines OLG mit Sitz in derselben Stadt wie der BGH der Registrator verantwortlich, der für die Gesellschaft Internet-Domains angemeldet hat und verwaltet. Er ist verpflichtet, bei Kenntnis von Wettbewerbs- oder Markenverstößen auf seinen Kunden einzuwirken und ihn zur Wiederherstellung rechtmäßiger Verhältnisse anzuhalten. Hierzu bietet schon der Vertrag mit dem Domain-Inhaber Gelegenheit.

Rz. 6.17 D:6.12 F:6.25

6.2.2.8 Verantwortlichkeit des Suchmaschinenbetreibers

Die Verantwortlichkeit des Suchmaschinenbetreibers stellt sich dann, wenn dieser Dritte am Werbeauftritt eigener gewerblicher Kunden beteiligt, in dem er insbesondere für jede durch den Dritten an Vierte (User) vermittelte Aktivierungen des Werbeauftritts des eigenen gewerblichen Kunden ein Entgelt an den Dritten bezahlt und dabei die durch den Dritten vermittelte Aktivierung einen Gesetzesverstoß beinhaltet.

Rz. 6.18 D:6.13 F:6.26

Der Suchmaschinenbetreiber haftet als Störer dann, wenn er nach Kenntniserlangung keine zumutbaren Maßnahmen gegen den Dritten, insbesondere auf Unterlassung ergreift.

6.2.2.9 Verantwortlichkeit des Betreibers eines Meinungsforums

Wer nicht im geschäftlichen Verkehr handelt – dies gilt beispielsweise für den Betreiber eines Meinungsforums – haftet allein nach den Vorschriften des BGB, mithin nach den §§ 1004, 823 BGB. Es kommt mithin eine Haftung für Meinungsäußerungen nur dann in Betracht, wenn es sich um einen Fall der Schmähkritik handelt.

Bei der Angabe unrichtiger Tatsachen wird man zu differenzieren haben, ob deren Unrichtigkeit dem Betreiber unmittelbar auffallen musste.

7. Rechtsfolgen

Rz. 7.1 A:7 B:7 C:7 D:7 F:7.2

7.1 Rechtsfolgen im Hinblick auf Domain-Namen

7.1.1 Rechtsfolgen im Hinblick auf Domain-Namen

aufgrund von Gesetzesverstößen

Als Rechtsfolge kann der aufgrund des Kennzeichenrechts Berechtigte von Nichtberechtigten als Beseitigung den Verzicht auf die Registrierung mittels Erklärung gegenüber der Registrierungsstelle beanspruchen.

Rz. 7.2 F:7.3

Dieselbe Rechtsfolge (Verzicht als Konkretisierung des Beseitigungsanspruchs) gilt gemäß den §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG (Behinderung) und gemäß den §§ 3, 5 Abs. 1 UWG (Irreführung) sowie gemäß § 12 BGB (Namensrechtsverletzung).

In Ausnahmefällen kommt ein auf Löschung der Registrierung gerichteter Beseitigungsanspruch in Betracht und zwar dann, wenn der Dritte kein berechtigtes Interesse vorweisen kann, diesen Domain-Namen außerhalb des sachlichen oder räumlichen Wirkungsfeldes des kennzeichenrechtlichen Anspruchs – etwa für private Zwecke oder für ein Unternehmen in einer anderen Branche – zu verwenden.

Rz. 7.3 F:7.4

Ein Anspruch auf Übertragung des Domain-Namens besteht nicht. Denn mit einem derartigen Anspruch würde der Anspruchsteller unter Umständen besser gestellt, als er ohne das schädigende Ereignis gestanden hätte. Möglicherweise sind weitere Bewerber um diesen Namen vorhanden, die ihr Begehren früher deutlich, nicht jedoch rechtshängig gemacht haben. Eine weitere Möglichkeit besteht darin, dass Tatsachen im Prozessverlauf, welche weitere Bewerber nicht beeinflussen können, für diesen Bewerber zu einer zeitlich früheren Entscheidung im Vergleich zu anderen gerichtlichen Verfahren führt. Diesen Bewerber zu benachteiligen durch einen Übertragungsanspruch zugunsten des Drittgläubigers ist sachlich nicht zu rechtfertigen.

Diese Ausführungen des BGH werden allerdings den tatsächlichen Verhältnissen nicht mehr gerecht. Die Sicherung eines Domain-Namens insbesondere nach Einführung einer neuen TLD ist nicht allein aufgrund der Verwirklichung des Prioritätsgrundsatzes möglich, darüber hinaus kann es Fälle insbesondere bei entsprechendem Markenschutz geben, die eine alleinige Zuweisung des Domain-Namens an den Anspruchsgläubiger rechtfertigen. Und schließlich ermöglicht die Verordnung (EG) Nr. 874/2000 im Rahmen von Streitigkeiten betreffend Domain-Namen mit der TLD .eu einen vorgerichtlichen Übertragungsanspruch. Dies führt, wenn der Wille des Gemeinschaftsgesetzgebers ernst zu nehmen

Rz. 7.4 F:7.5

Rz. 7.5 F:7.6

ist, dazu, dass unter den geregelten engen Voraussetzungen ein Übertragungsanspruch auch im nationalen Recht gegeben sein muss.

Der Unterlassungsanspruch umfasst schließlich nicht nur den Domain-Namen sondern auch die Email-Adresse.

Rz. 7.6 F:7.7

Und schließlich kann bei einem Verschulden der Verletzte vom Verletzer Auskunft und Schadensersatz verlangen.

Rz. 7.7 F:7.8-7.9

7.1.2 Rechtsfolgen im Hinblick auf Domain-Namen aufgrund Vertragsverstoßes

Vertragsverstöße kommen z.B. dann in Betracht, wenn ein Auftrag zur Domain-Registrierung erteilt wird, der Beauftragte allerdings vertragswidrig den Domain-Namen auf seinen eigenen Namen registrieren lässt.

Rz. 7.8 F:7.10

Die Rechtsfolge umfasst dann nicht lediglich den Verzicht, sondern auch einen Anspruch auf Übertragung des Domain-Namens an den Kläger aus pVV (§ 280 BGB) des Geschäftsbesorgungsvertrages (§ 675 BGB) bzw. – bei Unentgeltlichkeit – des Auftrags (§ 670 BGB).

7.2 Rechtsfolgen im Hinblick auf Meta-Tags und Angaben im sog. Font-Matching

Insoweit kommt der Unterlassungsanspruch in Betracht.

Rz. 8.1 A:8 B:8 C:8.1 D:8.1 F:8.1

8. Rechtsdurchsetzung

8.1 Vorgerichtliche und gerichtliche Rechtsdurchsetzung

8.1.1 Abmahnung

Die Abmahnung wegen eines Rechts-, insbesondere eines Gesetzesverstoßes auszusprechen, ist nicht nur eine vom Gesetzgeber in § 12 UWG erstmals für den Bereich des UWG ausdrücklich erwähnte, im übrigen im gesamten gewerblichen Rechtsschutz geltende Voraussetzung, um dem sofortigen Anerkenntnis und damit der Kostenlast auf der Klage- oder Antragstellerseite zu entgehen. Die Abmahnung und die hierauf folgende Unterlassungserklärung

Rz. 8.2 D:8.2 F:8.2

stellen das in der Praxis bedeutsamste Instrument der Streitbeilegung dar (vgl. www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 22).

8.1.2 Verfügungsantrag bzw. Klage

Herkömmlicherweise wird bei Nichtabgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung bzw. bei Nichterklärung des Verzichts der weiteren Registrierung sodann der Unterlassungsgläubiger seine Rechte mittels gerichtlichen Beschlusses oder Urteils im einstweiligen Verfügungsverfahren oder mittels Urteils im Hauptsacheverfahren durchzusetzen versuchen (weitere Ausführungen zum Verfügungsantrag: www.markenrecht-bernreuther.de, Ziff. 23.2.1, zur Hauptsacheklage: www.mar-kenrecht-bernreuther.de, Ziff. 23.2.3, zur Antragsfassung: www.bestimmtheit-bernreuther.de, Ziff. 20.3)

Rz. 8.3 C:8.2 D:8.3 F:8.3

8.1.3 Dispute

Erklärt der abgemahnte Domain-Inhaber gegenüber dem Unterlassungs- bzw. Beseitigungsgläubiger, er habe die begehrte Löschung der Domain bei der Registrierungsstelle bereits oder nunmehr beantragt, sollte sich dies der Gläubiger durch die Registrierungsstelle bestätigen lassen, er sollte zusätzlich jedenfalls einen Dispute bei der Registrierungsstelle anmelden. Der Dispute bewirkt, dass bei Löschung der vorausgehenden Inhaberschaft der Domain-Name nunmehr dem Dispute-Einträger zufällt.

Rz. 8.4 C:8.3 D:8.4 F:8.4

8.2 Rechtsdurchsetzung im ICANN-Schiedsverfahren

Die ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), gegründet im Jahr 1998 als Nachfolgeorganisation der IANA (Internet Assigned Numbers Authority), vergibt und verwaltet nicht nur IP-Adressen (IP = Internet Working Protocol). Dies ist diejenige, durch Zahlen definierte Adresse, durch die ein Computer im Netz identifiziert wird. Da die entsprechenden Zahlen kaum erinnerbar sind, werden die übersichtlichen Domain-Namen verwechselt, die ihrerseits von dem Domain Name System [DNS] in Zahlen, d.h. in die IP-Adresse umgewandelt werden) und Top-Level-Domains, sie kontrolliert und verwaltet nicht nur das Root-Server-System, sie vergibt nicht nur die SLDs über die von ihr eingeschalteten Vergabestellen (z.B. DENIC), sie hat zusätzlich im August 1999 ein

Rz. 8.5 F:8.6

Schiedsverfahren für Streitigkeiten über Domain-Namen mit den TLDs "com", "org", "net", "info" und "bez" eingeführt. Die Eigenzuständigkeit der IANA und damit auch der ICANN beruht auf einem entsprechenden Tätigwerden in eigener Initiative. Ihr fehlt also eine Legitimation beispielsweise im völkerrechtlichen Sinn. Die ICANN ist allerdings nicht bemüht, diesen Mangel zu beheben, vielmehr werden deren Bestrebungen erkennbar, die Vorgabe eigener Standardisierungen auszubauen. Dieses Bemühen ist durchaus von Erfolg gekrönt, was sich u.a. dadurch zeigt, dass die EURid hinsichtlich des eigenen Streitbeilegungsverfahrens in nicht unwesentlichem Umfang auf Vorgaben der ICANN zurückgreift.

Rz. 8.6 F:8.7

Rz. 8.7 F:8.11

Auch das Schiedsverfahren erfolgt auf der Grundlage von Regelungen, welche die ICANN selbst aufgestellt hat, mithin der "Uniform Dispute Resolution Policy" (UDRP) vom August 1999. Die UDRP werden dem Anmelder als Vertragsgrundlage bei dessen Wunsch auf Registrierung zugrunde gelegt. Damit stellt sich die Frage, ob bei Anwendbarkeit des §§ 305 ff BGB zum einen eine wirksame Einbeziehung der UDRP vorliegt, zum anderen, ob die UDRP einer Inhaltskontrolle nach den §§ 307 ff BGB standhalten.

Rz. 8.8 F:8.12-8.15

Derzeit sind durch die ICANN vier Schiedsstellen lizenziert, das Schiedsgericht bei der WIPO (World Intellectual Property Organisation) ist das bedeutsamste.

Rz. 8.9 C:8.4 D:8.5
F:8.16-8.19

Wichtigstes Merkmal der UDRP ist das des "badfaith". Dies führt dazu, dass letztlich nur spezielle Problemlagen zur Verhandlung vor die Schiedsstelle gelangen. Will heißen, Sachverhalte ohne angebliche oder tatsächliche Bösgläubigkeit werden im Schiedsverfahren auf der Grundlage der UDRP nicht verhandelt.

Rz. 8.10 F:8.20

Als Rechtsfolge kann der Antragsteller nicht nur löschen, sondern Übertragung auf sich selbst verlangen.

8.3 Rechtsdurchsetzung auf der Grundlage der Verordnung (EG) Nr. 874/2004

Streitigkeiten bei Benutzung der TLD ".eu" können ähnlich dem ICANN-Schiedsverfahren – neben dem herkömmlichen Gang zu den Gerichten – gelöst werden. Nachdem dieses Streitbeilegungsverfahren auf der Grundlage einer Verordnung der EG durchgeführt wird, welche im

Gegensatz zu Richtlinien nicht einer Umsetzung bedarf, somit unmittelbar anwendbares Recht darstellt, entbehren Fragen zur Wirksamkeit der Schiedsordnung (z.B. wirksame Einbeziehung; Inhaltskontrolle) einer ausreichenden Grundlage.

Rz. 9.1 A:9 F:9.1

Für die alternative Streitbeilegung nach der Verordnung (EG) Nr. 874/2004 spricht die Schnelligkeit des Verfahrens und die kurze Verfahrensdauer, für die Klage vor den ordentlichen Gerichten der Mitgliedstaaten sprechen der weitere Umfang der möglichen Anspruchsgrundlagen, der Instanzenzug und – in Deutschland – die Kostenlast auf Seite des Unterliegenden. Gegen eine Klage können die schwierig zu klärenden Fragen des Orts der Rechtsdurchsetzung und der Verbotsreichweite sprechen.

9. Der Ort der Rechtsdurchsetzung und die räumliche Verbotsreichweite

Bei der angeblichen oder tatsächlichen Rechtsverletzung durch die Benutzung von Domain-Namen ist zu unterscheiden, ob einerseits eine Namensrechtsverletzung, eine Verletzung der geschäftlichen Bezeichnung oder eine Behinderung durch den bloßen Domain-Namen oder andererseits eine sonstige Verletzung des Wettbewerbs- oder Markenrechts aufgrund des Domain-Namens, wie er losgelöst vom nachfolgenden Internetauftritt nicht bewertbar ist, vorgeworfen wird.

Rz. 9.2 B:9.2 F:9.2

Hat ein nationales Gericht seine Zuständigkeit bejaht, wirkt die Entscheidung für das Gebiet dieses Staates, es sei denn, der Antragsteller oder Kläger hat eine zusätzliche Begrenzung auf ein Teilgebiet im Antrag vorgenommen. Diese Tatsache ist so selbstverständlich, dass die Erwähnung der räumlichen Verbotsreichweite in der Gliederungsüberschrift überflüssig erscheint. Das gleichwohl Urteile gerade im Hinblick auf Domain-Namen tatsächlich über das Staatsgebiet hinausreichen können, machen entsprechende Entscheidungen beispielhaft deutlich und rechtfertigen daher die räumliche Verbotsreichweite als zusätzlichen Erörterungsgesichtspunkt.

Rz. 9.3 C:9.1 D:9.1 F:9.3-9.4

9.1 Ort der Rechtsdurchsetzung und die räumliche Verbotsreichweite bei Angriffen gegen den Domain-Namen allein

Ist allein der Domain-Name, wie er losgelöst vom

nachfolgenden Internetauftritt aufgrund des geltend gemachten Anspruchs bewertet werden kann bzw. wie er ohne nachfolgenden Internetauftritt existiert, Gegenstand des Angriffs, sind häufig das Staatsgebiet, in welchem die Registrierung vorgenommen wurde und das Staatsgebiet, von dem aus die Abrufbarkeit, also die Nutzung bezweckt ist, gleich. Es muss aber nicht so sein, wie die TLD ".eu" beweist. Im ersten Fall ist die Lösung der in der Gliederungsüberschrift aufgeworfenen Frage leichter als im zweiten Fall.

9.1.1 Auf ein einziges Staatsgebiet verweisende ccTLD

Lautet beispielsweise der Domain-Name "aldi-süd.de" und ist kein Berechtigter der Inhaber dieser geschäftlichen Bezeichnung, kann ausgehend vom wettbewerbsrechtlichen Markt aus Prinzip (das Wettbewerbsrecht ist Anspruchsgrundlage, weil der Domain-Inhaber z.B. den Domain-Namen der Brüder Albrecht bzw. deren Firmen zum Kauf angeboten hat bzw., der Domain-Inhaber hat zusätzlich die Schreibweisen "aldisüd", "aldi-sued" und "aldisued" registrieren lassen, so dass – ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vorausgesetzt – ein Behinderungstatbestand gemäß den §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG nahe liegt) und unabhängig davon, ob ein Internetauftritt nachfolgt oder nicht, vor deutschen Wettbewerbsgerichten Unterlassung bzw. Beseitigung verlangt werden.

Rz. 9.4 C:9.2 D:9.2 F:9.5

Rz. 9.5 D:9.3 F:9.6-9.7

Im Beispielsfall kann ferner ausgehend vom kennzeichenrechtlichen Schutzlandprinzip (der Domain-Name spiegelt eine geschäftliche Bezeichnung derart wider, dass es für die Verletzung der §§ 5, 15 MarkenG auf den nachfolgenden Internetauftritt nicht mehr ankommen wird) vor deutschen Kennzeichengerichten Unterlassung bzw. Beseitigung verlangen.

Rz. 9.6 D:9.3 F:9.8-9.9

9.1.2 Auf mehrere Staatsgebiete verweisende ccTLD bzw. gTLD

Lautet beispielsweise der Domain-Name "aldi.eu", ohne dass ein Berechtigter Inhaber dieses Domain-Namens ist, können in Deutschland und überall in solchen Mitgliedstaaten der EU, in denen Aldi geschäftlich aktiv ist und zusätzlich ein Schutz der geschäftlichen Bezeichnung vorhanden ist, die Gerichte angerufen werden.

Wurde eine vollstreckbare Unterlassungs- bzw.

Beseitigungsentscheidung erstritten, stellt sich – anders als bei den auf ein einziges Staatsterritorium verweisenden länderspezifischen TLDs – bei ".eu" als einem auf mehrere Staatsterritorien verweisenden ccTLDs die Frage, wie beantragt und tenoriert werden kann. Dieselbe Frage ist bei den generischen TLDs (z.B. ".com", ".net"; ".int") aufgeworfen.

Rz. 9.7 B:9.3 F:9.10

Gegen die Auffassung, derartige Beseitigungs- oder Unterlassungstenorierungen ohne räumliche Begrenzung gingen zu weit, steht, dass die Berechtigten in Deutschland ein Recht darauf haben, die Beispieldomain "aldi.eu" in Deutschland nicht hinnehmen zu müssen. Wenn in diesem Fall der Verletzer Bedingungen geschaffen hat, die ein Weiterreichen seiner Internetaussage qua TLD bedingen, privilegiert dies ihn nicht. Vielmehr muss er dann auch die entsprechenden Nachteile im Verbotsfall in Kauf nehmen. Schließlich bleibt ihm die Möglichkeit, auf Domain-Namen einschließlich TLDs auszuweichen, die von dem betreffenden nationalen Gesetz nicht erfasst werden.

Rz. 9.8 C:9.3 D:9.4 F:9.11

9.2 Der Ort der Rechtsdurchsetzung und die räumliche Verbotsreichweite bei Angriffen gegen den Domain-Namen im Zusammenhang mit dem nachfolgenden Internetauftritt

Wie schon bei der losgelösten Bewertung von Domain-Namen ist zu unterscheiden zwischen Domain-Namen nebst Internetauftritt, welche auf ein einziges Staatsgebiet verweisen und Domain-Namen nebst Internetauftritt, welche auf mehrere Staatsterritorien verweisen. Denn die Verbotswirkung ist bei Bezug auf ein einziges Staatsgebiet eine andere als bei Bezug auf mehrere Staatsgebiete (vgl. www.markenpiraterie-bernreuther.de, A:4.1-4.5 B:4.1-4.5).

Rz. 9.9 C:9.4 D:9.5 F:9.12

9.2.1 Auf ein einziges Staatsgebiet verweisende ccTLD nebst Seiteninhalt

Rz. 9.10 C:9.5 D:9.6 F:9.13

Lautet beispielsweise der Domain-Name "janus.de", wobei u.a. der nachfolgende Internetauftritt ergibt, dass "Janus" zweisitzige Fahrräder, also Tandems, kennzeichnet, und hat der – zeitliche Priorität besitzende – Inhaber der Marke "Janus" Schutz für Kabinenroller mit zwei Sitzen, kann ausgehend vom kennzeichenrechtlichen Schutzlandprinzip vor deutschen Gerichten, örtlich zuständig ist jedes für Markenangelegenheiten funktional zuständige

Gericht, da der Internetauftritt in ganz Deutschland abrufbar ist, man nennt diese Auswahlmöglichkeit den "fliegenden Gerichtsstand" Unterlassung bzw. Beseitigung u.a. des Domain-Namens "janus.de" wegen Verletzung der §§ 4 Ziff. 1, 14 Abs. 2 Ziff. 2, Abs. 5 MarkenG verlangt werden.

Rz. 9.11 F:9.14-9.16

Zur gerichtlichen Verbotsreichweite ergibt sich entweder deshalb keine Besonderheit, weil die ccTLD ".de" auf ein einziges Staatsgebiet verweist oder aber, wegen des Zusammenhangs mit den Internetseiten beschränkt sich das Verbot darauf, den auf Deutschland gerichteten Bezug des Internetauftritts unter dem betreffenden Domain-Namen zu untersagen.

9.2.2 Auf mehrere Staatsgebiete verweisende ccTLDs bzw. gTLD nebst Seiteninhalt

Lautet beispielsweise der Domain-Name "janus.eu" oder "janus.com" und macht erneut – unter Übernahme der Beispielsvoraussetzungen, wie sie vorstehend zu Ziff. 9.2.1 genannt sind – der Markeninhaber Unterlassungs- oder Beseitigungsansprüche geltend, ist die Frage aufgeworfen, ob deutsche Gerichte deshalb unzuständig sind, weil ein Internetauftritt hinreichend deutlich auf die Nichtgeltung des in deutscher Sprache verfassten Angebots (Fahrräder mit zwei Sitzen) für Deutschland hingewiesen wird. Die Antwort lautet, dass deutsche Gerichte zuständig sind. Der Internetauftritt ist in Deutschland abrufbar, wobei dies aufgrund der in deutscher Sprache verfassten Seiteninhalte auch gewollt ist. Der erwähnte, im Internetauftritt enthaltene Hinweis, dass – in deutscher Sprache verfasste – Angebot gelte nicht für Deutschland, ist wegen widersprüchlichen Verhaltens unbeachtlich.

Rz. 9.12 C:9.6 D:9.7
F:9.17

Rz. 9.13 F:9.18

Rz.9.14 F:9.19

Erfolgt der Internetauftritt unter dem Domain-Namen "janus.eu" oder "janus.com" in einer fremden Sprache, kommt es für die Frage des Bezogenseins der Zeichenbenutzung auf Deutschland als das in Anspruch genommene Schutzland darauf an, ob die fremde Sprache eine Wahrnehmungsbarriere bildet. Englisch dürfte etwa im IT-Bereich häufig keine Wahrnehmungsbarriere bilden, wobei Unterscheidungen treffend immer zugleich gesagt werden muss, dass der Sachbereich des Internetangebots lediglich die Anzeige für die zutreffende Bewertung insoweit darstellt. Maßgebend ist das Verständnis der verständigen Verkehrskreise als Zielpublikum.

Rz. 10 A:10 B:10 C:10
D:10 F:10.1

Ist das Bezogensein des Angebots im

vor erwähnten Sinn auf das Gebiet eines Staates, in unserem Fall auf Deutschland, festgestellt, kann der Tenor lauten: "...es zu unterlassen, die TLD "janus.eu" zu benutzen, wenn "janus" zur Kennzeichnung von Tandems benutzt wird, wie sich dies aus dem durch die nachstehende Ablichtung dokumentierten, nachfolgenden Internetauftritt ergibt".

Diese Antragsfassungen sind deshalb nicht zu weitgehend, weil der Domain-Inhaber selbst die Bedingungen geschaffen hat, die ein Weiterreichen seiner Internetaussage qua TLD bedingen. Darüber hinaus hat er die Möglichkeit, auf andere TLDs, insbesondere ccTLDs, auszuweichen.

Folglich liegt entgegen der Auffassung eines OLG auch dann ein Verstoß gegen einen entsprechenden Unterlassungstitel vor, wenn nach Vollstreckbarkeit der Unterlassungsentscheidung zusätzlich der Hinweis in der Internetseite aufgenommen wird, das Angebot richte sich nicht an deutsche Abnehmer. Dieser Hinweis ist deshalb nicht ausreichend, weil er nicht geeignet ist, die eigene Richtigkeit zu vermitteln. Vielmehr müssen andere Umstände hinzutreten, die ergeben, dass ein ursprünglich auf Deutschland bezogener Internetauftritt nunmehr Wahrnehmungsbarrieren enthält.

Rz. 11.1 A:11 B:11 C:11
F:11.1

Rz. 11.2 D:11.1 F:11.2

10. Das Internet und damit auch Domains als rechtsfreier Raum?

Die vorstehenden Darlegungen zur schwierigen Begründbarkeit der Zuständigkeit nationaler Gerichte (internationale Zuständigkeit) sowie der zutreffenden Reichweite von Unterlassungs- oder Beseitigungstitel, darüber hinaus die Tatsache, dass ein Internetauftritt etwa unter der TLD ".com" im Hinblick auf welchen Rechtsverstoß auch immer dann wenig anzugreifen ist, wenn der Domain-Inhaber z.B. auf den Niederländischen Antillen sitzt und der Provider nicht ausgemacht werden kann, machen deutlich, dass Aussagen im Internet und damit auch die Domain-Namen teilweise im rechtsfreien Raum verlautbart werden. Rechtsfreier Raum bedeutet dabei nicht, dass Internet- oder Domaininhalte nicht der Rechtsordnung des betreffenden Staates unterfielen. Rechtsfreier Raum bedeutet das Fehlen von Vollstreckungsmöglichkeiten.

Rz. 11.3 D:11.2 F:11.3

11. Abgrenzungen

Der Domain-Name wirkt wie eine Anschrift. Über den Domain-Namen ist man im Internet erreichbar. Auch Meta-Tags und Angaben im Font-Matching werden eingesetzt, wie eine Anschrift zu wirken. Diese Wirkung wird zumindest bei keywords gezielt gegenüber Suchmaschinen entfaltet, weil diese Wirkung nur ihnen gegenüber erzielbar ist, darüber hinaus haben Suchmaschinen eine nicht unerhebliche wirtschaftliche Bedeutung.

Rz. 11.4 F:11.4

11.1 Gating

Geht es um das sog. Gating, wird nicht ausgehend von dem vom Nutzer eingegebenen Suchwort oder der betreffenden Buchstabenkombination unmittelbar (Eingabe des Domain-Namens) oder mittelbar (Eingabe des Suchbegriffs als Auslöser für den Programmablauf der Suchmaschine) eine Internetseite geöffnet bzw. mehrere Internetseiten zur Öffnung angeboten.

Rz. 11.5 F:11.5

Vielmehr befindet sich beim Gating der Nutzer bereits auf einer Internetseite, ihm wird allerdings zusätzlich Werbung eingeblendet.

Rz. 11.6 F:11.6

Dieser Vorgang hat mit einem Domain-Namen als mittelbaren oder unmittelbaren Bezugspunkt der Adressierung oder Suchfrage nichts zu tun.

Rz. 11.7 F:11.7-11.8

11.2 AdwordsBuying

Unter adwords versteht man, dass bei Nutzung einer Suchmaschine nach Eingabe des Suchbegriffs neben der Auflistung der Treffer oder Nichttreffer bestimmte Marken oder Waren/Dienstleistungen beworben werden, deren Werbeauftritt vom Werbenden gerade zum Zweck des Erscheinens in diesem Zusammenhang gekauft worden war. Insoweit ist die Lage kurzzeitig mit derjenigen bei der Benutzung von Meta-Tags oder von Angaben im Font-Matching vergleichbar: der den Suchbegriff eingebende Nutzer landet zwar zunächst bei dem gewünschten Domain-Namen nebst gewünschtem Folgeangebot, er bekommt aber ein zusätzliches Angebot.

Rz. 11.8 D:11.3 F:11.9

Rz. 12.1 A:12 B:12 C:12
D:12.1 F:12.1

Was die rechtliche Bewertung dieses Vorganges nach dem MarkenG anbelangt, so liegt problemlos ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vor. Hinsichtlich der markenmäßigen Benutzung müsste man wissen, wie der Suchmaschinenbetreiber die Verknüpfung zwischen dem Suchbegriff und dem

adword vornimmt. Geschieht dies durch keywords, fehlt es an einer markenmäßigen Benutzung

Rz. 12.2 F:12.2

Erkennbar ist die Verknüpfung bei Google, wenn man sich dort über die von Google selbst angebotene Optimierung betreffend das Erscheinen der gekauften adwords im Zuge einer – anderweitigen – Trefferanzeige unterrichtet..

Rz. 12.3 F:12.3-12.4

Manche Gerichte sehen eine Verletzung von § 1 UWG a.F. (alter Fassung) in Form der Fallgruppe des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes gemäß § 4 Ziff. 9 UWG n.F. (neuer Fassung) als gegeben an. Ich sehe die unzulässige Behinderung von Mitbewerbern gemäß §§ 3, 4 Ziff. 10 UWG als gegeben.

Rz. 12.4 F.12.5

11.3 Linkfarmen

Werden Domain-Namen angemeldet ohne Folgeseiten, allerdings zu dem Zweck, Verknüpfungen mit anderen Netzseiten vorzunehmen, beeinflusst dies das Suchergebnis, solches ist allerdings nicht unzulässig. Es liegt vor allem keine gezielte Behinderung eines Mitbewerbers vor, wenn auf diese Weise das Ergebnis der Suchmaschine bis hin zur Unrichtigkeit, d.h. bei falschem Aufweis einer Vorrangigkeit, beeinflusst wird.

Rz. 13 A:13 B:13 D:13 F:13

12. Der wirtschaftliche Wert von Domain-Namen

Rz. 14 A:14 B:14 C:14 D:14 F:14

Nachdem Domain-Namen verschiedene Informationen von nicht unerheblichem Wert nicht nur erschließen, sondern möglicherweise den Hinweis auf diese Informationen im Namen selbst beinhalten, liegt es auf der Hand, dass Domain-Namen wirtschaftlich von Bedeutung sein können. Damit ist die Frage aufgeworfen, welchen wirtschaftlichen Wert Domain-Namen besitzen, ferner nach welchen Merkmalen sich deren wirtschaftlicher Wert bestimmen lässt.

Erster Anknüpfungspunkt ist die Bewertung der TLD. Geht es um die weltweite Nutzung des Domain-Namens, wird die TLD ".com" als positiv bewertet, ähnliches gilt für ".net", ".org" oder – für das Gebiet der EU – ".eu"..

Unter Einbeziehung von SLDs ist es weiter bedeutsam, dass Domain-Namen nicht zu viele Buchstaben oder Silben aufweisen sollten, günstig ist ferner deren gute Erinnerbarkeit.

Und zu guter Letzt ist ausweislich der Meinung von Fachleuten die Marktrelevanz des Domain-Namens für dessen wirtschaftlichen Wert von Bedeutung, was immer das heißen mag.

Rz. 15 A:15 B:15 C:15
D:15 F:15

13. Die Pfändbarkeit von Domain-Namen

Domain-Namen sind andere Vermögensrechte i.S.d. § 857 ZPO und daher grundsätzlich pfändbar. Ist die Benutzung des Domain-Namens als Arbeitsmittel allerdings für die Fortsetzung der Erwerbstätigkeit des Schuldners erforderlich, führt dies zur Unpfändbarkeit des Domain-Namens gemäß § 811 Ziff. 5 ZPO. Eine zulässige Verwertungsmöglichkeit stellt die Versteigerung einer Internet-Domain über ein Internetauktionenhaus dar.

Rz. 16.1 A:16 B:16 C:16
D:16.1 F:16.1

Rz. 16.2 D:16.2 F:16.2-
16.3

14. Auslassungen

Vertragliche Beziehungen im Zusammenhang mit der Anmeldung und/oder Benutzung von Domain-Namen sind hier nicht erörtert. Es fehlen Ausführungen insbesondere betreffend die Rechtsbeziehungen des Domain-Inhabers zu seiner in- oder ausländischen Registrierungsstelle. Es fehlen Ausführungen zu den Rechtsbeziehungen des Domain-Inhabers zum Service-Provider oder zum Sub-Provider. Es fehlen Ausführungen zur Bewertung der DENIC unter kartellrechtlichen Gesichtspunkten, es fehlen Ausführungen zum Domain-Namen im Gesellschaftsrecht, nicht jede Form der außergerichtlichen Streitbeilegung ist erwähnt, es fehlen Ausführungen zum TKG, auch wenn oben zu Ziff. 6.2.2.4.2.2 = Rz. 6.12 kurz Bezug auf eine hoheitliche Zugangssperrung genommen wird. Es fehlen Ausführungen zur Auskunftspflicht des Internet-Providers gegenüber Ermittlungsbehörden.

Rz. 16.3 D:16.3 F:16.4

Rz. 16.4 F:16.5

Dazu später vielleicht etwas mehr. Fragen kann man mich trotzdem.

15. Fehler

Fehler machen wir alle. Denn Irren ist menschlich. Wer nicht irrt, ist kein Mensch, sondern Gott.

16. Ausblicke

Für eine geringer werdende Anzahl von gerichtlichen Domain-Streitigkeiten in Deutschland spricht das zwischenzeitliche Vorhandensein verschiedener Leitentscheidungen des BGH insoweit.

Zur internationalen Zuständigkeit deutscher Gerichte bei dem Verbot von gTLDs oder der ccTLD ".eu" fehlt demgegenüber eine Aussage des BGH, was die soeben geäußerte Möglichkeit des Abnehmens von gerichtlichen Domain-Streitigkeiten in deren Gegenteil verkehren kann.

Ob sich neuer Zündstoff deshalb ergibt, weil durch die Zulassung von Umlauten (ä,ö,ü) in Domains die Möglichkeit geschaffen wurde, dass geschützte Begriffe als Domain wieder einmal in Händen von Nichtberechtigten sind, weil der Rechtsinhaber wieder einmal geschlafen hat, bleibt abzuwarten.

Was technische Möglichkeiten aufgrund von betrügerischer Absicht erlangten Phishing-E-mails anbelangt, so bleibt abzuwarten, ob es insoweit zu Nachteilen in größerem Umfang kommt.

Es gilt also: Es bleibt spannend!