

Praxishandbuch Geistiges Eigentum im Internet

Gewerblicher Rechtsschutz, Urheberrecht, Angrenzende Rechtsgebiete

von

Dr. Klaus Tim Bröcker, Dr. Christian Czychowski, Dr. Detmar Schäfer, Dipl.-Phys. Dr. Thomas L. Bittner, Dr. rer. oec. Martin Boehme, Dr. Andreas Dustmann, Prof. Dr. Jan Bernd Nordemann, Dr. Anke Nordemann-Schiffel, Dr. Volker Schmitz, Dipl.-Phys. Dr. Dirk Vollmer, Dr. Martin Wirtz

1. Auflage

[Praxishandbuch Geistiges Eigentum im Internet – Bröcker / Czychowski / Schäfer / et al.](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](#) DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

[Urheberrecht](#)



Verlag C.H. Beck München 2003

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 406 49668 4

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XXXI
Literaturverzeichnis	XXXIX

1. Teil. Einführung

§ 1. Zusammenhänge und Überblick

A. Welches Ziel hat das Handbuch?	1
B. Historischer Abriss	5
I. Von der Urzeit zur Digitalisierung	5
II. Das Internet	6
III. Die Rechnerzuordnung im Internet (DNS)	10
C. Technische Grundlagen	11
I. Protokolle zur Übertragung von Nutzerdaten	11
II. Lokale Begrenzbarkeit von Angeboten?	12
III. Kryptographie	13
D. Wirtschaftliche Zusammenhänge	15
I. Zugang versus Eigentum	16
II. Neue Unternehmensstrukturen	17
E. Überblick über den geltenden Rechtsrahmen unter Berücksichtigung internationaler Übereinkommen und europäischen Rechts	18
I. Internationale Ebene	19
1. TRIPS-Abkommen	20
2. Die WIPO Verträge von 1996	21
II. Europäische Ebene	22
1. Unmittelbar geltendes supranationales Gemeinschaftsrecht	23
a) Markenrecht	23
b) Patentrecht	24
c) Geschmacksmusterrecht	24
2. Transnationales europäisches Recht	25
3. EU-Richtlinien und ihre Umsetzung in nationales Recht	25
a) Datenbankrichtlinie	25
b) Richtlinie über das Urheberrecht und die verwandten Rechte in der Informationsgesellschaft	26
c) Datenschutzrichtlinie	27
d) Elektronischer Handel	27
F. Schluss	28

§ 2. Wirtschaftliche Bedeutung internetbasierten Handelns und ausgewählte Beispiele

A. Prolog	30
B. Zielsetzung des Beitrags	32
C. Internet und elektronischer Handel	32
I. Internet und World Wide Web (WWW)	32
II. Verbreitung des Internets – ein demographischer Über- und Ausblick	33
III. Elektronischer Handel – Definition E-Business	34
IV. Entwicklung des E-Business	35
V. Wirtschaftliche Bedeutung des elektronischen Handels	36
D. Ökonomie des elektronischen Handels	37
I. Annäherung an ideale Marktbedingungen	37
II. Weitreichende Vernetzung durch Standardisierung	38
III. Leverage zunehmender Vernetzung/Nutzung	38
IV. Zunehmende Digitalisierung	39
V. Bewertung von Informationen	39
VI. Schutz von Informationen	39
VII. Beschleunigung von Veränderungsprozessen	40
VIII. Globalisierung	40
E. Attraktion „Internet“ – Nutzen und Wunschvorstellungen	40
I. Treiber der Internetnutzung durch Unternehmen	41
II. Risiken der Internetnutzung durch Unternehmen	42
III. Wettbewerbsvorteil Internet? – Abwägung von Nutzen und Wunschvorstellungen	43
F. Elektronischer Handel – Auswirkungen auf Geschäftsmodelle und bestehende Wertschöpfungsketten	45
I. Basisinnovation Internet?	46
II. Electronic-Commerce-Rahmen	47
III. Virtuelle Märkte – Eine Typologisierung	49
IV. Elektronischer Handel im Banking	50
V. Elektronischer Handel im Einzelhandel	51
VI. Elektronischer Handel im Online Publishing	52
VII. Elektronischer Handel in der Automobilindustrie	54
1. Unternehmensübergreifende Optimierung von Wertschöpfungs- ketten (Supply Chain Management)	54
2. Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management)	55
G. Zusammenfassung und Ausblick – Internet zwischen Anspruch und Realität	56

2. Teil. Allgemeine Themen

§ 3. Internet und Internationales Recht

Einführung	63
A. Kollisionsrecht bei Domainkonflikten	66
I. Einführung	66
II. Allgemeine Anknüpfungsregeln	66
1. Kennzeichenrechtliche Ansprüche	67
a) Schutzlandprinzip	67
b) Umfang der Anwendung des Schutzlandrechts	68
2. Ansprüche aus Namensrecht	68
a) Schutz des bürgerlichen Namens	68
b) Schutz von Unternehmensnamen	69
3. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	69
III. Kollisionsrecht für Domainkonflikte	70
1. Lösungsansätze der Rechtsprechung	70
a) Generelle Anwendung deutschen Rechts	70
b) Einschränkungsversuche	71
2. Lösungsansätze in der Literatur	72
a) Anknüpfung an das Recht des Herkunftslands oder den Serverstandort	72
b) Anwendung der lex loci protectionis	73
B. Urheberkollisionsrecht	77
I. Einführung	77
II. Allgemeines Urheberkollisionsrecht	79
1. Staatsverträge auf dem Gebiet der Urheber- und Leistungs- schutzrechte	79
2. Autonomes deutsches Urheberkollisionsrecht	81
a) Anknüpfung an die lex loci protectionis	81
b) Ursprungsland- oder Universalitätsprinzip	83
c) Anwendung des Rechts des Ursprungslandes auf Teilfragen	83
d) Stellungnahme	85
III. Urheberkollisionsrecht im Internet	86
1. Anknüpfung an das Recht am gewöhnlichen Aufenthalt, dem Sitz oder der Niederlassung des Verwerthers?	86
2. Anknüpfung an das Recht am Serverstandort?	88
3. Recht des Ursprungslandes?	88
4. Anwendung des Rechts der engsten Verbindung?	90
5. Anknüpfung an den Eingriffsort?	91
6. Anwendung der lex fori?	92
7. Einschränkung der Anwendung der lex loci protectionis	92
a) Spürbarkeit?	92
b) Negative Abgrenzung nach Ausrichtung der Website?	93
c) Positive Abgrenzung	93

C. Kollisionsrecht der Marken und Kennzeichen	95
I. Einführung	95
II. Marken- und Kennzeichenkollisionsrecht außerhalb des Internet	95
1. Internationale Abkommen und europäisches Recht	96
a) Internationale Verträge	96
b) Die Gemeinschaftsmarkenverordnung (GMV)	97
2. Autonomes Kollisionsrecht	98
a) Das Schutzlandprinzip	98
b) „Auflockerung“ oder Ausdehnung des Schutzlandprinzips	101
c) Kennzeichenrechtliche Ansprüche aus Wettbewerbsrecht	103
III. Kennzeichenkollisionsrecht im Internet	103
1. Anknüpfung an das Herkunftsland	104
a) Serverstandort?	104
b) Recht des Landes der Konzeption des Internet-Auftritts bzw. der Entscheidung über seine Einstellung in das Netz?	104
c) Sitz bzw. Niederlassungsort des Anbieters?	105
2. Anknüpfung an die Eingriffsorte	106
3. Modifizierte Anwendung des Schutzlandprinzips	106
a) Spürbarkeit	107
b) Beschränkung durch das Erfordernis der bestimmungsgemäßen Abrufbarkeit	107
c) Schutzlandprinzip und materiell-rechtlicher Ausgleich	108
D. Kollisionsrecht der technischen Erfindungen	110
I. Einführung	110
II. Allgemeines Kollisionsrecht der technischen Erfindungen	110
1. Internationale Abkommen und europäisches Recht	110
a) Internationale Übereinkommen	110
b) Europäisches Recht	112
c) Arbeitnehmererfindung	113
2. Autonomes Kollisionsrecht	114
III. Kollisionsrecht der technischen Erfindungen im Internet	115
E. Kollisionsrecht der Geschmacksmuster	116
I. Einführung	116
II. Geschmacksmusterkollisionsrecht außerhalb des Internet	116
1. Staatsverträge und Gemeinschaftsrecht	116
a) Internationale Abkommen	116
b) Europäisches Recht	117
2. Autonomes Kollisionsrecht	117
III. Kollisionsrecht im Internet	118
F. Wettbewerbskollisionsrecht	118
I. Einführung	118
II. Kollisionsrecht außerhalb des Internet	119
1. Grundsätzliches	119
a) Marktortprinzip	119
b) Einzelfälle	121

c) Sonderregeln im europäischen Recht	122
2. Multi-State- oder Streudelikte	122
III. Wettbewerbskollisionsrecht im Internet	124
1. E-Commerce-Richtlinie und §§ 2, 4 TDG	124
a) Anwendungsbereich	125
b) Kollisionsrechtliche Neutralität der ECRL	125
c) Das auf die im eigenen Land niedergelassenen Anbieter anwendbare Recht	126
d) Das auf Anbieter aus anderen EU-Mitgliedstaaten anwendbare Recht	127
e) Wettbewerbsrechtliche Kontrolle fremder Diensteanbieter durch den Marktstaat	128
f) Zwischenergebnis	128
2. Uneingeschränkte Anwendung der Marktortregel?	129
3. Anwendung des Rechts des Herkunftslandes des Anbieters?	130
4. Konkretisiertes Marktortprinzip	131
a) Grundsätzliches; Kriterien	131
b) Kritik	133
c) Negative oder positive Anwendungsvoraussetzung	134
G. Kartellkollisionsrecht	135
I. Einführung	135
II. Allgemeines Kartellkollisionsrecht	135
1. Das Auswirkungsprinzip	136
a) Bezug zum inländischen Markt	136
b) Tatsächliche Beschränkung des Wettbewerbs oder Eignung zur Gefährdung	137
c) Erfordernis einer unmittelbaren Inlandsauswirkung	138
d) Spürbarkeit der Inlandsauswirkung	138
2. Anwendungsbereich des Auswirkungsprinzips	139
III. Internationales Kartellrecht bei Internetsachverhalten	140
H. Kollisionsrecht im elektronischen Handel (E-Commerce)	141
I. Einführung	141
II. Allgemeines Vertragskollisionsrecht	142
1. Allgemeines	142
2. Verträge über Immaterialgüterrechte	143
a) Verträge über Domains	143
b) Urheberrechtsverträge	144
c) Verträge über gewerbliche Schutzrechte	146
3. Verbraucherverträge	147
a) Art. 29 EGBGB	147
b) Anwendung verbraucherschützender Richtlinien	147
III. Vertragskollisionsrecht bei Vertragsschluss im oder über das Internet	148
1. Verträge ohne Beteiligung von Verbrauchern	148
a) Allgemeines	148
b) Vertragserfüllung außerhalb des Internet	148

c) Vertragserfüllung im bzw. über das Internet	149
2. Verbraucherverträge	149
a) Angebot im Internet	149
b) Anwendung des Aufenthaltsrechts des Verbrauchers nur bei bestimmungsgemäßigem Abruf	150
I. Internationale Zuständigkeit, Anerkennung und Vollstreckung	151
I. Allgemeine und ausschließliche Gerichtsstände	152
1. Zuständigkeit am Wohnsitz bzw. Sitz des Beklagten	152
2. Ausschließliche Zuständigkeiten	152
II. Internationale Zuständigkeit bei Delikten	153
1. Grundlegendes zur Tatortzuständigkeit	153
a) EuGVVO, EuGVÜ	153
b) Autonomes deutsches Recht	154
c) Doppelrelevante Tatsachen	155
2. Besonderheiten bei Internetdelikten	155
a) Allgemeines	155
b) Vervielfältigungsdelikte	156
c) Bestimmungsgemäßer Abruf; Wettbewerbsdelikte	156
III. Internationale Zuständigkeit bei Ansprüchen aus Vertrag	157
1. Grundsätzliches	157
a) Europäisches Recht	157
b) Autonomes deutsches Recht	158
c) Zuständigkeit bei Verbrauchersachen	158
2. Besonderheiten im Internet	159
a) Zuständigkeit am Erfüllungsort	159
b) Verbrauchersachen	160
IV. Konnexzuständigkeit und Zuständigkeitsvereinbarungen	161
1. Konnexzuständigkeit	161
2. Gerichtsstandsvereinbarungen	161
a) Europäisches Recht	161
b) Autonomes deutsches Recht	162
V. Einstweilige Maßnahmen	162
VI. Anerkennung und Vollstreckung gerichtlicher Entscheidungen	163
VII. Schiedsverfahren	163
J. Ergebnisse im Überblick	164
K. Checkliste Ausrichtung einer Website auf Deutschland/Spürbarkeit auf dem deutschen Markt	165
 § 4. Haftung der Anbieter	
A. Einleitung	168
B. Grundfragen	171
I. Aufgabe der Verantwortlichkeitsverteilung im Internet	171
II. Kernproblem der Haftung in Internet – Wie weit reicht die Zurechnung von Rechtsverletzungen?	171
C. Rechtsgrundlagen	173

I. Haftungstatbestände	174
1. Unterlassung	174
a) Allgemeine Anspruchsvoraussetzungen	174
b) Störerhaftung	175
c) Inhalt und Umfang der Unterlassungspflicht	177
2. Beseitigung	178
3. Schadensersatz	178
4. Auskunft und Rechnungslegung	180
5. Bereicherungsherausgabe	181
6. Gegendarstellung	181
II. Haftungsbeschränkungen nach dem Teledienstegesetz (TDG) und dem Mediendienste-Staatsvertrag (MDStV)	182
1. Entstehungsgeschichte – Das duale Haftungssystem von TDG und MDStV	182
2. Der Anwendungsbereich der Verantwortlichkeitsregelungen	183
a) Sachlich-gegenständlicher Anwendungsbereich	183
b) Rechtlicher Anwendungsbereich	184
3. Systematische Einordnung in das zivilrechtliche Haftungsrecht	189
4. Die Verantwortlichkeitsregelungen im Einzelnen	193
a) Bereithalten eigener Informationen – § 8 Abs. 1 TDG/ § 6 Abs. 1 MDStV	193
b) Durchleitung von Informationen – § 9 TDG/§ 7 MDStV	193
c) Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen – § 10 TDG/§ 8 MDStV	194
d) Speicherung von fremden Informationen – § 11 TDG/ § 9 MDStV	195
e) Keine Überwachungs- und Nachforschungspflicht der Dienstanbieter	199
f) Pflicht zur Entfernung und Sperrung von Informationen	200
D. Die Haftung einzelner Internet-Akteure	200
I. Die Haftung des Inhaltsanbieters	200
1. Begriff	200
2. Umfassende Verantwortlichkeit des Inhaltsanbieters	201
3. Haftung für Werbebanner	201
II. Haftung für Links	202
1. Übersicht – Links im Mittelpunkt des Rechts	202
2. Technik und Wirkungsweise des Hyperlink	204
3. Links auf rechtswidrige Inhalte – Haftungsrechtliche Einordnung	204
a) Das haftungsbegründende Verhalten	204
b) Anwendbarkeit von §§ 9–11 TDG auf Links?	205
c) Allgemeine Störerhaftung	207
4. Haftung von Suchmaschinen für Links	209
III. Verantwortlichkeit von Plattformanbietern	210
1. Begriff	210
2. Eigene versus fremde Informationen	211
a) Abgrenzungskriterien	212

b) Anforderungen an ein „Zueigenmachen“ von Informationen ...	214
c) Einzelfälle	214
3. Haftung des Plattformanbieters für fremde Informationen	216
4. Haftung des Plattformanbieters für eigene Informationen	217
IV. Haftung des Host Providers	217
1. Schadensersatzhaftung	218
2. Unterlassungs- und Beseitigungspflicht	219
3. Auskunftspflicht des Host Providers zur Identitätsfeststellung des Inhaltsanbieters	220
a) Spezialgesetzliche Drittauskunftsansprüche	220
b) Umfang der Auskunftspflicht – Datenschutz	221
V. Haftung des Access Providers	221
1. Ausschluss der deliktischen und strafrechtlichen Verantwortlichkeit	222
2. Einrichtung von Zugangssperren	222
a) Rechtspflicht zur Sperrung?	223
b) Technische Möglichkeit der Sperrung	224
c) Das Rights Protection System (RPS) – Zulässige elektronische Grenzbeschlagnahme oder das Internet gefährdende Zensur? ...	225
VI. Haftung des Netzbetreibers	226
§ 5. Schutz des Nutzers im Netz: Datenschutz und Datensicherheit	
A. Einführung	230
B. Datenschutz im Internet	231
I. Ausgangslage	231
II. Internet-Daten und ihre Verwertung	232
1. Möglichkeiten der Datengewinnung	232
2. Möglichkeiten der Datenauswertung und ihre Gefahren	234
III. Schichten des Internet-Datenschutzrechtes	235
1. Überblick	235
2. Verfassungsrechtliche Vorgaben	236
a) Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung als Abwehrrecht gegenüber dem Staat	236
b) Schutz vor privater Datenmacht	236
3. Rechtsgrundlagen und ihre Anwendungsbereiche	237
a) Anwendungsvorrang der speziellen Datenschutzgesetze	237
b) Anwendungsbereiche der speziellen Datenschutzgesetze	237
IV. Tele- und Mediendienste-Datenschutz	239
1. Geltungsbereich	240
2. Grundsätze der Datenverarbeitung	240
a) Verbot mit Erlaubnisvorbehalt	241
b) Zweckbindung	242
c) Koppelungsverbot	242
3. Erlaubte Datenverarbeitung	243
a) Bestandsdaten	243
b) Nutzungs- und Abrechnungsdaten	244

c) Verwendung von personenbezogenen Daten zum Zwecke der Forderungsdurchsetzung	246
d) Einwilligung des Nutzers	247
4. Pflichten des Diensteanbieters	250
a) Unterrichtungspflicht	250
b) Technische und organisatorische Vorkehrungen	252
c) Pflicht zur Anzeige der Weitervermittlung	252
d) Ermöglichung anonymer und pseudonymer Nutzungsmöglich- keiten	252
5. Rechte des Nutzers	252
V. Ausblick	253
C. Elektronische Signatur und Kryptographie	254
I. Funktionen elektronischer Signaturen und kryptographischer Verfahren	254
II. Grundstruktur elektronischer Signaturverfahren	255
III. Rechtlicher Rahmen	256
1. Überblick	256
2. Verfassungsrechtliche Vorgaben	257
3. Das Signaturgesetz a. F.	257
a) Konzeption und Struktur des Signaturgesetzes a. F.	258
b) Rechtsfolge des Signaturgesetzes a. F.	259
c) Haftungsfragen	259
4. Die Richtlinie für elektronische Signaturen	260
a) Entstehungsgeschichte	260
b) Anwendungsbereich, Konzeption und Regelungsschwer- punkte	261
c) Rechtswirkungen elektronischer Signaturen	265
5. Das Signaturgesetz	266
a) Übersicht	267
b) Sonstige Signaturverfahren	268
c) Qualifizierte Signaturverfahren	269
d) Akkreditierte Signaturverfahren	272
e) Haftung der Zertifizierungsdiensteanbieter	275
f) Deckungsvorsorge	276
g) Ordnungswidrigkeiten	277
h) Internationale Anerkennung von elektronischen Signaturen	277
6. Die Signaturverordnung	278
IV. Die (qualifizierte) elektronische Signatur in der Praxis des elektronischen Rechtsverkehrs	278
1. Anpassung der Formvorschriften des Privatrechts	278
a) Schriftformersatz	279
b) Textform	281
c) Gewillkürte Schriftform	281
2. Beweiseignung im Zivilprozessrecht	281
3. Elektronischer Gerichtsverkehr	283
4. Anpassung des Verwaltungsrechts	283

V. Der Weg zur qualifizierten elektronischen Signatur	284
1. Beantragung der Chipkarte und des Zertifikates	285
2. Schlüsselerzeugung	285
3. Zuordnung des Schlüsselpaars	286
4. Verzeichnisdienst	286
5. Ausgabe der Chipkarte und Unterrichtung des Antragstellers	287
6. Signieren von Daten	287
7. Überprüfung der Daten	288
VI. Verschlüsselung von Daten	289
1. Zur Funktionsweise kryptographischer Verfahren	289
2. Regulierung von Verschlüsselungsverfahren	290
a) Kryptokontroverse	290
b) Freie Verfügbar- und Nutzbarkeit von Verschlüsselungs- verfahren	291

3. Teil. Einzelne Rechtsgebiete

§ 6. Kommunikationskennzeichen

A. Überblick	297
B. Das Domainnamensystem	298
I. Die Anfänge	299
II. Der Namensraum	300
III. Zugriff auf den Root Server, die Entwicklung bis zu ICANN	311
IV. Regeln für die Bildung von Domainnamen	313
V. Vertragsverhältnisse	314
VI. Schonfristen bei Änderungen des Domainnamenregisters	322
VII. WHOIS-Datenbanken: die Domainnamenregister	323
C. Technische Adressierungsfunktion und Kennzeichnungsfunktion	326
I. Markenrechte	326
II. Geschäftliche Bezeichnungen	327
III. Werktitel	328
IV. Namensrechte	329
D. Domainnamen entgegenstehende absolute Hindernisse	330
I. Generische Begriffe als Domainnamen	330
1. Generelle Unzulässigkeit generischer Domainnamen	331
2. Fallgruppen rechtswidriger Nutzung generischer Domainnamen ...	334
3. Besonderheiten bei bestimmten Berufsgruppen	337
II. Namen pharmazeutischer Substanzen – International Nonproprietary Names (INN-Zeichen)	340
III. Namen und Akronyme internationaler zwischenstaatlicher Organisationen	340
IV. Verstoß gegen strafrechtliche Vorschriften und allgemeine Gesetze	341

E. Kollision zwischen Kennzeichenrecht und Domainname	342
I. Konstellationen	342
II. Priorität und Recht der Gleichnamigen	343
III. Gefahr von Verwechslungen und Zuordnungsverwirrungen zwischen Kennzeichen und Domainnamen	350
1. Benutzung im geschäftlichen Verkehr	351
2. Kennzeichenmäßige und namensmäßige Benutzung	353
3. Zeichenidentität und Verwechslungsgefahr	355
a) Zeichenidentität	355
b) Verwechslungsgefahr	356
4. Warenähnlichkeit	363
5. Verwechslungsgefahr bei geschäftlichen Bezeichnungen	365
6. Kasuistik zur Verwechslungsgefahr	366
7. Schutz bekannter und berühmter Kennzeichen	368
8. Verletzung von Namensrechten (§ 12 BGB)	371
9. Verletzung von geographischen Herkunftsangaben	375
10. Subdomains, Datei- und Verzeichnisnamen	377
IV. Wettbewerbswidrige Belegung von Domainnamen (§ 1 UWG)	379
V. Unlautere Registrierung von Domainnamen	382
VI. Beschränkung von Kennzeichenrechten	383
1. Benutzung von Namen und beschreibenden Angaben (§ 23 Nr. 1 MarkenG)	383
2. Beschränkungen auf Grund von Grundrechten	384
3. Kollision von Kennzeichen mit Gattungsdomain	385
4. Verwirkung und Verzicht	386
F. Benutzungszwang für Domainnamen	387
G. Rechtsdurchsetzung	391
I. Ansprüche	391
II. Streitwert	397
III. Schiedsverfahren	398
1. Eignung von Schiedsverfahren zur Beilegung von Domain- streitigkeiten	398
2. Uniform Dispute Resolution Policy (UDRP)	399
a) Anwendungsbereich	399
b) Verfahren	399
c) Klage gegen den Schiedsspruch vor den ordentlichen Gerichten	408
d) Anspruchsgrundlagen	409
e) Reverse Domain Name Hijacking	424
3. Schiedsverfahren für andere country code Top Level Domainnamen	425
4. NAME Schiedsverfahren (ERDRP)	427
IV. Passivlegitimation bei gerichtlichen Auseinandersetzungen	429
V. Pfändung von Domainnamen	435
1. Pfändung des Domainnamens als solchem	436

2. Pfändung des Anspruchs auf Aufrechterhaltung des Domainnamens	437
3. Pfändungshindernisse	439
H. Sonstige Kommunikationskennzeichen	440
I. Vanity-Rufnummern und ENUM	440
1. Vorgehen gegen die RegTP	442
2. Vorgehen gegen den Nutzer der Vanity-Rufnummer	443
3. ENUM, die Telefonnummer als Domainname	446
II. Internet Keywords	448
III. E-Mail Adressen	449
 § 7. „Klassisches“ Kennzeichen- und Namensrecht	
Einleitung	455
A. Einzelne Kennzeichen- und Namensrechte im Internet	456
I. Der Markenschutz im Internet	456
1. Allgemeines	457
2. Markenfähigkeit	457
a) Markenformen	457
b) Neue Markenform im Internet – virtuelle Marken	458
3. Markenschutz durch Eintragung – Die Registermarke	459
a) Allgemeines	459
b) Graphische Darstellbarkeit von virtuellen Marken	460
c) Absolute Schutzhindernisse	461
d) Sonderproblem – Schutzfähigkeit von Domainnamen als Marke	469
e) Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG	474
f) Gang des Anmeldeverfahrens und Anmeldeerfordernisse	476
g) Internationaler Markenschutz	479
4. Die Benutzung von Marken im Internet	479
a) Allgemeines	479
b) Die Benutzungsmarke im Internet	480
c) Rechtserhaltende Benutzung	482
II. Unternehmenskennzeichen im Internet	490
1. Allgemeines	490
2. Das Unternehmenskennzeichen	491
3. Entstehung von Schutz an Unternehmenskennzeichen	492
a) Allgemeine Grundsätze	492
b) Internetspezifische Probleme	493
c) Entstehung inländischen Kennzeichenschutzes für ausländische Kennzeicheninhaber	496
4. Erlöschen des Schutzes an Unternehmenskennzeichen	496
III. Werktitelschutz im Internet	496
1. Allgemeines	496
2. Das titelschutzfähige Werk	497
3. Titelfunktion	500

4. Entstehung des Titelschutzes	500
5. Sonderproblem: Vorverlagerung des Schutzes durch Titelschutz- anzeige	501
6. Unterscheidungskraft des Werktitels	502
7. Erlöschen des Titelschutzes	503
IV. Namenschutz nach § 12 BGB im Internet	503
V. Geographische Herkunftsangaben im Internet	504
B. Kennzeichenrechtliche Kollisionsvorschriften und ihre Anwendbarkeit im Internetbereich	505
I. Allgemeines	505
II. Markenrechtliche Verwechslungsgefahr im Internet	506
1. Allgemeines	506
2. Zeichenähnlichkeit	507
a) Allgemeine Grundsätze	507
b) Prägetheorie	509
c) Besonderheiten bei der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit im Internet	510
3. Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit	512
a) Allgemeine Grundsätze	512
b) Die Website als Ware	513
c) Hyperlinks	514
d) Online-Vertrieb als mögliches Kriterium bei der Beurteilung der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit	514
e) Überblick über die Rechtsprechung zur Ähnlichkeit von inter- netspezifischen Waren und Dienstleistungen	515
4. Kennzeichnungskraft	516
5. Ausnutzung und Beeinträchtigung bekannter Marken	518
a) Allgemeines	518
b) Bekannte Marke	519
c) Ausnutzung oder Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft bzw. des guten Rufs	520
d) Fallgruppen zu § 1 UWG und deren Subsumption unter den erweiterten Schutz der bekannten Marke i. S. v. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	520
III. Firmenrechtliche Verwechslungsgefahr im Internet	522
1. Allgemeines	522
2. Zeichenähnlichkeit	523
3. Branchennähe	524
4. Kennzeichnungskraft	526
5. Ausnutzung und Beeinträchtigung bekannter Unternehmens- kennzeichen	526
6. Internetspezifische Kollision von geographisch beschränkten Kennzeichenrechten	526
IV. Titelrechtliche Verwechslungsgefahr im Internet	527
1. Allgemeines	527
2. Zeichenähnlichkeit	527

3. Werk- oder Produktähnlichkeit	528
4. Kennzeichnungskraft des prioritätsälteren Titels	529
5. Unlautere Ausnutzung und Beeinträchtigung bekannter Werktitel	529
V. Namensrechtliche Verwechslungsgefahr im Internet	530
1. Allgemeines	530
2. Namensleugnung und Namensanmaßung	530
VI. Die Verletzung geographischer Herkunftsangaben im Internet	531
C. Verletzung, Schranken und Durchsetzung von Kennzeichenrechten im Internet	533
I. Rechtsverletzende Benutzung von Kennzeichenrechten im Internet	533
1. Allgemeines	533
2. Die Notwendigkeit des kennzeichenmäßigen Gebrauchs	533
a) Keine rechtsverletzende Benutzung von Kennzeichen	536
b) Strittige Fallgruppen mit besonderer Relevanz für die Internetnutzung	538
3. Schranken	541
a) § 23 Nr. 1 MarkenG	541
b) § 23 Nr. 2 MarkenG	542
c) § 23 Nr. 3 MarkenG	543
d) Grundsatz der Gleichnamigkeit	543
e) Erschöpfung	544
II. Begehung im räumlichen Schutzbereich	547
III. Handeln im geschäftlichen Verkehr	547
IV. Störer	548
V. Durchsetzung von Kennzeichenrechten	549
1. Allgemeines zu den Ansprüchen gegen den Verletzer bei Kennzeichenverletzung	549
2. Unterlassungsanspruch	550
3. Auskunftsanspruch	552
4. Schadensersatzanspruch	552
5. Vernichtungsanspruch	553
D. Internetspezifische Phänomene aus kennzeichenrechtlicher Sicht	553
I. Metatags	553
1. Allgemeines	553
2. Der technische Hintergrund	554
3. Verwendung eines Kennzeichens als Metatag als rechtserhebliche Nutzung	555
4. Ausschluss einer Kennzeichenverletzung bei Eingreifen der Schranken der §§ 23, 24 MarkenG	557
II. Verkauf von Keywords	557
III. Word Stuffing und Spamdexing	558
IV. Hyperlinks	559
1. Allgemeines	559
2. Unterschiedliche Arten von Links	560

3. Links aus der Sicht des Inhabers der verlinkten Website	561
a) Rechtserhebliche Nutzung	561
b) Ohne Zustimmung des Kennzeicheninhabers	562
4. Kennzeichenrechtliche Verantwortung des Linksetzers gegenüber Dritten	564
a) Verletzung von Kennzeichenrechten Dritter durch das im Link enthaltene Zeichen	565
b) Kennzeichenverletzungen auf den verlinkten Seiten	566
c) Ausweitung des Waren- und Dienstleistungsbereichs durch den Inhalt der verlinkten Website	566

§ 8. Urheberrecht und verwandte Schutzrechte

A. Einleitung: Urheberrecht und Internet	573
I. Die Bedeutung des Urheberrechts	574
II. „Krise“ des Urheberrechts?	575
1. Urheberrecht und Digitalisierung	576
2. Soll das Urheberrecht abgeschafft werden?	576
3. Ausweg aus der Krise	577
B. Fortentwicklung des Urheberrechts	581
I. Die Initiativen der WIPO, insbesondere die WIPO-Verträge von 1996 ...	581
II. Europäisches Recht, insbesondere die EU-Urheberrechtsrichtlinie	583
III. Entwicklung in Deutschland – die Novellierung des Urheberrechts 2003	590
C. Weitere einschlägige Regelungen	599
D. Der urheberrechtliche Werkbegriff und das Internet	599
I. Der Werkbegriff i. S. d. Urheberrechtsgesetzes	600
1. Allgemeine Schutzvoraussetzungen i. S. d. § 2 UrhG	600
2. Sprachwerke, einschließlich Computerprogramme	602
3. Werke der Musik	605
4. Werke der bildenden Kunst	605
5. Lichtbildwerke	607
6. Filmwerke	608
7. Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art	608
8. Datenbankwerke und sonstige Sammelwerke	609
9. „Multimediawerke“	610
10. Bearbeitungen	610
II. „Internetworke“, insbesondere der Schutz von Websites	611
E. Inhaberschaft am „Internetwork“	612
F. Urheberpersönlichkeit und das Internet	613
I. Erstveröffentlichungsrecht	613
II. Namensnennungsrecht	614
III. Entstellungsverbot	615

G. Schutz der Leistungsschutzberechtigten und der Filmhersteller	616
I. Ausübende Künstler	616
II. Tonträgerhersteller	617
III. Lichtbildner	618
IV. Filmhersteller	619
V. Sendeunternehmen	619
VI. Datenbankhersteller	619
H. Verwertungsrechte im Internet	621
I. Verwertungsrechte nach dem Urheberrechtsgesetz	621
1. Vervielfältigungsrecht	622
2. Verbreitungsrecht	623
3. Senderecht	623
4. Bearbeitungen	624
5. „Online-Recht“	625
II. Nutzung im Internet	626
1. Digitalisierung und Speichern auf der Festplatte	626
2. Up-/Downloading	627
3. (Zwischen-)Speichern auf der Festplatte/Browsing	628
4. Linking und Framing	628
5. Sound-/Picturesampling	630
6. Sonstige Online-Nutzungen	631
III. Neuordnung durch die Richtlinie „Urheberrecht in der Informations- gesellschaft“	631
I. Schranken des Urheberrechts	632
I. Schrankensystematik des Urheberrechtsgesetzes	633
II. Vervielfältigung zum privaten Gebrauch und sonstigen Zwecken	634
III. Vervielfältigung und Gebrauch zu privaten Zwecken: Das Beispiel „Napster“	636
IV. Elektronische Pressearchive	638
V. Öffentliche Zugänglichmachung für Unterricht und Forschung	640
VI. Sonstige Schrankenregelungen	641
J. Urheber im Arbeits- und Dienstverhältnis	642
K. Technische Schutzmaßnahme und Urheberrecht	644
I. DRM – Systeme im Überblick	644
II. Schutz der DRM – Systeme	645
III. Der Schutz der DRM – Systeme nach Deutschem Recht	647
L. Verwertungsgesellschaften und die kollektive Wahrnehmung von Rechten im Rahmen des Internets	649
I. Die kollektive Verwertung durch Verwertungsgesellschaften	651
1. Aufsicht über Verwertungsgesellschaften	653
2. Das Wahrnehmungsgesetz	653
II. Die Wahrnehmungspraxis der Verwertungsgesellschaften für die Berechtigten	656

1. Wahrnehmungsvertrag und Umfang der Rechteinräumung	657
2. Ausschüttung der Vergütung	662
III. Tarife und Lizenzierungspraxis von Verwertungsgesellschaften	662
1. Kontrahierungszwang und Vertragsabschluss	662
2. Tarife und sonstige Vergütungsregelungen für die Nutzung	664
IV. Tarifüberprüfung durch die Schiedsstelle beim DPMA	668
V. Verwertungsgesellschaften in Deutschland	669
1. GEMA	670
2. GVL	670
3. VG Musikedition	670
4. VG Wort	670
5. VG Bild-Kunst	671
6. VGF	671
7. GWFF	671
8. VFF	671
9. GÜFA	672
10. AGICOA	672
11. VG Satellit	672
12. Inkassostellen	672
13. CMMV	673
VI. Modelle für die Rechtelizenzierung zur Internetnutzung	673
1. Die Rolle von Verwertungsgesellschaften bei der Wahrnehmung von Rechten zur Nutzung im Internet	675
2. Kollektive oder individuelle Wahrnehmung	676
3. Nationale Clearingstelle: CMMV	676
4. Das VERDI – Projekt als Vorstufe zu einem internationalem Netzwerk	677
5. Probleme der Lizenzierung	678

§ 9. Patentschutz für softwarebezogene Erfindungen

A. Ziel und Zweck von Patentschutz für softwarebezogene Erfindungen auf dem Gebiet des Internets	680
B. Weltweites Internet – Weltweiter Patentschutz?	682
1. Territorialitätsprinzip	682
2. Patentanmeldestrategien	682
C. Rechtliche Grundlagen bei der Erlangung von Patentschutz für softwarebezogene Erfindungen in Gesetz und Praxis	684
1. Schutzvoraussetzungen	684
1. Erfindung	685
2. „Technizität“	686
3. Neuheit	687
4. Erfinderische Tätigkeit	689
5. Gewerbliche Anwendbarkeit	689
2. Schutzgegenstand des „Software-Patents“ – Abgrenzung zum Urheberrecht	690

III. Relevante Fallgruppen aus der Rechtsprechung für softwarebezogene Erfindungen im Internet	691
1. Signal- und Datenübertragung im Internet	691
2. Computerdesign in Internet-Präsentationen	692
3. Textanalyse und Textübersetzung im Internet	693
IV. Sonderfall: Patentschutz für Geschäftsmethoden	694
1. Begriffsbestimmung	694
2. Situation in Deutschland und Europa	695
3. Situation in den USA	697
4. Zusammenfassende Betrachtung	698
D. Rechtsdurchsetzung von Patentschutz im Internet	698

§ 10. Andere Gewerbliche Schutzrechte

A. Einführung	701
I. Abgrenzung zum Urheberrecht	702
II. Abgrenzung zum Markenrecht	703
B. Das Geschmacksmuster	704
I. Wie melde ich ein Geschmacksmuster an?	704
II. Materielle Schutzvoraussetzungen	705
1. Neuheit	705
2. Eigentümlichkeit	707
3. Eignung zur gewerblichen Verwertbarkeit	707
III. Nationale und internationale Schutzstrategien, insbesondere auch das EU-Geschmacksmuster	708
1. Schutz in Deutschland	708
2. Schutz im Ausland	709
IV. Nachbildungen/Verletzungen	709
C. Das Gebrauchsmuster	710
D. Schutz für „integrated circuits“	711

§ 11. Wettbewerbsrecht

A. Einführung	714
B. Rechtsquellen und Grundzüge des Wettbewerbsrechts im Internet	717
I. Anwendbarkeit des deutschen Rechts	718
1. Marktortprinzip	718
2. Herkunftslandprinzip	720
II. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	721
1. Handeln im geschäftlichen Verkehr	722
2. Handeln zum Zwecke des Wettbewerbs	723
3. Sittenwidrigkeit nach § 1 UWG	723
4. Irreführung nach § 3 UWG	724

5. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	724
III. Wettbewerbsrechtliche Neben- und Spezialgesetze	725
IV. Selbstregulierung und Empfehlungen	727
V. Europäisches Gemeinschaftsrecht	727
C. Wettbewerbsrecht im Internet	728
I. Werbeformen im Internet	728
1. Bannerwerbung und werbende Linkverwendung	728
a) Arten der Bannerwerbung	729
b) Trennungsgrundsatz und redaktionelle Werbung	729
c) Unternehmens-Homepages	732
d) Bewusste Täuschungen („Fake-Banner“)	734
e) Exkurs: Werbeblocker	735
2. „Pop-Up“-Werbung	736
3. Interstitials (Vorschaltwerbung)	737
4. E-Mail-Werbung und Spamming	738
a) Rechtsprechung zur Brief-, Telefon-, Fax- und BTX-Werbung	738
b) Einordnung von E-Mail-Werbung	740
c) Gemeinschaftsrecht	742
d) Darlegungs- und Beweislast für die Einwilligung	744
e) Trennungsgrundsatz	744
5. Keyword-Advertisement	745
a) Marken und Unternehmensbezeichnungen als Keywords	746
b) Allgemeine Begriffe als Keywords	748
6. Meta-Tags und Word-Stuffing	749
7. Websponsoring	750
8. Preisausschreiben und Gewinnspiele als Werbemittel	751
9. Warenproben und Gratisangebote	752
10. Vergleichende Werbung	753
II. Werbung besonderer Berufsgruppen und Produkte	754
1. Internetauftritte von Rechtsanwälten	754
2. Internetauftritte von Notaren	756
3. Internetauftritte von Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern	756
4. Internetauftritte von Ärzten und Zahnärzten	756
5. Internetauftritte von Apothekern und Heilmittelwerbung	757
6. Tabakwerbung	758
III. Sonstige wettbewerbsrelevante Handlungen und Probleme im Internet	759
1. Wettbewerbswidriger Einsatz von Links	759
2. Onlineauktionen vor- und abwärts	762
a) Vorwärtsauktionen	762
b) Abwärtsauktionen (Lineare Preissenkungen)	765
3. Powershopping (Einkaufsgemeinschaften)	766
4. Informationspflichten nach §§ 312 b ff. BGB	767
5. Verstöße gegen die Preisangabenverordnung	769
6. Arzneimittelsversand über das Internet („Internet-Apotheken“)	770

D. Rechtsdurchsetzung	771
I. Wettbewerbsrechtliches Verfahrensrecht bei Internet-Sachverhalten ...	771
II. Gerichtsstand	771
 § 12. Kartellrecht	
A. Einleitung	775
I. Schutzzweck	775
II. Regelungsrahmen	775
1. EU-Kartellrecht	775
2. Deutsches Kartellrecht	777
3. Andere Kartellrechtsordnungen	778
III. Anwendbarkeit	778
1. Nur unternehmerische Tätigkeit (Unternehmensbegriff)	778
2. Verhältnis von EU- zu deutschem Kartellrecht	780
3. Internationaler Anwendungsbereich (Auswirkungsprinzip)	784
IV. Rechtsfolgen	784
1. Zivilrechtlich	784
2. Verwaltungsverfahren	786
3. Bußgeldverfahren	786
B. Marktabgrenzung	787
I. Sachliche Marktabgrenzung	787
1. Internet-Plattformen	787
a) IT-Dienstleistungen für den Plattformbetrieb	787
b) Produkte und Leistungen (Content)	788
2. Access-Providing	791
II. Räumliche Marktabgrenzung	792
C. Kartellverbot	793
I. Gemeinsame Marktplätze	793
1. Wettbewerbsverhältnis	794
2. Hardcore Kartelle	795
3. Verkaufs- und Einkaufsgemeinschaften	796
4. Informationsaustausch	798
5. Vereinheitlichung von Geschäftsprozessen	800
II. Die Nameserver	801
1. ICANN	801
2. DENIC	801
D. Kartellvertriebsrecht	802
I. Internetvertrieb und Vertriebssysteme	802
1. Begriffsbestimmung	802
2. Rechtsgrundlagen	803
3. Anwendbarkeit	804
4. Preisvorgaben	806
5. Beschränkungen des Gebiets- oder Kundenkreises	809
6. Beschränkungen der Verkaufsstätte (Internetvertrieb)	810

II. Lizenzkartellrecht	812
1. Rechtsgrundlagen	812
2. Urheberrecht	813
3. Markenrecht	817
4. Patentrecht und Know How	820
E. Diskriminierungs- und Behindertenverbot	822
I. Internet Marktplätze	823
1. Marktbeherrschung	823
2. Marktstärke	824
3. Diskriminierungsverbot	824
4. Behinderungsverbot	825
II. Content-Provider	826
1. Marktbeherrschung und Marktstärke	826
2. Diskriminierungs- und Behinderungsverbot	826
III. Access-Provider	828
IV. Nameserver (NICs)	829
1. ICANN	829
a) Marktbeherrschung	829
b) Kontrahierungszwang für die ICANN?	829
c) Diskriminierungsfreie Vergabe der Registraturen	830
d) Durchsetzung	830
2. DENIC	831
a) Marktbeherrschung	831
b) Besondere Verhaltenspflichten für die DENIC	831
c) Aufnahmeanspruch in die DENIC	833
d) Liberalisierung im Vergabewesen	833
e) ENUMs	834
V. Ausschluss des Internetvertriebes	834
F. Zusammenschlusskontrolle	835
I. Zusammenschlusstatbestand	835
II. Aufgreifkriterien (Schwellenwerte)	837
III. Eingreifkriterien	837
G. Empfehlungsverbot	840

4. Teil. Vertragsrecht

§ 13. Elektronischer Handel mit Geistigem Eigentum

A. Einführung	844
B. Gesetzliche und andere rechtliche Grundlagen	845
C. Rechtssubjekte und „Rechtsobjekte“ im Internet – vor allem Geistiges Eigentum	848

I. Rechtssubjekte	848
II. „Rechtsobjekte“	849
III. Exkurs: Produkthaftung	850
D. Verträge im Internet mit Bezug zu Geistigem Eigentum	851
I. Allgemeiner Teil	851
1. Zustandekommen von Verträgen	851
a) Willenserklärungen im Internet	852
b) Einbeziehung von AGB in Verträge	862
c) Das Fernabsatzrecht und andere „inhaltliche“ Anforderungen an Verträge	864
2. Abwicklung von Verträgen	866
3. Auflösung von Verträgen	866
a) Anfechtung	866
b) Sonstiges zur Auflösung und zur Vertragsstörung	867
II. Besonderer Teil – einzelne ausgewählte Vertragsarten	868
1. Verträge über den Zugang zu Daten	869
a) Vertrag über den Zugang zum Internet (Access-Provider-Vertrag)	869
b) Verträge über den Zugang zu Diensten (Application Service Providing)	888
c) Verträge über die Nutzung von Portalseiten	896
d) Verträge über den Zugang zu Datenbanken	897
e) Peer-to-Peer-Verträge und andere vergleichbare Verträge	902
2. Verträge über Zuordnungsveränderungen	905
a) Verträge über die Beschaffung eines Domainnamens	905
b) Sonstige Verträge über die Zuordnungsveränderung von Daten (z. B. das Herunterladen von Daten aus dem Internet – Exkurs in das Urhebervertragsrecht)	906
3. Dienstleistungsverträge im weiteren Sinne	929
a) Webhosting	930
b) Verträge über die Erstellung von Internetauftritten	938
c) Verträge über Werbung im Internet	941
d) Linking-Verträge	946
Sachregister	949