

## 1. Rechte an Internet-Domains und Konflikte mit Kennzeichenrechten

### 1.1 Das Internet - der wilde Westen des 21. Jahrhunderts ?

Betrachtet man die Veröffentlichungen in Medien, aber auch in der juristischen und betriebswirtschaftlichen Fachpresse, dann kann man manchmal den Eindruck gewinnen, das Internet sei so etwas wie der wilde Westen des 21. Jahrhunderts. Da wird von „rechtsfreien Räumen“ gesprochen,<sup>1</sup> die sich angeblich selbst regulieren sollen.<sup>2</sup> Die Regierungen dieser Welt werden explizit dazu aufgefordert, sich jeder Einflussnahme auf das Netz zu enthalten. Genauso gut könnte man einen Hund dazu auffordern, sich einen Wurstvorrat anzulegen. Begriffe wie Domain-Grabbing<sup>3</sup> - gemeint ist die Reservierung von bekannten Marken, Namen, Unternehmensbezeichnungen etc. durch moderne Glücksritter - und Cybersquatting<sup>4</sup> machen die Runde: Squatter, das waren im wilden Westen des 19. Jahrhunderts jene Abenteurer, die sich irgendwo auf einem Stück in der Wildnis ihren Claim absteckten, um dort nach Gold zu graben oder auch nur eine kleine Farm zu betreiben. Gerade am Beispiel der Domains lässt sich zeigen, dass auch das Internet keineswegs ein rechtsfreier Raum ist und dass Geschäftsprozesse ohne ein Mindestmass an Regulierung nicht stattfinden können.

### 1.2 Die technischen Grundlagen der Domain-Vergabe

Zum Verständnis der rechtlichen Zusammenhänge will ich kurz auf die technischen Grundlagen der Domainvergabe eingehen:

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](http://www.ibm.com), [www.amazon.de](http://www.amazon.de) oder [www.loeps.de](http://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.

---

<sup>1</sup> Rigo Wenning JurPC Web-Dok. 16/1997; vgl. auch Lorenz [http://e2i.e2i.at/static/article\\_68.html](http://e2i.e2i.at/static/article_68.html) am 10.11.2001

<sup>2</sup> Siehe dazu Boehme-Neßler, S. 3; Christiansen MMR 2000, 123 ff.

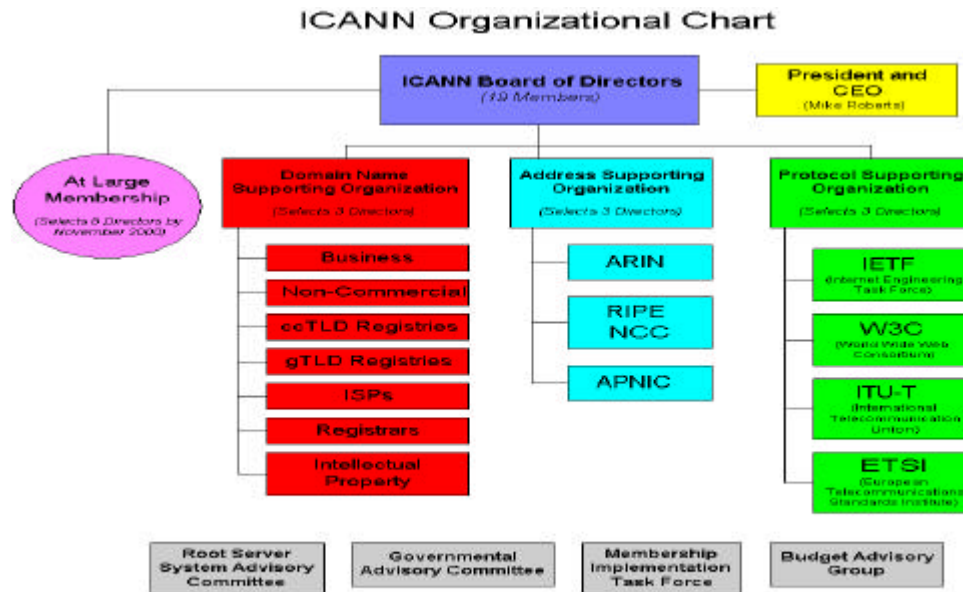
<sup>3</sup> Viefhues NJW 2000, 3239

<sup>4</sup> Pfeiffer GRUR 2001,92.

<b>Top-Level-Domains</b>	<p>Es gibt derzeit <i>sieben internationale (bzw. generische) TLD</i>, nämlich</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• .edu: Forschungseinrichtungen</li> <li>• .com: kommerzielle Firmen</li> <li>• .gov: US-Regierungsinstitutionen</li> <li>• .org: sonstige nicht-kommerzielle Einrichtungen</li> <li>• .mil: Militärische Einrichtungen</li> <li>• .net: :Netzwerk-Organisationen</li> <li>• .int: Internationale Organisationen.</li> </ul> <p>und ferner <i>ca. 180 geographische TLD</i>, wie z. B.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• .de, ch, fr, uk etc.</li> </ul>
<b>Second-Level-Domains</b>	<p>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.</p>
<b>Sub-Domains</b>	<p>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.</p>

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 Corporation for Assigned Names and Numbers“ (ICANN) zuständig sein. ICANN ist eine Non-Profit-Organisation nach kalifornischem Recht, die seit Oktober 2000 im Auftrag des US-Handelsministeriums ausgewählte Funktionen der technischen Regulierung des Internets wahrnimmt, die bisher von der US-Regierung erfüllt wurden.<sup>5</sup> 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 INTERNIC nicht mehr ausschließlich in amerikanischer Hand ist, aber immer noch stark von den USA dominiert wird. ICANN wird von einem 19-köpfigen Direktorium geführt. Zuzeit stammen acht Direktoren aus Nordamerika, sieben aus Europa, drei aus Asien und einer aus Lateinamerika.<sup>6</sup> 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). Für einige der neuen Domains hat die Registrierung inzwischen begonnen (.biz, .info). Die folgende Grafik verdeutlicht die Strukturen von ICANN:

<sup>5</sup> 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.



© 2000 Internet Corporation for Assigned Names and Numbers. All rights reserved.

Quelle: [http://www.icann.org/general/icann-org-chart\\_frame.htm](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 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.

<sup>6</sup> Vgl. Boehme-Neßler, S. 92 f.

### **1.3 Das Verfahren der Domain-Vergabe durch DENIC - Prüfungspflicht und Verantwortlichkeit 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 €.<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup> 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-Registrierungsbedingungen<sup>9</sup> 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 Rechtsverletzungen kann die DENIC aber die Registrierung verweigern (§2 Abs. 3 der Registrierungsbedingungen). In der Praxis kommt das aber außerordentlich selten vor.

#### **Fall 1:**

*Markwart Faussner* betreibt in München eine Werbeagentur. Er meldet bei der DENIC die Domain *Kurt-Biedenkopf.de* an. Er will die Domain anschließend dem sächsischen Ministerpräsidenten zum Kauf anbieten. Wird die DENIC diese Domain eintragen? Kann der sächsische Ministerpräsident Ansprüche gegen die DENIC geltend machen, falls die Domain eingetragen wird?

**Lösung:** Dieser Fall hat sich tatsächlich ereignet und die DENIC hat die Domain ohne weitere Umstände eingetragen.<sup>10</sup> Die DENIC ist nicht verpflichtet zu prüfen, ob die Nutzung durch den Anmelder rechtmäßig ist. Bei offensichtlichen Rechtsverletzungen kann die DENIC die Registrierung zwar verweigern, muß dies aber nicht tun. Die Registrierungen werden von den Internet Providern auf elektronischem Weg an die DENIC übermittelt. Eine Prüfung kann somit nur bei den Providern selbst erfolgen, die im direkten Kundenkontakt stehen. Sobald die DENIC allerdings Kenntnis von Rechtsverletzungen erhält, werden entsprechende Maßnahmen eingeleitet. Auf Beschwerde gelöscht hat die DENIC z. B. die zunächst eingetragene Domain „heil-hitler.de“.<sup>11</sup> So hat das OLG Dresden auch die Klage des sächsischen Ministerpräsidenten *Kurt Biedenkopf* gegen die DENIC wegen der Registrierung der Domain *kurt-biedenkopf.de* abgewiesen.<sup>12</sup> Die DENIC ist nicht Störer. Richtiger Beklagter war auch hier ausschließlich der Anmelder.

<sup>7</sup> <http://www.denic.de/DENICdb/domainreg/DENICdirect/preisliste.html> vom 22.08.2000

<sup>8</sup> <http://www.denic.de/doc/fag/vergaberichtlinie.html> vom 15.08.2000

<sup>9</sup> <http://www.denic.de/doc/DENIC/agb.html> vom 15.08.2000. Das ist - soweit ersichtlich - nur in Frankreich anders.

<sup>10</sup> OLG Dresden JurPC Web-Dok. 98/2001.

<sup>11</sup> Pressemitteilung der DENIC vom 7.8.2000 -

[http://www.denic.de/doc/DENIC/presse/domain\\_geloescht.html](http://www.denic.de/doc/DENIC/presse/domain_geloescht.html) vom 29.3.2001

<sup>12</sup> JurPC Web-Dok. 98/2001

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. Die Prüfung der rechtlichen Zulässigkeit einer angemeldeten Domain fällt grundsätzlich allein in den Verantwortungsbereich des Anmelders.<sup>13</sup> Dies gilt auch dann, wenn die DENIC von einem Dritten auf die angebliche Verletzung seiner Rechte hingewiesen wird. Eine Verantwortung der DENIC für Rechtsverletzungen durch von ihr registrierte Domains ist aber nicht generell ausgeschlossen:

„Anders liegt es nur dann, wenn die Beklagte (die DENIC) ohne weitere Nachforschungen zweifelsfrei feststellen kann, dass ein registrierter Domain-Name-Rechte Dritter verletzt. Bei solchen offenkundigen, von dem zuständigen Sachbearbeiter unschwer zu erkennen- den Rechtsverstößen kann von der Beklagten erwartet werden, daß sie die Registrierung aufgibt.“<sup>14</sup>

Wenn ein Dritter Anhaltspunkte für seine bessere Berechtigung glaubhaft machen kann, ist die DENIC 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 ohne weiteres 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 noch weitgehend ungelöst.

#### **1.4 Schutz registrierter Domains**

Mit der Registrierung bei der DENIC oder ICANN erwirbt der Anmelder von den Betreibern 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 verbieten, die Domain oder deren prägende Bestandteile zu benutzen

---

<sup>13</sup> BGH WRP 2001, 1305/1308 - ambiente

<sup>14</sup> BGH WRP 2001, 1305/1309 - ambiente

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.<sup>15</sup> 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.

### **1.5 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 des Namens nach §12 BGB 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. Eine Verletzung des Namensrechts ist grundsätzlich denkbar als

- Namensanmaßung oder
- Namensleugnung.

Bei Namen, die im geschäftlichen Verkehr verwendet werden, liegt eine Namensanmaßung oder Leugnung aber nur vor, wenn schutzwürdige geschäftliche Interessen verletzt werden. Hier ist ein unbefugter Gebrauch insbesondere dann anzunehmen, 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 Unlauterkeitsgesichtspunkte die Annahme einer Interessenbeeinträchtigung rechtfertigen.

---

<sup>15</sup> Vgl. OLG Köln, OLG Rep. 1999, 141; OLG München NJW RR 1998, 984; LG Frankfurt NJW RR 1998, 974, 975. Der hier verwendet Begriff des Kennzeichens ist weiter als der des §1 MarkenG, vgl. dazu Fezer, §1 Rn 2.

**Fall 2:**

Die Domain *kurt-biedenkopf.de* wird von der DENIC anstandslos eingetragen und *Markwart Faussner* bietet sie anschließend dem sächsischen Ministerpräsidenten *Kurt Biedenkopf* zum Kauf an. Der findet das aber wenig komisch und klagt gegen Markwart Faussner auf Unterlassung, Schadensersatz und Freigabe der Domain.

**Lösung:** Die Benutzung der Domain *Kurt-Biedenkopf.de* könnte das Namensrecht des sächsischen Ministerpräsidenten *Kurt Biedenkopf* gemäß §12 BGB verletzen, der nicht ganz zufällig ebenso heißt. Die erste rechtliche Frage dabei ist, ob in der Verwendung als Internet-Domain überhaupt ein Gebrauch des Namens liegt. Ein solcher Namensgebrauch liegt nach der Rspr. in jeder Verwendung des Namens, die auf *irgendeine* persönliche Beziehung des Namensträgers zu der mit seinem Namen bezeichneten Person, Sache oder Leistung schließen läßt.<sup>16</sup> Dies ist hier zweifellos der Fall. Im Hinblick auf dessen Bekanntheitsgrad werden wesentliche Teile des Verkehrs aus der Domain *kurt-biedenkopf.de* den Schluß ziehen, es handle sich um ein vom sächsischen Ministerpräsidenten initiiertes Internet-Angebot. Hinzu kommt, daß Karl Napf keinerlei rechtfertigende Umstände angeben kann, um ausgerechnet diese Domain zu verwenden. Er heißt weder selbst so, noch hat er einen sonstigen Bezug zu diesem Namen. Die Klage hatte deshalb Erfolg. Auch ausländische Prominente waren von dieser Form des Domain-Grabbing betroffen. So hat z. B. die amerikanische Sängerin *Madonna* vor dem Schiedsgericht der WIPO erfolgreich gegen einen in den USA ansässigen Domain-Grabber geklagt, der unter *madona.com* pornographische Inhalte ins Netz stellte.<sup>17</sup> Auch *Julia Roberts* hat sich vor diesem Schiedsgericht die Domain *juliaroberts.com* zurückgeholt. Der Künstler *Sting* war hingegen weniger erfolgreich, was aber einfach damit zusammenhing, daß sein Künstlernamen schlicht das englische Wort für Stachel ist. Inzwischen hat er sich „seine“ Domain von den Anmeldern gekauft.

- Anfänglich haben einzelne Gerichte den Standpunkt vertreten, die Verwendung von Namen als Domain stelle keinen Namensgebrauch dar, weil Domains (im Prinzip) frei wählbar seien und der Verkehr keinen Zusammenhang zwischen ihrer Verwendung und dem Namensträger herstelle.<sup>18</sup> Es ging dabei um die Verwendung von Städtenamen, nämlich *kerpen.de*, *huerth.de* und *pulheim.de*, als Internet-Adressen. Auch Städte und andere Körperschaften des öffentlichen Rechts haben ein Namensrecht.
- Diese Linie haben die Gerichte aber sehr schnell wieder verlassen. Es ist viel zu offensichtlich, daß der Verkehr Verbindungen zwischen der Domain und dem Inhaber des Namensrechts herstellt. Der Gebrauch der Domain *heidelberg.de* durch ein Softwareunternehmen verletzt daher das Namensrecht der Stadt Heidelberg.<sup>19</sup> Der Verkehr erwartet unter dieser Internet-Adresse nicht nur Informationen über, sondern von der Stadt Heidelberg. Die Domain *heidelberg.com* wird übrigens von einem Unternehmen verwendet, das zum Heidelberger Druckmaschinen-Konzern gehört, *heidelberg.edu* hat eine private amerikanische Universität in Gebrauch, die in Heidelberg eine Ausbildungsstätte namens *Heidelberg College* betreibt.

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.<sup>20</sup> 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.<sup>21</sup> 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 zutreffender Ansicht nach bereits darin eine Verletzung des Namensrechts des Betroffenen.

<sup>16</sup> Vgl. nur BGH NJW 1983, 1184/1185.

<sup>17</sup> WIPO Arbitration und Mediation Center Case D2000-847.

<sup>18</sup> LG Köln GRUR 1997, 377; NJW-CoR 1997, 304..

<sup>19</sup> LG Mannheim NJW 1996, 2736.

<sup>20</sup> OLG Köln GRUR 2000, 798; KG NJW 1997, 3321; LG Braunschweig NJW 1997, 2687; LG Ansbach NJW 1997, 2688; Bücking NJW 1997, 1886 ff.

<sup>21</sup> Verneinend Bücking NJW 1997, 1886/1888.

**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.<sup>22</sup> Wie ist die Rechtslage ?

**Lösung:** Das rechtliche Problem liegt in folgendem. Zwar ist ein Namensrecht gemäß §12 BGB für öffentlich-rechtliche Körperschaften (Städte, Landkreise, Hochschulen etc.) von den Gerichten anerkannt. *verteidigungsministerium.de* ist aber eine reine Gattungs- oder Sachbezeichnung. Das wird sofort offensichtlich, wenn man den Fall abwandelt und annimmt, es werde um die Domain *finanzministerium.de* gestritten. Ein Finanzministerium gibt es nämlich nicht nur in Berlin, sondern auch in Stuttgart, München, Wiesbaden etc. Eine Täuschung bzw. Irreführung durch die hier vorliegende Benutzung der Domain ist sicher nicht von der Hand zu weisen. Es ist fraglich, ob dem Verteidigungsministerium unter diesen Umständen ein Namensrecht nach §12 BGB zusteht. Eine Irreführung liegt hier jedoch zweifellos vor: Unter *verteidigungsministerium.de* erwartet der Verkehr sicher nicht Informationen zum Thema Wehrdienstverweigerung, sondern ein Angebot des Bundesverteidigungsministers. §3 UWG kann hier aber nicht herangezogen werden, weil es hier nicht um eine Irreführung über geschäftliche Verhältnisse geht und zwischen den Parteien auch kein Wettbewerbsverhältnis besteht. Ein allgemeines gesetzliches Irreführungsverbot gibt es aber nicht. Der österreichische OGH hat in einem ganz ähnlichen Fall - es ging um die Nutzung der Domain *bundesheer.at* durch einen Privatmann – die Klage der Republik Österreich abgewiesen.<sup>23</sup> Der Gerichtshof hat zwar einen Namensschutz für der Republik in bezug auf das Bundesheer als Organisation bejaht, obwohl es sich nicht um eine Körperschaft des öffentlichen Rechts handelt, jedoch eine Verletzung des Namensrechts verneint, weil es ein Bundesheer eben nicht nur in Österreich, sondern auch in anderen Staaten gibt. Ferner hatte der Betreiber der Seite (wie übrigens auch *Marian Müller*) einen klarstellenden Hinweis angebracht, daß es sich nicht um die Homepage des österreichischen Bundesheers handelte.

Das LG Hannover hat in einem Urteil vom 12.09.2001<sup>24</sup> jedoch Bundesverteidigungsminister *Scharping* recht gegeben. Leitsätze dieser Entscheidung:

„Der Gebrauch des Domainnamens "verteidigungsministerium.de" durch einen Privaten begründet einen Verstoß gegen § 12 BGB, da durch die unbefugte Namensverwendung eine erhebliche Zuordnungsverwirrung entsteht. Die bereits durch den Aufruf der Seite entstandene Zuordnungsverwirrung wird durch einen angebrachten Hinweis, dass auf dieser Seite keine Informationen des Bundesministeriums der Verteidigung zu finden sind, nicht nachträglich beseitigt. Die Verwendung der Domain "verteidigungsministerium.de" durch einen Privaten kann das Bundesministerium der Verteidigung in der Erfüllung seiner im öffentlichen Interesse liegenden Aufgaben behindern.“

Ein ähnlicher Rechtsstreit wird derzeit auch um die Domain *deutschland.de* geführt, die eine Frankfurter Werbeagentur für sich reserviert hat.<sup>25</sup> Das LG Berlin<sup>26</sup> hat den Rechtsstreit in erster Instanz zugunsten der BRD entschieden: „Der Namensschutz des § 12 BGB gilt, obwohl im Titel über natürliche Personen festgeschrieben, auch für die Bundesrepublik Deutschland als juristischer Person des öffentlichen Rechts. Die Verwendung der Domain "deutschland.de" durch einen Privaten begründet Verwechslungsgefahr, weil ein nicht unerheblicher Teil der Internetnutzer die Domain mit der Bundesrepublik Deutschland als Namensträgerin in Verbindung bringen wird.“

## **1.6 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 Handelsregis-

<sup>22</sup> FOCUS Nr. 12/2001, S. 59.

<sup>23</sup> JurPC Web-Dok. 54/2001

<sup>24</sup> JurPC Web-Dok. 207/2001

<sup>25</sup> Vgl. FOCUS Nr. 16/2001, S. 64.

<sup>26</sup> JurPC Web-Dok. 211/2000

ter eingetragen werden. Dennoch ist auch das Firmenrecht kein förmliches Recht. Das Firmenrecht entsteht vielmehr originär durch Aufnahme und Gebrauch der Firma.<sup>27</sup>

**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 ?

**Lösung:** Es kommt ein Anspruch der THYSSEN-KRUPP AG aus Verletzung des Firmen- und Namensrechts nach den §§37 HGB, 12 BGB in Betracht. Die Besonderheit des vorliegenden Falles liegt darin, daß unser *Erich KRUPP* hier nicht anderes getan hat, als seinen völlig zu Recht geführten Familiennamen als Domain registrieren zu lassen. Allerdings hat der Weltkonzern Krupp genau diesen Namen seit anno Tobak als Firma, Marke, Geschäftsbezeichnung etc. geschützt und auch gebraucht. Prinzipiell kann es niemand unter Berufung auf ältere Rechte verwehrt werden, seinen angestammten Namen auch im Geschäftsleben zu benutzen. Allerdings ist es dem Gewerbetreibenden mit der schlechteren Priorität grundsätzlich zuzumuten, sich durch unterscheidungskräftige Zusätze von dem Firmeninhaber mit der besseren Priorität abzuheben.<sup>28</sup> Das wäre hier z. B. die Verwendung des Vornamens *erich-krupp.de*. Wenn auch der Vorname identisch ist, hilft das natürlich nicht weiter. dann muß die Abgrenzung über erklärende Zusätze zum Unternehmensgegenstand oder die Geographie erfolgen.

Der naheliegende Einwand, diese Abgrenzung sei hier bereits durch die Verwendung einer anderen TLD, nämlich .de statt .com gewährleistet, zieht nach der Rspr. nicht: Der Verkehr mißt der TLD nach Ansicht der Gerichte keine wesentliche Bedeutung bei und unterscheidet Angebote allein anhand der Second-Level-Domain.<sup>29</sup> Das wird der Funktion der TLDs indessen in keiner Weise gerecht.<sup>30</sup> Hier wenden die Gerichte zu undifferenziert markenrechtliche Grundsätze zur Verwechslungsgefahr auf Domains an, obwohl diese keine Kennzeichenrechte im strengen Sinne darstellen.

In einem sehr ähnlich gelagerten Verfahren hat der Träger des Familiennamens Shell vor kurzem seine Domain *shell.de* an die *DEUTSCHE SHELL AG* verloren.<sup>31</sup> Die Revisionsverhandlung in dieser Sache vor dem BGH findet am 22.11.2001 statt.

Weniger Glück hatte der Rundfunksender Deutsche Welle bei dem Versuch, die Domain *dw.com* dem amerikanischen Unternehmen *DiamondWare* abzunehmen. Das von der Deutschen Welle angestrebte Schiedsgerichtsverfahren bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) in Genf endete mit einer klaren Niederlage für den Sender. Der Sprecher von *DiamondWare* zum Verfahrensausgang: „Der Antrag auf Übergabe der Domain *dw.com* an die Deutsche Welle sei ein klarer Fall von Namens-Hijacking unter umgekehrten Vorzeichen.“

Auch das OLG Frankfurt scheint die Problematik etwas anders zu sehen: „Allein die Tatsache, daß eine bekannte Unternehmensbezeichnung von einem Dritten als Domain-Name verwendet wird, begründet die Unlauterkeit noch nicht. Vielmehr muß das Fehlen des rechtfertigenden Grundes und die Unlauterkeit im Einzelfall anhand der unstreitigen oder bewiesenen weiteren Umstände festgestellt werden.“<sup>32</sup>

## 1.7 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

<sup>27</sup> Baumbach/Duden/Hopt, §17 Rn. 16.

<sup>28</sup> OLG Hamm NJW-RR 1998, 909.

<sup>29</sup> Vgl. auch KG NJW 1997, 3321.

<sup>30</sup> Krit. auch Boehme-Neßler, S. 115.

<sup>31</sup> OLG München WRP 1999, 955 ff. = BB 1999, 1287.

<sup>32</sup> JurPC Web-Dok. 103/2000

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:

- 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.

		<b>Marken bzw. Zeichen</b>		
		<b>identisch</b>	<b>ähnlich</b>	<b>nicht ähnlich</b>
<b>Produkte oder Dienstleistungen</b>	<b>identisch</b>	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
	<b>ähnlich</b>	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
	<b>nicht ähnlich</b>	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:

		<b>geschützte Marke – Domain</b>		
		<b>identisch</b>	<b>ähnlich</b>	<b>nicht ähnlich</b>
<b>Produkte oder Dienstleistungen</b>	<b>identisch</b>	<b>Verwechslungsgefahr</b>	<b>Verwechslungsgefahr</b>	frei
	<b>ähnlich</b>	<b>Verwechslungsgefahr</b>	<b>Verwechslungsgefahr + Verwässerungsgefahr, (wenn berühmte Marke)</b>	frei
	<b>nicht ähnlich</b>	<b>Verwässerungsgefahr (wenn berühmte Marke)</b>	<b>Verwässerungsgefahr (wenn berühmte Marke)</b>	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*.

**Lösung:** Es kommt ein Anspruch aus §14 Abs.2 Nr.2 MarkenG in Betracht. Die verwendeten Zeichen sind ähnlich oder sogar identisch., weil der Verkehr den unterschiedlichen TLDs keine Bedeutung beimißt.<sup>33</sup> Das LG hat ferner die Ähnlichkeit der angebotenen Dienstleistungen bejaht, weil beide Parteien im weitesten Sinne im Bereich Journalismus tätig sind. Damit bleiben dem Beklagten kaum noch Einwände. Die Berufung auf das Namensrecht nach §12 BGB wollte ihm das LG Köln für das verwendete Namens Kürzel versagen. Das ist nicht ganz zweifelsfrei, aber es hätte ihm wohl auch nicht viel genutzt, denn der Rundfunkanstalt stand auch insoweit die Priorität zu. Damit ging der markenrechtliche Unterlassungsanspruch glatt durch. Wolf-Dieter Roth beklagt in vielen Interviews wortreich seine Anwalts- und Gerichtskosten in Höhe von mehr als 30.000,-- DM. Aber dieses Ergebnis war absolut vorhersehbar ... Das Gericht hat übrigens am Rande auch darauf hingewiesen, es sei völlig unerheblich, daß der *WDR* bereits Inhaber der Domain *wdr.de* ist und deswegen möglicherweise keine weitere Adresse benötigt.

Muss dann aber nicht auch gegen Besitzer von Domains wie *www.wdr.fr* oder *www.wdr.tv* vorgegangen werden? Eine Frage, die Rechtsabteilungen von Medienanbietern offensichtlich verlegen macht. Markenrechtlich relevant sind solche Namensähnlichkeiten zwar nur, wenn die beiden Namensinhaber in einem verwandten Wettbewerbsfeld tätig sind (wie im Falle Journalist und Sender). Doch vieles deutet darauf hin, daß der *WDR* mehr will, als nur seine Markenrechte zu schützen: So gingen die Kölner auch das Schweizer Bankhaus *Warburg Dillon Read* an, dem die Domain *www.wdr.com* gehörte. Eine Verwechslungsgefahr zwischen einem Kreditinstitut und einer Rundfunkanstalt darf man wohl als hypothetisch bezeichnen. Die Bankiers aus dem Alpenstaat verzichteten jedoch, bevor es zum gerichtlichen Hauen und Stechen kam.

**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 "Constance" 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 erzielten 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*.

**Lösung:** Es kommt ein Anspruch aus §14 Abs.2 Nr.2 MarkenG in Betracht. Die verwendeten Zeichen sind ähnlich oder sogar identisch., weil der Verkehr den unterschiedlichen TLDs keine Bedeutung

<sup>33</sup> LG Köln PC Web-Dok. 221/2000.

beimißt.<sup>34</sup> Die gekennzeichneten Waren sind allerdings nicht mehr ähnlich, so daß ein Anspruch allenfalls wegen Verwässerungsgefahr in Betracht kommt. Die Rspr. setzt die Grenze zur berühmten Marke bei einem Bekanntheitsgrad von ca. 30. bis 40 % an, der hier in jedem Fall erreicht ist. Der Beklagte hat die Domain *joop.de* aber nicht willkürlich gewählt, sondern er kann sich auf sein Namensrecht nach §12 BGB berufen.

Die Lösung des Konflikts ist über das sog. **Recht der Gleichnamigen** zu finden. Die Grundregel des Rechts der Gleichnamigen besagt, daß der jüngere Namensträger, der im Prinzip ein berechtigtes Interesse an der Verwendung seines Namens vorweisen kann, alles ihm Zumutbare tun muß, um Verwechslungen nach Möglichkeit auszuschließen.<sup>35</sup> Dem Beklagten ist zuzumuten, sich von der Klägerin bei einem etwaigen Internetauftritt durch das Hinzufügen von unterscheidungskräftigen Zusätzen abzugrenzen. (Beispiele: *pianohauseberhardjoop.de* oder *jooppianohaus.de*). Bei der umfassenden Interessenabwägung hat das Gericht auch zugunsten des Modekonzerns berücksichtigt, daß der Inhaber von *joop.de* zur Übertragung der Domain durchaus bereit war, aber überhöhte finanzielle Forderungen gestellt hatte. M.a.W.: Wer um seine Domain pokert, der hat vor Gericht schon verloren.

**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.

**Lösung:** Es kommt ein Anspruch nach §14 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 3 MarkenG in Betracht. Dieser Fall unterscheidet sich von den vorangegangenen dadurch, daß Karl Napf nicht gewerblich tätig ist. Er ist reiner Privatmann. Eine Warenidentität oder Ähnlichkeit liegt daher nicht vor. Ob *weideglück* eine berühmte Marke ist, konnte das Gericht aus verfahrenstechnischen Gründen nicht klären. Markenrechtliche Ansprüche schieden somit aus.

Es kommt aber eine Anspruch aus vorsätzlicher sittenwidriger Schädigung nach den §§823, 826 BGB in Betracht, was eine entsprechende Absicht voraussetzt. "Von einer sittenwidrigen und in Schädigungsabsicht vorgenommenen Behinderung ist dann auszugehen, wenn die Domain-Registrierung mit dem Ziel erfolgt, dem Zeicheninhaber die Nutzung dieser Bezeichnung für eigene geschäftliche Zwecke unmöglich zu machen. Das wird in der Regel mit der Absicht einhergehen, sich die Domain vom Zeicheninhaber teuer abkaufen zu lassen. Wer das naheliegende Interesse des Inhabers einer Marke an der Nutzung einer entsprechenden Domain bewußt in Gewinnerzielungsabsicht auszubeuten versucht, verstößt gegen das Anstandsgefühl aller billig und gerecht Denkenden."<sup>36</sup>

Ähnlich hatte das OLG Karlsruhe für die Domain *zwilling.de* entschieden.<sup>37</sup> Die erste Eintragung der Wortmarke "Zwilling" für die Klägerin - eine Herstellerin von Bestecken und anderen Stahlwaren - erfolgte im Jahre 1731 in die Solinger Messermacherrolle. Entsprechende Marken besitzt die Klägerin in zahlreichen Ländern. Nach Meinungsumfragen im Jahre 1992 erreichte der Name "Zwilling" einen Bekanntheitsgrad von 92 % und die Firma "Zwilling" einen solchen von 82 %. Der Beklagte - ein Domain-Grabber großen Stils - hatte nicht nur Internetadresse "zwilling.de" registriert, sondern daneben auch ca. 1.500 weitere Domainnamen reserviert, die u.a. die Markennamen sämtlicher namhafter Automobilhersteller der Welt enthalten. Da für *Zwilling* - anders als für *Weideglück* die Voraussetzungen einer bekannten Marke im Sinne des §14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG festgestellt werden konnten, hat das OLG Karlsruhe einen markenrechtlichen Unterlassungsanspruch wegen Verwässerungsgefahr bejaht.

Nicht vergleichbar sind Fälle, in denen die Domain als Mittel der politischen Auseinandersetzung verwendet wird:

<sup>34</sup> LG Hamburg . JurPC Web-Dok. 58/2001.

<sup>35</sup> Fezer, §15 Rn. 92 ff.

<sup>36</sup> OLG Frankfurt JurPC Web-Dok. 86/2000

<sup>37</sup> OLG Karlsruhe JurPC Web-Dok. 113/1998

Die Domain *castor.de* haben sich die Gegner der Atommüll-Transporte gesichert und verbreiten dort Informationen zum Widerstand. Andererseits ist *Castor* seit 1991 als Marke für den Hersteller eben dieser Transportbehälter eingetragen. Das LG Berlin<sup>38</sup> hat der Umweltschutzorganisation *Greenpeace* das Recht abgesprochen, sich unter der Domain „oil-of-elf“ mit der Unternehmenspolitik des gleichnamigen Mineralölkonzerns auseinander zu setzen. Diese Fallgestaltung ähnelt der Marlboro/Mordoro-Entscheidung des BGH.<sup>39</sup> Auch dort hatte die Rspr. im Ergebnis zugunsten des Markenrechts entschieden.

### **1.8 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 umfaßt 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".

Dieser Auffassung hat sich das OLG München<sup>40</sup> angeschlossen und der Klägerin einen Unterlassungsanspruch zugestanden.

1. Die Klägerin hat zunächst nach §5 Abs. 3 MarkenG ein Kennzeichnungsrecht an dem Zeitungstitel "Freundin" erworben (Titelschutz). Ihm kommt insbesondere die erforderliche Unterscheidungskraft zur Identifizierung zu. Außerdem hat die Klägerin zusätzlich kraft Eintragung ein Markenrecht erworben. Es kann wegen der Priorität wichtig sein, daß der Klägerin beide Kennzeichenrechte zustehen.

2. Der Werktitel bzw. die Marke *FREUNDIN* ist aufgrund der langen Präsenz der Zeitung auf dem Zeitschriftenmarkt mit einer erheblichen Auflage auch national bekannt und hat demnach Wertschätzung erlangt. Diese hat die Beklagte in unlauterer Weise ausgenutzt (sog. Markenausbeutung (§ 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG) bzw. Kennzeichenausnutzung (§ 15 Abs. MarkenG)). Interessenten der Zeitschrift *FREUNDIN* erwarten, durch Eingabe der Internetadresse *freundin.de* Informationen über Dienstleistungen der Zeitschrift zu erhalten. Diese (enttäuschte) Erwartung nutzt die Beklagte für die Präsentation ihrer Dienstleistungen aus und leitet potentielle Leserinnen der Zeitschrift der Klägerin quasi auf ihre Seite um. Damit verbessert die Beklagte ihre Marktchancen (sog. anlehrende Werbung). Die Beklagte kann kein Benutzungsrecht aus § 23 MarkenG für sich herleiten. Für sie besteht nämlich keine Notwendigkeit gerade den gewählten Domainnamen zu benutzen, um ihre Geschäftsinteressen zu verwirklichen. Vielmehr will sie lediglich die Werbekraft des fremden Kennzeichens ausnutzen. Inzwischen hat die Beklagte die Domain *meine-freundin.de* in Gebrauch.

<sup>38</sup> JurPC Web-Dok. 141/2001

<sup>39</sup> BGHZ 91,117

<sup>40</sup> OLG München in CR 1998, 556 ff.

### **1.9 Typische 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, die als Marken nicht eingetragen werden könnten.

#### **Fall 9:**

Der Beklagte 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

**Lösung:** Zunächst ist es wichtig festzuhalten, daß die Deutsche Bahn AG keine Marken- oder sonstigen Kennzeichenrechte an der Bezeichnung Hauptbahnhof besitzt. Es kommt ein Unterlassungsanspruch aus §1 UWG in Betracht. Das LG Köln<sup>41</sup> meint dazu: „Der Begriff Hauptbahnhof ist von der Klägerin und ihren Rechtsvorgängerinnen geprägt worden und wird zwangsläufig mit dem Angebot der Deutschen Bahn verbunden. Zwar gibt es auch andere Verkehrsunternehmen, die Bahnhöfe z.B. Busbahnhöfe unterhalten. Kein Anderer verwendet dabei jedoch die Bezeichnung Hauptbahnhof. Aus diesem Grund wird ein jedenfalls nicht unbeachtlicher Teil des angesprochenen Publikums die Domain der Deutschen Bahn zuordnen und unter dieser Internet-Adresse Informationen und Angebote der Klägerin und der mit ihr konzernverbundenen Gesellschaften erwarten. Dies gilt um so mehr, als der Deutsche Bahn-Konzern im Schienenverkehr nahezu Monopolist ist. Diesen Umstand nutzt der Beklagte aus, wenn er - wie geplant - unter der Domain ein Internet-Forum einrichtet und mittels der Domain Kunden der Deutschen Bahn abfängt, um sie mit der von ihm angebotenen Dienstleistung zu konfrontieren und für sein Angebot zu gewinnen. Ein solches Vorgehen widerspricht den Grundsätzen eines fairen Leistungswettbewerbs.“

Die Entscheidung ist problematisch, weil zwischen den Parteien kein Wettbewerbsverhältnis bestand. Sie zeigt aber eine durchaus problematische Tendenz der Gerichte zur Monopolisierung von Domains für die Inhaber von Kennzeichenrechten und verwandten Rechten. Mit ähnlicher Begründung hat das LG München<sup>42</sup> einer Anwaltskanzlei die Verwendung der Domain „rechtsanwaelte.de“ untersagt:

„Die Verwendung der angegriffenen Domain führt zu einer unlauteren Absatzbehinderung der Beklagten. Wie alle Gattungsbezeichnungen kann auch die Domain ‚rechtsanwaelte.de‘ als eine prägnante, im Internet leicht auffindbare und daher wirtschaftlich besonders interessante Domain charakterisiert werden. Die Verwendung der streitgegenständlichen Domain ist insofern bestimmt und geeignet, all diejenigen potentiellen Mandanten der Beklagten im Wege der internetspezifischen Kanalisierung von Kundenströmen abzufangen und auf die Homepage der Kläger zu leiten, die im Internet eine Anwalts-Recherche mittels der Direkteingabe der Berufsbezeichnung ‚Rechtsanwälte‘ unternehmen. Dadurch wird es den Mitbewerbern regelmäßig unmöglich gemacht, diesem Mandantenkreis ihre Leistung anzubieten. Ein sachlicher Leistungsvergleich wird auf diese Weise vereitelt.“

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

#### **Fall 10:**

<sup>41</sup> JurPC-Web-Dok. 216/1999

<sup>42</sup> JurPC Web-Dok. 27/2001

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.

**Lösung:** Gerichte sind wirklich unberechenbar. Das LG Hamburg<sup>43</sup> hat einen Verstoß gegen §1 UWG verneint und dazu ausgeführt:

„Die Verwendung der Domain "lastminute.de" stellt sich nicht als wettbewerbswidrige Behinderung der Klägerin und weiterer Mitbewerber bei Last Minute-Reisen dar. Sie führt nicht zu einer unzulässigen Kanalisierung der Kundenströme, durch die die Chancengleichheit im Wettbewerb gestört würde. Im einzelnen:

Es ist nicht auszuschließen, daß Internet-Nutzer, die einen Anbieter aus einer bestimmten Branche im Netz suchen, im Web-Browser auf gut Glück einen Branchenbegriff oder eine sonstige allgemein gehaltene Gattungsbezeichnung unter Zusatz der bekannten Top-Level-Domain ".de" oder ".com" eingeben.

Diese Möglichkeit des Zugriffs allein ist jedoch nicht als gleichgewichtig mit der Situation des gegenständlichen Abfangens vor einem Geschäft anzusehen. Der nach Informationen suchende Internet-Nutzer kennt die Möglichkeiten, nach weiteren Angeboten zu suchen. Dem Verkehr ist in der hier betroffenen Branche zudem aus der intensiven Werbung in Rundfunk, Fernsehen und Zeitschriften hinlänglich bekannt, daß zahlreiche Reiseveranstalter Last-Minute-Reisen anbieten. Der Verkehr weiß, daß es unterschiedliche Anbieter für Last-Minute-Reisen gibt, und wird daher auch durch das Auffinden von Angeboten unter der Gattungsbezeichnung "lastminute" nicht davon abgehalten, weitere Angebote zu sichten, dies schon in der Hoffnung, ein preisgünstiges Angebot zu finden.

Anders als beim Abfangen von Kunden in unmittelbarer Nähe des Ladengeschäft, bei dem sich der Kunde der physischen Präsenz eines Verkäufers ausgesetzt sieht, derer er sich nur schwer widersetzen kann, bewegt er sich im Internet völlig frei und anonym.

Zuzugeben ist der Klägerin weiterhin, daß derjenige, der als erster eine bestimmte Gattungsbezeichnung für sich besetzt, einen Vorteil bei denjenigen erlangt, die sich mit der Suche nach einem Gattungsbegriff begnügen, weil sich dieser Begriff leichter merken läßt als andere, hinweisende Bezeichnungen. Die Verwendung von Gattungsbegriffen als Domain ist jedoch im deutschen Recht nicht verboten. Eine analoge Anwendung des Markenrechts (§§ 50 Abs. 1 Nr. 2, 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) kommt mangels gleichartiger Lebenssachverhalte nicht in Betracht (hierzu eingehend: Ueber, a.a.O., S. 510). Der Gesetzgeber hat es versäumt, für den Internetzugang rechtzeitig Regeln aufzustellen und so vorn vornherein - entsprechend § 8 MarkenG - beschreibende Domains auszugrenzen. Es ist nicht die Aufgabe der Gerichte, dieses Versäumnis zu kompensieren.

Demgegenüber hatte das OLG Hamburg in einem Parallelfall, in dem zwei konkurrierende Verbände von Mitwohnzentralen um die Domain *mitwohnzentrale.de* stritten, genau umgekehrt entschieden. Die Verwendung der Domain „stellt eine nach § 1 UWG wettbewerbswidrige Behinderung des Leistungswettbewerbs dar. Die Verwendung der angegriffenen Domainbezeichnung führt zu einer unlauteren Absatzbehinderung der Kläger durch ein "Abfangen" von (potentiellen) Kunden (vgl. Köhler-Piper, UWG, § 1 Rdn. 84), die sich ohne detaillierte Kenntnis der konkreten Anbieter das Leistungsangebot im Segment "M..." im Internet erschließen wollen, durch Eingabe der Gattungsbezeichnung (zufällig) auf die Homepage der Beklagten gelangen und sodann die Suche nach anderen Wettbewerbern und damit einen weiteren Leistungsvergleich einstellen.“

Der BGH hat den Streit nunmehr mit Urteil vom 18.05.2001<sup>44</sup> entschieden. Das beanstandete Verhalten paßt – so der BGH – in keine der Fallgruppen, die die Rechtsprechung zur Konkretisierung des Verbots von "Handlungen, die gegen die guten Sitten verstoßen" (§ 1 UWG) entwickelt hat, und gibt auch keinen Anlaß zur Bildung einer neuen Fallgruppe. Allein mit dem Argument einer Kanalisierung der Kundenströme lasse sich eine Wettbewerbswidrigkeit nicht begründen. Ein Abfangen von Kunden sei nur dann unlauter, wenn sich der Werbende gewissermaßen zwischen den Mitbewerber und dessen Kunden stellt, um diesem eine Änderung des Kaufentschlusses aufzudrängen. So verhalte es sich

<sup>43</sup> JurPC Web-Dok. 171/2000

<sup>44</sup> BGH WRP 2001, 1286 - Mitwohnzentrale

hier aber nicht. Ein Verbraucher, der den Einsatz von Suchmaschinen als lästig empfinde und statt dessen direkt einen Gattungsbegriff als Internet-Adresse eingabe, sei sich im allgemeinen über die Nachteile dieser Suchmethode, insbesondere über die Zufälligkeit des gefundenen Ergebnisses, im klaren.

Der Bundesgerichtshof hat jedoch klargestellt, daß die Zulässigkeit der Verwendung von beschreibenden Begriffen als Domain-Namen auch Grenzen habe. Zum einen könne sie mißbräuchlich sein, wenn der Verwender nicht nur die Gattungsbezeichnung unter einer Top-Level-Domain (hier ".de") nutzt, sondern gleichzeitig andere Schreibweisen oder die Verwendung derselben Bezeichnung unter anderen Top-Level-Domains blockiert. Zum anderen dürfe die Verwendung von Gattungsbezeichnungen nicht irreführend sein. Es könnte nämlich der Eindruck entstehen, der Inhaber der Domain sei der einzige, wichtigste oder größte Verband von Mitwohnzentralen. Darin kann eine nach §3 UWG unzulässige **Alleinstellungswerbung** liegen.

Man kann also festhalten: Die Verwendung von beschreibenden Angaben, Gattungsbezeichnungen etc. in Domains stellt nach BGH regelmäßig keinen Verstoß gegen §1 UWG dar. „Der Vorteil, der demjenigen gegenüber seinen Wettbewerbern zukommt, der als erster um die Registrierung eines beschreibenden Domain-Namens nachsucht, kann nicht als unlauter angesehen werden.“<sup>45</sup> Nur im Ausnahmefall liegt eine nach §1 UWG verbotene Behinderung der Konkurrenten vor, wenn z. B. ein Unternehmen die Verwendung beschreibender Angaben durch Konkurrenten generell blockiert oder aber wenn die Verwendung der Domain nach §3 UWG irreführend ist, weil sie eine unzutreffende Alleinstellung des Domain-Inhabers suggeriert.

**Fall 11:**

Die Domain bier.de wird von einer Werbeagentur als sog. Portal betrieben. Dort werden allgemeine Informationen zum Thema Bier, Rezepte für und mit Bier, Witze aber auch Werbung angeboten. 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 in alleiniger redaktioneller Verantwortung der terramedia kommunikation & werbung gmbh erstellt und eingespeist.“ Derzeit wird das Portal von zwei Brauereien, nämlich *Holsten* und *Binding* gesponsert, die auch entsprechende Hinweise geschaltet haben. Ist das zulässig ?

**Lösung:** Es kommt wohl nur ein Verstoß gegen §1 UWG in Betracht. Aber worin sollte der liegen ? In der Bevorzugung von *Holsten* und *Binding* und der Diskriminierung der übrigen Brauereien ? Das wäre aber wohl eher eine kartellrechtliche Fragestellung (§26 GWB). Fraglich ist, ob eine solche Diskriminierung tatsächlich überhaupt vorliegt und ob die Inhaberschaft der Domain bier.de eine marktbeherrschende Stellung begründet. Ich neige dazu, hier einen Wettbewerbsverstoß zu verneinen.

### 1.10 Anspruchsinhalt

Bei Verletzung von Kennzeichenrechten kommen grundsätzlich folgende Ansprüche in Betracht:

- **Unterlassung:** Der Verletzer wird durch (ggf. wiederholte) Androhung und Festsetzung von Ordnungsgeld (ersatzweise Ordnungshaft) dazu gezwungen, die Nutzung der Domain zu unterlassen. Unterlassungsansprüche setzen kein Verschulden voraus. Es kann jeder in Anspruch genommen werden, der Störer ist. Das ist nicht nur der Inhaber der

<sup>45</sup> BGH WRP 2001, 1286/1290

Domain, sondern auch sein admin-c oder Webhosting-Provider.<sup>46</sup> Hingegen wird die DENIC durch die bloße Registrierung einer Domain noch nicht zum Störer.<sup>47</sup>

- **Beseitigung:** Ferner kann der Verletzte verlangen, daß der Verletzer auf die Nutzung und auch die Rechte an der Domain verzichtet. Das Urteil des Gerichts ersetzt ggf. die Verzichtserklärung des Berechtigten gegenüber der DENIC. Dies führt zur Löschung der Domain. Der Verletzte hat dadurch die Möglichkeit, seinerseits registrieren zu lassen, wenn ihm nicht wieder ein Dritter zuvorkommt.<sup>48</sup> Vereinzelt haben Gerichte auch zur Herausgabe der Domain an den Verletzten bzw. zum Verzicht zugunsten des Berechtigten verurteilt.<sup>49</sup> Dagegen spricht aber, daß der Verletzte auf diese Weise mehr erhalten würde, als ihm vor der Störung zustand. Es kann z. B. sein, daß ein Dritter noch bessere Rechte an dieser Domain hat oder daß die DENIC sie aus völlig anderen Gründen überhaupt nicht vergeben will. Ein Anspruch auf Übertragung der Domain ist deshalb nicht gegeben.<sup>50</sup>
- **Schadensersatz:** Es gelten die im gesamten gewerblichen Rechtsschutz anerkannten Berechnungsmöglichkeiten für den Schadensersatzanspruch.
- **Auskunft:** Zur Durchsetzung seiner o. g. Ansprüche ist dem Verletzten ein flankierender Auskunftsanspruch zuzubilligen. Dieser umfaßt (soweit vorhanden bzw. technisch möglich) z. B. Nutzungsdaten (zahl der Abrufe, übertragenes Datenvolumen etc.).

Auch eine einstweilige Verfügung auf Unterlassung der Nutzung einer Domain ist selbstverständlich möglich. Hingegen kann die Aufgabe einer Domain nicht im Wege der einstweiligen Verfügung verlangt werden, weil dies einer Vorwegnahme der Hauptsache durch Erfüllung gleichkäme.<sup>51</sup> Die Pfändbarkeit von Domains wird von der Rspr. ganz überwiegend bejaht.<sup>52</sup> Umstritten ist nur, ob es sich dabei um eine Rechtspfändung (wie dies z. B. auch bei der Pfändung einer Marke der Fall wäre) oder um eine bloße Forderungspfändung handelt.<sup>53</sup>

Eine interessante Alternative zumindest für Streitigkeiten um generische Top Level Domains stellt das Beschwerdeverfahren beim WIPO Arbitration und Mediation Center dar.<sup>54</sup> Das Beschwerdeverfahren vor dem von der WIPO ernannten Schiedsgericht ist vergleichsweise preiswert und relativ schnell. Das Schiedsgericht kann zugunsten des Beschwerdeführers die Übertragung des Domainnamens (transfer) oder dessen Löschung (cancel) anordnen oder aber seine Beschwerde als unbegründet oder unzulässig verwerfen. Die Entscheidungen des von der WIPO eingesetzten Schiedsgerichts werden von ICANN innerhalb von 10 Tagen umgesetzt (Art. 16 (a) ICANN Rules).<sup>55</sup> Soweit das Schiedsgericht auf transfer ent-

<sup>46</sup> Strömer, S. 95.

<sup>47</sup> OLG Dresden JurPC Web-Dok. 98/2001 Kurt-Biedenkopf.de; a. A. Strömer, S. 95.

<sup>48</sup> So war es aber im Fall krupp.de (OLG Hamm NJW-RR 1998, 909.), wo der Sohn des ursprünglichen Domain-Inhabers der THYSSENKRUPP AG erneut zuvorkam und inzwischen ebenfalls zur Unterlassung verurteilt wurde.

<sup>49</sup> OLG München MMR 1999, 487 – shell.de; LG Köln NJW-RR 1999, 629 – zivildienst.de; LG Berlin CR 2000, 700 – deutschland.de.

<sup>50</sup> OLG Hamm NJW-RR 1999, 909 – krupp.de; OLG München MMR 2000, 104.

<sup>51</sup> OLG Frankfurt GRUR 2001, 5 – mediafacts.de; a. A. LG Wiesbaden MMR 2001, 59.

<sup>52</sup> LG Essen MMR 2000, 286.

<sup>53</sup> LG München MMR 2000, 565 = CR 2000, 620 m. Anm. Hanloser S. 703.

<sup>54</sup> Dazu eingehend Pfeiffer GRUR 2001, 92 ff.

<sup>55</sup> Pfeiffer GRUR 2001, 92/97.

scheidet, erhält der Beschwerdeführer mehr, als er nach deutschem Recht beanspruchen könnte.

### **1.11 Anwendbarkeit deutschen Rechts**

Die Frage, unter welchen Voraussetzungen auf Domain-Streitigkeiten deutsches Recht überhaupt anwendbar ist, kann als völlig ungeklärt betrachtet werden.<sup>56</sup> Im Markenrecht gilt grundsätzlich das sog. Schutzlandprinzip. Danach ist bei Markenstreitigkeiten die Rechtsordnung jenes Landes anwendbar, für das der Schutz beansprucht wird.<sup>57</sup> Da in Deutschland Seiten überall aus der Welt abgerufen werden können, müssten sich alle Domains dem deutschen Markenrecht unterordnen.

Den Charme der (scheinbar) einfachen Alternative hätte demgegenüber das Herkunftslandprinzip, das z. B. auch in der E-Commerce-Richtlinie der EU seinen Niederschlag gefunden hat. Entscheidend ist die Herkunft eines Angebots, de facto also der Firmensitz des Anbieters. Das widerspricht aber bisher weltweit anerkannten markenrechtlichen Prinzipien - und eine vergleichbare weltweite Akzeptanz für das Herkunftsland- oder Sitzprinzip ist bisher nicht in Sicht. Die mit dieser Frage zusammenhängenden sehr schwierigen Probleme können an dieser Stelle nicht vertieft werden.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Eingehend Boehme-Neßler, S. 96 ff.

<sup>57</sup> Einzelheiten bei Fezer Einl MarkenG Rn. 158 ff.

<sup>58</sup> Vgl. Boehme-Neßler, S. 95 ff. m.w.N.