

Die Rechtsproblematik bei Markenrechtsverletzungen
durch Linksetzung im Internet und ihre Folgen
- Eine beispielhafte Darstellung anhand des Falls „Explorer“

Hausarbeit für das Seminar
„Einführung in die Medienwissenschaften“
Leitung: J. Venus

Vorgelegt von
Marc Nilius

WS 2000/2001

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Einführung in das Markenrecht	5
3. Überblick über die wichtigen bisher ergangenen Urteile im Bezug auf Markenrechtsverletzungen im Internet.....	7
3.1. Allgemeine Fälle	7
3.2 Urteile im Zusammenhang des Falls „Explorer“	8
4. Die Problematik in der Rechtsprechung.....	11
4.1. Verantwortbarkeit und Haftbarkeit bei Linksetzung.....	11
4.2. Wann tritt bei einer Homepage „Handeln im geschäftlichen Verkehr“ auf.....	14
4.3. Spezielle Problematik im „Explorer“-Fall.....	15
5. Folgen für das Internet.....	17
6. Fazit	20
7. Literaturverzeichnis	22

1. Einleitung

Jedes neue Medium schafft in der Rechtsprechung neue Probleme. Dies liegt zu weiten Teilen daran, daß bestehende Gesetze oder höchstrichterliche Entscheidungen nicht auf diesen neuen Bereich angewendet werden können, oder dies nur mit einigen Mühen gelingt. Daraus resultiert meist eine nicht-lineare Entwicklung der Rechtsprechung, die bis zur gesetzlichen Klärung für viel Verwirrung sorgt.

Eben dieses Phänomen kann man zur Zeit auch bei der Rechtsprechung bezüglich des Internet feststellen. So muß man sich fragen, inwiefern alte Gesetze auf das Internet anwendbar sind, oder inwieweit dies unmöglich ist und neue gesetzliche Grundlagen geschaffen werden müssen. Problematisch ist dabei vor allem, daß sich das Internet schneller entwickelt, als der Gesetzgeber neue Impulse setzen kann.

Diese Arbeit beschäftigt sich mit den Problemen, die aus dieser ungeklärten Situation resultieren und versucht aufzuzeigen, welche Folgen dies für das Internet, speziell in Deutschland, haben kann.

So ist unstrittig, daß Rechtsverletzungen, wie rechtsradikale Äußerungen, Verleumdung, Anleitung zur Straftat usw., auch im Internet strafbar sind und auch nach bestehender Rechtsprechung geahndet werden können. Viel schwieriger liegt der Fall bei „Vergehen“, die erst durch das Internet entstanden sind. So gibt es viele Fragen bezüglich Urheberrecht und Markenrecht, die erst mit und durch das Internet aufgekommen sind und folgerichtig nicht in dieser Form in Gesetzen oder Urteilen bisher besprochen wurden.

In dieser Arbeit soll näher auf die Fragen des Markenrechts eingegangen werden. Neben Fragen des Domainrechts, in denen mittlerweile weitgehend Klarheit herrscht und deswegen hier nicht weiter behandelt werden, gibt es die Frage nach Rechtsverletzungen bei Linksetzungen im Internet. Diese sind in der Rechtsprechung noch nicht eindeutig geklärt. Hier ist die Frage interessant, in wieweit der Linksetzende für den Inhalt der gelinkten Seiten verantwortlich gemacht werden kann. Besonderer Augenmerk wird bei dieser Frage in letzter Zeit auf Markenrechtsverletzungen in diesem Zusammenhang gelegt.

Auf den folgenden Seiten soll nach einer Einführung in das Markenrecht und einem Überblick über bisher ergangene Urteile im Bereiche Markenrechtsverletzungen durch

Linksetzung, im besonderen im Fall „Explorer“, dargestellt werden, mit welcher Problematik die Gerichte sich befassen müssen, welche Vorsicht sie dabei walten lassen müssen und welche Folgen für das Internet die Rechtsprechung in Deutschland bisher hatte und welche sie vielleicht haben könnte, wenn der Gesetzgeber und/oder die Gerichte hier keine gemeinsame Linie finden.

Da dieses Thema sehr aktuell ist, gibt es sehr wenige gedruckte Quellen. Die meisten Informationen stammen aus dem Internet, vornehmlich aus juristischen Veröffentlichungen. Zur Grundlagenforschung Markenrecht wurde neben anderen vor allem „Berlit, Das neue Markenrecht“ herangezogen, welches sich ausführlich mit dem neuen, novellierten Markenrecht auseinandersetzt. Als weitere Quellen wurden neben einschlägigen Fachperiodika der Internet- und Computer-Branche auch juristische Fachzeitschriften herangezogen (siehe Quellenverzeichnis).

Die letzte aktuelle Meldung, die in die Arbeit eingeflossen ist, wurde am 8. März 2001 veröffentlicht. Alle danach veröffentlichten Entscheidungen oder neue Erkenntnisse konnten leider nicht mehr in die Arbeit einfließen.

2. Einführung in das Markenrecht

Das Markenrechtsreformgesetz (MarkenG) trat am 1. November 1994 bzw. am 1. Januar 1995 in Kraft. Es übernimmt damit die Aufgaben, die vorher sowohl im Warenzeichengesetz bzw. im Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt waren.

Nach dem neuen MarkenG versteht man unter einer Marke ein Kennzeichnungsmittel für Produkte und Dienstleistungen. Es soll eine Art Visitenkarte sein, mit dem Produkte und Dienstleistungen im Wettbewerbsleben auftreten. Die Marke soll den Wiedererkennungswert eines Produktes oder einer Dienstleistung erhöhen, um den Wiederholungskauf oder die wiederholte Inanspruchnahme einer Dienstleistung desselben Unternehmens zu fördern. (Liebwein)

Nach dem neuen MarkenG können viel mehr verschiedene Formen der Darstellung als Marke eingetragen werden. Dies sind:

- Wörter (einschließlich Personennamen),
- Abbildungen,
- Buchstaben,
- Zahlen,
- Hörzeichen,
- Dreidimensionale Gestaltungen (einschließlich Warenformen oder Warenverpackung)
- Sowie Farben und Farbzusammenstellungen

Von der Anmeldung zur Marke ausgeschlossen sind Zeichendarstellungen die durch die Warenart selbst bestimmt sind, die erforderlich sind, um die beabsichtigte technische Wirkung zu erreichen oder die den wesentlichen Wert der Ware ausmachen.

(Berlit, Rz. 5)

Eine Marke kann in verschiedenen Warengruppen angemeldet werden, so daß es ohne weiteres möglich ist, daß eine Marke von verschiedenen Personen zu verschiedenen Zwecken in verschiedenen Warengruppen registriert ist. Ebenso entscheidend für die Anmeldung einer Ware ist die Kennzeichnungskraft derselben. Hat eine Marke keine Kennzeichnungskraft, kann sie nicht registriert werden. So ist zum Beispiel das Wort „Obst“ zwar ohne weiteres für Computer o.ä. als Marke schutzfähig, nicht aber für Äp-

fel, da damit der Wettbewerb behindert wird, da eventuelle Mitstreiter in ihrem Wettbewerb beeinträchtigt sind. (Liebwein)

Wird einer Marke eine Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft zugebilligt, so unterscheidet man dann noch zwischen kennzeichnungsschwachen Marken, Marken mit normaler Kennzeichnungskraft und Marken mit starker Kennzeichnungskraft. Ist eine Marke für eine Warengattung (Klasse) in der sie eingetragen ist eher beschreibend, so kommt ihr meistens schwache Kennzeichnungskraft zu. Im Gegensatz dazu kann einer Marke, zum Beispiel bei gesteigertem Werbeaufwand, in einer Klasse auch gesteigerte oder starke Kennzeichnungskraft zukommen. Bei Streitigkeiten über die Zulässigkeit dieser Marke oder über die Ähnlichkeit zweier Marken, kann diese Einteilung mit entscheidend für den Ausgang des Verfahrens sein. (Berlit, Rz. 137ff)

Durch die Novellierung 1994/1995 wurde das deutsche Recht mehr dem allgemeineren amerikanischen Recht angepaßt und innerhalb Europas vereinheitlicht. Seit dem 1. April 1996 ist die GMVO (Verordnung (EG) Nr. 40/94 der Kommission vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke) in Kraft. So ist es seitdem möglich, mit nur einem Anmeldeverfahren diese Marke überall in der EU unter Schutz zu stellen. (Berlit, Rz. 424)

3. Überblick über wichtige bisher ergangene Urteile im Bezug auf Markenrechtsverletzungen im Internet

3.1. Allgemeine Fälle

LG München I, Urteil vom 02. November 2000 - 7 HKO 1208 I/00

Ein Inhaber einer Marke entdeckte in den Suchergebnissen einer Suchmaschine zu seiner Marke einen Link auf ein Konkurrenzprodukt. Er mahnte die Suchmaschine ab.

Das Gericht war der Meinung, daß der Suchmaschinen-Betreiber nicht haftungsbefähigt ist. Es verglich die Suchmaschine mit dem Betreiber eines Branchenbuches. In beiden Fällen bieten die Betreiber nur Auskunft über fremde Inhalte, die sie selbst nicht beeinflussen. In solchen Fällen kommt nur dann eine Haftung zustande, wenn der Verstoß für jedermann offensichtlich ist. Dies verneinte das Gericht in diesem Fall. Eine Haftung scheidet daher aus. (Zimmermann)

Die Fälle „Site-Promotion“ und „Webpace“

„Site-Promotion“ wurde im Mai 1998 von Volker Jungbluth als Marke eingetragen. Bis Mitte 1999 verschickte sein Anwalt mehrere Abmahnungen an Benutzer dieser Marke. Problematisch ist allerdings, das dieser Begriff im Internet mittlerweile eine gewisse Allgemeingültigkeit besitzt. Er beschreibt die Erstellung und vor allem Vermarktung einer Internet-Präsenz. Über weiteres Vorgehen ist nichts bekannt, ebenso über eine eventuelle Löschung aufgrund einer nicht gegebenen Kennzeichnungskraft.

„Webpace“ ist seit dem 8. Juli 1999 eine eingetragene Marke von Klaus Thielker. Allerdings hat die Firma „What’s Up“ diese Marke schon 1996 eingetragen und besitzt daher die älteren Rechte. Dies hinderte Thielker nicht daran, gegen viele Webseiten-Betreiber vorzugehen, die diesen Begriff auf ihrer Homepage einsetzten. Sein Anwalt, Freiherr Günther von Gravenreuth, verschickte an die Betreiber eine Abmahnung. (Schulzki-Haddouti / Schmitz) Allerdings entschied das LG München I mit Urteil vom 8. Dezember 1999 - 9 HK O 14840/99, daß es sich dabei nur um eine Serienabmahnung zum alleinigen Zwecke des Geldverdienen handele. Mittlerweile ist die Marke gelöscht. (Dr. Hoffmann)

LG München I, Urteil vom 22. April 1999 - 9 HK O 6873/99

Ein Homepage-Betreiber hatte einen Link zu einer anderen Internet-Seite gesetzt. Dort befand sich die Download-Möglichkeit einer Software, die mit einer Marke eines Dritten bezeichnet war. Der Markeninhaber mahnte den Homepage-Besitzer auf Unterlassung ab. Das Landgericht teilte nicht die Meinung des Klägers. Die Marke würde nicht auf einer Ware angebracht, noch würden Waren unter diesem Namen feilgehalten. Dabei stützt sich das Landgericht vor allem darauf, daß der Download nicht Datenbestandteil der Homepage sei, sondern lediglich per Link auf die Homepage eines anderen verwiesen würde, welcher innerhalb seines Angebotes diesen Download anbietet. Durch die Linksetzung hatte der verklagte Homepage-Betreiber keinen wirtschaftlichen Vorteil.

Anmerkung: Die Entscheidung wurde nicht rechtskräftig. In nächster Instanz wurde durch Beschluß die Entscheidung aufgehoben. (Dr. König)

3.2. Urteile im Zusammenhang des Falls „Explorer“

3.2.1. Grundlagen Fall „Explorer“

Die Firma Symbion hat seit dem 17. November 1995 die Marken „Explorer“ und „Explora“ in Deutschland und später auch als Gemeinschaftsmarke registriert. Ihre Anstrengungen richten sich jetzt gegen die Verwendung des Begriffs „Explorer“ in gängiger Software, im besonderen im Zusammenhang mit dem Internet. Dafür verschickt in ihrem Auftrag der Rechtsanwalt Günther Freiherr von Gravenreuth Abmahnungen.

3.2.2. „Explorer“-Fälle

OLG München, Beschluß vom 14. November 1996 - 6 U 4761/96

In diesem Beschluß einigten sich die Firmen Symbion und Microsoft auf eine Lizenzerteilung an Microsoft zur Benutzung der Marke „Explorer“. Microsoft zahlte einen einmaligen Betrag (Höhe unbekannt) und erwarb damit die uneingeschränkte und unbegrenzte Lizenz zur Benutzung der Marke. (Hoeller)

LG München I, Urteil vom 26. Mai 1999 - 9 HKO 850/99

Die Bezeichnung „Telco-Explorer“ und ein Link auf das Programm gleichen Namens verletzen nicht die Markenrechte von „Explorer“, da die Begriffe „Telco“ und „Explorer“ gleichbedeutend nebeneinander stehen und der Wortanfang im Normalfall eher vom Bürger wahrgenommen werde als der Wortschluß. (Kaufmann)

LG München I, Urteil vom 09. Februar 2000 - 7 HK 02121194/99

Die Markenrechtsverletzung wurde hier bestätigt aufgrund des „Handeln im geschäftlichen Verkehr“. Der Beklagte war ein Immobilienmakler, der auf seiner Homepage eine Download-Möglichkeit des „FTP-Explorers“ anbot.

LG München I, Urteil vom 25. Juni 2000 - 4 HK 65443/00

Beim Beklagten handelt es sich um den Betreiber eines Mirrors der Seite „SelfHTML“ (siehe S. 10). Auf dieser befand sich ein Link zum Hersteller des „FTP-Explorers“. Weder ist diese Seite eine Software, noch ist der FTP-Explorer darin integriert, wie das Gericht dies irreführenderweise ausführte. Ein „Handeln im geschäftlichen Verkehr“ wurde angenommen, obwohl es sich bei dieser Seite um ein kostenloses Angebot handelt. Eine Verwechslungsgefahr wird bejaht, ebenso eine Kennzeichnungskraft, da das Gericht die Verwendung von „Explorer“ durch Microsoft stärkend hinzuzog. Die Bezeichnung „FTP“ hatte für das Gericht keine Bedeutungskraft. Da es sich um eine Download-Möglichkeit handelte, glaubte das Gericht auch an eine Zueigenmachung durch den Site-Betreiber.

LG Braunschweig, Urteil vom 06. September 2000 - 9 O 188/00

Eine Fachhochschule wollte mit ihrer negativen Feststellungsklage zeigen, daß es sich nicht um eine Markenrechtsverletzung handle, wenn sie einen Link auf eine Downloadmöglichkeit des „FTP-Explorers“ setze. Das Gericht bejahte die Markenrechtsverletzung. Sie nahm an, daß die Fachhochschule im geschäftlichen Verkehr handle, da sie den Wettbewerb eines Dritten fördere. Kennzeichnungskraft wurde Explorer zugesprochen, da die Bedeutung von FTP nicht tragend sei.

LG Düsseldorf, Urteil vom 25. Oktober 2000 - 2a O 106/00

Hier ging es um die negative Feststellungsklage des Betreibers von „SelfHTML“ (siehe S. 9). Er begehrte festzustellen, daß es sich bei seiner Verwendung des Links auf die Seiten des Herstellers des „FTP-Explorers“ nicht um eine Markenrechtsverletzung handele. Das Gericht bestätigte den Tatbestand des „Handelns im geschäftlichen Verkehr“, da unter anderem auf diesen Seiten auch ein Buch beworben wird. Ebenso sieht das Gericht eine markenmäßige Benutzung als gegeben an. Allerdings lehnt das Gericht eine Verwechslungsgefahr ab, obwohl sie „Explorer“ Kennzeichnungskraft zubilligt. Der Begriff „FTP“ sei ebenso kennzeichnend, wenn auch mit einer schwachen Kennzeichnungskraft versehen.

(alle vorangegangenen Entscheidungen: Hansen, *„Auf Kundschaft im ‚Explorer‘-Dschungel“*)

LG Braunschweig, Urteil vom 08. November 2000 - 9 O 1741/00 (274)

Ein Homepage-Betreiber hatte einen direkten Link auf eine Downloadmöglichkeit des FTP-Explorers gesetzt und wurde abgemahnt. Er meinte aber, nicht im geschäftlichen Verkehr gehandelt zu haben. Das sah das Gericht anders. Nach dessen Auffassung reicht zum „Handeln im geschäftlichen Verkehr“ schon aus, daß die Handlung einem eigenen oder fremden Geschäftszweck dient. Dies sei hier gegeben. Ebenso sah das Gericht eine Verwechslungsgefahr als gegeben an. Bei „FTP“ handele es sich nur um einen Herstellerhinweis, der nicht relevant für eine Unterscheidungskraft sei.

(LG Braunschweig, JurPC Web-Dok., Abs. 9ff)

4. Die Problematik in der Rechtsprechung

4.1. Verantwortbarkeit und Haftbarkeit bei Linksetzung

Eine wichtige Frage bei der Betrachtung des Markenrechts im Bezug auf Links ist die Frage, was ein Link überhaupt darstellt. Ist ein Link ein bedeutungsloser Verweis oder Hinweis, eine Empfehlung einer anderen Seite oder sogar Werbung für die andere Seite? Um diese Frage zu klären, muß erst einmal festgestellt werden, was ein Link überhaupt ist:

„[...] Links sind die einfachste und häufigste Form der Querverweisungen im WWW. [...] Er dient ähnlichen Zwecken wie Fußnoten [...]. Der Anwender muß aber nicht nach den zusätzlichen Informationen suchen, sondern ein Mausklick genügt und der Internet-Browser lädt die „gelinkte“ Homepage, wobei die ursprüngliche Homepage normalerweise verlassen wird.“ (Laga, Abs. 1)

Weiterhin interessant ist, wie einer der Erfinder des Word Wide Web, Tim Berners-Lee, die Aufgabe der Links sieht:

„Die Zielsetzung beim Design des Web war, daß normale Links einfach nur Verweise sein sollen, ohne irgendeine implizierte Bedeutung.

Normale Hypertext Links implizieren nicht, daß das Dokument, auf das verwiesen wird,

- Teil ist von,

- bestätigt wird von,

- bestätigt,

- eine verwandte Urheberschaft oder Bedingungen für die Weiterverbreitung hat wie das Dokument, das den Verweis (Link) enthält.“ (Berners-Lee)

Weiter schreibt er zur inhaltlichen Bedeutung:

„Die Tatsache, daß ein Link vorhanden ist, besagt für sich gar nichts. Natürlich kann das Dokument, das den Link enthält, eine Aussage treffen und wird das auch oft tun. Wenn also jemand schreibt ‚Siehe auch Fred's Webseiten (Link), die wirklich cool sind‘, dann ist das sicherlich eine Art von inhaltlicher Bestätigung. [...] Der Inhalt des verweisenden Hypertext-Dokumentes enthält also teilweise

eine Meinung zu dem verwiesenen Dokument, und der Autor sollte dafür verantwortlich sein.“ (Berners-Lee)

Ähnlich sieht das Dr. Weinknecht:

„Im Gegensatz zu einer immer wieder geäußerten Meinung handelt es sich bei Links aber nicht um Zitate im Sinne des UrhG, denn ein Zitat setzt schon begrifflich voraus, daß der fremde Inhalt im Rahmen des eigenen Inhalts präsentiert wird. Ein Link auf einen fremden Inhalt stellt aber nur einen Verweis dar, ohne den fremden Inhalt auf der eigenen Seite wiederzugeben. Er ist daher rechtlich wie ein bloßer Verweis oder eine Fußnote in wissenschaftlichen Werken einzuordnen. Eine urheberrechtliche Relevanz besteht nicht.“ (Dr. Weinknecht)

Im Gegensatz zu diesen Meinungen steht die Meinung der Gerichte. Erstmals wurde dieses Thema 1998 vom LG Hamburg behandelt. Damals ging es um die Bewertung eines Links zu einem angeblich Persönlichkeitsrechte verletzenden Artikel. Das LG Hamburg sah eine Beihilfe als gegeben an und stellte fest, das ein Linkender grundsätzlich haftbar gemacht werden kann für seine Links, wenn er sich nicht eindeutig vom Inhalt distanziert. Allerdings gibt es in der Rechtsprechung noch kein bekanntes Urteil, in dem jemand aufgrund eines solchen „Disclaimers“ nicht belangt worden wäre. Das Urteil des LG Hamburg ist allerdings zweifelhaft, da es sich nicht auf einschlägige Paragraphen des Teledienstgesetzes (TDG) und des Mediendienstestaatsvertrages (MDSStV) stützt. Hierin sind allgemeine Regeln zur Haftbarkeit von Teledienstangeboten festgelegt, welche ohne weiteres auch für Links ausgelegt werden können:

„Links unterfallen grundsätzlich dem § 5 Abs. 2 TDG bzw. - soweit anwendbar - dem § 5 Abs. 2 MDSStV, da Linkverwender ‚fremde Inhalte‘ bereithalten. Ein Linkverwender haftet also grundsätzlich jedenfalls bei positiver Kenntnis einer Rechtsverletzung auf dem Zielservers und bei Zumutbarkeit der Entfernung des Links. Die Zumutbarkeit der Entfernung bezieht sich auch auf die Prüfungspflicht der fremden Inhalte, d.h. eine Haftung muß ausscheiden, wenn die Rechtsverletzung für den Linkverwender nicht offensichtlich ist. [...]“ (Boddien)

Einen Mittelweg zwischen diesen beiden Extremen wählt Rigo Wenning:

„ [...] Nach der hier vertretenen Auffassung sind selbst Links zu rechtswidrigen Inhalten immer noch lediglich ein Hinweis auf die Tat eines anderen. Ein Link, auch an prominenter Stelle, führt in der Masse der Informationen nicht zu einer

rechtlich relevanten Steigerung der Verbreitung. Darüber hinaus wäre es wohl eine Überdehnung, wenn man aus dem Hinweis auf die Existenz einer Information auf die Förderung von deren rechtswidrigen Inhalten schließen würde. [...] Aus all diesen Gründen wollte der Gesetzgeber die Links mit einer größtmöglichen Haftungsprivilegierung versehen, weshalb Links und Suchmaschinen als ein Angebot zur Nutzung des Internet im Sinne von § 5 III 1 TDG gesehen werden. Dies schließt eine Haftung aus. [...] Eine andere Auffassung führt sofort zu einer erheblichen Behinderung bei der Erstellung von HTML-Seiten und einem nicht abschätzbaren Haftungsrisiko im internationalen Bereich.“ (Wenning)

Das die Anwälte und Gerichte selbst mit dieser verfahrenen Situation nicht einverstanden sind, zeigt nachfolgendes Zitat. Leider ist immer noch keine einheitliche gesetzlich oder höchstrichterliche Einigung in Sicht:

„In Deutschland darf deshalb aber nicht zugewartet werden, sondern es müssen sich die zur Rechtsanwendung Berufenen nun rasch auf eine der Norm gerechtwerdende Auslegung von § 5 TDG und § 5 MDSStV einigen. Sodann müssen die Gerichte endlich dem Auftrag des Gesetzgebers folgen und die neuen Verantwortlichkeitsregeln auch anwenden, statt die Ergebnisse in der Übertragung schon bisher außerhalb des Internet geltender ungeschriebener Regeln zu suchen, [...].“

(Bettinger / Freytag)

Wäre ein Link nicht mit einer Haftung verbunden, fehlte es an einer Grundlage zur Abmahnung des Linkenden. Dann wäre nur noch ein Zugriff auf den wirklichen „Täter“ möglich. Andererseits ist im allgemeinen Rechtsempfinden unbestritten, daß ein wissentlicher Link auf eine Homepage mit strafbarem Inhalt als Beihilfe zur Tat gilt.

4.2. Wann tritt bei einer Homepage „Handeln im geschäftlichen Verkehr“ auf?

Auch diese Frage ist entscheidend für die Beurteilung der Markenrechtsprozesse. Denn ein Linkender kann für Markenrechtsverletzungen nur dann haftbar gemacht werden, wenn dies im gewerblichen Sinne erfolgte. Allerdings gehen hier die Meinungen und Entscheidungen wieder weit auseinander.

Der Anwalt der Firma Symbicron, von Gravenreuth, vertritt eine sehr rigide Meinung in dieser Frage, wie der Verein „Freedom for links“ etwas überspitzt auf seiner Homepage darstellt:

„- Der Baron steht auf dem Standpunkt, der Link zu der US-Firma FTPX (Hersteller des ‚FTP-Explorers‘, Anm. d. Verf.) sei gleichbedeutend mit dem Vertrieb der Software.

- Er behauptet, derjenige, der den Link setzt, handele im geschäftlichen Verkehr, indem er den in Deutschland geschützten Markenbegriff verwende, um dadurch seine eigene Site aufzuwerten. Oder er fördere die Geschäftsinteressen der FTPX Corp.

- In der Abmahnung fordert er außerdem, der Linkende hätte vor der Benutzung der Bezeichnung "FTP-Explorer" eine Markenrecherche durchführen müssen - was die Freiheit des Link-Setzens unmöglich machen würde.“ (Freedom for Links)

Problematisch daran ist die Übertragung „traditionellen Rechts“ auf das Internet. Das Rechtsempfinden geht davon aus, daß eine für private Zwecke erstellte Homepage auch privat sei. Aber schon Links auf Unternehmen oder Zwangsbanner als Gegenleistung für kostenlosen Webspace werden schon als Handeln im geschäftlichen Verkehr ausgelegt, da sich die Leistung an eine unbestimmte Anzahl von Personen richtet, was im Internet nicht zu vermeiden ist. Ändern läßt sich dieses Problem so schnell nicht. Entweder man müßte für das Handeln im geschäftlichen Verkehr im Internet neue Regeln aufstellen oder die Haftung für Links ausschließen, beides ist aber nicht in Sicht. (Horak)

Es gibt aber auch andere Entscheidungen. Auf einer Homepage wurde für rein private Zwecke ein markenrechtlich geschützter Begriff verwendet. Ein Verlag klagte dagegen. Das OLG Schleswig-Holstein hat die Klage abgewiesen, da ein Handeln im

geschäftlichen Verkehr nicht ersichtlich sei. Sowohl die externen Links als auch das Werbebanner ließen keine Rückschlüsse über geschäftliches Handeln zu. (OLG Schleswig-Holstein, Urteil vom 05.12.2000)

Dieses Urteil ist das erste bekannt gewordene, welches trotz Werbung und Links den privaten Status einer Homepage bestätigt, weshalb eine Markenrechtsverletzung nicht vorliegen kann. Dieses Urteil ist bisher aber ein Einzelfall.

4.3. Spezielle Problematik im „Explorer-Fall“

Zusätzlich zu oben genannten, gibt es im Fall „Explorer“ noch weitere spezielle Probleme.

Neben hier schon aufgezeigter Problematik, ist für die meisten Gerichte die Frage nach der Verwechslungsgefahr zwischen „Explorer“ und „FTP-Explorer“ (oder einem anderen Explorer-Programm) die wichtigste. Um diese Frage zu klären, muß man sich die Stärke der Kennzeichnungskraft von „Explorer“ anschauen. In der Masse bescheinigen die Gerichte der Marke schwache Kennzeichnungskraft. Dies liegt vor allem daran, daß der englische Begriff, übersetzt etwa „Forscher“, in der Computerbranche häufig benutzt wird. Geprägt und bekannt geworden ist der Begriff durch die Programme der Firma Microsoft. Im allgemeinen nehmen die Gerichte dies zum Anlaß, der Marke keine besonders hohe Kennzeichnungskraft zuzuweisen. Manche Gerichte aber sehen dies gegensätzlich. Durch den Erwerb einer Lizenz durch Microsoft sehen sie die Kennzeichnungskraft als stärker gegeben an (siehe Punkt 3.2.2). Aufgrund der massiven Verwendung des Begriffs in Computerprogrammen ist fraglich, ob die Marke überhaupt Kennzeichnungskraft besitzt. Der Begriff ist mittlerweile zum allgemeinen Gattungsbegriff für Software geworden und hat daher keine Unterscheidungskraft mehr. Gestärkt wird dieser Verdacht, durch eine Recherche des Spiegels, der feststellte, daß die Begründung, warum Symicron die Marke erhalten hat und nicht Microsoft, nämlich das Symicron diesen Namen schon 1991 führte und nicht erst 1995 (Microsoft), scheinbar auf ein Mißverständnis aufbaut. Ein Computer-Magazin hatte 1991 von einem Explorer-Programm der Firma Symicron berichtet. Darauf stützte sich die Firma auch bei der Markenmeldung. Nach den Recherchen des Spiegels besprach der Autor des

Magazins damals in einem Artikel das Symicron-Programm „Klick!“. Ebenfalls berichtete Symicron diesem Autor von einem in Arbeit befindlichen Programm namens „Explora“, welches aber danach nie erschien. Der Autor verwechselte dies in seinem Artikel und schrieb darin von einem „Symicron Explorer“. Sollte sich dieser Verdacht bestätigen wäre die Markeneintragung nicht zulässig. (Borchers)

Weiterhin ist bisher ungeklärt, ob die Firma Symicron überhaupt ein Produkt namens „Explorer“ vertreibt. Marken haben ein fünfjähriges Schutzrecht, in welcher Markenschutz besteht, ohne das ein Produkt diesen Namen trägt. Für Symicron wird hier die Zeit knapp. Die deutsche Marke wurde 1995 beantragt, die Gemeinschaftsmarke etwas später. In der Ausgabe April 2001 berichtet die Zeitschrift Internet World von einer Vorführung des Programms. Es sei aber scheinbar nur zum Zwecke der Vorführung geschrieben worden. Alle von dieser Zeitung ausfindig gemachten Benutzer des Programms, konnten nicht bestätigen, daß zumindest ein Bestandteil des Programms „Explorer“ heißt. (Grollmann / Nagel)

Aufgrund dieser Ungereimtheiten und der anscheinenden sehr schwachen Kennzeichnungskraft ist beim DMPA mittlerweile ein Lösungsverfahren gegen die Marke eingereicht worden. Weiteres haben die Initiatoren noch nicht bekannt gegeben. (Hansen, *„Strieder gegen Symicron - Eine Gerichtsreportage“*).

5. Folgen für das Internet

Die Rechtslage ist schwierig aber vor allen Dingen verworren. Aufgrund der großen Unterschiede in der Rechtsprechung und der teilweise im allgemeinen Rechtsempfinden unlogischen Entscheidungen bahnen sich einige Folgen für das Internet an, die jedenfalls zum Teil so nicht im Sinne des Internet bzw. deren Macher und Erfinder sein können.

Die Diskussion über das Thema ist eine der wenigen positiven Folgen. Es wird nicht nur unter Juristen heiß diskutiert, manchmal auch stark überspitzt. Im Januar 2000 bildete sich der Verein „Freedom for Links e.V.“. Er fordert Meinungsfreiheit und damit verbunden die ausnahmslose Benutzung von Links. Vor allem geht er gegen Abmahner vor und unterstützt Abgemahnte in ihren Gerichtsprozessen mit Geld und zum Teil auch mit Anwälten. Zu diesem Verein gesellt sich seit etwa März 2000 Stefan Münz, Netz-Autor des HTML-Kurses „SelfHTML“, der damals selbst von von Gravenreuth abgemahnt wurde wegen eines FTP-Explorer-Links.

In juristischen Foren wird ebenso heiß diskutiert. Zuweilen diskutiert auch der von vielen mittlerweile verhaßte Anwalt von Gravenreuth mit. Seine Ansichten treffen aber nicht unbedingt auf Gegenliebe.

Es bleibt zu hoffen, daß sich die Gerichte und der Gesetzgeber von dieser Diskussion anstecken lassen und eine einheitliche Lösung finden.

Die Markenrechtsproblematik hat aber auch noch ganz andere Züge: In den 70er und 80er Jahren waren die Abmahnvereine gefürchtet, die reihenweise Unternehmen abmahnten, da diese gegen §1 UWG verstoßen hatten. Seit ein paar Jahren sind zwar keine Abmahnvereine, aber doch auf Abmahnungen spezialisierte Anwälte auf Streifzug im Internet. Durch die ungenaue Lage des Markenrechts ist ungewiß, ob ihre Abmahnungen überhaupt rechtens sind. Allerdings geben manche Gerichte den Abmahnungen recht. Marken, die im Internet als Links verwendet werden, sind Angriffspunkte dieser Anwälte. Homepage-Betreiber, die diese Marken verwenden werden abgemahnt. Neben der Unterlassungserklärung ist meist ein Betrag zwischen 1000-2000 DM als Gebühr an den Anwalt fällig. Mittlerweile werden diese Briefe fast serienmäßig versandt. Auch von Gravenreuth beteiligt sich daran. Für seine Klienten, Inhaber u.a. der Marken Webpace, Explorer, u.v.a.m., versendet er reihenweise

Abmahnungen. Im Fall Webspaces stellte ein Gericht fest, daß es sich dabei nur um Abmahnungen zum alleinigen Zwecke des Geldverdienens handeln würde und schob dem Ganzen einen Riegel vor. Bisher war so etwas bei Explorer noch nicht der Fall. Doch am 20. Februar 2001 entschied das OLG Düsseldorf in einer mündlichen Berufungsverhandlung erstmals anders. Der Richter folgte in etwa dem Webspaces-Urteil. Er entschied sich zwar nicht für die damals gewählte Formulierung, war aber der Ansicht, daß der abmahnende Anwalt in erster Linie nicht zugunsten seines Klienten gehandelt habe. Des weiteren wäre ein Anwalt in diesem Fall (die Beklagte ist eine Privatperson) nicht notwendig gewesen, eine Abmahnung direkt von Symicron hätte, so der Richter, gereicht. (Hansen, „*Strieder gegen Symicron - Eine Gerichtsreportage*“)

Die Gerichte brauchen zur Zeit einfach noch zu lange, bis sie feststellen, daß es sich um Serienabmahnungen handelt. Auch dagegen arbeitet „Freedom for Links“. Denn solange dies nicht gerichtlich geklärt ist, hat man keine Handhabe gegen diese Abmahnungen, und Marken, die andere im Internet verwenden, gibt es sicher noch genug. Ähnliches geschah vor kurzem in den USA. Dort ist es sehr viel einfacher Marken zu registrieren. Die Firma Despair Inc. sicherte sich daraufhin die Marke „: - (“, eine Abwandlung des allgemein bekannten Smileys, „Frowny“ genannt. Als bald gab die Firma bekannt, sie hätte vor Gericht Klage gegen 7 Millionen Internet-Benutzer eingereicht, die nachweislich diesen „Frowny“ im Internet verwendet hätten. Zum Glück handelte es sich hierbei um einen Scherz. Die Firma wollte damit nur die ungenügende Rechtslage kritisieren, die in ähnlicher Weise auch in den USA existiert. (Homepage der Despair, Inc.)

In Deutschland hat dies soweit bekannt noch niemand versucht, ein Erfolg in einer solchen Sache wäre aber nicht ausgeschlossen, die Folgen hingegen nicht absehbar.

Die bestehende Rechtsunsicherheit ist ein Problem sowohl für private als auch für geschäftliche Homepage-Betreiber. Um allen Unsicherheiten zu entgehen, müßte man eine Homepage erschaffen, die weder irgendwelche Links (ausgenommen internen Links) enthält, noch eine Beschreibung irgendeines Produktes (z.B. „Mein Lieblingsbuch“).

Sowohl für Privatpersonen als auch für Unternehmen fast unmöglich. Schon ein Hinweis auf die Webagentur, die die Homepage erstellt hat, kann zu Problemen führen. Auch der von vielen eingesetzte Disclaimer („Hiermit distanzieren mich von jeglichen gelinkten Inhalten“) ist meist ungenau und ein Haftungsausschluß besteht

nicht (siehe 4.1). Neben einer fast nicht mehr möglichen Selbstdarstellung, sowohl privat als auch geschäftlich, geht damit der Reiz des Internet, der ihm zu einem solchen Boom verholfen hat, verloren. Das interessante am Internet ist die Möglichkeit, durch einen einfachen Mausklick weitere Informationen direkt auf den Bildschirm zu bekommen und von Seite zu Seite zu springen. Eine Ansammlung nicht zusammenhängender Dokumente wäre die Folge. Aber gerade das Verbundensein der Dokumente war der Ausschlag für die Entwicklung des WWW. Eine Produktpräsentation wäre auch nicht mehr möglich. Kein Unternehmen könnte mehr auf seine Referenzen verweisen, da keine Verlinkung mehr möglich wäre. Auch das bloße Nennen der Referenzadresse kann schon für einen Markenverstoß ausreichen.

Viele Kritiker mahnen daneben auch die Meinungsfreiheit an. Wenn eine Privatperson in einem Brief einem Freund ein Buch empfiehlt, würde keiner auf die Idee kommen, daß bei einer eventuellen Markenrechtsverletzung des Buchautors auch der empfehlende Briefschreiber haftbar wäre. Nur der Umstand, daß diese Person das Buch vielleicht im Internet empfiehlt, macht sie haftbar, denn sie empfiehlt das Buch einer nicht bestimmten Anzahl von Anwendern und handelt damit im geschäftlichen Verkehr. Eine eingeschränkte Meinungsfreiheit ist aber in keiner Weise vereinbar mit den Zielen des Internet.

Das Internet stünde, zumindest in Deutschland, vor dem Aus. Da das Internet aber gerade bei der Globalisierung eine wichtige Rolle spielt, wäre dies undenkbar. Deutschland hätte eine Außenseiterrolle und könnte auf dem Weltmarkt nicht mehr mithalten. Die Auswirkungen wären undenkbar. Abgesehen von den wirtschaftlichen Folgen, wäre die Informationsbeschaffung sehr viel schwieriger. Die Vision einer „indirekten Zensur“ steht im Raum. Es besteht keine direkte Zensur, aber durch die Einschränkungen gibt es keine Möglichkeit mehr auf freie Meinungsäußerung im Internet.

Diese Folgen stehen natürlich noch in weiter Ferne, realitätsnah sind sie nicht. Aber ebenso undenkbar sind sie auch nicht, wenn der Verwirrung kein Einhalt geboten wird.

6. Fazit

Die aufgezeigte Problematik im deutschen Markenrecht ist nur eine von vielen. Im Zusammenhang von Markenrecht und Domains oder Urheberrecht und Abbildungen gibt es ähnliche Probleme. Des weiteren gibt es diese Probleme nicht nur in Deutschland. Auch in den USA und fast allen europäischen Staaten gibt es zur Zeit eine Diskussion über diese Problematik.

Wäre die Rechtslage eindeutig, auch wenn sie vielleicht gegen den Willen vieler Internet-Aktivisten wäre, könnte man den Homepage-Betreibern raten, wie sie sich verhalten sollen, um Markenrechtskonflikten aus dem Weg zu gehen. Da jedes Gericht anders und sogar dieselbe Kammer unterschiedlich urteilt, gibt es keine einheitliche Linie in der Rechtsprechung, geschweige denn im Handeln der verschiedenen Anwälte, die diese Situation genauso als unglücklich empfinden wie der Normalbürger mit normalen Rechtsempfinden.

Nach anfänglicher Rechtsprechung zugunsten der Abmahnenden setzt aktuell eine Trendwende ein. Immer mehr Gerichte urteilen im Sinne des Abgemahnten, allerdings immer noch mit den unterschiedlichsten Begründungen. Sollte irgendwann eine einheitliche Linie gefunden werden, vielleicht sogar durch die Gesetzgebung, müßte noch die Markenmeldung beim DMPA neu geregelt werden. Marken wie Webspacer, Explorer, Site-Promotion, alle samt nur allgemeine englische Begriffe, dürften nicht mehr registriert werden. Dann würden Markenrechtsprobleme dieser Art auch gar nicht mehr auftreten, da sich fast vermuten läßt, daß die Inhaber dieser Marken nur darauf aus sind, mit Abmahnungen „Mitbenutzer“ zu schröpfen.

Eine weitere Tendenz ist nicht auszumachen. Bisher gab es auch immer wieder überraschende Urteile in beide Extreme der Rechtsprechung. Da noch drei Urteile in nächster Instanz in Revision sind, des weiteren eine unbekannte Anzahl weiterer erstinstanzlicher Verhandlungen, wird es noch dauern, bis, vor allem im Präzedenzfall „Münz / Symicron“, ein rechtskräftiges Urteil gesprochen wird.

Lösbare Ansätze für dieses Problem sind schwierig zu finden. Einerseits ist es richtig, für Links haftbar gemacht werden zu können, z.B. bei Links auf rechtsradikale Seiten, bei denen man sich vollstens bewußt ist, daß der Inhalt rechtswidrig ist. Das Problem

liegt darin, als Außenstehender festzustellen, wann ein Link wissentlich gesetzt wurde und wann nicht.

Das DMPA muß eine genauere Betrachtung von Markenmeldungen durchführen. Am Beispiel „Webspace“ sieht man, daß die Marke recht schnell wieder gelöscht wurde.

Die Justiz muß schneller gegen Serienabmahnungen vorgehen, da bis zur Feststellung von Serienabmahnungen zu viele Internet-User unberechtigt abgemahnt werden.

Noch ist keine Entscheidung in Sicht, aber fast täglich werden neue Urteile gefällt. Die Zukunft wird zeigen, ob sich eine einheitliche Rechtsprechung finden läßt, um Serienabmahnungen vorzubeugen.

7. Literaturverzeichnis

Berlit: „*Das neue Markenrecht*“.

2., neubearb. Auflage, München: C.H. Beck, 1997

Berners-Lee: „*Was ist ein Link?*“.

<http://www.freedomforlinks.de/Pages/linklaw.html>, Rev. 28.01.2001

Bettinger / Freytag: „*Privatrechtliche Verantwortlichkeit für Links*“.

CR 1998, S.545 - 556

Boddien: „*Thesenartige Zusammenfassung der Mitteilungen der Deutschen Patentanwälte 1999, S. 401ff.*“.

<http://www.rechte-online.de/haftung/thesen/thesen.html> , Rev. 28.01.2001

Borchers: „*Auf Sand gebaut*“.

Spiegel Online, <http://www.spiegel.de/netzwelt/politik/0,1518,99808,00.html>,

Rev. 28.01.2001

Despair, Inc., Homepage.

<http://www.despair.com/demotivators/frownonthis.html>, Rev. 07.03.2001

„Freedom for Links“, Homepage.

<http://www.freedomforlinks.de/Pages/vertei.html>, Rev. 28.1.2001

Grollmann / Nagel: „*Explorer-Suche*“.

Internet World, April 2001, S. 14f.

Hansen: „*Auf Kundschaft im ‚Explorer‘-Dschungel*“.

<http://www.jurawelt.com/anwaelte/internetrecht/675>, Rev. 27.01.2001

Hansen: „*Strieder gegen Symicron - Eine Gerichtsreportage*“.
<http://www.jurawelt.com/aktuelles/1275>, Rev. 06.03.2001

Hoeller: „*Rechtsprechung Online*“.
www.bonnanwalt.de/entscheidungen/OLG-Muenchen6U4761-96.html,
Rev. 28.01.2001

Dr. Hoffmann: „*Web-Space-Abmahnungen*“.
Internet World, April 2000, S. 12

Horak: „*Gibt es noch die ‚private Homepage‘?*“.
<http://www.freedomforlinks.de/Pages/privat.html>, Rev. 28.01.2001

Dr. König: „*Links bevorzugt*“.
c’t 22/99 (Online-Ausgabe), ebenso CR 1999, S. 592

Kaufmann: „*Link-Haftung bleibt Grauzone*“.
c’t 15/99 (Online-Ausgabe)

Laga: „*Neue Techniken im World Wide Web - Eine Spielwiese für Juristen?*“.
JurPC Web-Dok. 25/1998, Abs. 1

LG Braunschweig, Urteil vom 08.11.2000.
JurPC Web-Dok., Abs. 9ff

Liebwein: „*MarkenG / Marken - Einsteigerinfo für Beginners*“.
<http://www.interrob.de/recht/gesetze/markeng/einsteigerinfo/>, Rev. 29.01.2001

OLG Schleswig-Holstein, Urteil vom 05.12.2000 - 6 U 51/00.
<http://www.peter-becker.de/Sonstiges/Stachlig/Urteil2.htm>, Rev. 06.03.2001

Schulzki-Haddouti / Schmitz: „*Von Marken und Moneten*“.
c't 16/99 (Online-Ausgabe)

Dr. Weinknecht: „*Urheberrecht im Internet*“.
<http://www.weinknecht.de/uii01.html>, Rev. 28.01.2001

Wenning: „*Akteure im Internet: Rechtliche Problemfelder (1. Teil)*“.
Jur-PC Web.-Dok 46/98 Abs. 19

Zimmermann: „*Sucheintrag kein Markenverstoß*“.
Internet World, Januar 2001, S. 175