

Internetrecht

Domainrecht

- Second-Level-Domains können gegen Markenrecht (§§ 14, 15 MarkenG), Namensrecht (§ 12 BGB) oder Firmenrecht (§ 37 II HGB) verstoßen. Zu beachten ist weiterhin das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (§§ 1, 3 UWG). Auch eine Privatperson kann durch ihr Handeln im Internet unter Umständen geschäftsmäßig auftreten. (Bannerwerbung, Verkauf einer Domain) Es genügt die Förderung eines beliebigen, eigenen oder fremden Geschäftszwecks.

§ 14 MarkenG

- (I) Der Erwerb des Markenschutzes nach § 4 gewährt dem Inhaber der Marke ein ausschließliches Recht.
- (II) Dritten ist es untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr
 1. ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie Schutz genießt,
 2.

Um auf der sicheren Seite zu sein, ist daher bei Domains folgendes zu beachten:

- **keine fremden Marken, keine Namen von fremden Unternehmen**
- **keine Namen von Prominenten**
- **keine Titel von fremden Zeitschriften, Filmen, Software**
- **keine Städtenamen**
- **keine Bezeichnungen von staatl. Einrichtungen**
- **keine Tippfehler-Domains** (z.B. microsoft, simens)
- **Handel nur mit "ungefährlichen" Domains**

Gleiches gilt für die Meta-Tags!

Domains werden von **NICs (Network-Information-Center)** verwaltet. Für die ccTLD .de ist dies die DeNIC e.G. (www.denic.de). Die NICs überprüfen nicht, ob Rechte Dritter an der Domain bestehen. Die Registrierung erfolgt nach der alten Mühlenregel „first come – first served“ – wer zuerst kommt mahlt zuerst.

Eine Überprüfung, ob eine Domain noch frei ist oder wer der Inhaber der Domain ist, kann über die „**whois**“ **Abfrage** der jeweiligen NICs (nic.de; nic.at; ...) erfolgen. Die gTLDs .com, .net, und .org werden über nic.com verwaltet.

Für jede Domain ist ein **Admin-C (Administrativer Kontakt)** zu bestimmen. Dieser ist die vom Domaininhaber benannte natürliche Person, die als sein Bevollmächtigter berechtigt und verpflichtet ist, sämtliche die Domain betreffenden Angelegenheiten verbindlich zu entscheiden. Anzugeben sind Name und Adresse des admin-c. Sofern der Domaininhaber seinen Sitz nicht in Deutschland hat, ist der admin-c zugleich dessen Zustellungsbevollmächtigter i.S.v. §§ 174 f. ZPO; er muss in diesem Falle seinen Wohnsitz in Deutschland haben und seine Straßenanschrift angeben.

Der **technische Ansprechpartner (tech-c)** betreut die Domain in technischer Hinsicht. Für ihn sind Name, Anschrift, Telefon- und Telefaxnummer sowie E-Mail-Adresse anzugeben.

Markenrecht

Markenschutz entsteht mit Eintragung eines Zeichens als Marke bei Patentamt (§ 4 MarkenG). Unter einer Marke versteht man ein Kennzeichnungsmittel für Produkte und Dienstleistungen. Als Marken kommen verschiedene Formen von Kennzeichnungen in Betracht:

- Wortmarke (z.B. "Persil")
- Bildmarke (z.B. die springende Raubkatze von "Puma")
- Wort-Bild-Marke (z.B. das "Bayer-Kreuz")
- Dreidimensionale Formen (z.B. die Kühlerfigur von Rolls-Royce)
- Hörmarken (z.B. Erkennungsmelodien von Radiosendern)
- Farben, Farbkombinationen
- Zahlen
- Buchstaben (Einzelbuchstaben oder Gruppen von Buchstaben)

Vor der Eintragung der Marke prüft das Deutsche Patent- und Markenamt (DMPA) die **Schutzfähigkeit** der Anmeldung. Absolute Schutzhindernisse sind beispielsweise:

- fehlende Unterscheidungskraft
- für die allgemeine Benutzung freizuhaltende beschreibende Angaben
- ersichtliche Irreführungsgefahr
- in der Marke enthaltenes Hoheitszeichen
- Verstoß gegen die guten Sitten oder die öffentliche Ordnung (z.B. anstößige Kennzeichnungen)

Eine Überprüfung der eingetragenen Marken kann man über die Seiten des DPMA erfolgen (www.dpma.de)

Bei einer Markenmeldung ist folgendes zu beachten:

Das DMPA prüft im Eintragungsverfahren nicht, ob sich in dem Register bereits Marken befinden, die mit der angemeldeten Marke identisch oder verwechselbar ähnlich sind. Nach Eintragung und Veröffentlichung einer Marke kann von dem Inhaber einer älteren Marke innerhalb von drei Monaten Widerspruch erhoben werden. Über den Widerspruch wird im Widerspruchsverfahren entschieden. Bei einem erfolgreichen Widerspruch wird die Marke wieder gelöscht. Ein Markeninhaber kann sich deshalb erst nach Ablauf der Widerspruchsfrist bzw. des Widerspruchsverfahrens sicher sein, ob seine eingetragene Marke auch Bestand hat.

Es ist nicht zulässig, die Marke mit dem Registrierzeichen ® zu benutzen, solange sie noch nicht eingetragen ist. Auch die Benutzung vor Abschluss des Widerspruchsverfahrens kann Probleme hervorrufen, wenn die Marke wieder gelöscht wird.

Die **Schutzdauer** einer Marke beginnt mit dem Anmeldetag und endet 10 Jahre nach dem Ablauf des Monats, in den der Anmeldetag fällt (§ 47 MarkenG). Sie kann jedoch um jeweils 10 weitere Jahre gegen Zahlung entsprechender Gebühren beliebig verlängert werden.

Inhaltsangaben einer Webseite

Impressum nach § 5 Telemediengesetz (TMG)

Diensteanbieter sind laut § 2 TMG alle natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereit halten oder den Zugang zur Nutzung vermitteln. Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten (geschäftsmäßigkeit bedeutet hier keine Gewinnerzielungsabsicht - es kommt nur auf den kommerziellen Nutzungscharakter an. Daher fallen auch Non-Profit-Organisationen, öffentliche Einrichtungen und Vereine unter die **Informationspflicht**).

Pflichtangaben gem. § 5 TMG

- der ausgeschriebene Name, bei juristischen Personen vollständige Bezeichnung, bzw. die handelsrechtliche Firmenbezeichnung, sowie alle Vertretungsberechtigten
- ladungsfähige Anschrift, d.h. die vollständige Postanschrift - Postfach genügt nicht
- E-Mail-Adresse, Telefon und Telefaxnummer
- Registergericht und die Registernummer (sofern vorhanden)
- Steuernummer (wenn der Anbieter umsatzsteuerpflichtig ist)
- bei zulassungspflichtigen Tätigkeiten die zuständige Aufsichtsbehörde,
- bei bestimmten Berufen, wie z.B. Rechtsanwälte u.a. zusätzlich der Berufsverband, die Berufsbezeichnung und den verleihenden Staat, sowie die berufsrechtlichen Regelung und Angaben, wie diese zugänglich sind.

Bei journalistisch-redaktionell gestalteten Inhalten gilt die **Impressumspflicht**. Zusätzlich zum Anbieter der Inhalte muss ein **Verantwortlicher im Sinne des Presserechts** (V.i.S.d.P.) mit Name und Anschrift benannt werden. Presserechtlich Verantwortliche müssen voll geschäftsfähig sein, ihren ständigen Aufenthalt im Inland haben, die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter besitzen und strafrechtlich unbeschränkt verfolgbar sein.

Zu beachten ist weiterhin die **Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung** welche am 17.05.2010 aufgrund einer EU-VO in Kraft getreten ist. Die DL-InfoV unterscheidet zwischen Informationen, die stets bereitgehalten werden müssen (§ 2), und solchen, die lediglich auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden müssen (§ 3). Die Paragraphen sind relativ klaren formuliert und können wie eine Checkliste gelesen werden.

Zu den ständig bereit zu haltenden Informationen zählen insbesondere, die meisten Informationen entsprechend § 5 TMG. Weiterhin müssen Angaben zur Berufshaftpflicht, speziell Name und Anschrift des Versicherers, gemacht werden

Verstöße stellen Ordnungswidrigkeiten dar, welche mit Bußgeldern z.B. nach § 16 TMG mit bis zu 50.000 € geahndet werden können. Weiterhin drohen Unterlassungsansprüche von Konkurrenten oder Verbraucherverbänden.

Bei **E-Mails** ist zu beachten, dass diese Geschäftsbriefe darstellen können. Es sind dann bei jeder e-Mail mindestes anzugeben:

- Form der Firma (GmbH, AG,..)
- Vollständige Anschrift der Firma
- Vertretungsberechtigte (z.B. Geschäftsführer, Vorstand)
- Handelsregister und Handelsregisternummer

Pflichtangaben bei Fernabsatzgeschäften: (B2C - Business to Consumer Geschäfte)

§ 312b BGB - Fernabsatzverträge (bisher § 1 FernAbsG)

- (1) Fernabsatzverträge sind Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt.
- (2) Fernkommunikationsmittel sind Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können, insbesondere Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails sowie Rundfunk, Tele- und Mediendienste. (...)

Rechtzeitig **vor Abschluss des Vertrages** (d.h. auf der Webseite) muss der Anbieter klar und verständlich informieren über:

- Identität und Anschrift des Anbieters (entsprechend den Pflichtangaben § 5 TMG)
- Angaben über die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung
- den Zeitpunkt des Zustandekommens des Vertrages sowie über eventuelle Mindestlaufzeiten,
- die genauen Vertragsbestimmungen einschließlich der AGBs
- Liefer-, Zahlungs- und Erfüllungsmodalitäten sowie über Vorbehalte für die Erbringung gleichwertige Leistungen oder Nichtleistung bei fehlender Verfügbarkeit
- den Preis einschließlich aller Steuern und anfallender Liefer- und Versandkosten sowie die Gültigkeitsdauer bei befristeten Angeboten
- bei von ihm veranlassten Telefongesprächen seine Identität und den geschäftlichen Zweck des Kontakts bereits zu Beginn eines Gesprächs offen legen.
- das Bestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts

Zur Erfüllung der Informationspflicht über das Bestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts kann der Unternehmer die Muster der Anlagen 1 und 2 zu Artikel 246 EGBGB verwenden. Soweit diese Belehrung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) enthalten sind, bedürfen sie einer hervorgehobenen und deutlich gestalteten Form.

Bedient sich ein Unternehmer bei Abschluss eines Vertrags über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen eines Tele- oder Mediendienstes hat er dem Kunden nach § 312e BGB

1. angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann,
2. die in Artikel 246 § 3 des EGBGB bestimmten Informationen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Bestellung klar und verständlich mitzuteilen,
3. den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen
4. die Möglichkeit zu verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der AGBs bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern.

Die Widerrufsfrist beginnt mit Eingang der Ware, bei Dienstleistungen nicht vor Vertragsschluss (in der Regel die Zusendung der vollständigen Vertragsunterlagen). Der Widerruf kann mittels einfachem Brief, E-Mail oder durch Rücksendung der Ware ausgeübt werden. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung. Das Widerrufsrecht erlischt spätestens sechs Monate nach Vertragsschluss. (§ 355 BGB)

Achtung bei ebay - siehe: http://pages.ebay.de/rechtsportal/widerrufsbelehrung_neu.html