

Urteile zum Domainrecht

Für Vollständigkeit, Fehlerfreiheit und Aktualität übernehmen wir keine Gewähr.

wirtschaft-online.de

Beschreibende Begriffe, die nicht unterscheidungskräftig sind, und freihaltebedürftige Marken dürfen als Domain unter Beachtung der Vorschriften des Wettbewerbsrechts (§§ 1, 3 UWG) verwendet werden.

Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Beschluß vom 13.02.1997, Az. 6 W 5/97

Vorinstanz: Landgericht Frankfurt, Beschluß vom 3.12.1996, Az. 2/6 O 624/96

Gründe

I. Beide Parteien verlegen Zeitungen und Zeitschriften mit wirtschaftlichem Inhalt. Daneben bieten sie Wirtschaftsinformationen auch über elektronische Medien wie "Internet" und "T-Online" an.

Die Antragsgegnerin verwendet für ihr Angebot im "Internet" die Kennung (domain name) "http://www.wirtschaft-online.de" und für dasjenige in "T-Online" das Paßwort "*wirtschaft#". Unter diesen Bezeichnungen können nach Aufruf der jeweiligen Leitseiten Wirtschaftsinformationen aus mehreren Publikationen der Verlagsgruppe der Antragsgegnerin ("Handelsblatt", "DM", "Wirtschaftswoche", "Vereinigte Wirtschaftsdienste", Finanz- und Börseninformationen des "Hoppenstedt-Verlags", "Genios"-Wirtschaftsdatenbanken und "Karriere Direkt") abgerufen werden.

Online-Adressen und Paßwörter der genannten Art können von jedem Teilnehmer an einem Online-Dienst grundsätzlich frei und ohne jede Überprüfung gewählt werden. Nach der Registrierung bei der zuständigen Stelle kann dieselbe Kennung nicht noch einmal vergeben werden.

Die Antragstellerin verlangt von der Antragsgegnerin im Wege der einstweiligen Verfügung, die Benutzung der genannten Online-Adressen zu unterlassen, und stützt ihr Begehren auf eine analoge Anwendung von § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 Markengesetz ([▶ MarkenG](#)) sowie auf §§ 1, 3 Unlauteres Wettbewerbsgesetz ([▶ UWG](#)).

Das Landgericht hat den Antrag auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen. Hiergegen wendet sich die Antragstellerin mit der Beschwerde.

II. Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Zumindest nach den beschränkten Erkenntnismöglichkeiten im Eilverfahren stehen der Antragstellerin die geltend gemachten Unterlassungsansprüche unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt zu. Daher kann dahinstehen, ob die erforderliche Dringlichkeit für den Eilantrag gegeben ist (vgl. hierzu Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, 6. Aufl., Rz. 15 zu Kapitel 54).

Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits ist zunächst nicht die Frage, ob Online-Adressen einem Marken- und Kennzeichenschutz zugänglich sind (vgl. hierzu Kur, CR 96, 590; Freitag, Markenartikel 96, 459) oder ob umgekehrt die Wahl und die Benutzung von Online-Adressen eine Verletzung fremder Marken- und Kennzeichenrechte darstellen kann (vgl. hierzu LG Mannheim CR 96, 353 - Heidelberg; Kur, CR 96, 325, 327; dieselbe CR 96, 590, 591; Graefe, Markenartikel 96, 100, 101). Denn daß der Antragstellerin an den Bezeichnungen eigene schutzfähige Rechte zustünden, wird von ihr selbst nicht geltend gemacht. Die Antragstellerin beanstandet vielmehr, daß die Antragsgegnerin als Online-Adressen die rein beschreibenden und daher freihaltebedürftigen Begriffe "Wirtschaft" und "Wirtschaft-Online" gewählt hat. Hiergegen steht der Antragstellerin jedoch kein Unterlassungsanspruch zu.

Das Landgericht hat es mit Recht abgelehnt, die Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 Markengesetz, die nicht unterscheidungskräftige und freihaltebedürftige Marken von der Eintragung ausschließt, auf den vorliegenden Fall analog anzuwenden.

Dabei ist nicht zu verkennen, daß die Interessenlagen, die dieser Vorschrift einerseits und der vorliegenden Sachverhaltskonstellation andererseits zugrunde liegen, gewisse Parallelen aufweisen (vgl. Kur, CR 96, 325, 328). Das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 Markengesetz soll verhindern, daß sich einzelne kraft des mit einer Eintragung verbundenen Verbotungsrechts (§ 14 Markengesetz) eine rechtliche Monopolstellung für freihaltebedürftige Begriffe verschaffen. Eine gewisse Monopolstellung tatsächlicher Art gewinnt auch derjenige, der eine der in § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 Markengesetz genannten Bezeichnungen als Online-Adresse wählt; denn dies hat zur Folge, daß dieselbe Bezeichnung von Dritten nicht mehr - als Online-Kennung - benutzt werden kann.

Dies allein vermag aber die von der Antragstellerin verlangte analoge Anwendung von § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 Markengesetz auf den vorliegenden Fall nicht zu rechtfertigen. Die jeweils zugrunde liegenden Sachverhalte sind trotz der genannten Parallelen schon deshalb nicht völlig vergleichbar, weil eine eingetragene Marke dem Markeninhaber einen Unterlassungsanspruch auch gegen verwechslungsfähige Bezeichnungen gewährt (§ 14 Abs. 2 Nr. 2 Markengesetz). Demgegenüber steht eine registrierte Online-Adresse lediglich einer identischen Verwendung durch einen anderen entgegen, so daß schon durch geringfügige Abwandlungen oder Zusätze die tatsächliche Sperrwirkung überwunden werden kann. Vor allem spricht aber - wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat - gegen eine analoge Anwendung des § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 Markengesetz der Umstand, daß die vom Markengesetz vorgesehenen Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen die materiellen Schutzvoraussetzungen - die Verweigerung der Eintragung bzw. die Löschung durch die Patentbehörde - ein

staatliches Prüfungs- und Überwachungsinstrumentarium voraussetzen, das für Online-Adressen zumindest nach der derzeitigen Rechtslage nicht zur Verfügung steht.

Grenzen für die Wahl beschreibender, nicht in fremde Kennzeichenrechte eingreifender Online-Adressen können sich daher nur aus den allgemeinen Vorschriften des Wettbewerbsrechts (§§ 1, 3 UWG) ergeben (vgl. Kur, CR 96, 325, 329 ff). Auch gegen diese Regelungen verstößt die Antragsgegnerin jedoch nach dem derzeitigen Erkenntnisstand nicht.

Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, enthalten die beanstandeten Online-Adressen keine irreführenden Angaben (§ 3 UWG) über die geschäftlichen Verhältnisse, insbesondere das Leistungsangebot der Antragsgegnerin.

Mit den verwendeten Begriffen "Wirtschaft" und "Wirtschaft-Online" ist das Leistungsangebot der Antragsgegnerin thematisch zutreffend beschrieben. Der Senat sieht auch keine Anhaltspunkte dafür, daß maßgebliche Teile des angesprochenen Verkehrs die Adressen entsprechend dem Vortrag der Antragstellerin dahin mißverstehen könnten, die Antragsgegnerin stelle mit ihrem Angebot umfassend alle weltweit erhältlichen Wirtschaftsinformationen zur Verfügung. Zweifelhafte ist bereits, ob sich der Teilnehmer an einem Online-Dienst allein aufgrund der beanstandeten Adressen überhaupt irgendwelche konkreten Vorstellungen über Art und Umfang des Leistungsangebots der Antragsgegnerin macht. Denn dem allgemeinen thematischen Hinweis auf den Bereich Wirtschaft läßt sich nicht einmal entnehmen, daß es sich überhaupt um einen Informationsdienst aus diesem Bereich handelt. Eine Irreführungsgefahr der von der Antragstellerin behaupteten Art rückt daher nur dann in den Bereich des Möglichen, wenn der Teilnehmer neben der Online-Adresse Zusatzinformationen erhält, die einerseits erkennen lassen, daß es sich um einen Wirtschaftsinformationsdienst handelt, andererseits aber noch nicht offenlegen, daß dieser Dienst (lediglich) von einer bestimmten Verlagsgruppe angeboten wird.

Hinzu kommt, daß die Online-Adressen der Antragsgegnerin jedenfalls keine objektiv falschen Angaben enthalten, sondern allenfalls in einem bestimmten Gesamtzusammenhang vom Verkehr falsch verstanden werden könnten. Bei derartigen lediglich mißverständlichen Angaben kann ein Verstoß gegen § 3 UWG nur bei Vorliegen einer erhöhten Irreführungsquote angenommen werden; dies gilt jedenfalls dann, wenn dem Werbenden ein schützenswertes Interesse zugewilligt werden muß, in der beanstandeten Art zu werben (vgl. BGH WRP 96, 1102 - Großimporteur; WRP 96, 1156 - PVC-frei). Ein solches Interesse kann auch der Antragsgegnerin im vorliegenden Fall nicht abgesprochen werden. Die Antragsgegnerin verarbeitet in ihrem Informationsdienst die Nachrichten mehrerer Publikationen. Daher kann sie deren Titel in ihrer Online-Adresse nicht sinnvoll verwenden, da die Aufnahme aller Titel den Rahmen sprengen würde. Unter diesen Umständen ist die Wahl einer verallgemeinernden, beschreibenden Online-Adresse aus der Sicht der Antragsgegnerin durchaus nachvollziehbar. Daß der demnach für eine Irreführung erforderliche - verhältnismäßig hohe - Anteil des angesprochenen Verkehrs die Online-Adressen in dem von der Antragstellerin behaupteten Sinn mißverstehen, erscheint unter den genannten Gesamtumständen unwahrscheinlich.

Die Antragsgegnerin verstößt mit den von ihr gewählten Online-Adressen auch nicht gegen § 1 UWG.

Die Antragstellerin wird durch die beanstandeten Bezeichnungen in ihren Möglichkeiten zur Wahl einer eigenen Online-Adresse nicht in wettbewerbswidriger Weise behindert, da es ihr - wie bereits erwähnt - freisteht, den Begriff "Wirtschaft" mit Abwandlungen oder Zusätzen zum Bestandteil ihrer Online-Kennung zu machen. Zur identischen Benutzung der beanstandeten Online-Adressen zu eigenen Zwecken hat die Antragstellerin jedenfalls keine größere Berechtigung als die Antragsgegnerin.

Die Wettbewerbswidrigkeit der Online-Adressen der Antragsgegnerin ergibt sich auch nicht aus der "Kanalisierungsfunktion" rein beschreibender, freihaltebedürftiger domain names (vgl. hierzu Kur, CR 96, 325, 328). Zwar kann grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden, daß derartige Kennungen zu einer gewissen Leitung von Abnehmerströmen führen, weil die Online-Teilnehmer angesichts des vielfältigen und kaum überblickbaren Angebots in den Datennetzen dazu neigen könnten, sich unter mehreren ihnen zur Auswahl vorliegenden vergleichbaren Online-Angeboten der Einfachheit halber für dasjenige mit der umfassendsten Adressbezeichnung zu entscheiden. Befinden sie sich erst einmal in diesem Angebot, besteht die Gefahr, daß sie anderen Angeboten keine Beachtung mehr schenken. Ob und in welchem Umfang es tatsächlich zu einer derartigen unsachlichen Beeinflussung der Teilnehmer kommt, hängt zunächst von den Umständen des Einzelfalles, insbesondere davon ab, wie die in Rede stehende Online-Adresse dem Teilnehmer präsentiert wird. Der geschilderte Kanalisierungseffekt ist beispielsweise ausgeschlossen, soweit die Online-Adresse lediglich in der Werbung des jeweiligen Unternehmens benutzt wird, da es dann von vornherein an der spontanen Auswahlmöglichkeit zwischen mehreren Angeboten fehlt, die durch die Adressenbezeichnung als solche beeinflußt werden könnte. Darüber hinaus kommt es für die Beurteilung entscheidend auf die dem Senat nicht näher bekannten Nutzergewohnheiten im Bereich der Online-Medien an. Alle genannten, für die rechtliche Beurteilung wesentlichen tatsächlichen Fragen können jedoch mit den Mitteln des vorliegenden Eilverfahrens nicht geklärt werden. Dies geht zu Lasten der insoweit glaubhaftmachungspflichtigen Antragstellerin.

Schließlich verschafft sich die Antragsgegnerin auch keinen unlauteren Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch (Vgl. hierzu Kur, CR 96, 325, 330), Solange keine die Registrierung und den Gebrauch von Online-Adressen regelnden gesetzlichen Vorschriften bestehen, über die sich die Antragsgegnerin hinwegsetzen könnte.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 Zivilprozessordnung (► [ZPO](#)).

Beschwerdewert 250.000,00 DM.

Quelle: <http://www.domainrecht.justlaw.de/Urteile/wirtschaft-online.htm>