

59. Ergänzungslieferung

Hoeren / Sieber / Holznagel

2023

ISBN 978-3-406-78929-8

C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Teil 6 **Domainrecht**

bearbeitet von
Dr. Martin Viefhues


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Übersicht

	Rn.
A. Einleitung	1
I. Kennzeichen im Internet	1
II. Domainnamen	3
1. Funktion von Domainnamen	3
2. Vergabe von Domainnamen	6
3. Rechtsnatur der Domainnamen	8
a) Domainname als Bündel vertraglicher Rechte und Pflichten	8
b) Domainname als eigentumsähnliche Rechtsposition	9
c) Domainname als geschütztes Kennzeichen	11
III. Rechtlich geschützte Kennzeichen	12
1. Kennzeichenarten	13
a) Geschäftliche Kennzeichen	14
b) Nicht-geschäftliche Kennzeichen	18
c) Domainname als geschütztes Kennzeichen	19
aa) Domainname als Firma oder Name	20
bb) Domainname als besondere Bezeichnung eines Unternehmens oder Werktitel	22
cc) Domainname als Marke	27
2. Kennzeichenschutz	29
a) Schutzfähigkeit	29
b) Schutzentstehung	33
c) Schutzzinhalt	37
3. Problematik der Kollision von Domainnamen und rechtlich geschützten Kennzeichen	43
4. Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit Domainnamen	45
a) Verwechslungsgefahr	46
b) Blockierung	47
c) Ausspannen von Kunden	48
d) Rufausbeutung	50
e) Rufschädigung	51
f) Irreführung	52
B. Verwechslung von Domainnamen mit rechtlich geschützten Kennzeichen	55
I. Verwechslung innerhalb des geschäftlichen Verkehrs	56
1. Geschütztes Kennzeichenrecht	58
2. Älteres Kennzeichenrecht	59
a) Kein eigenes Kennzeichenrecht des Inhabers des Domainnamens	60
b) Eigenes Kennzeichenrecht des Inhabers des Domainnamens	61
c) Jüngerer Name	63
3. Benutzung von Domainnamen	64
4. Kennzeichenmäßige Benutzung von Domainnamen	66
5. Benutzung von Domainnamen im räumlichen Schutzbereich des Kennzeichenrechts	72
a) Erforderlichkeit des Inlandsbezugs	72
b) Vorliegen des Inlandsbezugs	73
aa) Geschäftliche Tätigkeit	73
bb) Werbung	74
cc) Inhalt der Website	75
6. Benutzung von Domainnamen im geschäftlichen Verkehr	80
7. Verwechslungsgefahr	87
a) Angesprochene Verkehrskreise	96
aa) Maßgebliche Verkehrskreise	96
bb) Kein eingeschränktes Abstandsgebot	97

	Rn.
b) Zeichenidentität oder -ähnlichkeit	98
aa) Grundsätze	99
bb) Keine ausreichende Unterscheidung durch Top Level Domainnamen	102
cc) Keine ausreichende Unterscheidung durch Hinweise auf der Homepage	104
dd) Sonderfälle: Third Level Domainnamen, Dateinamen, Kombinationen von Domainnamen-Elementen und E-Mail-Adressen	105
c) Warenähnlichkeit, Branchennähe, Werknähe	110
aa) Erforderlichkeit einer Warenähnlichkeit, Branchennähe oder Werknähe	110
bb) Vorliegen einer Warenähnlichkeit, Branchennähe oder Werknähe	113
cc) Fehlen einer Warenähnlichkeit, Branchennähe oder Werknähe	123
8. Schutzzranken	125
a) Recht der Gleichnamigen	125
b) Unwesentlichkeit der Beeinträchtigung	129
9. Sonderfall: Verwechslung von Domainnamen untereinander	130
a) Domainname mit eigenem Schutz	131
b) Domainname ohne eigenen Schutz	132
II. Verwechslung außerhalb des geschäftlichen Verkehrs	134
1. Unternehmen als Inhaber des Kennzeichenrechts, Privatpersonen oder Hoheitsträger als Inhaber des Domainnamens	135
a) Firma mit Namensfunktion oder Name	138
aa) Geschützter Name	139
bb) Namensgebrauch	142
cc) Unbefugter Namensgebrauch	145
dd) Verletzung eines schutzwürdigen Interesses	150
ee) Zeitrang	153
b) Firma ohne Namensfunktion, Marke oder Werktitel	154
2. Privatpersonen oder Hoheitsträger als Inhaber des Kennzeichens	157
3. Privatpersonen oder Hoheitsträger als Inhaber des Kennzeichens und des Domainnamens	161
III. Rechtsfolge und Umfang des Anspruchs	162
C. Behinderung durch Blockierung von Domainnamen	167
I. Unlautere Behinderung der eigenen geschäftlichen Betätigung	169
1. Fehlen eines sachlichen Grundes für die Registrierung des Domainnamens	173
a) Markenanmeldung	175
b) Umkehrschluss	176
c) Rechtspraxis	177
2. Forderung von „Lösegeld“	179
3. Anhäufung von Domainnamen	182
4. Registrierung weiterer Domainnamen nach Abmahnung	184
5. Umleitung von Internetnutzern	185
6. „Abgreifen“ frei gewordener Domainnamen	186
II. Lautere Behinderung der eigenen geschäftlichen Betätigung	187
1. Namensleugnung	188
2. Namensanmaßung	190
a) Unbefugter Namensgebrauch	192
aa) Eigenes Recht am Namen	192
bb) Grundrechte	195
b) Verletzung eines schutzwürdigen Interesses	197
III. Fehlen unlauterer Umstände	201
IV. Rechtsfolge und Umfang des Anspruchs	202

	R.n.
D. Behinderung durch Abfangen von Kunden durch gezielte Lenkung der Suche nach Internetinhalten („Kanalisierung“)	206
I. Ableitung des Domainnamens aus fremdem Kennzeichen	207
1. Umleitung von Internetnutzern	209
2. „Tippfehler“-Domainnamen	211
3. „Abgreifen“ (Neuregistrierung) frei gewordener Domainnamen	212
II. Ableitung des Domainnamens aus einem generischen Begriff	214
1. Freihaltebedürfnis	215
2. Faktische Monopolisierung	216
3. Wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit	217
4. Aufhebung der Ausschließlichkeit	219
III. Rechtsfolge und Umfang des Anspruchs	221
E. Ausnutzung der Wertschätzung oder Unterscheidungskraft von rechtlich geschützten Kennzeichen durch Domainnamen („Ausbeutung“)	225
I. Ausnutzung der Wertschätzung oder Unterscheidungskraft innerhalb des geschäftlichen Verkehrs	226
1. Bekanntheit des fremden Kennzeichens	227
2. Markenmäßige Benutzung	233
3. Unlautere Ausnutzung der Wertschätzung oder Unterscheidungskraft des bekannten Kennzeichens	234
a) Ausnutzung der Wertschätzung („Rufausbeutung“)	236
b) Ausnutzung der Unterscheidungskraft („Aufmerksamkeitsausbeutung“)	241
II. Ausnutzung der Wertschätzung oder Unterscheidungskraft außerhalb des geschäftlichen Verkehrs	249
1. Privatperson oder Hoheitsträger als Inhaber des Domainnamens	250
a) Firma mit Namensfunktion oder Name	251
b) Firma ohne Namensfunktion, Marke oder Werktitel	252
2. Privatperson oder Hoheitsträger als Inhaber des Kennzeichens	255
3. Privatpersonen als Inhaber des Kennzeichens und des Domainnamens	256
III. Fehlen unlauterer Umstände	257
IV. Rechtsfolge und Umfang des Anspruchs	258
F. Beeinträchtigung der Wertschätzung von rechtlich geschützten Kennzeichen durch Domainnamen („Rufschädigung“)	262
I. Beeinträchtigung der Wertschätzung innerhalb des geschäftlichen Verkehrs	263
1. Bekanntheit des fremden Kennzeichens	264
2. Unlautere Beeinträchtigung der Wertschätzung	266
II. Beeinträchtigung der Wertschätzung außerhalb des geschäftlichen Verkehrs	270
III. Rechtsfolge und Umfang des Anspruchs	271
G. Irreführung und Rechtsbruch durch die Verwendung von Domainnamen	275
I. Geschäftliche Handlung	276
II. Irreführung bzw. Rechtsbruch	277
1. Irreführung	277
a) Maßgeblicher Personenkreis	278
b) Prüfung der Verkehrsauffassung	283
c) Gegenstand der Täuschung	284
2. Rechtsbruch	287
III. Rechtsfolge und Umfang des Anspruchs	288
H. Rechtsdurchsetzung	292
I. Gerichtsverfahren	292
1. Anwendbares Recht und internationale Zuständigkeit der Gerichte	293

	R.n.
a) Anwendbares Recht	295
aa) Kennzeichenrecht	296
bb) Wettbewerbsrecht	299
b) Internationale Zuständigkeit der Gerichte	300
aa) Kennzeichenrechtsverletzung	301
bb) Unlauterer Wettbewerb	303
cc) Fliegender Gerichtsstand/Forum Shopping	304
dd) Einschränkungen der internationalen Zuständigkeit	306
2. Örtliche und funktionelle/sachliche Zuständigkeit der Gerichte	310
a) Örtliche Zuständigkeit	310
b) Funktionelle/Sachliche Zuständigkeit	311
3. Ansprüche	312
a) Unterlassungsanspruch	313
aa) Begehungs- bzw. Wiederholungsgefahr	314
bb) Reichweite des Unterlassungsanspruchs	318
cc) Umfang des Verbots	322
b) Beseitigungsanspruch	323
c) Schadensersatzanspruch	328
aa) Verschulden	329
bb) Schadensberechnung	330
d) Auskunftsanspruch	331
aa) Hilfsanspruch zum Schadensersatzanspruch	332
bb) Selbständiger Auskunftsanspruch zu Herkunft und Vertriebsweg	333
e) Übertragungsanspruch („Domainnamen-Vindikation“)	334
f) Teilhabeanspruch („Domainnamen-Sharing“)	337
g) Sperranspruch gegenüber DENIC	339
h) Beseitigungsanspruch gegenüber „Dispute“-Eintrag	340
4. Passivlegitimation	341
a) Domainnamen-Inhaber	342
b) Administrativer Kontakt	344
c) Domain-Parking-Plattform	345
d) Internet-Access/Service-Provider/Technischer Kontakt	346
e) DENIC e. G.	349
5. Zustellungen	351
6. Einwendungen	352
a) Verjährung	352
b) Verwirkung	353
c) Lautere Benutzung	355
aa) Benutzung als Name oder Anschrift	355
bb) Benutzung als Beschreibung	356
cc) Benutzung als Bezugsobjekt	357
d) Erschöpfung	358
e) Nichtbenutzung	359
f) Rechte Dritter	360
aa) Nicht angreifbares Kennzeichenrecht des Dritten	361
bb) Gestattung des Rechtsinhabers zugunsten des Dritten	364
cc) Abwehrrecht gegenüber dem Rechtsinhaber	365
g) Vorbenutzung ohne Rechtserwerb	366
h) Grundrechte	367
i) Erwerb in Behinderungsabsicht	368

	Rn.
j) Vertragliche Rechte	369
k) Mangelnde Schutzfähigkeit der verletzten Marke	370
7. Vorläufiger Rechtsschutz	371
a) Einstweilige Verfügung zur Durchsetzung des Unterlassungsanspruchs	371
b) „Dispute–Eintrag“	373
c) Einstweilige Verfügung zur Sicherung des Löschungsanspruchs	376
II. Außergerichtliche Streitregelungsverfahren	377
I. Domainnamen-Sharing	378
I. Anwendungsfälle des Domainnamen-Sharing	379
II. Umsetzung des Domainnamen-Sharing	380
III. Durchsetzung des Domainnamen-Sharing	383
J. Domainnamen als selbständiges Wirtschaftsgut	393
I. Domainnamen als Gegenstand von Rechtsgeschäften	393
1. Übertragung von Domainnamen	394
a) Rechtsposition des Domainnamen-Inhabers vor Benutzungsaufnahme	394
b) Rechtsposition des Domainnamen-Inhabers nach Benutzungsaufnahme	396
c) Übertragung der Rechtsposition	397
d) Rechtsgrund der Übertragung	399
e) Voraussetzungen der Übertragung	400
2. Sicherungsabtretung	401
3. Verpfändung	405
II. Domainnamen als Gegenstand gesetzlicher Erwerbsvorgänge	406
III. Domainnamen als Gegenstand der Pfändung	407
1. Pfändungsvoraussetzungen	408
a) Vermögensrecht	409
b) Übertragbarkeit	411
c) Unpfändbarkeit	412
2. Pfändungsverfahren	413
a) Pfändungsbeschluss	413
b) Örtliche Zuständigkeit des Gerichts	415
3. Ver- und Bewertung von Domainnamen	416
IV. Domainnamen als Gegenstand der Insolvenz	417

Literatur: Becker, Positive und negative Zeichenberechtigung im Internet, WRP 2010, 467; Berger, Zwangsvollstreckung in Internet-Domains, Rpfleger 2002, 283; Bettinger, Handbuch des Domainrechts, 2. Aufl. 2017; Buchner, Generische Domains, GRUR 2006, 984; Bücker/Fürsen, Prioritätssichernde Domainregistrierung, MMR 2008, 719; Bunnenberg, Internet-domains zwischen Markenrecht und Namensrecht, MarkenR 2010, 69; Ernst/Seichter, Die Verwertung von Domains durch Partnerprogramme und Domain-Parking, WRP 2006, 810; Fezer, Markenrecht, 4. Aufl. 2009 (zit. Fezer MarkenR); Fezer/Büscher/Obergfell, UWG, Kommentar, 3. Aufl. 2016; Haar/Krone, Domainstreitigkeiten und Wege zu ihrer Beilegung, Mitt. 2005, 58; Hackbarth, „Branchenübergreifende Gleichnamigkeit“ bei Domainstreitigkeiten vor dem Hintergrund der „mho.de“-Entscheidung des BGH, WRP 2006, 519; Hoeren/Eustergierling, Die Haftung des Admin-C, MMR 2006, 132; Hombrecher, Domains als Vermögenswerte, MMR 2005, 647; Ingerl/Rohnke/Nordemann, Markengesetz, 4. Aufl. 2023 (zit. Ingerl/Rohnke/Nordemann); Jacobs, Gesetzliche Teilhabe an Domainnames, Diss. 2003; Kazemi/Leopold, Die Internetdomain im Schutzbereich des Art. 14 Abs. 1 GG, MMR 2004, 287; Kleespies, Die Domain als selbständiger Vermögensgegenstand in der Einzelzwangsvollstreckung, GRUR 2002, 764; Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 41. Aufl. 2023 (zit. Köhler/Bornkamm/Fed-

dersen/Bearbeiter); Loewenheim/Koch (Hrsg.), Praxis des Online-Rechts, 1. Aufl. 2001 (zit. Loewenheim/Koch OnlineR/Bearbeiter); Niesert/Kairies, Aus- und Absonderung von Internet-Domains in der Insolvenz, ZInsO 2002, 510; Röse, Die Afilias.de-Entscheidung des BGH, MarkenR 2010, 245; Stadler, Drittschuldnerreignis der DENIC bei der Domainpfändung, MMR 2007, 71; Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 13. Aufl. 2020 (zit. Ströbele/Hacker/Thiering/Bearbeiter); Stroemer, Domains in Treuhandverwaltung, K&R 2004, 384; Peifer (Hrsg.), UWG, 3. Aufl. 2021 (zit. Peifer/Bearbeiter); Viefhues, Domainname-Sharing, MMR 2000, 334; Weisert, Die Domain als namensgleiches Recht? Die Büchse der Pandora öffnet sich, WRP 2009, 128; Welzel, Zwangsvollstreckung in Internet-Domains, MMR 2001, 131; Wendtlandt, Gattungsbegriffe als Domainnamen, WRP 2001, 629.

A. Einleitung

I. Kennzeichen im Internet

- 1 Der Zugang zu Informationen auf Internet-Websites erfolgt auf zweierlei Weise: Über die direkte Eingabe einer insbesondere aus der Werbung bekannten „Internet-adresse“ in das URL-Feld des Internet-Browsers und sich daran anschließenden Aufruf der betreffenden Website oder – wie meist – durch Eingabe eines Suchstichwortes in eine Suchmaschine, Auswahl eines Links aus der Trefferliste der Suchmaschine und sich daran anschließenden Aufruf der betreffenden Website. An allen Stellen, dh bei der Bildung einer „Internetadresse“ und bei ihrer Positionierung in der Trefferliste der Suchmaschine, aber auch bei der inhaltlichen Gestaltung des Inhalt der Website können Kennzeichen eine bedeutende Rolle spielen:
- 2 – Um eine Website von anderen Websites unterscheiden zu können, werden die technischen Adressen aller Websites in „Namen“ übersetzt, anhand derer sie leichter zu identifizieren sind. Für diese **Bezeichnung von Website-Adressen** steht der Begriff „**Domainnamen**“. Sie sind Gegenstand dieses Kapitels. Kollisionen mit Kennzeichenrechten können sich aber aus den Bezeichnungen anderer Internet-Präsentationen als Websites ergeben, zB aus Namen von Benutzerkonten in sozialen Netzwerken wie „Facebook“ oder „Twitter“.¹ Sie sind nicht Gegenstand dieses Kapitels.
 - Um eine Website im uferlosen Internet leichter auffindbar zu machen, werden Kennzeichen in verschiedenen Formen zum Zwecke einer günstigen Platzierung in Trefferlisten von Suchmaschinen eingesetzt, um der Suchsoftware eine hohe Relevanz der betreffenden Website zu signalisieren und diese an einer prominenten Stelle in der Trefferliste zu platzieren oder eine Anzeige mit einem Link zu der betreffenden Website auszulösen. Für diese Formen der **Suchmaschinenoptimierung** stehen die Begriffe „**Metatags**“, „**Keyword Stuffing**“, „**Keyword Buying**“ und „**Keyword Advertising**“. Sie werden in → Teil 11.1 Rn. 58ff. behandelt.
 - Um eine Website für Präsentationszwecke, als Verkaufsplattform oder zur Kommunikation zu verwenden, werden die auf der Website dargestellten bzw. behandelten Personen, Waren oder Dienstleistungen mit ihren Namen oder sonstigen Kennzeichen bezeichnet. Für diese **Bezeichnung von Personen, Waren oder Dienst-**

¹ Vgl. KG MMR 2011, 546 – Delphi Weißensee Berlin.