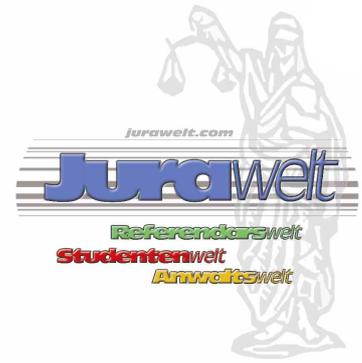


Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.



RA Jan A. Strunk

Rechtliche Aspekte bei Internet-Domains

[Beitrag erstmalig erschienen: Februar 2005]

Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.

Wer im grafischen Teil des Internet, dem so genannten "World Wide Web" (kurz: WWW oder "Web") Inhalte anbietet, will, dass diese auch gelesen werden. Dazu muss der potenzielle Nutzer diesen Inhalt allerdings erst einmal gefunden haben.

Am einfachsten ist das natürlich über die Verwendung einer möglichst "aussagekräftigen" Web-Adresse, des so genannten "Domain-Namens", möglich – also beispielsweise der Firmen- oder ein Markenname plus angehängtem ".de" (zu den Einzelheiten gleich noch mehr).

Für eine Arbeitnehmer-Interessenvertretung im Internet erscheint die Notwendigkeit einer wirkungsvollen Namensgebung auf den ersten Blick nur eingeschränkt zu gelten, ist der eigene Internet-Auftritt doch häufig auf dem von Firma oder Dienststelle genutzten Server abgelegt und dann meist nur als "Unteradresse" (Subdomain) der jeweiligen Firmen-/Dienststellen-Domain zu erreichen (1).

Das ist allerdings nicht zwingend und nicht immer so. Es gibt mittlerweile eine ganze Reihe von Websites, die von Interessenvertretungen unter "eigenem" Domain-Namen veröffentlicht werden. In der Regel wird bei der Namensgebung dabei aber der Bezug zum Unternehmen oder zur Dienststelle (manchmal auch zum Ort) deutlich gemacht (2).

Bereits hier ist auch auf den eigentlich selbstverständlichen aber dennoch oft verkannten Umstand hinzuweisen, dass man zwischen dem Domain-Namen und dem unter diesem Namen angebotenen Inhalt begrifflich unterscheiden muss: Auf ein- und dieselbe Website (Inhalt) kann durch beliebig viele Domain-Namen verwiesen werden (3). Umgekehrt aber funktioniert das nicht: Ein Domain-Name kann immer nur auf ein konkretes Informationsangebot im Web verweisen und kann – anders als etwa Nachnamen wie Müller, Meier oder Schulze – auch immer nur ein einziges Mal vergeben werden. Das liegt in der Natur der Sache (4) und bildet oft den Kern erbitterter, gerichtlich um Domain-Namen geführter Streitigkeiten.

Es ist also keineswegs zwingend, dass man etwa die Informationen des Personalrats der Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (www.fhtw-berlin.de/content/organisieren/Vertretungen/Personalrat/index.html) nur durch Eingabe dieser reichlich komplizierten Adressierung (es ist die komplette Adresse für die richtige Einstiegsseite) erreicht. Über eine Adresse wie zum Beispiel "www.personalrat-fhtw-berlin.de" ließe sich das entsprechende Angebot deutlicher leichter merken und auch finden. Hierzu müsste dieser Domain-Name lediglich über einen der zahlreichen Provider registriert und dort so eingerichtet werden, dass er stets auf den vollständigen, aber eben etwas komplizierten "Adresspfad" führt. Für eine solche "Umleitungsfunktion" ist es nicht einmal nötig, bei einem Anbieter Speicherplatz anzumieten.

Die Tatsache, dass die Web-Informationen des Betriebs- oder Personalrats in das Web-Angebot der Firma/Dienststelle eingebunden sind und dass die Inhalte auf einem dortigen Rechner vorgehalten werden, bedeutet also nicht notwendigerweise, dass damit auch die Web-Adresse (mit Firmenname und weiteren komplizierten Verzweigungen) unabänderlich festgelegt wäre. Via "Umleitung" kann man ohne Weiteres einen davon abweichenden, unter Umständen völlig anderen Domain-Namen benutzen.

Einer Interessenvertretung bietet sich damit grundsätzlich stets die Möglichkeit, ihre Öffentlichkeitsarbeit auch auf diesem Weg zusätzlich zu intensivieren. Grund genug, sich hier einmal etwas näher mit den rechtlichen Grundlagen der Namensvergabe im World Wide Web zu befassen.

Domain-Namenswahl – die Ausgangssituation

Um die bei der Domain-Namenswahl möglicherweise entstehenden rechtlichen Probleme verstehen zu können, muss man sich zunächst allerdings – zumindest ein wenig – mit dem technischen Hintergrund befassen:

Alle Rechner im Internet werden durch eine IP-Adresse, einen aus vier durch Punkte getrennten mehrstelligen Zahlen bestehenden Code, identifiziert. Wenn man einen bestimmten Rechner "ansprechen" will, braucht man also "nur" die jeweilige Zahlenkombination in das Eingabefeld des Browsers zu tippen – dass das nicht besonders handlich und noch weniger gut zu merken ist, liegt auf der Hand.

Also begann man bald, den am World Wide Web teilnehmenden Rechnern zusätzlich eine auf einer willkürlich zu bildenden Buchstabenfolge beruhende Kennung zuzuweisen: den Domain-Namen. Ein solcher Domain-Name wird aus mehreren hierarchischen Bestandteilen gebildet, was durch die in jeder Adresse als Trennzeichen enthaltenen Punkte deutlich wird.

Zwingend erforderlich für eine Adressierung sind nur zwei Ebenen:

Zum einen der so genannte "Top-Level-Domain"-Name (TLD), das ist das ganz rechts (neben dem letzten Punkt einer Adresse) stehende Kürzel; häufig ist dies eine Länderkennzeichnung wie etwa ".de" für Deutschland oder ".se" für Schweden.

Die Vergabe solcher geografischen TLD (Country Code-TLD = ccTLD) erfolgt über nationale Register – im Fall der ".de"-Kennung über die DENIC e.G. in Frankfurt (5). Von den jeweiligen nationalen Registern werden unterschiedliche Anforderungen an eine Registrierung gestellt.

Allgemein gilt, dass die geografische Bezeichnung keine Rückschlüsse auf die wirkliche Nationalität des Inhabers zulässt. Ein Domain-Name kann in diversen Registern verschiedener Staaten eingetragen sein.

Die zweite Erscheinungsform einer "Top-Level-Domain" (TLD) sind die Endungen mit eher inhaltsbezogenen Kürzeln – Beispiele sind: ".com" (für commercial/company = Unternehmen), ".org" (für Organisationen), ".net" (für network provider = Netzwerke) oder auch die neu geschaffenen TLDs wie etwa ".info" oder ".name".

Wenn allerdings von einer "Domain" die Rede ist, so ist damit in aller Regel das gemeint, was bei einem Domain-Namen direkt vor der "Top-Level-Domain" steht. Und das ist die vom Domain-Inhaber selbst gewählte "Second-Level-Domain" (SLD) – also etwa "**kielanwalt**.de". Sie ist die zweite Mindestvoraussetzung für eine erfolgreiche Lokalisierung des eigenen Angebots im World Wide Web, da sie das konkrete dem Internet angeschlossene Informationsangebot kennzeichnet (6).

Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.

Aus dieser Funktion ergibt sich auch der bereits erwähnte Umstand, dass ein Domain-Name nur ein einziges Mal existieren kann: Jede elektronische Adresse im Internet muss einmalig sein. Dementsprechend kann es auch jede Buchstabenkombination (die ja nur stellvertretend für die eigentliche, aus Zahlen bestehende IP-Adresse steht) nur einmal geben. Die Second-Level-Domain ist dabei der "eigentliche" Domain-Name, der für die Unterscheidbarkeit zu allen anderen Web-Adressen sorgt.

Die näheren formalen Voraussetzungen, die bei der Wahl eines Domain-Namens beachtet werden müssen, sollen hier ebenso wenig behandelt werden, wie das Verfahren der Domain-Registrierung selbst. Für Ersteres finden sich Informationen bei DENIC (www.denic.de/de/domains/registrieren/index.html) für alle anderen bieten die einschlägigen Anbieter (wie etwa Schlund, 1&1, Strato, Host Europe oder united-domains, um nur einige der Bekanntesten zu nennen) ausführliche Hinweise und FAQ-Listen.

Hier soll es vielmehr um die stets wiederkehrenden Rechtsfragen gehen, die sich im Zusammenhang mit der Nutzung eines Domain-Namens ergeben – denn dazu herrschen in der Nutzer-Öffentlichkeit zum Teil erhebliche Fehlvorstellungen.

Der Domain-Eintrag

Im Normalfall vergewissert sich ein Interessent zunächst durch eine vorherige Abfrage darüber, ob der gewünschte Name noch frei ist.

Hierzu kann er sich der so genannten "Whols"-Datenbanken der jeweiligen nationalen Komitees bedienen (also etwa der DENIC).

Einfacher geht's mit einem der einschlägigen Domain-Suchdienste wie etwa www.checkdomain.de, mit denen der direkte Zugriff auf die entsprechenden Datenbanken vermittelt wird. So lässt sich recht einfach herausfinden, ob eine bestimmte Domain bereits vergeben ist und wem sie gehört.

Ist der Wunschname noch frei, kann die Registrierung beantragt werden. Diese erfolgt in der Regel recht kurzfristig, oft noch innerhalb desselben Tages. Länger als zwei oder drei Tage dauert es selten (7), dann ist man als Inhaber des Domain-Namens im Register eingetragen. "Man" kann dabei eine natürliche oder juristische Person sein. Bei der Registrierung eines Namens für einen Betriebs-/Personalrat wird man daher entweder die Firma selbst oder eines der Mitglieder des Gremiums einzutragen haben (der Betriebsrat ist keine eigene "Rechtsperson").

Außer dem Domain-Inhaber kennt das Register noch einen weiteren Eintrag, der in der Praxis häufig von Bedeutung ist: Den "administrativen Ansprechpartner" (= "admin-c"). Dabei handelt es sich um eine vom Inhaber zu benennende natürliche Person, die als Bevollmächtigter des Inhabers berechtigt und verpflichtet ist, in sämtlichen die Domain betreffenden Fragen rechtsverbindliche Entscheidungen zu treffen.

Bei Privatpersonen sollten Inhaber und admin-c stets identisch sein. Wird als Inhaber eine juristische Person, also zum Beispiel das Unternehmen eingetragen, muss als administrativer Ansprechpartner jemand eingetragen werden, der innerhalb des Unternehmens steht. Scheidet dieser "Jemand" aus der Firma aus, ist der Eintrag unbedingt zeitnah zu ändern, schon um nicht Gefahr zu laufen, dass möglicherweise noch wirksame Verfügungen über die Domain von jemandem getroffen werden, der hierzu längst nicht mehr berechtigt ist.

Es sollte auch darauf geachtet werden, dass sich nicht unversehens der Provider, über den die Domain-Registrierung beantragt wurde, selbst als "admin-c" eintragen lässt (dies sollte durch eine entsprechende Kontrolle des Eintrags immer überprüft werden).

Rechte des Domain-Inhabers

Der Inhaber ist nach erfolgter Eintragung juristisch zur umfassenden und – sofern die regelmäßigen Registrierungsgebühren gezahlt werden (8) – lebenslangen Ausübung eines (Nutzungs-)Rechts an der Domain berechtigt. Dieses Recht kann nach zwischenzeitlich gefestigter Rechtsprechung verkauft, verpachtet, vermietet, verschenkt oder vererbt, es kann sogar gepfändet werden.

Davon sorgfältig zu unterscheiden ist eine andere Art von Rechten: Oft anzutreffen, nichtsdestotrotz falsch ist nämlich die Ansicht, man würde mit der Registrierung eines Domain-Namens zugleich ein (gewerbliches) Schutzrecht – vergleichbar etwa dem einer eingetragenen Marke – erwerben, das man Dritten unter Berufung auf "ältere Rechte" im Streitfall entgegen halten kann (9).

So ist bei Gesprächen im Kollegen- und Bekanntenkreis oft die Aussage zu hören, man habe sich eine bestimmte Domain "schützen lassen". Tatsächlich gemeint ist damit aber lediglich die bloße Registrierung eines bis dahin noch freien, also bislang nicht eingetragenen Domain-Namens. Die Eintragung des Domain-Namens bei der DENIC führt jedoch normalerweise nie dazu, dass allein hierdurch irgendwelche Schutzrechte begründet würden, wie dies etwa beim Eintragen einer Marke in das Markenregister regelmäßig der Fall ist (10).

Im Gegenteil: Ungünstigenfalls können bereits durch die Registrierung eines Domain-Namens die Schutzrechte Anderer gefährdet oder verletzt werden. In diesem Fall kann sich der stolze neue Inhaber plötzlich Unterlassungs- oder auch Schadensersatzansprüchen ausgesetzt sehen.

Wird zum Beispiel ein Domain-Name registriert, der mit dem bürgerlichen Namen einer fremden Person identisch ist, so kann darin unter bestimmten Umständen schon eine Verletzung des Namensrechts gemäß § 12 BGB liegen (11). Zu möglichen Rechtsverletzungen bei der Namenswahl gleich noch etwas mehr.

Richtig ist allerdings, dass die tatsächliche Nutzung einer Domain – also etwa durch die Veröffentlichung eines Fach-Portals, einer Online-Zeitschrift oder auch nur von Informations-Seiten über die eigene Firma – Rechte begründen kann, die dann wieder anderen, später entstandenen ("prioritätsjüngeren") Rechten entgegen gehalten werden können.

Einschlägig ist hier insbesondere der Schutz geschäftlicher Bezeichnungen als so genannte Unternehmenskennzeichen (12) (z.B. Firmennamen oder Namensbestandteile) oder Werktitel (13) (z.B. eine ständige Bezeichnung wie "Personalvertretung Online").

Für die Begründung dieser Rechte muss die Domain aber auch in bestimmter Art und Weise benutzt werden: Der Schutz als Unternehmenskennzeichen etwa setzt die Nutzung im geschäftlichen Verkehr voraus, während der Titelschutz zusätzlich die Nutzung des Namens speziell für ein Kommunikationsmedium erfordert. Unproblematisch Schutz als geschäftliche

Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.

Bezeichnungen genießen solche Domain-Namen, die auch außerhalb des Internet im Geschäftsverkehr als Unternehmensbezeichnung verwendet werden, so etwa wenn die Firma "Meier GmbH" im Internet als "meier.de" auftritt.

Titelschutz dagegen kommt grundsätzlich nur solchen Domain-Namen zu, die eine gewisse Unterscheidungskraft besitzen, also nicht bloß den Inhalt des ihr zugeordneten Angebots beschreiben. Die Domain "betriebsrat.de" etwa besäße für ein Informationsangebot zur Betriebsratsarbeit keine Unterscheidungskraft, für das Angebot einer Kfz-Werkstatt dagegen durchaus.

Fehlt es der Domain an der nötigen begrifflichen Unterscheidungskraft, kann sie diese aber auch durch die so genannte Verkehrsgeltung erwerben. Wenn die Domain also nachweislich allgemein recht bekannt ist, kann sie trotz einer eindeutig beschreibenden Formulierung die nötige Unterscheidungskraft besitzen.

Ein kürzlich vom Landgericht München durch einstweilige Verfügung entschiedenes Beispiel (14) mag dies belegen:

Im Kampf gegen illegale Einwählprogramme leistet die Seite "dialerschutz.de" seit geraumer Zeit Betroffenen wertvolle Dienste. Von dem zwischenzeitlich erworbenen guten Ruf der Seite wollte offensichtlich auch eine gewerbliche Anbieterin profitieren, die kurzerhand unter der Adresse "dialerschutz.org" ein eigenes kostenpflichtiges Angebot (mit zudem eher zweifelhaftem Nutzwert) veröffentlichte.

Das Landgericht bejahte hier unter Hinweis auf die hohe Bekanntheit der unter der Bezeichnung "dialerschutz" betriebenen Website den Werktitelschutz für den Domain-Namen trotz dessen unzweifelhaft beschreibenden Charakters.

Rechtsverletzungen durch Domain-Namen

Vor allem gilt: Wer einen Domain-Namen registrieren lässt, muss sich selbst vergewissern, ob die von ihm gewünschte Eintragung rechtskonform ist.

Die DENIC oder der beauftragte Provider interessieren sich ausschließlich dafür, ob die formellen Anforderungen an den Eintragungsantrag erfüllt sind und ob die beantragte Adresse noch frei ist. Eine inhaltliche Prüfung oder gar eine Überprüfung der rechtlichen Gegebenheiten findet vor der Vergabe grundsätzlich nicht statt.

Wer hier nicht aufpasst, haftet. Bei Verstößen gegen gewerbliche Schutzrechte ist es hierfür übrigens auch egal, ob dies vorsätzlich oder lediglich fahrlässig und mangels besseren Wissens geschah.

Genug Anlass, einmal näher hinzusehen, welche Arten von Rechtsverletzungen typischerweise auftreten können.

Die Eintragung eines Domain-Namens erfolgt meist unter (Mit-)Benutzung eines persönlichen Namens, einer Firmen-/Behörden- oder sonstigen Organisationsbezeichnung (eventuell unter Verwendung einer passenden Abkürzung) oder eines Arbeitstitels, häufig auch noch

Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.

unter Verwendung von Phantasiebezeichnungen. Zunehmend verbreitet ist daneben mittlerweile die Verwendung vollständiger Slogans oder Sätze.

Verstöße sind hier – wie bereits erwähnt – einmal denkbar unter dem Aspekt einer Namensrechtsverletzung, zum anderen unter dem einer Verletzung geschützter Kennzeichen. Bei Letzteren ist wiederum zu unterscheiden zwischen solchen Rechten, die bereits durch Verwendung und solchen, die erst durch Eintragung entstehen.

Aber der Reihe nach:

Der Name natürlicher ebenso wie juristischer Personen – aber auch alle namensartigen Kennzeichnungen, Firmenabkürzungen und Firmenschlagworte sind nach § 12 BGB gegen unbefugten Gebrauch sowie Beeinträchtigung durch Dritte geschützt (15).

Konkret heißt das hier: Wenn jemand, der nicht so heißt, zum Beispiel den Domain-Namen "guenther-jauch.de" verwendet, kann er vom Träger dieses Namens auf Unterlassung der Nutzung in Anspruch genommen werden. Entsprechendes gilt für die Benutzung von Unternehmens-, Städte- und Institutions-Namen; ebenso wie für die Bezeichnungen rechtsfähiger Vereine oder vergleichbarer Organisationen. Denn der berechtigte Namensträger muss zum einen damit rechnen, dass Dritte die Seite mit ihm in Verbindung bringen und er ist zum anderen durch die Reservierung der Domain daran gehindert, selbst seinen Namen im Internet zu führen.

Auch hier gilt jedoch, dass der Name unterscheidungskräftig sein muss. Daran fehlt es regelmäßig bei so genannten Gattungsbezeichnungen, also solchen Begriffen, die im allgemeinen Sprachgebrauch Sachen, Rechte oder auch Branchen benennen.

Das heißt: Im Falle solcher Namen wie zum Beispiel "Winzer" (16), "Schneider" oder auch "Strunk" entfällt bezüglich der Domain-Nutzung in aller Regel der Namensschutz, da unter den entsprechenden Adressen ohne Weiteres auch Websites zum Weinanbau, für den Schneidereibedarf oder über die Gemüsezubereitung denkbar wären.

Ein Verstoß gegen das Namensrecht liegt immer nur dann vor, wenn der Gebrauch gegenüber dem Namensträger "unbefugt" ist.

Daran fehlt es aber im Normalfall zum einen regelmäßig schon, wenn man seinen eigenen Namen verwendet:

Heißen beide Kontrahenten gleich – hat also auch der Verwender ein Recht an der konkreten Namensführung – so gilt im Rahmen einer Interessenabwägung (sofern keine weiteren Umstände für eine der beiden Seiten sprechen) grundsätzlich der altdeutsche Grundsatz: "Wer zuerst kommt, mahlt zuerst!"

Ausnahmsweise kann jedoch nach der obergerichtlichen Rechtsprechung auch das Recht eines der beiden Namensträger unabhängig vom Prioritätsprinzip stärker sein: Nämlich dort, wo jemand den sehr bekannten Namen eines anderen für eigene Zwecke ausnutzen will und/oder wo eine so überragende Bekanntheit des anderen Namensträgers vorliegt, dass der betreffende Name regelmäßig nur mit ihm in Verbindung gebracht wird.

Das mussten unter anderen bereits Herren mit den Nachnamen Krupp (17) und Joop (18) leidvoll feststellen.

Der andere Fall ist die wegen eines anzuerkennenden eigenen schutzwürdigen Interesses berechnete Nutzung (19). So beispielsweise im Fall einer vertraglich eingeräumten Nutzungserlaubnis. Allerdings ist hier der Anwendungsbereich nicht nur auf eine etwaige vertragliche Gestattung beschränkt: Insbesondere dort, wo sich die Nutzung einer Domain maßgeblich in Ausübung eines (grund-)gesetzlich geschützten Rechts – also etwa der Meinungsfreiheit – vollzieht oder im Fall einer Tätigkeit mit vorrangig ideeller Zielsetzung, kann dieses Interesse im Ergebnis Vorrang vor dem Namens- oder auch Kennzeichenrecht eines anderen haben.

So wurde in der Rechtsprechung zum Beispiel die Nutzung der Domain "castor.de" durch eine Anti-Atomkraft-Vereinigung als zulässig angesehen (20); ebenso die Nutzung der Domain "awd-aussteiger.de" (21) durch einen ehemaligen Mitarbeiter, der auf seiner Website über die aus seiner Sicht unredlichen Verhaltensweisen seines ehemaligen Arbeitgebers, des Finanzdienstleisters AWD, berichtet.

Vor diesem Hintergrund wird man grundsätzlich auch einem Betriebs- oder Personalrat eine etwaige Nutzung des Firmennamens für den eigenen Internet-Auftritt zugestehen müssen – zumal hier regelmäßig eine vergleichsweise enge eigene Beziehung zum Namensträger gegeben ist. Dies gilt zumindest dann, wenn die Öffentlichkeit den gewählten Domain-Namen insgesamt nicht dem Namensinhaber zuordnet. Dafür wird es aber in der Regel genügen, dass der fragliche Firmen-/Dienststellename nur einen Teil des Domain-Namens ausmacht und dass hinreichend deutlich wird, dass es sich um die Seiten der Interessenvertretung handelt.

Eine Domain-Namenswahl also wie etwa "betriebsrat-bmw" oder "personalrat-fhtw-berlin" dürfte jedenfalls aus namensrechtlicher Sicht grundsätzlich nicht zu beanstanden sein.

Vorsicht: Marken, Werktitel und Geschäftskennzeichen

Wenn durch die unbedachte Registrierung von Begriffen als Domain-Namen gewerbliche Schutzrechte Dritter verletzt werden, dann sind die Folgen meist deutlich drastischer, als bei der bisher betrachteten reinen Namensrechtsverletzung.

Zum einen deshalb, weil die Verfolgung solcher Verstöße etwas anderen prozessrechtlichen Spielregeln unterliegt und zum zweiten, weil im Fall einer gewerblichen Schutzrechtsverletzung regelmäßig sehr hohe Streitwerte anzusetzen sind mit den entsprechenden finanziellen Auswirkungen.

Infrage käme einmal die unbefugte Verwendung einer "Marke". Als Marke können nach § 3 Abs. 1 MarkenG alle Zeichen geschützt sein, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden – das können Wörter oder Grafiken, aber auch so etwas wie eine bestimmte Tonfolge sein.

Der Markeninhaber ist dann der Einzige, der ein solches Zeichen geschäftlich nutzen darf. Die ungenehmigte Registrierung eines mit einer Markenbezeichnung identischen oder hinreichend ähnlichen Domain-Namens dürfte also regelmäßig rechtswidrig sein.

Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.

Es gibt aber auch "Unternehmenskennzeichen". Dies sind nach § 5 Abs. 2 Satz 1 MarkenG *"Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr als Name, als Firma oder als besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs oder eines Unternehmens benutzt werden"*.

Die Bezeichnung "Bayerische Motorenwerke" beispielsweise ist so ein Unternehmenskennzeichen – ebenso übrigens wie das Kürzel "BMW".

Inhaltlich gibt es hier oft eine Überschneidung mit dem schon behandelten Namensrecht, da die Firma rechtlich auch der Name ist, unter dem jemand im Geschäftsverkehr handelt. Und oft ist ja sogar ein tatsächlicher Name – etwa der des Firmengründers – zugleich auch der Firmenname (z.B. Siemens, Krupp, Grundig).

Der Anwendungsbereich eines Unternehmenskennzeichens ist jedoch weiter gefasst als der des reinen Namensrechts, denn der Schutz erstreckt sich zum Beispiel auch auf typische Symbole (Logos, Embleme usw.) (22), die im geschäftlichen Verkehr verwendet werden.

Zum Dritten kann man bei der Registrierung und Nutzung von Domain-Namen in Konflikt mit so genannten "Werktiteln" kommen.

Werktitel beschreibt der § 5 Abs. 3 MarkenG als *"Namen oder besondere Bezeichnungen von Druckschriften, Filmwerken, Tonwerken, Bühnenwerken oder sonstigen vergleichbaren Werken."*

Hierunter fallen neben Buch- und Filmtiteln beispielsweise auch die Titel von Mitarbeiter-Zeitungen wie zum Beispiel die Bezeichnung "Palstek" für das Magazin einer Mitarbeitervertretung (23) oder auch der Titel einer bestimmten Veranstaltung(sreihe).

Marken, Geschäftszeichen und Werktitel sind – wie schon gesagt – grundsätzlich gegen die unbefugte Benutzung durch Dritte geschützt.

Werden sie dennoch verwendet, drohen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche.

Die unter Missachtung dieser Schutzvorschriften durchgeführte Registrierung eines Domain-Namens kann also – selbst wenn dies nur versehentlich passiert ist – weitreichende rechtliche und damit finanzielle Folgen nach sich ziehen.

Übrigens kann auch ein Domain-Name selbst als Unternehmenskennzeichen (oder auch als Marke) geschützt sein. Und dies – unter allerdings sehr engen rechtlichen Voraussetzungen – sogar dann, wenn er eine eigene Bezeichnung darstellt, die nicht identisch ist mit der Unternehmensbezeichnung.

So wie etwa im Fall des Domain-Namens "my-world.de", unter dem das "Online-Kaufhaus" des Karstadt-Konzerns zu erreichen ist.

Problem: "geschäftliche" Website-Nutzung

Nachdem das alles sehr "streng" geklungen hat, nun eine gewisse Entwarnung.

Denn: Nur die geschäftliche (!) Nutzung von Unternehmenskennzeichen oder Markennamen fällt in den Anwendungsbereich des Markenschutzes.

Und damit stellt sich natürlich sofort die "Gretchenfrage": Handelt eine Arbeitnehmer-Interessenvertretung durch ihren Auftritt im Internet in diesem Sinne "geschäftlich"?

Dass ein Betriebs- oder Personalrat regelmäßig nicht gewerblich tätig ist, genügt dabei nicht, um schon "aus dem Schneider" zu sein.

Denn eine geschäftliche Nutzung setzt nicht zwingend voraus, dass es zugleich um Entgelt oder Gewinnabsichten geht. Ausreichend sind vielmehr schon alle Handlungen, die der Förderung eines beliebigen eigenen oder fremden Geschäftszwecks dienen.

Das könnte unter Umständen auch für die Web-Präsentation eines Betriebs- oder Personalrats gelten.

Andererseits fallen nach höchstrichterlicher Rechtsprechung rein private, wissenschaftliche, politische und amtliche Handlungen nicht unter das Merkmal "geschäftlich" (24).

Privatpersonen also, die lediglich aus Hobby-Gründen einen Domain-Namen nutzen, werden sich normalerweise nicht in marken- oder wettbewerbsrechtlichen Auseinandersetzungen wiederfinden. Und Ähnliches gilt auch für Organisationen mit rein ideeller Zielsetzung (wie z.B. gemeinnützige Vereine).

Überträgt man diesen Grundgedanken unter Berücksichtigung von Funktion und gesetzlichem Auftrag des Betriebs-/Personalrats auf dessen Nutzung einer Web-Präsentation, scheint es gerechtfertigt, auch in diesem Fall von einer nicht-geschäftsmäßigen Nutzung auszugehen.

Aber: Die Grenzen dürften dort überschritten sein, wo Zwecke verfolgt werden, die über den gesetzlichen, gleichsam "gemeinnützigen" Auftrag einer Interessenvertretung hinausgehen. Und sie sind es unzweifelhaft dort, wo ein gewerblicher Faktor hinzutritt, etwa wenn Werbung für kostenpflichtige Angebote Dritter auf der eigenen Website zugelassen wird.

Letzteres ist regelmäßig auch ein Problem, wenn man zum Beispiel den Betrieb der eigenen Website dadurch kostengünstiger gestalten will, dass man eine Bannerwerbung installiert. Ebenso problematisch kann es unter diesem Aspekt sein, an so genannten "Affiliate"-Programmen teilzunehmen, bei denen die Werbung von Drittanbietern auf der eigenen Website platziert wird.

Wer also die zunehmend beliebter werdende "Google"-Anzeigenleiste auf seinen Seiten verwendet, läuft Gefahr, dass seine Website als "geschäftlich" angesehen wird – unabhängig von den sonstigen Inhalten.

Wobei dies natürlich nur dann zu einem wirklichen Problem wird, wenn der gewählte Domain-Name tatsächlich das Risiko einer Marken- oder Kennzeichen-Verletzung beinhaltet. Und das lässt sich durch die nötige Sorgfalt bei der Namenswahl erheblich minimieren...

Fußnoten:

(1) *Beispiele etwa: www.desy.de/betriebsrat/, www.tu-harburg/pr/ oder auch www.aip.de/~schwope/betriebsrat/BR1.html.*

(2) *Beispiele etwa: ww.drk-betriebsrat.net/, www.ag-mav.de, www.personalrat-muenchen-vs.de, www.gesamtpersonalrat.uni-erlangen.de.*

(3) *Sehr viele registrierte Domain-Namen (Schätzungen zufolge sogar über 50 %) verweisen überhaupt nicht auf Websites mit Inhalten.*

(4) *Die genauen technischen Hintergründe und organisatorischen Voraussetzungen der Domain-Namen-Vergabe werden in diesem Beitrag bewusst ausgeklammert. Wer hierzu mehr*

Dieser Artikel stammt von Jan A. Strunk und wurde im Oktober 2005 unter der Artikelnummer 10614 auf den Seiten von jurawelt.com publiziert. Die Adresse lautet www.jurawelt.com/aufsaeetze/10614.

wissen will, findet z.B. unter www.computerbase.de/lexikon/DomainNameSystem entsprechende Informationen.

(5) www.denic.de – wer sich auch für die anderen (ca. 240) Country Code-TLD und die zugehörigen Vergabestellen interessiert, findet die aktuelle Liste hier: www.iana.org/cctld/cctld-whois.htm.

(6) Neben TLD und SLD besteht die Möglichkeit weiterer Untergliederungen durch so genannte Sub-Domains, z.B.: blawg.kielanwalt.de (auch das für Seiten im World Wide Web allseits verwendete Kürzel "www." ist lediglich eine solche Sub-Domain).

(7) So jedenfalls bei ".de"-Domains; bei eher "exotischen" TLDs (z.B. ".vu") kann es durchaus einige Wochen dauern.

(8) Bei deutschen Providern und Registrierstellen verlängert sich die Registrierung am Ende des jeweiligen Abrechnungszeitraums normalerweise automatisch. Anders bei internat. Registrierstellen, dort muss die Aufrechterhaltung der Registrierung vorher beantragt werden.

(9) Der umgekehrte Irrtum, als Markeninhaber habe man automatisch Anspruch auf den gleichlautenden Domain-Namen, existiert freilich auch. Die Rechtsprechung hat sich hier aber in den letzten Jahren redlich um Aufklärung bemüht.

(10) Natürlich besteht immer die Möglichkeit, einen als Domain-Namen verwendeten Begriff auch als Wort-Marke eintragen zu lassen.

(11) BGH, Urt. v. 22.11.2001 (shell.de) – I ZR 138/99 – sowie Urt. v. 6.7.2003 (maxem.de) – I ZR 296/00.

(12) § 5 Abs. 2 MarkenG.

(13) § 5 Abs. 3 MarkenG.

(14) LG München I – 33 O 24216/04.

(15) Nicht jedoch der Spitzname: LG Memmingen, Urt. v. 27.10.1999 (paule.de) – 30 1024/99.

(16) LG Deggendorf, Urt. v. 14.12.2000 – 1 O 480/00.

(17) OLG Hamm, Urt. v. 13.1.1998 – 4 U 135/97.

(18) LG Hamburg, Urt. v. 1.8.2000 - 312 O 328/00.

(19) LG Bonn, Beschl. v. 22.9.1997 (detag.de) – 1 O 374/97.

(20) LG Essen, Urt. v. 23.5.2002 – 11 O 96/02.

(21) OLG Hamburg, Urt. v. 18.12.2003 – 3 U 117/03.

(22) Sog. "Geschäftsabzeichen" (§ 5 Abs. 2 Satz 2 MarkenG).

(23) Mitarbeiterzeitung der Norddeutschen Gesellschaft für Diakonie e.V.

(24) BGH, Urt. v. 13.11.2003 – I ZR 103/01.

§ § §

Autor: Jan A. Strunk ist Rechtsanwalt in Kiel mit Beratungsschwerpunkten im Recht der neuen Medien, Urheber- & Wettbewerbsrecht, Arbeitsrecht sowie im Medizinrecht.

Kontakt: Rechtsanwälte Prof. Dr. Weiß Kreitz Strunk, Deliusstraße 27, 24114 Kiel
stunk@kielanwalt.de, Internet: www.kielanwalt.de