

Marken- und Titelschutz bei Webauftritten

Autoren: Dr. Till Kreutzer und Eva Ricarda Lautsch, iRights.info

Im Netz kann jeder für sich selbst, seine Katze oder seine Firma eine Webseite oder ein Blog einrichten. Doch die Freiheit ist rechtlich eingeschränkt. Verstöße gegen Marken- und Titelschutzrechte können dazu führen, dass Domains vom Netz genommen, Webseiten und Blogs umbenannt werden müssen und Briefe mit Schadensersatzforderungen ins Haus flattern. Was also muss man beachten, wenn man eine Domain anmeldet? Nach welchen Kriterien sollte man einen Blogtitel wählen? Ein paar Antworten auf viele Fragen im Dickicht der digitalen Präsentation von Inhalten.

Wenn man eine eigene Webseite gestalten will, benötigt man als erstes eine Domain, das heißt eine digitale Adresse, unter der die eigenen Seiten zu finden sind. Sie übersetzt die IP-Nummer, die jeder Webserver hat, in eine menschenlesbare Webadresse. Sie setzt sich zusammen aus der **Top-Level-Domain** (TLD als Domainendung, zum Beispiel **.de**, **.com** oder **.org**) und der **Second-Level-Domain** (SLD als Domainname, zum Beispiel **meyer.de**, **schokoriegel.com**), die durch einen Punkt voneinander getrennt sind.

Die Anmeldung der Domain erfolgt in der Regel bei einem Internet Service Provider (kurz: ISP oder Provider), der prüft, ob die gewünschte Domain verfügbar ist und sie dann gegen eine monatliche oder jährliche Gebühr technisch betreut. Alle **.de**-Domains sind bei der deutschen Registry DENIC eG (Deutsches Network Information Center - www.denic.de) registriert; für andere Domains sind unterschiedliche andere Registries zuständig. Die Auswahl einer Top-Level-Domain ist in der Regel frei – vor allem unter den bekanntesten TLDs **.de**, **.com**, **.org** oder **.net** kann jeder eine Domain anmelden. Beispielhaft für die TLD **.de** gilt: die SLD muss aus den Ziffern 0-9 und Buchstaben des lateinischen Alphabets bestehen und kann 3 bis 63 Zeichen umfassen.

Eine Domain ist also die digitale Adresse für einen bestimmten Server. Sie enthält oft bestimmte Namen oder Unternehmenskennzeichen, zu deren Nutzung der Domain-Anmelder berechtigt sein muss. Bei der Registrierung gilt: *first come, first served*. Wer die Domain zuerst anmeldet, bekommt sie – unabhängig davon, ob er dazu berechtigt ist. Die Stellen, die die Adressen vergeben und verwalten (wie DENIC), überprüfen nicht, ob die Registrierung gegen Marken- oder Titelschutzrechte verstößt. Der Anmelder muss vor der Registrierung versichern, dazu berechtigt zu sein, die Domain zu

registrieren. Entspricht dies nicht den Tatsachen, kann der Registrierungsvertrag fristlos gekündigt und die Domain vom Netz genommen werden.

Welche Rechte anderer müssen beachtet werden?

Die Auswahl einer Domain oder eines Blogtitels kann gegen Namens-, Marken- und Kennzeichenrechte verstoßen. Zum Beispiel ist es nicht zulässig, eine Domain mit dem Titel www.porsche.de anzumelden, wenn man nicht der bekannte Autobauer ist. Solche eindeutigen Fälle sind jedoch die Seltenheit. Dies liegt vor allem daran, dass die großen Unternehmen die meisten auf ihre Firma hinweisenden Domainnamen längst selbst registriert haben.

Oft aber ist es unklar, ob es mit den Rechten Dritter vereinbar ist, wenn man eine bestimmte Domain anmeldet und nutzt. Kennzeichenrechte, wie Marken-, Titelschutz- oder Namensrechte bergen eine Menge Risiken für Webauftritte. Verstöße hiergegen werden häufig rigoros rechtlich verfolgt und können – schon im Fall einer Abmahnung – sehr teuer werden. Hinzu kommt, dass es in der Regel problematisch ist, wenn man seine Domain ändern muss (Referenzierungen und Verlinkungen gehen verloren, man wird nicht mehr gefunden, man verliert ein möglicherweise gutes Ranking in den Suchmaschinen und so weiter). Domainnamen sind gerade im kommerziellen Bereich heutzutage oft genauso wichtig wie der Firmenname selbst.

Registermarken

Im geschäftlichen Verkehr, also immer dann, wenn eine Webseite im weiteren Sinne zu Erwerbszwecken genutzt wird, müssen Marken- und Kennzeichenrechte im Sinne des Markengesetzes berücksichtigt werden (Näheres zum Begriff des „geschäftlichen Verkehrs“ siehe unten im Abschnitt „**Private und kommerzielle Webauftritte**“).

Geschützt sind zunächst die sogenannten **Registermarken**. Das sind Marken, die in dem vom **Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA)** geführten Register eingetragen sind. Der Sinn einer Marke liegt darin, die hierunter vertriebenen Waren oder Dienstleistungen einem bestimmten Unternehmen zuordnen zu können. So dürfen Autos mit dem Namen „Porsche“ nur von der Firma Porsche hergestellt und vertrieben werden. Das soll unter anderem verhindern, dass andere Unternehmen unter der gleichen Bezeichnung minderwertige Produkte vertreiben. Dieser Schutz dient einerseits dem Inhaber, dessen Ruf leiden kann, wenn andere Firmen die gleichen Namen für Produkte oder Dienstleistungen verwenden. Andererseits schützt die Marke die Kunden davor, über die Herkunft der Produkte und Dienstleistungen irreführt zu werden.

Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, vor dem Anmelden der Wunschdomain zu prüfen, ob bereits eine Marke angemeldet ist, die die gleiche oder eine ähnliche Bezeichnung führt. Solche Recherchen kann zunächst jeder selbst durchführen. Das DPMA hält unter der Adresse <https://register.dpma.de/DPMAreger/marke/einsteiger> eine kostenlose, leicht zu bedienende und jedermann zugängliche Suchmöglichkeit bereit. Hier kann man den Namen, den man für seine Domain ausgesucht hat, eingeben. Im Anschluss wird angezeigt, ob bereits Marken mit gleicher oder ähnlicher Bezeichnung eingetragen wurden.

Benutzungsmarken

Schwieriger ist der Umgang mit nicht-registrierten Kennzeichenrechten, weil diese nicht einfach über die öffentlichen Register recherchiert werden können. So gibt es neben registrierten Marken die so genannten **Benutzungsmarken**. Wie der Name schon andeutet, handelt es sich hierbei um Bezeichnungen für Produkte und Dienstleistungen, die nicht ins Markenregister eingetragen, aber dennoch geschützt sind, weil sie im Verkehr einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt haben.

Ob eine Bezeichnung als Benutzungsmarke geschützt ist, ist schwer herauszufinden. Zum einen gibt es hierfür naturgemäß kein Register, in dem man nachschauen könnte. Zum anderen ist schwer zu klären, ob eine Bezeichnung für ein Produkt oder eine Dienstleistung bereits ausreichend bekannt ist, um als Benutzungsmarke geschützt zu sein. Um diese Frage zuverlässig zu beantworten, müsste man bei nicht eindeutigen Fällen – und eindeutig sind eigentlich nur sehr bekannte Bezeichnungen, die im Grunde jeder kennt – aufwändige empirische Untersuchungen durchführen. Da das zeitraubend und teuer und daher für die meisten Leute nicht möglich ist, sollte man bei der Wahl der eigenen Domain generell von bereits verwendeten Firmen- oder Produktnamen die Finger lassen. Will oder kann man das nicht, sollte man sich von einem Anwalt beraten lassen.

Unternehmenskennzeichen und Werktitel

Auch Unternehmenskennzeichen und Werktitel können rechtlichen Schutz genießen. **Unternehmenskennzeichen** sind vor allem Firmennamen. **Werktitel** sind die Titel oder Bezeichnungen von Druckschriften, Film-, Ton- und Bühnen-, sowie sonstigen vergleichbaren Werken (unter anderem auch Computerprogramme, Webpublikationen oder Games). Grundsätzlich gilt: Jeder Titel, der eine dahinter stehende Idee verkörpert und sie dadurch fassbar macht, genießt Werktitelschutz.

Ein Titel muss in gewissem Maß originell sein, um geschützt sein zu können. Die Anforderungen an die Originalität sind aber sehr gering. Sehr simple, rein beschreibende

▶ Titel – wie sie häufig bei Fachbüchern verwendet werden (etwa: „Internet-Recht“ für ein juristisches Lehrbuch) – sind nicht schutzfähig, weil sie nicht ausreichend originell sind. Dagegen sind auch relativ schlichte Titel wie „Die Zeit“ oder „Der Freitag“ im Zweifel schon geschützt.

Wie die Benutzungsmarke ist der Titelschutz nicht von einer Eintragung abhängig. Er entsteht vielmehr, wenn das jeweilige Werk veröffentlicht wird. Damit sind Werktitel nur schwer zu recherchieren. Immerhin gibt es spezielle Publikationen wie den „Titelschutzanzeiger“, die auch Recherchemöglichkeiten bieten (www.titelschutzanzeiger.de).

Namensrechte

▶ Nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch ([Paragraf 12](#)) sind die Namen von Personen und deren Pseudonyme sowie die Namen von Unternehmen, öffentlichen Anstalten und Personenvereinigungen (Parteien, Gewerkschaften, Vereine, etc.) geschützt. Auch die Namen von Städten und Gemeinden sind namensrechtlich geschützt. Das bedeutet, dass zur Nutzung eines solchen Namens in einer Domain oder als Blogtitel nur der Namensträger berechtigt ist. Gibt es mehrere Namensträger (wie zum Beispiel beim Nachnamen „Müller“) sind alle Namensrechte gleichrangig. Hier gilt dann wieder das **Prioritätsprinzip**: Wer eine Domain mit diesem Namen zuerst anmeldet, erhält das Recht, sie zu nutzen.

Ausnahmsweise kann ein Namensträger eine Domain auch dann beanspruchen, wenn sie ein anderer Namensträger schon früher registriert hat. Das ist der Fall, wenn sein (vor allem geschäftliches) Interesse an der Benutzung der Domain von herausragender Bedeutung ist. Ein Beispiel aus der Rechtsprechung ist der Fall shell.de. Hier hatte eine Privatperson mit dem Nachnamen „Shell“ die Domain zuerst für sich registriert. Aufgrund ihres überragenden Interesses an der Domain konnte die Ölfirma sich letztlich gegen die Privatperson durchsetzen und sie für sich beanspruchen. Solche Fälle werden heute selten sein, weil die großen Unternehmen ihre Domains längst gesichert haben.

Marken- und Titel-Recherchen

Erste Recherchen über bereits existierende Marken und Titel, die der Wahl der Wunschdomain entgegenstehen könnten, kann man selbst durchführen. Hierzu dient die **Datenbank des Deutschen Patent- und Markenamts** (Link siehe oben). Auch einfache Google-Recherchen können Aufschluss darüber geben, ob eine Bezeichnung schon benutzt wird beziehungsweise geschützt ist. Umfassende Ergebnisse erreicht man auf diesem Weg jedoch nicht. Neben deutschen Markenrechten gibt es **europäische** und auch **internationale Marken**. Auch hierfür gibt es Datenbanken, zudem sind

unter Umständen Titelschutzrechte und Firmennamen auf etwaige Kollisionen zu überprüfen. Eine umfassende Markenrecherche, mit der alle relevanten Aspekte abgeklopft werden, ist sehr aufwändig und ohne spezielle Kenntnisse nicht zu realisieren. Je nach Bedeutung der Domainauswahl – also vor allem bei gewerblichen Webauftritten – kann es daher ratsam sein, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Im Internet findet man viele Hinweise auf Agenturen, die auf Markenrecherchen spezialisiert sind. Auch die **Industrie- und Handelskammern** bieten solche Leistungen mitunter an. Preisvergleiche lohnen sich, denn Markenrecherchen sind eine kostspielige Angelegenheit.

Private und kommerzielle Webauftritte

Marken- und Kennzeichenrechte im Sinne des Markengesetzes (also Registermarken, Benutzungsmarken und Titelschutzrechte) können nur durch Domains verletzt werden, die im geschäftlichen Verkehr, also kommerziell, genutzt werden. Für Namensrechte gilt diese Einschränkung nicht. Es ist also aus Sicht des Namensrecht nicht erlaubt, für ein privates Blog den Namen einer Firma oder einer Person zu verwenden. Es sei denn, man trägt diesen Namen selbst. Dann entscheidet das Prioritätsprinzip („wer zuerst kommt, malt zuerst“) darüber, wer den Namen benutzen darf (zu Ausnahmen aufgrund einer Interessenabwägung siehe oben im Abschnitt Namensrecht). Bestehen vorrangige Namensrechte, muss man einen Zusatz wählen (etwa „Peter Porsches Blog“).

Markenrechte gelten dagegen nur im geschäftlichen Verkehr. Eine Webseite wird aus juristischer Perspektive im **geschäftlichen Verkehr** genutzt, wenn sie der Förderung eines (eigenen oder fremden) Geschäftszwecks dient. Dies wird anhand der Inhalte, die unter der jeweiligen Domain abrufbar sind, ermittelt. So dienen beispielsweise Online-Shops und Web-Auftritte von Firmen, Anwälten, Ärzten und Einzelunternehmern ohne weitere Prüfung der Nutzung im geschäftlichen Verkehr. Auch Informationsangebote von Zeitungen und Fernsehsendern im Internet sind dem geschäftlichen Verkehr zuzurechnen.

Nicht dem geschäftlichen Verkehr zugehörig sind Webseiten, die rein privat genutzt werden. Hierzu gehören zum Beispiel private Kochrezeptsammlungen, die Webseite über die Hauskatze oder das in einem Blog veröffentlichte private Tagebuch. Auch die Webpräsenzen von Behörden und anderen staatlichen Einrichtungen sind generell nicht dem geschäftlichen Verkehr zuzurechnen. Gleiches gilt für Webseiten, die rein wissenschaftlichen, sozialen oder ideellen Zwecken dienen, zum Beispiel die Recherchedatenbank einer Universitätsbibliothek oder die Webseite einer gemeinnützigen Organisation.

Die Abgrenzung zwischen kommerzieller und privater Nutzung ist im Einzelfall nicht immer einfach, zum Beispiel bei einem Blog mit rein privatem Inhalt, auf dem aber **Bannerwerbung** geschaltet ist. Schon durch wenige Werbeeinblendungen kann eine Webseite mit privaten Inhalten dem geschäftlichen Verkehr zugeordnet werden. Ein Grenzfall liegt vor, wenn die Einnahmen nur dazu bestimmt sind, die Kosten für die Domain selbst zu decken. Bis heute hat die Rechtsprechung nicht alle denkbaren Graubereiche ausgelotet, so dass es unter Umständen ratsam sein kann, sich in Grenzfällen anwaltlich beraten zu lassen.

Ähnliche Domainnamen

Marken- und andere Kennzeichnungsrechte beziehen sich nicht nur auf identische, sondern auch ähnliche Zeichen, die unter Umständen mit der geschützten Marke verwechselt werden können. Registriert jemand zum Beispiel eine Domain mit dem Namen „iPodverkauf.de“, kann das den Eindruck erwecken, als würde die Firma Apple dort Produkte verkaufen. Der Umstand, dass Apple zwar die Bezeichnung iPod, möglicherweise aber nicht die Bezeichnung iPodverkauf hat schützen lassen, ändert nichts daran, dass eine Markenrechtsverletzung vorliegt.

Ob und inwieweit auch ähnliche Bezeichnungen in Markenrechte eingreifen können, ist eine sehr schwierige Frage, die letztlich nur von spezialisierten Juristen beurteilt werden kann. In Zweifelsfällen wird man nicht umhin kommen, sich von einem Anwalt beraten zu lassen.

Folgen von Rechtsverletzungen

Verletzungen von Kennzeichen- und Namensrechten können verschiedene Rechtsfolgen nach sich ziehen. Neben Schadensersatzansprüchen können Unterlassungsansprüche besonders wehtun (weil man die Domain oder den Blogtitel nicht mehr benutzen darf). Geht ein Rechteinhaber gegen Kennzeichen-Rechtsverletzungen vor (zum Beispiel in Form einer Abmahnung und/oder einer Klage), werden in aller Regel beide Ansprüche nebeneinander geltend gemacht. Die hierfür anfallenden Anwaltskosten können sehr teuer werden, weil die Streitwerte (auf deren Basis die Anwaltskosten berechnet werden) gerade bei solchen Rechtsverletzungen generell sehr hoch sind.

Domain-Grabbing und Domainhandel

Mit **Domain-Grabbing** bezeichnet man die Praxis, einzelne oder viele Domains zu registrieren, um sie gewinnbringend zu verkaufen oder als Werbepattform zu verwenden. Domaingrabber wollen auf den registrierten Webadressen keine Inhalte bereitstellen. Als Domaingrabbing wird dabei nur die missbräuchliche Variante bezeichnet. Hier werden in der Regel gezielt bestimmte Domains gesichert, um sie später gegen Zah-

lung eines „Lösegeldes“ an den- oder diejenigen zu verkaufen, die sie eigentlich benötigen. Hiervon zu unterscheiden sind **Domainhändler**, die einfach massenhaft freie Domains registrieren. Letzteres ist generell zulässig, während Domaingrabbing häufig gegen das Wettbewerbsrecht verstößt.

Man hat generell keinen Anspruch gegen einen Domainhändler, wenn er die Wunschdomain registriert hat und einem diese nur gegen Bezahlung überlassen will. Sie kostenlos überlassen zu bekommen oder sie ohne weitere Bedingungen freigeben zu lassen, hat man nur verlangen, wenn die Registrierung der Domain missbräuchlich war. Das ist vor allem der Fall, wenn der Domaingrabber eine Webadresse offensichtlich nur deshalb registriert hat, um einer Registrierung durch einen Berechtigten (zum Beispiel eine Firma oder einen Namensträger) zuvorzukommen. Ein möglicher Grund hierfür ist, dass Geld für die Freigabe verlangt werden soll. Ob das der Fall ist, hängt von der jeweiligen Konstellation ab.

Ist man selbst Inhaber von Kennzeichenrechten (etwa, weil man eine Marke für sein Webangebot registriert hat), kann man auf Grundlage des Schutzrechts gegen einen Domainverwalter oder -grabber vorgehen und von ihm die Freigabe der Webadresse verlangen. Wenn er sich weigert, kann man seine Rechte mittels einer Abmahnung, Klage oder eines einstweiligen Verfügungsverfahrens durchsetzen. In jedem Fall ist es empfehlenswert, bei der zuständigen Domain-Vergabestelle (zum Beispiel die DENIC als Vergabestelle für die Top-Level-Domain .de) einen sogenannten „**Dispute-Eintrag**“ setzen zu lassen. Das stellt sicher, dass die Domain, nachdem sie freigegeben wurde, nicht zwischenzeitlich von einem anderen Nutzer registriert werden kann.

HTML-Code und Metatags

Sobald die Domain-Anmeldung gelungen ist, wird es darum gehen, die dort abrufbare Webseite mit Inhalten zu füllen. Aber auch im HTML-Code der Webseite dürfen geschützte Begriffe (in Form von „Metatags“) nicht ohne weiteres verwendet werden.

Metatags sind Suchbegriffe, die als Schlüsselworte in den **HTML-Code** einer Webseite integriert werden. Sie sind für einen Besucher der Seite nicht zwingend sichtbar, werden aber von Suchmaschinen erkannt und ausgewertet. Das kann dazu führen, dass Internetnutzer statt auf die Seiten einer Marke auf andere Webpräsenzen gelenkt werden, in deren Code der markenrechtlich geschützte Begriff verwendet wird.

Rechtlich relevant werden Metatags in jedem Fall dort, wo sie Angaben enthalten, die mit dem Inhalt der Webseite selbst nichts zu tun haben. Beispielsweise ist es verboten, den marktführenden Hersteller im HTML-Code der eigenen Seite zu benennen, um

diesem in Suchergebnissen Konkurrenz zu machen. Auch ist es verboten, den Titel eines häufig frequentierten Blogs als unsichtbares Metatag in den eigenen HTML-Code einzufügen, wenn man auf ein ähnliches Informationsangebot aufmerksam machen möchte. In solchen Fällen stehen dem, der zur Nutzung des Kennzeichens berechtigt ist, Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche zu. Die Frage, ob und in welchen Fällen Metatags gegen Marken- oder andere Kennzeichenrechte verstoßen, hat allerdings viele Facetten, die hier nicht alle dargestellt werden können. Als Gewerbetreibender wird man angesichts der Komplexität der Materie nicht darum herum kommen, sich über die Einzelheiten beraten zu lassen.

Dr. Till Kreuzer und Eva Ricarda Lautsch, © iRights.info