

1. Rechte an Internet-Domains und Konflikte mit Kennzeichenrechten

1.1 Die Grundlagen der Domain-Vergabe

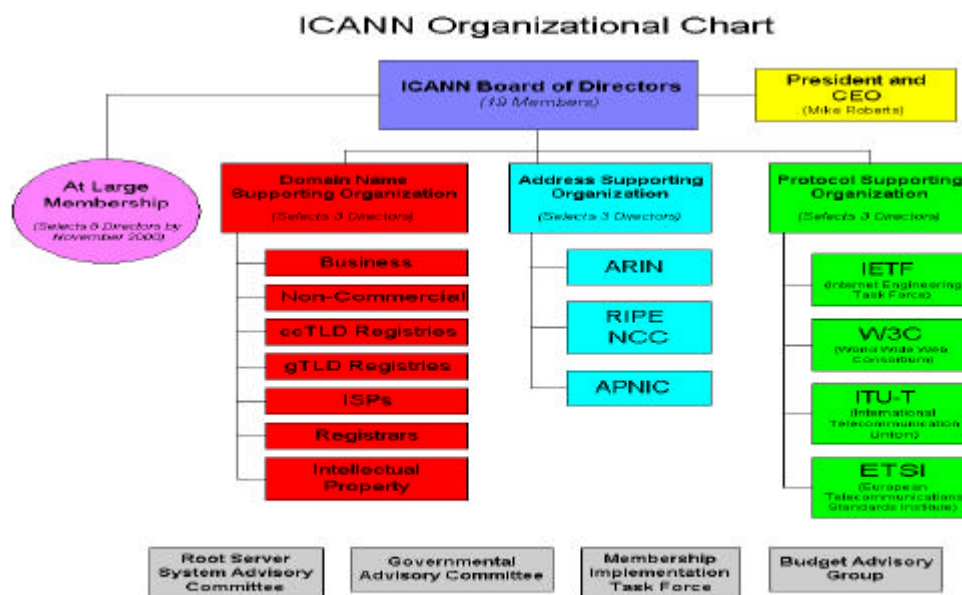
Auf das Verfahren zur Registrierung einer Domain soll in seinen Einzelheiten nicht eingegangen werden. Daher hier nur kurz das Notwendigste zu den technischen Grundlagen:

Jeder Rechner, der über das Internet (d. h. genauer das sog. TCP/IP-Protokoll) mit anderen Rechnern kommunizieren will, benötigt eine eindeutige Bezeichnung, die sog. IP-Adresse, die aus einer Kombination von 4 durch Punkte getrennten Zahlen zwischen 0 und 255 besteht. Beispiel: 141.7.244.116. Da kryptische Zahlenkombinationen schwer zu merken sind, ist man dazu übergegangen, der IP-Adresse zusätzlich eine alphanumerische Bezeichnung zuzuordnen, die leichter erinnert werden kann. Diese alphanumerischen Bezeichnungen sind die jedermann bekannten Internet-Adressen, wie z. B. www.ibm.com, www.amazon.de oder www.loeps.de. Jeder Internet-Adresse, die auch URL (Uniform Resource Locator) genannt wird, ist dabei durch das Domain Name System (DNS) eine eindeutige IP-Adresse zugeordnet (nicht unbedingt umgekehrt). Die Zuordnung der alphanumerischen URLs zu numerischen IP-Adressen ist auf speziellen Servern (Domain Name Server) hinterlegt, die man sich im Prinzip als große Adreßbücher vorstellen kann. Die Domain-Namen sind nach einem System organisiert, beim dem unterscheiden wird zwischen sog. Top-Level-Domains, Second-Level-Domains und den Sub-Domains.

Top-Level-Domains	Es gibt derzeit <i>sieben internationale (bzw. generische) TLD</i> , nämlich <ul style="list-style-type: none">• .edu: Forschungseinrichtungen• .com: kommerzielle Firmen• .gov: US-Regierungsinstitutionen• .org: sonstige nicht-kommerzielle Einrichtungen• .mil: Militärische Einrichtungen• .net: :Netzwerk-Organisationen• .int: Internationale Organisationen. und ferner <i>ca. 180 geographische TLD</i> , wie z. B. <ul style="list-style-type: none">• .de, ch, fr, uk etc.
Second-Level-Domains	Ihre Zahl ist wegen der Möglichkeit nicht mehrübersehbar. Beispiele: amazon, bol, t-online, ibm, fh-heilbronn. Sie müssen wenigstens einen Buchstaben enthalten, dürfen höchstens 63 Zeichen lang sein und weder mit einem Bindestrich beginnen noch enden.
Sub-Domains	Die Zahl der Sub-Domains unterhalb der TLDs und SLDs ist noch viel weniger übersehbar. Beispiele: info, mitarbeiter, service etc. Für Sub-Domains gelten auch keine technischen Restriktionen.

Für die Vergabe der internationalen Top-Level-Domains (TLD), die bisher in den Händen des „International Network Information Center“ (InterNIC) lag, wird in Zukunft die „Internet Cor-

poration for Assigned Names and Numbers“ (ICANN) zuständig sein. ICANN ist eine Non-Profit-Organisation, die seit November 1999 im Auftrag des US-Handelsministeriums ausgewählte Funktionen der technischen Regulierung des Internets wahrnimmt, die bisher von der US-Regierung erfüllt wurden.¹ Mit der Gründung von ICANN gab die US-Regierung die Kompetenz für die Verwaltung der TLD, des IP-Systems, der Protokollfragen sowie des Root Server Systems an eine neue Institution ab, die anders als IINTERNIC nicht mehr ausschließlich in amerikanischer Hand ist. ICANN wird von einem 19-köpfigen Direktorium geführt. Neun dieser Direktoren wurden mit großem Medienecho, aber relativ geringer Wahlbeteiligung von den Internet-Usern gewählt. Vielleicht gelingt es der ICANN irgendwann auch noch, die seit langem in Aussicht gestellten und auf ihrem Treffen am 16.11.2000 endgültig beschlossenen zusätzlichen internationalen TLDs tatsächlich einzuführen (aero, .biz, .coop, .info, .museum, .name, .pro). Die folgende Grafik verdeutlicht die Strukturen von ICANN:



(c) 2000 Internet Corporation for Assigned Names and Numbers. All rights reserved.

Quelle: http://www.icann.org/general/icann-org-chart_frame.htm

In Deutschland liegt die Vergabe und Verwaltung der „de“ TLDs bei der DENIC (Abkürzung für „Deutsche Network Information Center“), die seit 1997 als Genossenschaft organisiert und

¹ Information auf der Startseite der ICANN (<http://www.icann.org/> am 27.03.01): **The Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)** is a technical coordination body for the Internet. Created in October 1998 by a broad coalition of the Internet's business, technical, academic, and user communities, ICANN is assuming responsibility for a set of technical functions previously performed under U.S. government contract by **IANA** and other groups. Specifically, ICANN coordinates the assignment of the following identifiers that must be globally unique for the Internet to function: Internet domain names, IP address numbers protocol parameter and port numbers. In addition, ICANN coordinates the stable operation of the Internet's root server system. As a non-profit, private-sector corporation, ICANN is dedicated to preserving the operational stability of the Internet; to promoting competition; to achieving broad representation of global Internet communities; and to developing policy through private-sector, bottom-up, consensus-based means. ICANN welcomes the participation of any interested Internet user, business, or organization.

eingetragen ist. Mitglieder („Genossen“) der DENIC sind derzeit ca. 70 Internet-Service-Provider (ISP), darunter große Unternehmen wie die Deutsche Telekom AG und die VIAG Interkom AG, aber auch zahlreiche kleine und mittlere. Derzeit sind bei der DENIC rund 4 Mio. de-Domains registriert. Das Wachstum ist schwindelerregend. Monatlich kommen derzeit rund 400.000 neue de-Domains hinzu !

Im hier interessierenden rechtlichen Zusammenhang ist von entscheidender Bedeutung, daß sowohl DENIC als auch ICANN *keine* staatlichen oder zwischenstaatlichen Behörden oder Institutionen sind (auch wenn sich die ICANN selbst als „Körperschaft“ apostrophiert). Die Vergabe von Domains erfolgt bisher auf der Grundlage privater zwei- oder mehrseitiger privatrechtlicher Verträge. Die Registrierungsbedingungen und –richtlinien der DENIC sind somit keine Gesetze im materiellen Sinne wie Rechtsverordnungen oder Verwaltungsvorschriften, sondern in der Sache nichts anderes als die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des privatrechtlichen Unternehmens DENIC. Die Registrierung einer Domain bei der DENIC ist daher in keiner Weise mit der Eintragung einer Marke, einer Firma oder der öffentlichen Inanspruchnahme des Titelschutzes zu vergleichen. Die vollständig fehlende rechtliche Legitimation der Domain-Vergabe steht in einem außerordentlich krassen Gegensatz zur praktischen und wirtschaftlichen Bedeutung von Internet-Domains. Das Verfahren zur Vergabe von Domains ist dringend reformbedürftig. Eine Änderung der rechtlichen Grundlagen ist allerdings auf mittlere Sicht nicht zu erwarten.

1.2 Das Verfahren der Domain-Vergabe durch die DENIC

Die Registrierung einer de-Domain kann jeder Anmelder selbst unmittelbar bei der DENIC vornehmen, und zwar auch direkt via Internet. Die Kosten für die direkte Registrierung einer Domain bei der DENIC beginnen derzeit bei 116 €² Ferner kann die Registrierung auch über einen Internet-Service-Provider (ISP) erfolgen, der Mitglied bei der DENIC ist, wobei letzteres erstaunlicherweise für Privatkunden oft die preiswertere Lösung darstellt. Der Registrierungsvertrag kommt aber auch in diesem Falle zwischen dem Anmelder und der DENIC zustande.³ Der ISP übernimmt lediglich die Rolle eines administrativen Ansprechpartners (admin-c) der als Bevollmächtigter des Anmelders berechtigt und verpflichtet ist, sämtliche die Domain betreffenden Angelegenheiten verbindlich für ihn zu entscheiden. Sofern der Domaininhaber seinen Sitz nicht in Deutschland hat, ist der admin-c zugleich dessen Zustellungsbevollmächtigter i. S. v. §§ 174 f. ZPO. Zusätzlich übernimmt der ISP zumeist auch noch die Funktion des technischen Ansprechpartners (tech-c) und Zonenverwalters (zone-c) und betreut die Domain auch in technischer Hinsicht.

Die DENIC registriert eine Domain unter dem Top-Level .de., wenn sie nicht bereits für einen Dritten registriert ist. Die DENIC übernimmt nach §2 Abs. 1 der DENIC-Registrierungsbedingungen⁴ keine Verpflichtung dahingehend, die Rechtmäßigkeit der Domain-Nutzung durch den Anmelder zu überprüfen – und sie wäre dazu bei rund 400.000 Anmeldungen monatlich auch rein tatsächlich gar nicht in der Lage. Bei offensichtlichen Rechts-

² <http://www.denic.de/DENICdb/domainreg/DENICdirect/preisliste.html> vom 22.08.2000

³ <http://www.denic.de/doc/faq/vergaberichtlinie.html> vom 15.08.2000

⁴ <http://www.denic.de/doc/DENIC/agb.html> vom 15.08.2000

verletzungen kann die DENIC aber die Registrierung verweigern (§2 Abs. 3 der Registrierungsbedingungen). In der Praxis kommt das aber sehr selten vor.

Fall 1:

Wilhelm Napf aus Leipzig (der sächsische Vetter unseres Karl Napf aus Stuttgart) meldet bei der DENIC die Domain „Kurt-Biedenkopf.de“ an. Er will die Domain anschließend dem sächsischen Ministerpräsidenten zum Kauf anbieten und hofft, dadurch seinen nächsten Karibik-Urlaub finanzieren zu können. Wird die DENIC diese Domain eintragen ?

Domains werden von der DENIC grundsätzlich nach dem Prinzip: First Come, First Serve – Deutsch: “Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“, vergeben. Wer glaubt, bessere Rechte an einer bereits für einen anderen registrierten Domain zu haben, muß seine Ansprüche selbst unmittelbar gegen den Inhaber der Domain geltend machen. Die DENIC ist für derartige Ansprüche auch dann nicht passiv legitimiert, d. h. der richtige Ansprechpartner, wenn die bessere Berechtigung relativ offensichtlich ist.

So hat das OLG Dresden die Klage des sächsischen Ministerpräsidenten *Kurt Biedenkopf* gegen die DENIC wegen der Registrierung der Domain Kurt-Biedenkopf.de abgewiesen.⁵ Die DENIC ist nicht Störer. Richtiger Beklagter war auch hier ausschließlich der Anmelder.

Wenn ein Dritter Anhaltspunkte für seine bessere Berechtigung glaubhaft machen kann, ist die DENIC jedoch bereit, einen sog. DISPUTE-Eintrag (früher: WAIT-Eintrag) vorzunehmen (§2 Abs. 3 DENIC-Registrierungsbedingungen). Dieses Instrument bewirkt vor allem, daß der Domaininhaber die Domain nicht auf einen Dritten übertragen kann. Außerdem gewährleistet der Dispute-Eintrag, daß der Antragsteller automatisch neuer Domaininhaber wird, wenn der bisherige Domaininhaber die Domain freigibt. Damit trägt die DENIC insbesondere der Tatsache Rechnung, daß manche Gerichte sich weigern, den Domaininhaber zur Übertragung der streitgegenständlichen Domain zu verurteilen, und ihn statt dessen lediglich zur Freigabe verpflichten. Voraussetzung für einen DISPUTE-Eintrag ist, nach §2 Abs. 3 DENIC-Registrierungsbedingungen), daß der Widersprechende DENIC und den ISP von möglichen Ansprüchen des Domain-Inhabers und Dritter freistellt. In der Praxis haben DISPUTE-Einträge bisher keine große Bedeutung erlangt.

Die DENIC nimmt die Daten des Anmelders in die öffentliche DENIC-Datenbank (whois) auf und gibt sie im Rahmen des DENIC-Abfrageservice über das Internet weiter (§2 Abs. 2 DENIC-Registrierungsbedingungen). Die damit zusammenhängenden datenschutzrechtlichen Probleme sind weitgehend ungelöst.

1.3 Der Schutz registrierter Domains

Mit der Registrierung bei der DENIC oder ICANN erwirbt der Anmelder das vertragliche Recht, die Domain im Internet zu nutzen. Es handelt sich dabei um ein sog. relatives Recht, das nur gegenüber den Vertragspartner (also der DENIC) wirkt – im Unterschied zu absoluten Rechten, die gegenüber jedermann wirken. Weitergehende Befugnisse oder Rechte sind mit der Registrierung nicht verbunden. Der Domain-Inhaber kann insbesondere einem Dritte nicht ver-

⁵ JurPC Web-Dok. 98/2001

bieten, die Domain oder deren prägende Bestandteile zu benutzen oder sie sogar für sich selbst als Marke oder Firma eintragen zu lassen. Hierin liegt zweifellos eine gravierende Schwäche des derzeitigen Systems der Domain-Vergabe.

Auch wenn die Registrierung einer Domain also nur vertragliche Rechte gegenüber der DENIC oder ICANN begründet, heißt das noch lange nicht, daß eine Domain deswegen rechtlich völlig schutzlos sein muß. Unmißverständlich festgehalten werden muß nur, daß die Registrierung als solche noch keinen rechtlichen Schutz begründet. Domains erfüllen rechtlich gesehen aber die Funktion sog. **Kennzeichen**. Sie dienen der Identifikation und Unterscheidung eines Internet-Angebots von anderen Internet-Angeboten.⁶ Diese zentrale Ordnungs- und Unterscheidungsfunktion teilen die Domains mit den vom Gesetzgeber explizit unter rechtlichen Schutz gestellten Kennzeichen, wie z. B. Namen, Marken, Firmen, Werktiteln etc. Das bedeutet aber auch, daß Domains dann rechtlichen Schutz genießen, wenn sie gleichzeitig die Voraussetzungen der genannten Kennzeichenrechte erfüllen. M.a.W.: Auch wenn eine Domain als solche keinen rechtlichen Schutz genießen mag, so kann sie durchaus als Name, Firma, Marke, Werktitel oder sonstiges Unternehmenskennzeichen rechtlichen Schutz genießen, wenn sie die jeweiligen Voraussetzungen erfüllt. Gleichzeitig kann eine Domain aber auch, obwohl sie von der DENIC oder ICANN anstandslos registriert wurde, alle hier genannten Kennzeichenrechte verletzen. Dies ist die Kehrseite der Schutzmöglichkeit. Ich will im folgenden versuchen, dieses für Nichtjuristen ganz außerordentlich schwierige Rechtsgebiet durch die Bildung von Fallgruppen - Betriebswirte nennen das auf Neudeutsch gerne Case Studies - in den Griff zu bekommen.

1.4 Typische Konflikte zwischen Domain und Namensrecht

Der Name ist eine sprachliche Kennzeichnung der Person, die dazu dient, sie von anderen Personen zu unterscheiden (vgl. §12 BGB). Namen führen nicht nur natürliche, sondern auch juristische Personen (AG, GmbH, Verein) und Personenvereinigungen (OHG, KG). Neben dem bürgerlichen Namen umfaßt der Schutz auch Adelsprädikate, Berufs- und Künstlernamen sowie namensartige Kennzeichen, soweit sie natürliche Unterscheidungskraft besitzen. Der Träger des Namensrechts kann jeden unbefugten Gebrauch des Namen verbieten, der seine schutzwürdigen Interessen verletzt. Bei Namen, die im geschäftlichen Verkehr verwendet werden, zählen aber nur schutzwürdige geschäftliche Interessen. Hier liegt ein unbefugter Gebrauch insbesondere dann vor, wenn Verwechslungsgefahr besteht, bei berühmten Namen genügt auch die bloße Verwässerungsgefahr. Eine Verletzung des Namensrechts kann bei Nichtvorliegen von Verwechslungsgefahr oder Rufausbeutung nur angenommen werden kann, wenn besondere Unlauterkeitss Gesichtspunkte die Annahme einer Interessenbeeinträchtigung rechtfertigen.

Fall 2:

Wilhelm Napf aus Leipzig (der sächsische Vetter unseres Karl Napf aus Stuttgart) meldet bei der DENIC die Domain *kurt-biedenkopf.de* an. Die Domain wird anstandslos eingetragen und Wilhelm Napf bietet sie anschließend dem sächsischen Ministerpräsidenten *Kurt Biedenkopf* zum Kauf anbieten, um dadurch seinen nächsten

⁶ Vgl. OLG Köln, OLG Rep. 1999, 141; OLG München NJW RR 1998, 984; LG Frankfurt NJW RR 1998, 974, 975. Der hier verwendete Begriff des Kennzeichens ist weiter als der des §1 MarkenG, vgl. dazu Fezer, §1 Rn 2.

Karibik-Urlaub zu finanzieren. Der findet das wenig komisch und klagt auf Unterlassung, Schadensersatz und Freigabe der Domain.

Zusammenfassend kann daher festgehalten werden: Der Gebrauch einer Domain, die mit einem geschützten Namen identisch oder verwechslungsfähig ist, verletzt das Recht des Namensträgers aus §12 BGB.⁷ Umstritten ist, ob der Gebrauch des Namens bereits in der Registrierung der Domain bei der DENIC oder erst in ihrer Benutzung (also der Konnektierung) liegt.⁸ Da die bloße Registrierung aufgrund des von der DENIC angewendeten First Come – First Serve Prinzips dazu führen muß, daß dem Berechtigten seinerseits die Registrierung seinerseits versagt bleibt, liegt zureffender Ansicht nach bereits darin eine Verletzung des Namensrechts.

Fall 3:

Der 22-jährige Informatiker-Azubi *Marian Müller* sichert sich bei der DENIC die Domain *verteidigungsministerium.de* und richtet dort ein Informationsangebot für potentielle Wehrdienstverweigerer ein. Kostprobe: „Sollte hier wer zum Verteidigungsministerium wollen, kann ich erst mal nur sagen, das es hier nicht ist. Dies ist eine privat betriebene Seite und soll junge Menschen darüber informieren, Warum und Wie man den Wehrdienst verweigert.“ Verteidigungsminister *Rudolf Scharping*, der unter *bundeswehr.de* online ist, findet das gar nicht komisch.⁹ Wie ist die Rechtslage ?

1.5 Typische Konflikte zwischen Domain und Firma

Die Firma ist gemäß §17 HGB der Name des Kaufmannes, unter dem er seine Geschäfte betreibt und seine Unterschrift abgibt. Zwar muß die Firma gemäß §29 HGB im Handelsregister eingetragen werden. Dennoch ist auch das Firmenrecht kein förmliches Recht. Das Firmenrecht entsteht vielmehr originär durch Aufnahme und Gebrauch der Firma.¹⁰

Fall 4:

Erich Krupp betreibt eine Online-Agentur und bietet Dienstleistungen im Bereich des Internet an. Er ist als Einzelkaufmann mit der Firma *W. Erich Krupp Kommunikation* im Handelsregister beim Amtsgericht Andernach eingetragen. Als er sich folgerichtig die Domain *krupp.de* sichert, bekommt er Ärger mit dem Stahlkonzern *KRUPP AG*, (heute *THYSSEN-KRUPP AG*) der bisher lediglich die Domain *krupp.com* für sich reserviert hat. Wie ist die Rechtslage ?

1.6 Typische Konflikte zwischen Domain und Marke

Die Marke ist das stärkste, d. h. am besten geschützte Kennzeichenrecht überhaupt. Als Marke können nach §3 MarkenG alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen geschützt werden, die geeignet sind Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Der Markenschutz kann auf drei verschiedene Arten erlangt werden:

⁷ OLG Köln GRUR 2000, 798; KG NJW 1997, 3321; LG Braunschweig NJW 1997, 2687; LG Ansbach NJW 1997, 2688; Bücking NJW 1997, 1886 ff.

⁸ Verneinend Bücking NJW 1997, 1886/1888.

⁹ FOCUS Nr. 12/2001, S. 59.

¹⁰ Baumbach/Duden/Hopt, §17 Rn. 16.

- durch Eintragung in das Markenregister beim Patentamt oder für die sog. Gemeinschaftsmarke beim HABM in Alicante/Spanien.
- durch schlichte Benutzung, wenn das Zeichen als Marke Verkehrsgeltung erlangt hat
- durch die sog. notorische Bekanntheit im Sinne der Pariser Verbandsübereinkunft.

Am besten geschützt ist naturgemäß die eingetragene Registermarke, weil der Inhaber hier alle Schutzvoraussetzungen problemlos nachweisen kann. Die Marke gewährt ihrem Inhaber nach §14 Abs. 1 MarkenG ein ausschließliches und absolutes Recht, das gegen jeden Dritten wirkt. Er kann jede Benutzung eines identischen oder ähnlichen Zeichens im geschäftlichen Verkehr verbieten, soweit **Verwechslungsgefahr** besteht. Handelt es sich bei der Marke um eine im sog. berühmte Marke, kann er die Benutzung sogar dann verbieten, wenn wegen der Unterschiedlichkeit der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zwar keine Verwechslungs-, wohl aber sog. **Verwässerungsgefahr** besteht. Es geht dabei in erster Linie um die Ausbeutung des Rufes bekannter Marken für andere Produkte oder Dienstleistungen.

		Marken bzw. Zeichen		
		identisch	ähnlich	nicht ähnlich
Produkte oder Dienstleistungen	identisch	Verwechslungsgefahr nach §14 Abs. 2 Nr. 1 (§9 Abs. 1 Nr. 1)	Verwechslungsgefahr nach §14 Abs. 2 Nr. 2 (§9 Abs. 1 Nr. 2)	frei
	ähnlich	Verwechslungsgefahr nach §14 Abs. 2 Nr. 2 (§9 Abs. 1 Nr. 2)	Verwechslungsgefahr nach §14 Abs. 2 Nr. 2 (§9 Abs. 1 Nr. 2) + Rufausbeutung nach §14 Abs. 2 Nr. 3 (§9 Abs. 1 Nr. 3), wenn berühmte Marke	frei
	nicht ähnlich	Rufausbeutung nach §14 Abs. 2 Nr. 3 (§9 Abs. 1 Nr. 3), wenn berühmte Marke	Rufausbeutung nach §14 Abs. 2 Nr. 3 (§9 Abs. 1 Nr. 3), wenn berühmte Marke	frei

Hier die gleiche Tabelle nochmals etwas vereinfacht und farbig gekennzeichnet:

		geschützte Marke – Domain		
		identisch	ähnlich	nicht ähnlich
Produkte oder Dienstleistungen	identisch	Verwechslungsgefahr	Verwechslungsgefahr	frei
	ähnlich	Verwechslungsgefahr	Verwechslungsgefahr + Verwässerungsgefahr, (wenn berühmte Marke)	frei
	nicht ähnlich	Verwässerungsgefahr (wenn berühmte Marke)	Verwässerungsgefahr (wenn berühmte Marke)	frei

Fall 5:

Der Münchner Journalist *Wolf-Dieter Roth* ist Redakteur bei der Zeitschrift *PC-Online* und seit Anfang der 90er Jahre Inhaber der von seinen Initialen *wdr* abgeleiteten Domain *wdr.org*. und bietet unter dieser im Internet Dienstleistungen u. a. in den Bereichen Fachjournalismus, Public Relations, Web-Design und Grafik an. Der Westdeutsche Rundfunk verlangt die Freigabe dieser Domain. Er tritt seit über 40 Jahren unter der Bezeichnung *WDR* im Verkehr auf und ist Inhaber der deutschen Wortmarke *WDR* Nr. 1 012391, die mit einer Priorität vom 2.4.1979 eingetragen ist. Ende 2000 verlangt der *WDR*, der bereits Inhaber der Domains *wdr.de* ist, die Freigabe der Domain *wdr.org*.

Fall 6:

Der Designer Wolfgang Joop, der seit Ende der sechziger Jahre als Modeschöpfer tätig ist, wurde erstmals 1970 durch Preisgewinne beim Modewettbewerb der seinerzeit sehr verbreiteten Frauen- und Modezeitschrift "Constanze" einer breiteren Öffentlichkeit bekannt. Wolfgang Joop, der unter seinem bürgerlichen Namen auftrat, setzte in der Folgezeit seine geschäftliche Tätigkeit in der Modewelt kontinuierlich fort und brachte 1988 seine damals schon vielfältigen Aktivitäten in die von ihm gegründete "Joop Fashion GmbH", die Klägerin, ein, wobei 1993 der Firmenname in die nunmehrige Firma "Joop! GmbH" geändert wurde. Dieses Unternehmen ist Inhaberin der für diverse Waren und Dienstleistungen eingetragenen Marke 1 013 222 "JOOP!" mit einer auf den 5. November 1980 zurückgehenden Priorität. Mit Priorität vom 24. August 1983 wurde ferner die Wortmarke 1 055 197 "JOOP" national für verschiedene Waren und Dienstleistungen eingetragen. Die Bezeichnungen "JOOP!" und "JOOP" sind ferner für eine Vielzahl von Produktklassen und -kategorien in etwa 150 Ländern kennzeichenrechtlich geschützt. Nach einer 1998 durchgeführten Markenbekanntheitsstudie aus dem Gruner + Jahr Verlag erzielen die Produkte der Unternehmensgruppe JOOP im Parfumbereich einen Bekanntheitsgrad von 68 %, im Herrenoberbekleidungsbereich liegt der Bekanntheitsgrad bei 65 %. Der Umsatz für das Jahr 1999 betrug 600 Millionen DM. Im Internet ist JOOP unter der Adresse "www.joop.com" präsent. Ein entfernter Verwandter des Designers, der den gleichen Familiennamen trägt, betreibt in Braunschweig und Umgebung ein Einzelhandelsgeschäft mit mehreren Filialen, in denen er unter anderem Klaviere, Flügel, Orgeln, Noten, Tonträger etc. verkauft. Bereits 1990 (!) ließ er sich mit der Domain *joop.de* registrieren. 1994 führten die Parteien Verhandlungen über eine Übertragung der Domain auf die Klägerin. 1999 (!) erhob die Klägerin schließlich Klage und verlangte die Übertragung der Domain *joop.de*.

Fall 7:

Die Klägerin Inhaberin von vier in den Jahren 1979, 1987, 1990 und 1992 eingetragenen Wort-/Bildmarken mit dem Wortbestandteil "Weideglück". Unter der Bezeichnung "Weideglück" vertreibt sie in erheblichem Umfang ihre Milchprodukte. Karl Napf aus Stuttgart läßt sich 1999 die Domain *weideglueck.de* registrieren. Er behauptet, er sei auf diese Domain gekommen, weil seine Mutter ein Ferienhaus in den österreichischen Alpen besitze, das von Almweiden umgeben sei. Die Molkerei verlangt von Karl Napf Freigabe der Domain.

1.7 Typische Konflikte zwischen Domain und Titel

Nach den §§5, 15 MarkenG genießen Werktitel und Unternehmenskennzeichen als sog geschäftliche Bezeichnungen einen ähnlichen Schutz wie Marken. Dieser Schutz setzt eine Eintragung nicht voraus. Werktitel sind dabei nach §5 Abs. 3 MarkenG die Namen oder besonderen Bezeichnungen von Druckschriften, Filmwerken, Tonwerken, Bühnenwerken und sonstigen vergleichbaren Werken. Nach der Rspr. fallen darunter auch Spiele, Computerspiele, Computerprogramme, Events etc. Der Schutzbereich umfaß bei Werktiteln sowohl die Verwechslungs- als auch die Verwässerungsgefahr.

Fall 8:

Die Klägerin gibt die 14tägig erscheinende Frauenzeitschrift *FREUNDIN* heraus. Sie hat 1995 die Wortmarke *FREUNDIN* für unterschiedliche Waren angemeldet; insbesondere auch für Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienste, Online-Dienste. Zur Eintragung im Markenregister kam es 1996. Ende 1995 beantragte die Klägerin bei der DENIC die Zuteilung der Internetdomain *freundin.de*. Dies wurde aber abgelehnt, da bereits kurz zuvor die Internetadresse *freundin.de* an die Beklagte vergeben worden war. Diese plant unter diesem Namen die

Erbringung von Dienstleistungen einer Partnerschaftsvermittlung. Die Klägerin hält dies für eine Verletzung der Marke "Freundin".

1.8 Konflikte Domain - Freihaltebedürfnis

Eine Eintragung als Marke ist gemäß §8 Abs. 2 Nr. 2 und 3 MarkenG ausgeschlossen für Zeichen, denen jede Unterscheidungskraft fehlt, weil sie nur beschreibenden Inhalt haben, oder die als Gattungsbezeichnungen Verwendung finden. Damit wird dem Freihaltebedürfnis des Verkehrs Rechnung getragen. Keine Brauerei kann sich z. B. die Gattungsbezeichnung Bier als Marke eintragen lassen und danach allen übrigen Brauereien in Deutschland oder auf der ganzen Welt verbieten, ihr Getränk ebenfalls Bier zu nennen. Diese kennzeichenrechtliche Selbstverständlichkeit wird im Internet stark relativiert, denn es ist ohne weiteres möglich, beschreibende Bezeichnungen, Gattungsbezeichnungen, Allerweltsbegriffe als Domain registrieren zu lassen.

Fall 9:

Der Beklagte bezeichnet ist Journalist. Er ist seit Mitte Juli 1997 Inhaber der Internet-Domain *hauptbahnhof.de*. Nach seinen Angaben beabsichtigt er, diese Domain für ein Internet-Forum zu nutzen, in dem er Fotos von Bahnhöfen zeigen und einen Sammlerbereich einrichten will. Auf die Abmahnung der Deutschen Bahn AG reagierte er mit einem Kooperationsangebot, woraufhin diese die vorliegende Klage erhoben hat

Dieser Sachverhalt ist nicht unbedingt typisch für die Verwendung von Gattungsbezeichnungen. Das ist vielmehr eher der folgende:

Fall 10:

Die Klägerin unterhält in Deutschland 114 Reisebüros und vertreibt überwiegend Last-Minute-Reisen. Die Beklagte ist eine Mitbewerberin und die deutsche Tochtergesellschaft der englischen Unternehmens *lastminute.com.plc*. Sie ist Inhaberin der Domains *lastminute.de* und *lastminute.com*. Die Klägerin hält das für einen Verstoß gegen §1 UWG.

Fall 11:

Ein interessantes Gemeinschaftsprojekt stellt die Domain *bier.de* dar. Auszug aus den Erläuterungen zur Entstehung der Domain: Die Adresse <http://www.bier.de> zu bekommen war ein Quentchen Glück und die richtige Idee zur richtigen Zeit. Der Rest ist sozusagen Geschichte. Unsere Idee war es, mit einer Produkt- und Sachinformation, gemischt mit interaktiven Features und Unterhaltungselementen, auf den Markt zu gehen und Brauereien zu gewinnen, die das Projekt unterstützen, weil platte Agentur-Selbstdarstellungen schon 1995 keinen vom Hocker gehauen haben. BIER.DE ist wird in alleiniger redaktioneller Verantwortung der terramedia kommunikation & werbung gmbh erstellt und eingespeist.

Lösung: Derzeit wird das Portal von zwei Brauereien, nämlich Holsten und Binding gesponsert, die auch entsprechende Hinweise geschaltet haben, den übrigen ist es verständlicherweise ein Dorn im Auge ... Liegt hier ein Verstoß gegen §1 oder §3 UWG vor ?