

Christian Stubenschrott
Matr. 9712996

**WIPO und die Uniform Domain Name Dispute Resolution
Policy (UDRP): Kritische Analyse von Entscheidungen mit
österreichischer Beteiligung**

Diplomarbeit

Inhaltsverzeichnis

I. Problemstellung und Methode.....	1
II. Einleitung: Technische, wirtschaftliche und rechtliche Bedeutung von Domain Namen.....	3
A. Das Internet.....	3
B. Domain Name System.....	3
C. Kennzeichenfunktion von Domain Namen.....	4
D. Domain Namen als knappes Gut: Vergabeprinzipien.....	4
E. Wirtschaftliche Bedeutung von Domain Namen im E-Commerce.....	4
III. WIPO.....	5
A. Geschichte, Wurzeln und völkerrechtliche Einordnung.....	5
B. Organe.....	5
C. Aufgaben und Tätigkeitsbereiche.....	6
D. Die WIPO Digital Agenda: Anpassung geistiger Eigentumsrechte an das Internetzeitalter.....	7
IV. First WIPO Internet Domain Name Process.....	10
A. Hintergründe und allgemeines zum Ablauf.....	10
1. Die Rolle der WIPO bei der Privatisierung der Verwaltung des Domain Name Systems: Lösung von Marke/Domain Konflikten.....	10
2. Der formale Ablauf: Kooperation völkerrechtlicher und privater Institutionen in einem öffentlichen Prozess.....	11
B. Diskussion zum Ablauf der Domain-Registrierung.....	11
1. Status Quo.....	11
2. Bekanntgabe persönlicher Daten als zwingende Voraussetzung jeder Domain- Registrierung?.....	12
C. Beilegung von Konflikten in einer multijurisdiktionalen Welt durch eine globale Schlichtungsordnung: Die Uniform Domain Name Dispute-Resolution Policy.....	13
1. Charakteristika von Konflikten zwischen der Registrierung von Domain Namen und geistigen Eigentumsrechten.....	13
2. Reichweite des Streitbeilegungsverfahrens.....	13
3. Verhältnis zur Gerichtsbarkeit und Festlegung von Zwangsgerichtsständen.....	14
4. Grundprinzipien beim Entwurf der Administrative Dispute Resolution Policy....	15
5. Definition der missbräuchlichen Domain-Registrierung.....	16
D. Sonderschutzmechanismus für berühmte Marken?.....	16
E. Diskussion um die Einführung neuer gTLDs.....	17
V. Rechtsgrundlagen der Streitbeilegung.....	17
A. Die Rolle der ICANN: Vom WIPO Final Report zur UDRP.....	17
B. Die Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP).....	17
C. UDRP Rules.....	25
D. WIPO Supplemental Rules.....	33

VI. Zentrale Rechtsfragen und ausgewählte Probleme.....	35
A. Rechtliche Legitimität des UDRP-Systems.....	35
B. Forum Shopping.....	36
C. Verfahrensgerechtigkeit trotz Nichterfüllung der Fair-Trial Grundsätze der MRK?.....	37
D. Erschwert die UDRP den Weg zu den ordentlichen Gerichten?.....	39
E. Beweislast und Beweisstandard.....	39
VII. Kritische Analyse von UDRP-Entscheidungen mit österreichischer Beteiligung.....	41
A. Methode der Fallanalyse.....	41
B. Fallanalyse.....	42
1. WIPO Case No. D2000-0186 libro.com.....	42
2. WIPO Case No. D2000-0553 attmexiko.com und att-latinamerica.com.....	45
3. WIPO Case No. D2000-0675 barbarella.com.....	47
4. WIPO Case No. D2000-0766 redbull.org.....	50
5. WIPO Case No. D2000-1769 neusiedler.com.....	53
6. WIPO Case No. D2001-0079 tschibo.com.....	56
7. WIPO Case No. D2001-0347 schöps.com.....	60
8. WIPO Case No. D2001-0422 i-online.com.....	63
9. WIPO Case No. D2001-0466 mobilkom-austria.com.....	66
10. WIPO Case No. D2001-0522 redbullcanada.org, redbullcanada.net, redbullwesterncanada.com.....	68
11. WIPO Case No. D2001-0533 akg.com.....	69
12. WIPO Case No. D2001-0584 redbullentertainment.com, .net, .org.....	71
13. WIPO Case No. D2001-0709 givesyouwings.com.....	73
14. WIPO Case No. D2001-0819 sacherhotel.com, sacher-hotel.com, hotel-sacher.com.....	75
15. WIPO Case No. D2001-0945 austrianairlines.net.....	77
16. WIPO Case No. D2001-1035 redbul.com.....	79
17. WIPO Case No. DTV2001-0019 redbull.tv.....	81
18. E-Resolution Case No. AF 0950 graz.com.....	82
VIII. Ausblick: Revision der UDRP? Der Second WIPO Internet Domain Name Process.....	85
A. International Nonproprietary Names (INNs) für pharmazeutische Substanzen.....	85
B. Namen von internationalen intergouvernementalen Organisationen (IGOs).....	85
C. Personennamen.....	86
D. Geographische Kennzeichen.....	86
E. Trade Names (Gebrauchsnamen von Unternehmen).....	87
IX. UDRP als Vorbild für weitere Online ADR-Modelle.....	87
A. Online-ADR auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene.....	87
B. Der österreichische Entwurf zur Domain-Streitschlichtung.....	89
X. Conclusio.....	90
A. Allgemeines Fazit.....	90

B. Spezielles Fazit zur Fallanalyse: Entscheidungspraxis, typische Fallkonstellationen, Verfahrensgerechtigkeit.....	90
C. Vor- und Nachteile der Online-Streitbeilegung.....	91
D. Abschließende Bewertung der UDRP und Verbesserungsvorschläge.....	92
E. Die Zukunft der Online-Streitbeilegung.....	93
XI. Literaturverzeichnis.....	94
A. Monographien.....	94
B. Aufsätze in juristischen Zeitschriften.....	94
C. Aufsätze und Studien aus dem Internet.....	98
D. Dokumente und wichtige Internetquellen (Auswahl).....	99

Abkürzungsverzeichnis

ADR	Alternative Dispute Resolution
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
Bf	Beschwerdeführer
Bg	Beschwerdegegner
BGH	(deutscher) Bundesgerichtshof
bzw	beziehungsweise
ccTLD	country code Top Level Domain; Länderdomain
CR	Computer und Recht (Zeitschrift)
CRi	Computer und Recht international (Zeitschrift)
dh	das heißt
Domain	[Synonym für] Domain Name
Domain-Inhaber	Inhaber eines Domain Namens
DNS	Domain Name System
E-Commerce	Electronic-Commerce ; elektronischer Geschäftsverkehr
EG	Europäische Gemeinschaft
Final Report	Final Report of the WIPO Internet Domain Name Process
GRUR Int.	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, International (Zeitschrift)
GTLD	generic Top Level Domain
hM	herrschende Meinung
Hrsg	Herausgeber
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
idR	in der Regel
IGO	Intergovernmental Organization
iSd	im Sinne des
ITU	International Telecommunication Union
K&R	Kommunikation und Recht (Zeitschrift)
mA	meiner Ansicht
mE	meines Erachtens
MarkenR	Zeitschrift für deutsches, europäisches und internationales Markenrecht
MMR	Multimedia und Recht (Zeitschrift)
MSchG	Markenschutzgesetz (Österreich)
NAF	National Arbitration Forum
NGO	Non Governmental Organization
NTIA	[US] National Telecommunications and Information Administration
OGH	Oberster Gerichtshof
Policy	Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
RdW	Recht der Wirtschaft (Zeitschrift)
Rules	Set of Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
TCP/IP	Transmission Control Protocol/Internet Protocol
TRIPS	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights
ua	und andere; unter anderem
UDRP	Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy
UN	United Nations; Vereinte Nationen
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Österreich)
vgl	vergleiche
WBI	Wirtschaftsrechtliche Blätter (Zeitschrift)
WIPO	World Intellectual Property Organization
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis (Zeitschrift)
WTO	World Trade Organization

WIPO und die Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP): Kritische Analyse von Entscheidungen mit österreichischer Beteiligung

I. Problemstellung und Methode

Das Internet hat nicht nur unsere (Informations-)Gesellschaft revolutioniert, sondern auch zahlreiche neue Rechtsfragen und Rechtsprobleme aufgeworfen. In Österreich und Deutschland haben Judikatur und Literatur die Grundsätze des Domain Rechts erfolgreich aus bestehenden nationalen Gesetzen (UWG, MSchG, Namensrecht im ABGB) abgeleitet. Auf internationaler Ebene gestaltet sich die Ausgangslage wesentlich schwieriger, weil einheitliche Rechtsgrundlagen weitgehend fehlen, die Natur des Internets als globales Medium aber eine weltweit einheitliche Regelung wünschenswert macht. Hauptziel der WIPO ist dabei, durch die Entwicklung eines schnellen, einfachen und kostengünstigen außergerichtlichen Online-Streitbeilegungsverfahrens für Domain Namenskonflikte die bösgläubige Registrierung bekannter Marken als Domain Namen im Internet effizient zu bekämpfen.

Zu Beginn meiner Diplomarbeit weise ich kurz auf die für das Problemverständnis wichtigen technischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Hintergründe hin.

Die WIPO (als völkerrechtliche Organisation) präsentiere ich kurz historisch und vor allem funktionell mit dem Schwerpunkt E-Commerce/Digital Agenda. Dabei möchte ich zwei Punkte aufzeigen: Die WIPO hat wichtige Pionierarbeit im Bereich Internet und (Urheber-) Recht geleistet und durch ihr Handeln die EU und Nationalstaaten maßgeblich beeinflusst. Andererseits tritt sie trotz ihres völkerrechtlichen Status als UN-Sonderorganisation hauptsächlich als Interessenvertretung zur Stärkung von Urheberrechten und Dienstleister gegenüber Marken auf. Daher ist es eine wichtige Aufgabe meiner Diplomarbeit kritisch zu beobachten, ob die Interessen beider Parteien - Marken bzw private Domain-Inhaber – im Entstehungsprozess des Streitbeilegungsverfahrens und in der Entscheidungspraxis fair und gleich berücksichtigt werden.

Im “WIPO Internet Domain Name Process” muss in öffentlich zugänglichen Konsultationen ein Konsens über die Definition der missbräuchlichen Domain-Registrierung gefunden werden. Noch schwieriger gestaltet sich die Frage auf welchen Rechtsgrundlagen das ADR-Modell etabliert werden soll. Traditionelle völkerrechtliche Instrumente (Vertrag zwischen Staaten) scheinen ungeeignet, weil nicht die WIPO sondern eine privatrechtliche Institution (ICANN) die Kompetenz zur Verwaltung des „Domain Name System“ innehat und Konflikte zwischen Privaten Gegenstand der Streitschlichtung sind. Die ADR-typische freiwillige Unterwerfung kann bei bösgläubigen Domain-Inhabern nicht funktionieren. Eine zwingende Unterwerfung aller gTLD Domain-Inhaber (mit Option auf den ordentlichen Gerichtsweg) mit automatischer Vollstreckung der Entscheidung ist kontrovers, aber die einzige praxistaugliche Lösung.

Den „First WIPO Internet Domain Name Process“ bearbeite ich deskriptiv anhand von Originaldokumenten (WIPO Interim Report, WIPO Final Report), wobei neben dem formalen Ablauf die Diskussion der oben angesprochenen wesentlichen Rechtsfragen im Mittelpunkt stehen soll.

Die ICANN übernimmt das von der WIPO empfohlene Administrative-Dispute-Resolution-Procedure weitgehend und schafft mit der Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) und den UDRP Rules detaillierte materielle bzw verfahrensrechtliche Grundlagen für

die Online-Streitbeilegung. Zentral ist dabei § 4 UDRP, der den Anwendungsbereich materiell auf eindeutige Fälle von „Domain-Grabbing“ einschränkt. Demnach muss der Beschwerdeführer kumulativ beweisen, dass der Domain Name identisch oder verwechslungsfähig ähnlich mit seiner Marke ist, der Domain-Inhaber kein Recht oder legitimes Interesse am Domain Namen hat und der Domain Name schlechtgläubig registriert und verwendet wurde.

Ich bearbeite die UDRP und die UDRP Rules sowie die WIPO Supplemental Rules (die ergänzenden Rechtsgrundlagen des WIPO-Verfahrens) normativ-systematisch Paragraph für Paragraph. Dabei übersetze ich die wesentlichen Passagen wörtlich ins Deutsche und ergänze sie mit einem Kommentar über ihre rechtliche Bedeutung und eventuelle Probleme. Die authentischen Originale in englischer Sprache füge ich im Anhang bei.

Im nächsten Kapitel spreche ich einige der in der Literatur diskutierten zentralen Rechtsprobleme an: Rechtliche Legitimität des UDRP-Systems, Forum-Shopping, Fair-Trial, Verhältnis zur staatlichen Gerichtsbarkeit, Beweislast und Beweisstandard.

Die entscheidende Frage bleibt jedoch, ob sich das von WIPO und ICANN entwickelte Domain-Schlichtungsverfahren in der Praxis bewähren kann. Problematisch ist dabei ua, dass

- es bislang kein einziges wirklich erfolgreiches Online-Streitbeilegungsverfahren gibt;
- es sich um ein völlig neuartiges ADR-Modell in einem sich gerade erst entwickelnden Rechtsbereich (Domain Recht) handelt;
- Parteien und Panels aus unterschiedlichen Staaten und Rechtssystemen beteiligt sind;
- völlig unklar ist, ob der „Instanzenzug“ zum ordentlichen Rechtsweg von allen staatlichen Gerichten akzeptiert wird;
- sich nicht alle „fair trial“ Grundsätze umsetzen lassen, aber dennoch Verfahrensgerechtigkeit auch für die schwächere Partei (Domain-Inhaber) sichergestellt werden muss;
- häufig Beschwerden eingebracht werden, die über den engen Anwendungsbereich der UDRP hinausgehen;
- Domain-Inhaber häufig auf eine Beantwortung der Beschwerde verzichten;
- die Sachverhaltsüberprüfung schwierig ist;
- sämtliche Fristen kurz sind;
- Fehlentscheidungen nur auf dem Rechtsweg korrigiert werden können und strittige Entscheidungen eine Diskussion über die Legitimität des gesamten UDRP-Systems provozieren könnten.

Die WIPO ist mit weit über 4000 Entscheidungen die mit Abstand wichtigste von insgesamt vier Streitbeilegungsstellen. Während die Domain-Urteile des österreichischen OGH in der juristischen Literatur umfassend behandelt werden, gibt es im gesamten deutschen Sprachraum trotz zahlreicher Aufsätze noch keine systematische, fundierte und kritische Analyse konkreter WIPO-Entscheidungen. Genau diese Lücke möchte ich als Hauptpunkt meiner Diplomarbeit durch die Bearbeitung von insgesamt 18 Fällen mit österreichischer Beteiligung schließen. Dabei analysiere ich unter Anwendung der induktiven Methode anhand des Sachverhalts, der zentralen Argumente der Parteien und der rechtlichen Beurteilung durch das Panel, wie die UDRP und insbesondere die Kriterien des § 4 UDRP in der Praxis gehandhabt werden. Ich kommentiere jede Entscheidung einzeln und ergänze meine eigene kritische Analyse durch internationale Kommentare zur jeweiligen Problematik und Hinweise auf vergleichbare Fälle. Siehe dazu auch Kapitel VII. A. „Methode der Fallanalyse“.

Anschließend diskutiere ich auf Grundlage des WIPO Final Report 2 die Weiterentwicklung des internationalen Domain Rechts, wobei ich auf alle Themenbereiche (ua Namen völkerrechtlicher Organisationen und geographische Bezeichnungen) eingehe.

Mit der Vorstellung des geplanten österreichischen Domain-Streitschlichtungsmodells und einer EU-Verordnung, die Domain-Streitbeilegung zwingend vorsieht, möchte ich exemplarisch die positive Vorbildwirkung des UDRP-Systems untermauern.

In der Conclusio stehen die in der Fallanalyse gewonnenen Erkenntnisse zu Vor- und Nachteilen der Online-Streitbeilegung im Mittelpunkt, die von einer abschließenden Bewertung des UDRP-Systems und einzelnen Verbesserungsvorschlägen ergänzt werden.

II. Einleitung: Technische, wirtschaftliche und rechtliche Bedeutung von Domain Namen

A. Das Internet

Das Internet hat einen einzigartigen Siegeszug hinter sich. Innerhalb von nur vier Jahren hat das World Wide Web 50 Millionen Nutzer erreicht, der PC benötigte 16, das Radio 38 und das Telefon sogar 74 Jahre um eine derart breite Akzeptanz zu erreichen.¹ Mehrere Hundert Millionen Menschen (die Schätzungen der tatsächlichen Zahl schwanken sehr stark) nutzen das multifunktionale Internet auf vielfältigste Weise: Information, Recherche, Bildung, soziale Kommunikation, politische Äußerungen, Unterhaltung, E-Mail und – erst seit etwa 1995 – E-Commerce. Ein Wesensmerkmal des globalen, sich jedem Territorialitätsprinzip widersetzenen Internets ist die weitgehende Selbstregulierung ohne Einflussnahme einzelner Staaten. Die Utopie vom Internet als rechtsfreiem Raum ist hingegen längst obsolet.²

B. Das Domain Name System (DNS)

Ein wichtiger Wegbereiter dieses Erfolgs war das Domain Name System (DNS).³ Jeder Computer wird unter Verwendung des TCP/IP Protokolls durch eine IP-Adresse weltweit eindeutig adressiert. Die IP-Adresse besteht aus vier Zahlenblöcken (jeweils Zahlen zwischen 0 und 255, die durch Punkte voneinander getrennt sind) und ist für den Internet Nutzer unpraktisch, weil schwierig zu merken und wenig unterscheidungskräftig. Das menschliche Gehirn merkt sich Wörter und Buchstabenfolgen einfach besser als Zahlenkolonnen. Daher ordnet das DNS der IP-Adresse (etwa 192.91.247.43) einen leichter einprägsamen Domain Namen (wie www.wipo.int) zu. Dieser geniale Trick ermöglicht es Internet Surfern komfortabel durch die Eingabe einer markanten Buchstabenfolge in die Adresszeile des Webbrowsers an die gewünschten Informationen im Internet zu gelangen. Um es mit den prägnanten Worten der WIPO auszudrücken: „Domain Names are the human-friendly form of Internet Addresses.“

C. Die Kennzeichenfunktion von Domain Namen

¹ Quelle: ITU Studie, Jänner 1999. Zitiert nach WIPO Primer on Electronic Commerce and Intellectual Property Issues, Absatz 21 <http://ecommerce.wipo.int/primer/primer.doc>.

² Vgl dazu die wegweisende Dissertation „Internet im rechtsfreien Raum?“ von LAGA aus dem Jahr 1998, die ua ausführlich die Anwendbarkeit bestehender traditioneller österreichischer Rechtsnormen (UWG, Namensrecht des ABGB) auf Domain Namenskonflikte behandelt.

³ Für eine sehr gelungene Darstellung, die auch auf technische Details eingeht, siehe: FORGO Nikolaus, Das Domain Name System, in MAYER-SCHÖNBERGER/GALLA/FALLENBÖCK (Hrsg), Das Recht der Domain Namen, Wien (Manz) 2001, 1-12.

Durch diese Eigenschaft haben Domain Namen Kennzeichenfunktion, dh sie identifizieren und kennzeichnen Unternehmen und Aktivitäten im Internet. Ein typischer Internet Nutzer hat bei der Eingabe eines Domain Namens (zB www.sony.com, www.un.int, www.kfunigraz.ac.at) nicht den angewählten Computer im Kopf, sondern die dahinter stehenden Unternehmen, Marken, Organisationen bzw Inhalte. Unterstützt wird die gedankliche Identifizierung von Domain Namen mit entsprechenden Marken durch die immer häufigere Angabe der Internet Adresse in Werbeanzeigen. Die von der WIPO behauptete Kennzeichenfunktion von Domain Namen wird richtigerweise auch in der ständigen Judikatur der Höchstgerichte (ua OGH, BGH) sowie der deutschsprachigen Literatur einheitlich bejaht.⁴ Die rechtliche Konsequenz daraus ist die Ausdehnung des Kennzeichenschutzes auf den Bereich der Domain Namen, sodass sich Markeninhaber zumindest gegen den offensichtlichen Missbrauch ihres Kennzeichens wehren können.

D. Domain Namen als knappes Gut: Vergabeprinzipien

Aus technischen Gründen kann jeder Domain Name weltweit nur einmal vergeben werden, damit eindeutig klar ist auf welche IP-Adresse und welchen Computer er sich bezieht. Dadurch entsteht eine Knappheit, die Domain Namen zum wertvollen Gut machen. Die Vergabe erfolgt streng nach dem Prioritätsprinzip: „first come – first served“. Derjenige, der einen Domain Namen (zu minimalen Kosten) zuerst registriert wird Eigentümer, auch wenn er bewusst Rechte Dritter verletzt. Eine inhaltliche Prüfung bei Registrierung ist durch die Masse von Anträgen und deren automatisierte Bearbeitung ausgeschlossen. Zusätzliches Konfliktpotential entsteht aus der Territorialität des Markenrechts - bei dem mehrere Kennzeicheninhaber nebeneinander existieren können - und der Globalität des Internets: im DNS kann nur eine einzige Marke weltweit die begehrte Domain <marke.com> erhalten.⁵

E. Die Wirtschaftliche Bedeutung von Domain Namen im E-Commerce

Die (neben einer einfachen und gleichzeitig sicheren Methode zur Bezahlung der Ware) größte Hürde auf dem Weg zum erfolgreichen Abschluss eines elektronischen Geschäftes ist das Auffinden des „Geschäftslokals“ unter Milliarden von Webseiten im Internet. Der ideale Domain Name für Markeninhaber ist kurz, einprägsam und überträgt das Kennzeichen und damit den Markenwert aus der realen in die virtuelle Welt. Alternativ dazu sind weit verbreitete Gattungsbegriffe, wie der mit 7,5 Millionen US\$ bislang teuerste Domain Name <business.com> besonders wertvoll. Diese Tatsache haben zahlreiche Internet Nutzer bereits vor Jahren erkannt und in schlechtgläubiger Weise teilweise Hunderte oder in Extremfällen Tausende Domains einzig und allein zu dem Zweck registriert, diese möglichst teuer an jene Unternehmen zu verkaufen, die den Internet-Boom übersehen haben. Die Herausforderung für die WIPO, die naturgemäß eher die kommerziellen Interessen der Markeninhaber vertritt, besteht nun darin, offensichtliches Domain-Grabbing zu unterbinden ohne die klare Mehrheit der gutgläubigen Domain-Inhaber in ihren Rechten zu beeinträchtigen.

⁴ Ausführlich: FEZER, Die Kennzeichenfunktion von Domainnamen, WRP 2000, 669 ff. Siehe auch GALLA Franz, Markenschutz und Domain Namen, in MAYER-SCHÖNBERGER/GALLA/FALLENBÖCK (Hrsg), Das Recht der Domain Namen, 48 ff. Die Bejahung der Kennzeichenfunktion von Domain Namen (in Deutschland erstmals 1996 durch KUR, in Österreich 1997 durch MAYER-SCHÖNBERGER/HAUER, eolox 1997, 947) war der Ausgangspunkt aller weiteren Überlegungen zum Domain Recht.

⁵ Ausführlich: DINWOODIE, (National) Trademark Laws and the (Non-National) Domain Name System. Allgemein zur Problematik: BETTINGER/THUM, Territoriales Markenrecht im Global Village, in GRUR Int. 1999, 659-680.

III. WIPO

A. Geschichte, Wurzeln und völkerrechtliche Einordnung

Die World Intellectual Property Organization wurde am 14. Juli 1967 in Stockholm durch den Abschluss eines multilateralen Staatsvertrages - der WIPO Convention⁶ – als internationale Organisation gegründet und 1970 tatsächlich etabliert. Am 17. Dezember 1974 wurde der WIPO auf Basis der Artikel 57 und 63 der UN Charta der Status einer United Nations Specialized Agency bzw UN-Sonderorganisation gewährt. Seitdem ist die WIPO Bestandteil des UN-Systems.

Ihre Wurzeln reichen jedoch viel weiter zurück. Geistiges Eigentum wurde bereits durch die „Paris Convention for the Protection of Industrial Property“ aus dem Jahr 1883 („Pariser Konvention“) und die „Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works“ 1886 („Berner Konvention“) geschützt. Die Pariser und Berner Unionen mit ihrem gemeinsamen internationalen Büro in Bern und seit 1960 in Genf⁷ („Bureaux Internationaux reunis pour la propriete intellectuelle“(BIRPI)) entwickelten sich immer mehr in Richtung von internationalen Organisationen. Bei der Revisionskonferenz von Stockholm (1967) wurde schließlich beschlossen, eine neue Organisation zu gründen die generell der Weiterbildung des Schutzes des geistigen Eigentums dient: Die WIPO mit Sitz in Genf. Derzeit hat die WIPO 179 Mitgliedsstaaten.⁸

B. Organe

Die Organstruktur folgt prinzipiell dem klassischen völkerrechtlich bewährten Schema. Zentrales Organ ist die Generalversammlung („General Assembly“; GA) aller WIPO-Mitglieder, die gleichzeitig an den Pariser und Berner Unionen teilnehmen. Daneben gibt es als völkerrechtliche Besonderheit noch die gleichwertige „Conference“, eine Vollversammlung sämtlicher 179 WIPO Mitglieder. Die ausführende Leitungsfunktion obliegt einem Rat, dem „Coordination Committee“ gemäß Art. 8 der WIPO Convention. Das Internationale Büro übernimmt gem. Art. 9 WIPO Convention als permanentes Organ und Sekretariat der WIPO die Tagesgeschäfte und die Vorbereitung von Konferenzen unter der Führung eines Generaldirektors (derzeit Kamil IDRIS) mit umfangreichen Kompetenzen. Bei Fragen des Domain Rechts tritt jedoch stets Francis GURRY, Assistent Director General und Leiter des WIPO Arbitration and Mediation Centers, in Erscheinung. Spezielle Sachthemen werden von Standing Committees behandelt. Es gilt das „implied powers“ Prinzip, wonach jedes Organ alle Maßnahmen ergreifen darf, die den Zielen und Aufgaben der WIPO Convention dienen.⁹ Die Beschlussfassung erfolgt nach dem Mehrheitsprinzip. Bei der Entwicklung der UDRP haben Organe und verbindliche Rechtsakte aber nur eine untergeordnete Rolle gespielt, die eigentliche Umsetzung der WIPO-Empfehlungen erfolgte ausschließlich durch die privatrechtliche ICANN.

C. Aufgaben und Tätigkeitsbereiche

⁶ Convention establishing the World Intellectual Property Organization, Stockholm, July 14, 1967, UNTS, Vol. 828 (1972) 3 – 105.

⁷ Das Büro wurde nach Genf verlegt um besser und näher mit der UNO zu kooperieren.

⁸ Eine Auflistung aller WIPO-Mitgliedsstaaten inklusive Beitrittsdatum findet sich unter www.wipo.int/treaties/docs/english/c-wipo.doc . Abgesehen von einigen wenigen Entwicklungsländern sind alle WIPO-Mitglieder gleichzeitig in den Pariser und Berner Unionen vertreten.

⁹ Vgl Art.4 (viii) WIPO Convention: „shall take all other appropriate action“.

Die WIPO definiert ihre Mission folgendermaßen: „to promote through international cooperation the creation, dissemination, use and protection of works of the human spirit for the economic, cultural and social progress of all mankind“.¹⁰ Durch die Verwaltung von insgesamt 23 völkerrechtlichen Verträgen gewährleistet die WIPO gewisse Minimalstandards und Grundprinzipien für die harmonisierte Umsetzung geistiger Eigentumsrechte in den verschiedenen Ländern.

Ausgehend von den Berner und Pariser Konventionen, den Meilensteinen in den Bereichen Schutz von Urheberrechten bzw gewerblichem Eigentum (Markenrechte, Erfindungen/Patente), hat die WIPO den Schutzbereich durch nachfolgende völkerrechtliche Verträge vertieft, erweitert und den technologischen Entwicklungen angepasst.

Verträge wie das „Patent Cooperation Treaty“ (PCT), das „Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks“ mit dem dazugehörigen Protokoll 1989 und das „Hague Agreement Concerning the International Deposit of Industrial Design“ gewährleisten, dass eine einzige internationale Registrierung Auswirkungen in allen unterzeichnenden Staaten hat. Die WIPO tritt dabei als Dienstleister gegenüber Industrie und Handel auf und finanziert sich durch die Einnahmen aus internationalen Registrierungen zu 85 % selbst. Nach eigenen Angaben werden derzeit jährlich 91 000 internationale Patente, das entspräche etwa 8,5 Millionen nationalen Patenten, und 23 000 internationale Marken registriert.¹¹

Zudem hat die WIPO durch das „Trademark Law Treaty“ (TLT) von 1994 und das „Patent Law Treaty“ (PLT) aus dem Jahr 2000 eine Vereinfachung und Harmonisierung des Verfahrens zur Erlangung nationaler Patente bzw Marken in Gang gesetzt. Vier weitere WIPO Verträge haben ein international einheitliches Klassifizierungssystem etabliert, nach dem ua Marken in bestimmte Klassen und Patente in technische Kategorien eingeteilt werden.

Gerade im Problemfeld „Anpassung des Urheberrechts an das Internetzeitalter“ hat die WIPO durch den Abschluss der „Internet Verträge“ WIPO Copyright Treaty (WCT) und WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT) im Jahr 1996 eine wichtige Vorreiterrolle übernommen. Bereits lange bevor die erforderliche Zahl von 30 Ratifikationen zustande kam, wurden die Ideen der WIPO sowohl im US Digital Millennium Copyright Act als auch in der Urheberrechtslinie der EG¹² umgesetzt.

Um das Informationsdefizit in Entwicklungsländern in Bezug auf geistiges Eigentum zu bekämpfen, wurde die WIPO Worldwide Academy ins Leben gerufen. An diesem Trainings und Ausbildungsprogramm haben im Jahr 2000 rund 11000 Personen aus 130 Nationen teilgenommen.

Das TRIPS Abkommen hat 1995 eine neue Ära im Schutz geistiger Eigentumsrechte eingeleitet und die Position der WIPO und ihres Arbeitsprogramms gestärkt. Zur Implementierung der TRIPS Vereinbarung haben WIPO und WTO ein Kooperationsabkommen geschlossen.¹³

¹⁰ Quelle: WIPO Annual Report 2000.

¹¹ Daten aus dem Jahr 2000. Quelle: WIPO Annual Report 2000.

¹² Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft, Amtsblatt Nr. L 167 vom 22/06/2001 S. 0010 - 0019 . Die Richtlinie beruft sich in Absatz 15 ausdrücklich auf die WIPO-Verträge und die WIPO Digital Agenda.

¹³ Zu den Hintergründen und Inhalten dieser Kooperation siehe WO/GA/24/5 Rev. vom 20. September 1999, http://www.wipo.int/eng/document/govbody/wo_gb_ga/doc/ga24_5r.doc .

1994 wurde das WIPO Arbitration and Mediation Center als Alternative zur Gerichtsbarkeit errichtet. Obwohl das WIPO Arbitration and Mediation Center Schlichtung und Mediation in allen Bereichen geistiger Eigentumsrechte anbietet, hat sich die Streitbeilegung von Domain Namenskonflikten zu seiner Hauptaufgabe entwickelt.

Informationen zu allen Tätigkeitsbereichen, sowie umfassende Dokumente und Protokolle zu sämtlichen Reden auf internationalen Konferenzen (meist zusätzlich als Tondokumente im Real-Audio Format) bietet die WIPO auf ihrer vorbildlichen Internet-Webseite www.wipo.int an.

D. Die WIPO Digital Agenda: Anpassung geistiger Eigentumsrechte an das Internetzeitalter

Die WIPO bezeichnet sich selbst als „An Organization for the Future“. Sie nimmt eine Schlüsselrolle ein bei der Bewältigung von Herausforderungen und Chancen, die sich durch neue technologische Entwicklungen - wie Internet und E-Commerce - für das Urheberrecht ergeben. Die ambitionierten Zielsetzungen der WIPO Digital Agenda sind keinesfalls unumstritten. Dennoch ist die internationale Bedeutung der WIPO durch die Behandlung dieser neuen Rechtsprobleme enorm gestiegen. Sie hat auf völkerrechtlicher Ebene alle wesentlichen Änderungen nationaler Urheberrechtsgesetze determiniert und der Online-Streitbeilegung zum Durchbruch verholfen. Die WIPO Digital Agenda wurde im September 1999 bei der „WIPO International Conference on Electronic Commerce and Intellectual Property“ präsentiert und von den Mitgliedsstaaten bei der folgenden Generalversammlung (WO/GA/24/11) angenommen.

Internet und digitale Technologien werden einen schwerwiegenden Einfluss auf das System der geistigen Eigentumsrechte nehmen, dessen langfristige Auswirkungen sich derzeit kaum abschätzen lassen. Die WIPO ist sich dieser „wahrhaft einzigartigen Herausforderung“ durchaus bewusst und hat mit der WIPO Digital Agenda¹⁴ ein weitreichendes Arbeitsprogramm mit den folgenden zehn zentralen Zielsetzungen gestartet:

- 1) Die Erweiterung der Teilnahme von Entwicklungsländern durch die Verwendung des WIPOnet.

Kommentar: Allen Mitgliedsstaaten soll die nötige Ausstattung (Hardware, Software, Internet-Verbindung) zur Verfügung gestellt werden um über das WIPOnet Zugang zu Informationen über geistiges Eigentum zu haben, die globale Politik mitzubestimmen und die Chancen für geistiges Eigentum im E-Commerce zu nutzen.¹⁵

- 2) Das In-Kraft-Treten der WIPO Copyright Treaty (WCT) und der WIPO Performances and Phonograms Treaty (WPPT) bis Dezember 2001.

Kommentar: Dazu waren gemäß Art. 20 WCT bzw Art. 29 WPPT jeweils 30 Ratifikationen nötig, die mit geringer Verspätung erreicht wurden. Dabei handelt es sich um Schlüsselverträge von enormer Bedeutung, die den Schutz des Copyrights ausdrücklich auf das Internet und digitale Netzwerke ausdehnen und so die Grundsätze der Berner Konvention 1886 der digitalen Realität des Internetzeitalters anpassen. Erstmals wird in diesen WIPO-„Internet-Verträgen“ den

¹⁴ Siehe Annex zum WIPO Dokument WO/GA/24/11 Rev. unter http://www.wipo.org/eng/document/govbody/wo_gb_ga/pdf/ga2411ra.pdf.

¹⁵ Im Juli 2000 verfügten laut einer WIPO-Studie 64 WIPO-Mitgliedsstaaten über keinen Internet-Zugang. Gerade im Bereich der geistigen Eigentumsrechte haben Entwicklungsländer noch mehr Aufholbedarf als in anderen Wirtschaftsbereichen. Die Schließung von Informationslücken ist absolute Grundvoraussetzung für den verstärkten Schutz derartiger Rechte in Entwicklungsländern.

Rechteinhabern ausdrücklich das exklusive Recht gewährt, die Online-Übertragung zu autorisieren.¹⁶ Computerprogramme werden urheberrechtlich geschützt und die Vertragsstaaten verpflichtet, gesetzlichen Schutz gegen die Umgehung technischer (Kopierschutz-)Maßnahmen¹⁷ der Autoren und des elektronischen Rechtemanagements¹⁸ zu gewähren. Digitalisierte Informationen lassen sich unbeschränkt vervielfältigen. Noch nie war es so einfach geistige Eigentumsrechte zu verletzen wie heute. Ein wirksamer Schutz von Rechteinhabern ist nur durch eine Kombination von juristischen und technischen Maßnahmen (Kopierschutz etc) möglich. Die WIPO setzt sich in ihrer Digital Agenda vehement für die Stärkung geistiger Eigentumsrechte ein und nimmt dabei bewusst Einschränkungen für die Konsumenten (zB Aushebelung des Rechtes auf Privatkopie) in Kauf.

- 3) Anpassung der internationalen Rahmengesetze durch Ausdehnung der WPPT Prinzipien auf audiovisuelle Darstellungen, die Anpassung von Übertragungsrechten an die digitale Ära und Überlegungen zum möglichen Schutz von Datenbanken.

Kommentar: Diese Fragen wurden 1996 bei den Verhandlungen zum Abschluss der WCT bzw WPPT Verträge offen gelassen.

- 4) **Implementierung der Empfehlungen des Reports zum WIPO Internet Domain Name Process** und Erreichen von Kompatibilität von Kennzeichen der realen und der virtuellen Welt durch Etablierung von Regeln für gegenseitigen Respekt und die Eliminierung von Widersprüchen zwischen dem System der Domain Namen und dem System des geistigen Eigentums.

Kommentar: Ob und inwieweit dies gelungen ist werde ich im Rahmen meiner Diplomarbeit ausführlich erörtern.

- 5) Entwicklung geeigneter Prinzipien auf internationalem Level über die Umstände der Verantwortlichkeit von Online Service Providern für Verletzungen von geistigen Eigentumsrechten.

Kommentar: Dieser Punkt der WIPO Digital Agenda ist besonders umstritten und nach meiner Meinung juristisch sehr bedenklich, da die OSPs für das Handeln eines Dritten haften würden: Sie stellen ihren Kunden nur den Webespace für eine Homepage zur Verfügung, dieser begeht die Verletzung. Wenn nach hM bereits bei der Domain-Registrierung die Kontrolle ob Markenrechte verletzt werden unzumutbar ist, muss dies um so mehr für eine Kontrolle des kompletten Inhalts einer Webseite gelten.¹⁹ Vertretbar ist aber die Verpflichtung des OSPs die Rechtsverletzung nach Verständigung durch den Rechteinhaber zu beseitigen (wie in § 16(1) des österreichischen E-Commerce Gesetzes).

- 6) Schaffung des institutionellen Rahmens zur Erleichterung der kommerziellen Verwertung von geistigen Eigentumsrechten im öffentlichen Interesse einer globalen Wirtschaft und über ein globales Medium.

¹⁶ Art. 8 WCT bildet damit ua eine völkerrechtliche Grundlage zur Unterbindung der unautorisierten Verbreitung von urheberrechtlich geschütztem Material (Musik im mp3-Format, zunehmend Filme) über sog. Tauschbörsen im Internet.

¹⁷ Art. 11 WCT.

¹⁸ Art. 12 WCT.

¹⁹ So auch das österreichische E-Commerce Gesetz, das in § 18 eine allgemeine Kontrollpflicht des OSPs verneint.

Kommentar: Durch die Implementierung von „electronic copyright management“ bzw. „Digital Rights Management“ (DRM) Systemen soll urheberrechtlich geschütztes Material in digitaler Form lizenziert werden. Ebenfalls geplant ist die Online-Durchführung von Disputen über geistiges Eigentum. Daher ist es von vitalem Interesse, wie sich das Online-Streitbeilegungsverfahren für Domain Namenskonflikte in der Praxis bewährt.

- 7) Entwicklung und Einführung eines Online-Verfahrens zur Einreichung und Verwaltung von internationalen Anmeldungen unter dem Patent Cooperation Treaty (PCT), dem Madrider System (internationale Markenregistrierung) und dem Hague Agreement (industrielles Design).

Kommentar: Dies vereinfacht und beschleunigt in Zukunft die weltweite Anmeldung von geistigen Eigentumsrechten. Diese derzeit noch offline abgewickelten internationalen Anmeldungen bilden die wichtigste Einnahmequelle der WIPO und erwirtschaften allein 85% des jährlichen WIPO-Budgets von 200 Millionen Schweizer Franken. Daher kann die WIPO es sich leisten, 40 Millionen Schweizer Franken in das IMPACT Projekt (Information Management for The Patent Cooperation Treaty) zur vollständigen Automatisierung aller PCT Operationen zu investieren. Das IMPACT Projekt wird in vier Jahren abgeschlossen sein.

- 8) Untersuchung des Bedarfs an praktischen Maßnahmen zur Verbesserung des sicheren Managements von geistigen Eigentumsrechten in digitaler Form.

Kommentar: Geprüft werden soll die Erwünschtheit und Effizienz von Modellen und Formen der globalen Lizenzierung digitaler Vermögenswerte. Weitere Punkte sind die Beglaubigung von elektronischen Dokumenten und die Einführung eines Verfahrens zur offiziellen Bescheinigung des Einhaltens der Normen des geistigen Eigentums für Webseiten. Die WIPO selbst könnte als neutrale dritte Partei diese Zertifikate ausstellen. Dadurch könnte das Vertrauen der Konsumenten gegenüber E-Commerce Anbietern erheblich gesteigert werden.

- 9) Untersuchung aller anderen auftauchenden Probleme zum Thema geistiges Eigentum und E-Commerce und, soweit angemessen, Entwicklung entsprechender Normen.

Kommentar: Dabei handelt es sich um eine wichtige Generalklausel, die es ermöglicht auf zukünftige Problemstellungen einer sich unglaublich rasch entwickelnden Materie einzugehen.

- 10) Koordination mit anderen internationalen Organisationen bei der Formulierung der angemessenen internationalen Positionen zu [mit anderen Rechtsmaterien wie Handel und Telekommunikation verflochtenen] Fragen des geistigen Eigentums wie insbesondere der Gültigkeit von elektronischen Verträgen und der örtlichen Zuständigkeit.

Kommentar: Die wichtigsten Partner der WIPO werden diesbezüglich die International Telecommunication Union (ITU) und die World Trade Organization (WTO) sein. Essentiell ist ein harmonisierter Zugang seitens der Gemeinschaft der Staaten und aller internationalen Organisationen um territoriale Widersprüche bei der Bewältigung der per se globalen Herausforderung Internet und E-Commerce auszuschließen.

IV. First WIPO Internet Domain Name Process

A. Hintergründe und formaler Ablauf

1. Die Rolle der WIPO bei der Privatisierung der Verwaltung des Domain Name Systems: Lösung von Marke/Domain Konflikten

Der WIPO Internet Domain Name Process muss im Lichte eines größeren Vorhabens, nämlich der Privatisierung des DNS betrachtet werden. Bereits 1996 wird das Internet International Ad Hoc Committee (IAHC) zur Diskussion der Reformierung der DNS-Verwaltung gebildet.²⁰ Das sogenannte „white paper“²¹ des US Handelsministeriums bzw der NTIA sieht die Schaffung privatrechtlicher Strukturen im Internet und die Koordination des DNS durch ein privates non-profit Unternehmen – der späteren ICANN – vor.

Der WIPO wird in Kapitel 8 des White Paper folgendes Mandat erteilt: “The U.S. Government will seek international support to call upon the World Intellectual Property Organization (WIPO) to initiate a balanced and transparent process, which includes the participation of trademark holders and members of the Internet community who are not trademark holders, to (1) develop recommendations for a uniform approach to resolving trademark/domain name disputes involving cyberpiracy (as opposed to conflicts between trademark holders with legitimate competing rights), (2) recommend a process for protecting famous trademarks in the generic top level domains, and (3) evaluate the effects [...] of adding new gTLDs and related dispute resolution procedures on trademark and intellectual property holders. These findings and recommendations could be submitted to the board of the new corporation [ICANN] for its consideration in conjunction with its development of registry and registrar policy and the creation and introduction of new gTLDs.”

In der 33. Versammlung („Assembly“) vom September 1998 erhält die WIPO von ihren Mitgliedsstaaten die Zustimmung diese Vorgaben umzusetzen.²²

2. Der formale Ablauf: Kooperation völkerrechtlicher und privater Institutionen in einem öffentlichen Prozess

Ausgangspunkt ist der Request for Comments (WIPO RFC-1)²³, der die Reichweite des Prozesses, die prinzipiellen Rechtsfragen, den Ablauf und Zeitplan des Prozesses umschreibt. Darin werden alle interessierten Parteien, dh neben Staaten, internationalen Organisationen und dem „Panel of Experts“ auch Markenvertreter und Privatpersonen aufgefordert Kommentare abzugeben.

Weitere Schritte sind die Veröffentlichung des RFC-2, die Abhaltung von insgesamt 17 öffentlich zugänglichen Konsultationen rund um den Globus,²⁴ die Veröffentlichung des RFC-3

²⁰ Hintergründe und Dokumente unter www.iahc.org bzw <http://www.iahc.org/iahc-docs.html> . Am IAHC waren ua auch Vertreter der WIPO beteiligt.

²¹ White Paper vom 5.Juni 1998, offizieller Titel: “Statement of Policy on the management of Internet Names and Addresses” .Nachzulesen unter http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/domainname/6_5_98dns.htm Interessant sind vor allem das Kapitel 8 „The Trademark Dilemma“ und die Schilderung der historischen Entwicklung der DNS-Verwaltung.

²² Siehe dazu die WIPO Dokumente A/33/4 und A/33/8.

Exemplarisch für zahlreiche positive Stellungnahmen: “The Delegation of Austria expressed its appreciation for the activities undertaken by the Organization to meet the new challenges posed by an increasingly globalized world and by new developments in information technology such as the setting up of the Standing Committee on Information Technologies, the automation of the PCT, and the activities undertaken with respect to Internet domain names.”

²³ Der WIPO RFC-1 wird im Annex des WIPO Dokuments A/33/4 im Volltext wiedergegeben.

²⁴ Überblick über die Konsultationen und umfangreiche Protokolle unter <http://wipo2.wipo.int/process1/consultations/index.html> .

(gleichzeitig „Interim Report“) und schließlich die Präsentation der Ergebnisse im WIPO Final Report vom 30. April 1999.²⁵ Im Sinne der Transparenz werden sämtliche Kommentare auf der offiziellen WIPO-Homepage veröffentlicht und alle regionalen Konsultationen genau dokumentiert.²⁶ Bereits die Auflistung der am Entwicklungsprozess aktiv durch Kommentare Beteiligten beweist, dass der WIPO Internet Domain Name Process neue Wege in der Zusammenarbeit von völkerrechtlichen und privaten Institutionen beschreitet: 40 Staaten, 6 internationale Organisationen, 72 NGOs als Vertreter der Industrie und anderer spezieller Interessen, 181 Unternehmen sowie 182 Privatpersonen.

Dennoch gibt es Kritik: So behauptet FROOMKIN, dass der WIPO Prozess nur nach formalen Gesichtspunkten öffentlich war, weil er nur auf der [damals noch wenig frequentierten] offiziellen WIPO-Homepage präsentiert wurde und etwa externe Mailing-Listen oder andere Wege die Internet Community auf breiter Basis zu erreichen, gemieden wurden.²⁷ Folglich waren bei den öffentlichen Konsultationen üblicherweise weniger als 100 Personen – großteils Regierungs- und Markenverteter – anwesend. Der tatsächliche Entwurf des Final Reports sei allein durch das WIPO Personal hinter verschlossenen Türen erfolgt, sogar das von der WIPO eingesetzte Expertenpanel (Fromkin war einer der Experten) sei weitgehend ignoriert worden.

B. Diskussion zum Ablauf der Domain-Registrierung

1. Status Quo

Der status quo zu Beginn des WIPO Internet Domain Name Process ist ein einfaches, schnelles und relativ günstiges System zur Registrierung von Domain Namen. Die Vergabe erfolgt ausschließlich nach dem Prioritätsprinzip, nach dem Motto „first come – first served“. Es wird weder die Berechtigung einen speziellen Namen zu nutzen geprüft noch eine Verifizierung der Kontaktdaten durchgeführt. Das hat einerseits zu missbräuchlichen Registrierungen, aber andererseits durch niedrige Eintrittsbarrieren zu einem unglaublich schnellen Wachstum des Internets geführt.²⁸ Das DNS selbst ist aufgrund seines überragenden Erfolges unantastbar. Daher hat man sich in der Diskussion auf die Frage der Kontaktdaten konzentriert.

2. Bekanntgabe persönlicher Daten als zwingende Voraussetzung jeder Domain-Registrierung?

Gruppe A, die das Internet primär als E-Commerce Plattform betrachtet, hält die unbeschränkte Abrufbarkeit von Kontaktdaten für essentiell zur Verhinderung vorsätzlicher Verletzungen geistiger Eigentumsrechte, betrügerischer kommerzieller Praktiken, sowie zum Konsumenten- und Jugendschutz.²⁹

Gruppe B, die das Internet eher als Medium der sozialen Kommunikation und politischen Äußerung betrachtet, sieht in der Bekanntgabe von Name und Adresse jedes Domain-Inhabers

²⁵ Der WIPO Final Report ist als Official WIPO Publication No. 439 in Buchform erhältlich und im Volltext unter <http://wipo2.wipo.int/process1/report/index.html> (wahlweise im Word, PDF oder html Format) abrufbar.

²⁶ Zusammenfassung und Übersicht unter <http://wipo2.wipo.int/process1/index.html>.

²⁷ Vgl FROOMKIN, Commentary, S. 6 ff., Absätze 9 bis 18.

²⁸ Anfang 1995 waren weltweit 100 000, bei Erstellung des Final Report 7,2 Millionen Domain Namen registriert. Mittlerweile hat sich diese Zahl auf über 33 Millionen vervielfacht, davon 23 Millionen unter der .com TLD. Aktuelle Zahlen unter www.domainstats.com.

²⁹ Vgl Kommentare zum RFC 3 von ASCAP, International Intellectual Property Alliance, Time Warner, RIAA, America Online ua.

eine Einschränkung der Privatsphäre, Gefahr für politisch Andersdenkende und generell eine Erosion der bürgerlichen Freiheiten.³⁰

Die WIPO nimmt erstgenannte Position ein und erklärt, dass Verantwortlichkeit für Aktivitäten im Internet definitiv existiert und der Schutz geistiger Eigentumsrechte nur bei genauen und verlässlichen Kontaktdetails möglich ist.

Welche Daten müssen nun bei Domain-Registrierung angegeben werden? Name, Postadresse (Postfach genügt nach Ansicht der WIPO), E-Mail Adresse, Telefonnummer, Faxnummer (wenn vorhanden) und bei Organisationen und Unternehmen der Name einer autorisierten Kontaktperson. Die ICANN verpflichtet alle Registrierungsstellen zu diesen Daten öffentlichen Zugang auf Echtzeit-Basis, dh mindestens täglich aktualisiert, zu gewähren. Durch Recherche in der WHOIS-Datenbank kann jeder Domain-Inhaber ausgeforscht und verpflichtend dem UDRP-Streitbeilegungsverfahren unterworfen werden.

Allerdings sollen die Registrierungsstellen nicht mit einer exakten Prüfung der Daten belastet werden. Die WIPO empfiehlt Verifizierung durch automatisierte Systeme und das Versenden eines Bestätigungs-E-Mails.³¹ Als Sanktion für die Bereitstellung ungenauer oder unverlässlicher Kontaktdetails ist ausdrücklich der Widerruf der Registrierung vorgesehen.³² Die meisten Kommentare unterstützen diese Vorgangsweise. In der Praxis wird aber auf die Verifizierung der WHOIS-Daten verzichtet. Dadurch ergibt sich folgendes Problem: Personen die (schlechtgläubig?) falsche Daten angeben oder eine Änderung ihrer (Wohn und/oder E-Mail) Adresse nicht melden, können nicht von einem anhängigen UDRP-Verfahren verständigt werden, gelten als säumig und verlieren meist ihren Domain Namen ohne am Verfahren beteiligt zu sein.

Um Konflikte von vornherein zu vermeiden soll der Registrierende durch folgende Klausel in den AGB (Allgemeinen Geschäftsbedingungen) jeder Domain-Registrierungsstelle zur Respektierung von Markenrechten ermahnt werden: „Nach meinem besten Wissen und Glauben verletzt weder die Registrierung noch die Art, auf die die Domain direkt oder indirekt genutzt wird, geistige Eigentumsrechte einer anderen Partei.“ bzw. „Meine Angaben sind wahr und genau.“³³

Weiters wird zur Koexistenz ähnlicher Namen im Internet die Einrichtung von „gateway“ oder Portalseiten mit Links auf die einzelnen Kennzeicheninhaber als Lösung diskutiert. Die WIPO ermutigt zwar zu solchen Lösungen, möchte sie aber nicht verbindlich etablieren.

C. Beilegung von Konflikten in einer multijurisdiktionalen Welt durch eine globale Schlichtungsordnung: Die UNIFORM DISPUTE-RESOLUTION POLICY

1. Charakteristika von Konflikten zwischen geistigen Eigentumsrechten und der Registrierung von Domain Namen

³⁰ Vgl Kommentare zum RFC 3 von Electronic Frontier Foundation, Government of Sweden, Center for Democracy and Technology ua.

³¹ Die WIPO scheut sich festzulegen wie die automatisierte Überprüfung konkret stattfinden soll. Kommentare empfehlen etwa die Übereinstimmung von Postleitzahl und Telefonnummer sowie periodische E-Mails.

³² Rechtsgrundlage ist ein schwerer Vertragsbruch der Registrierungsvereinbarung.

³³ Siehe WIPO Final Report, Absätze 106-109. Allerdings werden die AGB nur selten wirklich genau gelesen. Die WIPO erleichtert gewissenhaften Domain-Registrierenden die Recherche durch ihr „Trademark Database Portal“, das unter <http://ecommerce.wipo.int/databases/trademark/index.html> Links auf die Datenbanken aller nationalen Marken-Registrierungsstellen anbietet.

Weil Domain Namen (gTLDs aber auch ccTLDs) globale Präsenz gewährleisten, können auch Konflikte multijurisdiktional sein. Behauptete Verletzungen können sich über mehrere Jurisdiktionen erstrecken mit der Konsequenz, dass mehrere nationale Gerichte zuständig sind oder mehrere unabhängige Handlungen gesetzt werden müssen, weil verschiedene Tatbestände des geistigen Eigentums in verschiedenen Jurisdiktionen verwirklicht sind.

Die Klärung der internationalen gerichtlichen Zuständigkeit ist enorm kompliziert.³⁴

Das Bedürfnis Konflikte über Domain Namen schnell zu klären ist oft besonders dringend.

Es herrscht ein Missverhältnis zwischen den günstigen Kosten der Domain-Registrierung und dem ökonomischen Wert des Schadens der daraus resultieren kann sowie den hohen Kosten, die Situation über Gerichte zu klären.

2. Reichweite des Streitbeilegungsverfahrens

Die umstrittenste und schwierigste Frage des gesamten WIPO Internet Domain Namen Prozesses war die materielle Reichweite des Streitbeilegungsverfahrens.

Für einen *restriktiven Zugang* und Beschränkung auf Fälle von behaupteter missbräuchlicher Registrierung von Domain Namen spricht, dass³⁵

- es weniger beschwerlich ist zu entscheiden, ob die Registrierung eines Domain Namens missbräuchlich ist als welche von zwei Parteien, die beide legitime Interessen haben, die besseren Rechte hat;
- die Entscheidungen in hohem Maße vorhersehbar sind;
- komplexe Sachverhalts- und Beweisermittlungen unwahrscheinlich sind;
- die Chancen auf ein tatsächlich schnelles, effizientes und günstiges Streitbeilegungsverfahren erhöht werden;
- es weniger wahrscheinlich ist, dass der Verlierer des Streitbeilegungsverfahrens anschließend ein Gerichtsverfahren initiiert; dadurch wird das Potential für Gerichtsurteile, die Streitbeilegungsentscheidungen aufheben bzw umdrehen, minimiert und die Glaubwürdigkeit des Systems gestärkt.

Argumente für einen *breiten Zugang*, der die Geltendmachung der Verletzung jedes geistigen Eigentumsrechtes durch Registrierung eines Domain Namens ermöglicht sind, dass³⁶

- eine Beschränkung auf missbräuchliche Domain-Registrierungen unfairerweise alle anderen Dispute den teureren und schwerfälligen nationalen Gerichten überlässt;
- die Intention des Schutzes geistiger Eigentumsrechte durch einen breiteren Zugang besser umgesetzt wäre, weil mehr Fälle durch das im Vergleich zur Gerichtsbarkeit einfachere und kostengünstigere Streitbeilegungssystem behandelt werden;
- die Beschränkung auf missbräuchliche Domain-Registrierungen Diskussionen über die Zulässigkeit des Streitbeilegungsverfahrens im Einzelfall provoziert und dadurch die

³⁴ Vgl dazu LURGER Brigitta, IZVR und IPR bei Internet Domain Namen, in MAYER-SCHÖNBERGER/GALLA/FALLENBÖCK (Hrsg), Das Recht der Domain Namen, Wien (Manz) 2001, 103-138. Der Aufsatz nennt gleich mehrere mögliche Gerichtsstände, kann aber keine eindeutige, wirklich befriedigende Lösung anbieten.

³⁵ Siehe WIPO Interim Report, Absatz 148 .

³⁶ Siehe WIPO Interim Report, Absatz 149 .

Effizienz des gesamten Systems gefährdet. Zudem würden Parteien, die Zweifel an der Zulässigkeit haben, stattdessen den Gerichtsweg wählen.

Als ausdrücklich provisorische Position hat sich die WIPO im Interim Report noch für den breiten Zugang entschieden.

Dies hatte massive Kritik durch die Mehrheit der Kommentatoren zur Folge, weil

- auch für gutgläubige Domain-Inhaber unfaire Kosten durch Beantwortung der Beschwerde gegen sie entstehen würden;
- gutgläubige Domain-Inhaber der Gefahr des „reverse domain name hijacking“ ausgesetzt wären;
- es besser sei, ein neues Verfahren weniger ambitioniert zu beginnen und auf bekannte besonders offensive Verhaltensweisen auszurichten;
- durch die Öffnung für alle Arten des Disputs das krasseste Problem, nämlich Domain-Grabbing bzw. „Cybersquatting“, dh vorsätzliche, schlechtgläubige, missbräuchliche Registrierung von Domain Namen unter Verletzung der Rechte von Dritten, in den Hintergrund rücke;
- es aufgrund fehlender internationaler Harmonisierung bei der Anwendung von Markenrechten besser sei, eine verpflichtende Unterwerfung unter ein Streitbeilegungsverfahren über konkurrierende gutgläubige Rechte zu vermeiden.

Als Reaktion hat die WIPO im Final Report zwei wesentliche Änderungen gegenüber dem Interim Report vorgenommen:

Erstens wurde die Reichweite auf offensichtliche Fälle von „Cybersquatting“ eingeschränkt. Als zweite Einschränkung bezieht sich die Definition der missbräuchlichen Registrierung von Domain Namen nur mehr auf Markenrechte und nicht auf alle geistigen Eigentumsrechte. Anders formuliert: Einzig und allein Markeninhaber, deren Rechte durch vorsätzliche, bösgläubige Registrierung von Domain Namen verletzt werden, sind beschwerdelegitimiert.

3. Verhältnis zur Gerichtsbarkeit und Festlegung von Zwangsgerichtsständen

Die New York Convention on the Recognition and Enforcement of Foreign Arbitral Awards von 1958 („New York Convention“), die völkerrechtlich für über 100 Staaten verbindlich ist, sieht als Rechtsfolge der Unterwerfung unter ein Schiedsverfahren („arbitration“) den Verlust des Rechtes, seinen Anspruch auf gerichtlichem Wege geltend zu machen, vor.

Die WIPO betrachtet das Streitbeilegungsverfahren keinesfalls als „arbitration“ bzw. Schiedsgericht im klassischen völkerrechtlichen Sinn, sondern als ergänzende, durch eine Vertragsklausel in der Domain-Registrierungsvereinbarung für jeden Domain-Inhaber verpflichtende, Alternative zur Gerichtsbarkeit. Als „Entschädigung“ für das einseitig aufgezwungene ADR-Verfahren will sie den Gerichtsweg offen halten.³⁷

Richtigerweise wird diese Position von beinahe allen Kommentaren unterstützt; schließlich wird weltweit jeder gTLD Domain-Inhaber gezwungen, sich dem Streitbeilegungssystem zu unterwerfen, dh er wählt den Schlichtungsweg gar nicht freiwillig.

Um Rechtssicherheit zu schaffen sollen in der Domain-Registrierungsvereinbarung zwei Zwangsgerichtsstände geschaffen werden, nämlich der Heimatstaat des Domain-Inhabers und

³⁷ Siehe WIPO Final Report, Absatz 140.

der Staat in dem die Vergabestelle ihren Sitz hat.³⁸ Eventuelle weitere Gerichtsstände bleiben davon unberührt.

4. Grundprinzipien beim Entwurf der Administrative Dispute Resolution Policy

Die WIPO entwirft folgendes Anforderungsprofil für das Streitbeilegungsverfahren:³⁹

- (i) Das Verfahren soll es Parteien ermöglichen einen Disput rasch und zu geringen Kosten beizulegen.
- (ii) Das Verfahren soll es erlauben alle relevanten Rechte und Interessen der Parteien zu berücksichtigen und die Fairness des Prozesses für alle betroffenen Parteien sicherzustellen.
- (iii) Das Verfahren soll einheitlich oder konsistent in allen offenen gTLDs (.com;.net;.org) sein. Bei verschiedenen Verfahren bestünde die Gefahr, dass gTLD Domains mit schwächeren, unverbindlichen oder nicht automatisch vollstreckten Entscheidungen zu Zufluchtsorten für missbräuchliche Registrierungen werden.
- (iv) Das Streitbeilegungsverfahren soll den Zugang zu den Gerichten nicht versperren. Eine Partei soll die freie Wahl haben einen Prozess bei einem zuständigen nationalen Gericht zu initiieren, wenn sie dies anstelle der alternativen Streitbeilegung bevorzugt. Es soll möglich sein vor Gericht eine de novo Betrachtung eines Disputs, der Gegenstand der Streitbeilegung war, zu erlangen.
- (v) Die Streitbeilegungsentscheidungen sollen keine bindende Präcedenzwirkung für nationale Gerichte haben. Es soll an den Gerichten der einzelnen Staaten liegen, welches Gewicht sie den Entscheidungen beimessen.
- (vi) Um die schnelle Lösung von Disputen sicherzustellen soll die Wiedergutmachung auf den Status der Registrierung des Domain Namens selbst beschränkt sein, dh Schadenersatz in Geld ist ausgeschlossen.
- (vii) Die Entscheidung soll durch die betroffene Registrierungsstelle direkt vollstreckt werden indem sie, falls notwendig, entsprechende Änderungen an der Domain Namen Datenbank vornimmt.
- (viii) Abgesehen von der Implementierung der Entscheidungen sollen die Domain-Registrierungsstellen nicht in die Abwicklung des Verfahrens involviert sein.
- (ix) Ein Gerichtsurteil eines zuständigen Gerichts aus einem Staat, der an die Paris Convention for the Protection of Industrial Property oder das TRIPS Übereinkommen gebunden ist, soll gegenüber der Streitbeilegungsentscheidung die Oberhand behalten.

Der vollständig ausformulierte Entwurf der WIPO zur Domain-Streitbeilegung findet sich in Annex IV⁴⁰ bzw Annex V⁴¹ des WIPO Final Report.

5. Die Definition der missbräuchlichen Domain-Registrierung

Die WIPO Definition⁴² wurde später von der ICANN fast wortwörtlich in die UDRP übernommen. Daher verweise ich auf § 4(a) und § 4(b) UDRP, die im nächsten Abschnitt ausführlich besprochen werden. Während die vier exemplarischen Gründe für

³⁸ Siehe WIPO Final Report, Absatz 147. Die Gerichtsstände decken sich mit denen im ICANN Statement of Registrar Accreditation Policy.

³⁹ Siehe WIPO Final Report, Absatz 150.

⁴⁰ Annex IV: Policy on Dispute Resolution for Abusive Domain Name Registrations.

⁴¹ Annex V: Rules for Administrative Procedure Concerning Abusive Domain Name Registrations.

⁴² Siehe WIPO Final Report, Absatz 171.

Schlechtgläubigkeit im Final Report vollständig ausformuliert sind, werden die Beispiele für legitime Nutzung eines Domain Namens – später § 4(c) UDRP – nur vage umschrieben. So könne etwa ein Kleinunternehmen durch Geschäftspläne, Korrespondenz, Berichte oder sonstige Formen des Beweises seine bona fide Intention belegen. Auch legitime Rechte der freien Meinungsäußerung oder nicht-kommerzielle Nutzung kämen als Rechtfertigung in Betracht. Die Etablierung einer exakten, mit allen Rechtssystemen weltweit harmonierenden Definition missbräuchlicher Domain-Registrierung, ist der größte Verdienst des WIPO Internet Domain Namen Prozesses.

D. Sonderschutzmechanismus für berühmte Marken?

Kapitel 4 des WIPO Final Reports widmet sich ausführlich der Diskussion über die Einführung eines Sonderschutzes für international berühmte Marken, die das Hauptziel parasitärer Praktiken darstellen. Die WIPO empfiehlt unter Berufung auf die völkerrechtlichen Grundlagen Artikel 6*bis* der Pariser Konvention und Artikel 16 (2) TRIPS einen Ausschlussmechanismus, der auf Antrag einer Marke verhindert, dass eine dritte Partei eine berühmte Marke überhaupt in einigen oder allen offenen gTLDs als Domain Namen registrieren kann.⁴³

Der WIPO Vorschlag trifft auf heftige Kritik. So wird etwa eine Erosion des DNS durch die Sperrung einer großen Anzahl von Namen für Marken befürchtet, weil die WIPO diesen Sonderschutz nicht auf eine quantitative Zahl von Marken einschränken will und das WIPO SCT⁴⁴ trotz jahrelanger Bemühungen keine praxistaugliche Definition einer berühmten Marke iSd Artikel 6 der Pariser Konvention gefunden hat. Zudem ist zweifelhaft, ob sich die genannten völkerrechtlichen Markenschutzbestimmungen ohne weiteres auf Domain Namen übertragen lassen.⁴⁵ Die ICANN setzt diesen mE viel zu weitreichenden Sonderschutz für berühmte Marken *nicht* um. Allerdings wird später die <.biz> Top Level Domain speziell für geschäftliche Aktivitäten eingeführt, die Markeninhabern Sonderrechte einräumt.

E. Diskussion um die Einführung neuer gTLDs

Bezüglich der (mittlerweile teilweise erfolgten) Einführung der neuen gTLDs .aero, .biz, .coop, .info, .name, .pro nimmt die WIPO eine relativ neutrale Haltung ein. Sie bekräftigt aber, dass neue gTLDs bestehende Konflikte nicht aus der Welt schaffen, neue Top Level Domains langsam und kontrolliert eingeführt werden müssen und ebenfalls dem Streitbeilegungsmechanismus unterliegen sollen.⁴⁶

V. Die Rechtsgrundlagen der Streitbeilegung

A. Die Rolle der ICANN: Vom WIPO Final Report zur UDRP

Die WIPO hat das Streitbeilegungsmodell zwar materiell entwickelt, die formelle Umsetzung konnte dennoch nur mit Hilfe der privatrechtlich organisierten für die Verwaltung des Domain

⁴³ Eine ausführliche Beschreibung, wie dieser nicht umgesetzte Ausschlussmechanismus durch Entscheidung eines Expertenpanels in einem administrativen Verfahren nach den Vorstellungen der WIPO ablaufen hätte sollen, findet sich in den Absätzen 276 bis 280 des WIPO Final Report.

⁴⁴ WIPO Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications.

⁴⁵ Verneinend: FROMKIN, Commentary, Absätze 95 ff. Auch die WIPO selbst erkennt das Problem im Final Report, Absätze 257 ff..

⁴⁶ Siehe WIPO Final Report, Absatz 343.

Name Systems verantwortliche „Internet-Regierung“ ICANN⁴⁷ erfolgen. Nach Erhalt des WIPO Final Report beauftragt das ICANN Board in seiner Resolution 99.45 die ICANN Domain Name Supporting Organisation (DNSO), eine Studie zum von der WIPO empfohlenen Streitbeilegungsmodell zu erstellen. Die DNSO-Arbeitsgruppe ist weitgehend mit dem WIPO-Modell zufrieden, regt aber einige Veränderungen zugunsten des Domain-Inhabers an (ua Verlängerung der Fristen und Zwangsunterwerfung des Beschwerdeführers unter die Gerichtsbarkeit am Wohnsitz des Bg.).⁴⁸ Danach veröffentlicht die ICANN den „ICANN Staff Report: Uniform Dispute Resolution Policy for gTLD Registrars“⁴⁹ sowie den „Staff Report on Implementation Documents for the Uniform Dispute Resolution Policy“⁵⁰ zusammen mit dem Entwurf von UDRP und Rules und fordert die Internet Community zur Abgabe von Kommentaren auf. Die endgültige Fassung der UDRP wird schließlich am 24. Oktober 1999 vom ICANN Board of Directors durch die Resolution 99.112 angenommen. Im Dezember 1999 nimmt die WIPO als erste Streitbeilegungsstelle ihren Dienst auf. In den Augen der Allgemeinheit gilt die ICANN als „Erfinder“ des Domain-Streitbeilegungsmodells, daher wird das UDRP-System häufig als ICANN-Schlichtungsverfahren und die UDRP als ICANN-Policy bezeichnet.

B. Die Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP)⁵¹

§ 1 Zweck

Diese Policy wurde von der ICANN angenommen, in das [Domain]Registrierungs-Abkommen inkorporiert, und legt die Bestimmungen und Bedingungen in Verbindung mit einem Disput über die Registrierung und Nutzung eines Internet Domain Namens fest.

§ 2 Ihre Erklärungen.

Vorraussetzung für die Registrierung eines Domain Namens ist die Abgabe folgender Erklärungen, dass

- (a) die Angaben in der Registrierungsvereinbarung komplett und genau sind;
- (b) nach dem Wissen des Registrierenden keine Rechte irgendeiner dritten Partei verletzt werden;
- (c) die Registrierung keinen ungesetzlichen Zweck hat;
- (d) die Nutzung des Domain Namens nicht wissentlich in Verletzung irgendwelcher anwendbarer Gesetze oder Regeln erfolgt.

Kommentar: Die ersten beiden UDRP-Bestimmungen erläutern die Vertragskonstruktion und die (den meisten Domain-Inhabern gar nicht bewussten!) rechtlichen Verpflichtungen, die in Zusammenhang mit einer Domain-Registrierung entstehen. Im letzten Satz wird schließlich klargestellt, dass es die Pflicht des Registrierenden selbst und nicht etwa der Domain-

⁴⁷ Siehe STOTTER, Domain Namen international: ICANN und ihr alternatives Streitbeilegungssystem, 169 ff. Der Autor beschreibt Entstehungsgeschichte, Aufgabe „Technische Regulierung oder Regierung des Internet?“ und Struktur der ICANN, die er als „Prototyp der Selbstregulierung im Internet“ bezeichnet.

⁴⁸ Der überaus lesenswerte Final Report der DNSO Working Group A kann unter <http://www.dnso.org/dns/notes/19990729.NCwga-report.html> begutachtet werden.

⁴⁹ Nachzulesen unter <http://www.icann.org/santiago/udrp-staff-report.htm>. Das Dokument erläutert ausführlich die Entstehungsgeschichte der UDRP.

⁵⁰ Siehe <http://www.icann.org/udrp/staff-report-29sept99.htm>.

⁵¹ Die UDRP ist im Internet unter <http://www.icann.org/dndr/udrp/policy.htm> abrufbar und zusätzlich in folgenden Büchern im Volltext abgedruckt: BURGSTALLER/FEICHTINGER, Internet Domain Recht, 80-83 bzw STRÖMER Tobias, Das ICANN-Schiedsverfahren, 59-64 mit einer inoffiziellen, aber sehr gelungenen deutschen Übersetzung auf den Seiten 85-92.

Vergabestelle ist zu prüfen, ob der Domain Name Rechte Dritter verletzt.⁵² Die Angabe persönlicher Daten wie Name, Wohn- und E-Mail Adresse ist zur Identifizierung und Greifbarkeit des Domain-Inhabers im Streitbeilegungsverfahren erforderlich. Zur Diskussion um den Schutz der Privatsphäre verweise ich auf Kapitel IV.B.2.

Auch wenn Punkt (b) allgemein von Rechten Dritter spricht, ist er speziell auf den Schutz von Markeninhabern zugeschnitten. Die Einschränkung „to your knowledge“, dh wissentliche Verletzung von (Marken-)Rechten, ist aus österreichischer Sicht besonders hervorzuheben, weil er den Nachweis der Bekanntheit einer Marke auch im Land des Domain-Inhabers erforderlich macht.⁵³ Österreichische Marken verfügen jedoch selten über internationale oder gar globale Bekanntheit.⁵⁴

§ 3 Löschung, Transfer und Änderungen [des Domain Namens]

Kommentar: Dabei handelt es sich um eine taxative Aufzählung der Entscheidungsmöglichkeiten des Panels und damit der UDRP Sanktionsmöglichkeiten. In der Praxis wird vom Beschwerdeführer und Markeninhaber immer der direkte Transfer des Domain Namens an ihn beantragt. Eine Geldstrafe oder die Überwälzung der Verfahrenskosten auf den Domain-Inhaber ist dagegen ausgeschlossen. „This is reasonable. The mechanism is intended to be a simple and efficient one, and the determination of monetary damages would add uncertainty and complexity to the mechanism. More importantly, the whole procedure is an administrative arbitration in nature – a third, neutral party to make a decision on the dispute, which differs from litigation or arbitration in judicial nature.[...] Thus it is more appropriate to limit the remedial measures.“⁵⁵

Sämtliche internationalen Domain Vergabestellen haben sich gegenüber der ICANN vertraglich verpflichtet, das UDRP Streitbeilegungsverfahren in die Domain- Registrierungsvereinbarung zu implementieren und bei entsprechender Entscheidung des Panels das Urteil durch Transfer des Domain Namens an den Bf. unmittelbar zu vollstrecken.

Automatische Vollstreckung durch Transfer des Domain Namens stellt einen wesentlichen Vorteil gegenüber den nationalen Rechtsordnungen dar, die in Österreich und den meisten anderen Staaten nur einen Unterlassungsanspruch gewähren.

§ 4 Verbindliches administratives Verfahren

§ 4 ist die mit Abstand wichtigste Bestimmung der gesamten UDRP, weil sie den Anwendungsbereich des Streitbeilegungsverfahrens auf eindeutige Fälle von schlechtgläubiger Domain-Registrierung einschränkt und dieses oft als „Cybersquatting“ bezeichnete Vergehen – weitgehend identisch mit der WIPO-Empfehlung - wie folgt definiert:

§ 4 (a) Applicable Disputes. You are required to submit to a mandatory administrative proceeding in the event that a third party (a "complainant") asserts to the applicable Provider, in compliance with the Rules of Procedure, that

⁵² Unter Beibehaltung des derzeitigen Systems der schnellen, einfachen und automatisierten Domain-,Registrierung ist eine derartige Prüfung durch die Vergabestelle gar nicht möglich. Die österreichische Vergabestelle „nic.at“ prüft ebenfalls nicht ob Marken- oder sonstige Rechte Dritter verletzt werden.

⁵³ Siehe Kapitel VII: Die Libro AG, die in Österreich immerhin überragende Verkehrsgeltung besitzt, konnte die wissentliche Verletzung ihrer Markenrechte mangels Bekanntheit im Ausland genauso wenig beweisen, wie der Papierhersteller Neusiedler AG oder die i-online software AG.

⁵⁴ Gegenbeispiele wie Austrian Airlines, Swarovski, Red Bull und diverse Skimarken sind rar gesät.

⁵⁵ ZHAO, A Dispute Resolution Mechanism for Cybersquatting, 863.

(i) *your domain name is identical or confusingly similar to a trademark or service mark in which the complainant has rights; and*

(ii) *you have no rights or legitimate interests in respect of the domain name; and*

(iii) *your domain name has been registered and is being used in bad faith.*

In the administrative proceeding, the complainant must prove that each of these three elements are present.

Die Prüfung dieser drei Kriterien bildet den zentralen Inhalt jeder UDRP-Entscheidung:

- (i) Identität oder verwechslungsfähige Ähnlichkeit zwischen Marke und Domain
- (ii) kein Recht oder legitimes Interesse [des Domain-Inhabers] am Domain Namen
- (iii) Registrierung und Nutzung des Domain Namens in bösem Glauben

Panels prüfen die Ähnlichkeit nur sehr oberflächlich. Wenn die Buchstabenfolge im Domain Namen der Marke ähnelt wird das erste Kriterium sofort als erfüllt betrachtet. Nach Untersuchung von 700 Entscheidungen trifft die MAX PLANCK Studie folgendes Fazit: „It seems to be a rare exemption that a complaint is rejected for non-compliance with the similarity criterion in 4 a (i) of the policy“.⁵⁶ Die Einschränkung „confusingly similar“ im UDRP-Text führt nicht zu einer inhaltlichen Prüfung der Webseite. In diesem Fall müsste die verwechslungsfähige Ähnlichkeit ausgeschlossen werden, wenn jeder Internet Nutzer sofort erkennt, dass er auf einer falschen Webseite gelandet ist, die unmöglich von der Marke stammen kann.

Um die Kontinuität innerhalb der UDRP-Entscheidungen zu gewährleisten und dem Beschwerdeführer die Argumentation zu erleichtern, enthält § 4(b) eine demonstrative Aufzählung möglicher Beweise für Registrierung und Nutzung in schlechtem Glauben.

§ 4 (b) Evidence of Registration and Use in Bad Faith. For the purposes of Paragraph 4(a)(iii), the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be present, shall be evidence of the registration and use of a domain name in bad faith:

(i) *circumstances indicating that you have registered or you have acquired the domain name primarily for the purpose of selling, renting, or otherwise transferring the domain name registration to the complainant who is the owner of the trademark or service mark or to a competitor of that complainant, for valuable consideration in excess of your documented out-of-pocket costs directly related to the domain name; or*

(ii) *you have registered the domain name in order to prevent the owner of the trademark or service mark from reflecting the mark in*

⁵⁶ MAX PLANCK Studie, 27.

a corresponding domain name, provided that you have engaged in a pattern of such conduct; or

(iii) you have registered the domain name primarily for the purpose of disrupting the business of a competitor; or

(iv) by using the domain name, you have intentionally attempted to attract, for commercial gain, Internet users to your web site or other on-line location, by creating a likelihood of confusion with the complainant's mark as to the source, sponsorship, affiliation, or endorsement of your web site or location or of a product or service on your web site or location.

Kommentar: In der Praxis am häufigsten ist der Tatbestand des § 4(b)(i), *die Registrierung eines Domain Namens primär in Verkaufsabsicht*. Einen eindeutigen Beweis stellt ein vom Domain-Inhaber initiiertes konkretes Verkaufsangebot zu einem hohen Preis dar. Daneben interpretieren manche Panels im Sinne des § 4(b)(i) auch ein verschleiertes Verkaufsangebot⁵⁷, die Annahme eines vom Markeninhaber angebahnten Kaufangebotes⁵⁸ oder sogar die längere Nichtnutzung eines registrierten Domain Namens⁵⁹ als „Umstände, welche die Registrierung eines Domain Namens primär in Verkaufsabsicht indizieren“.

Der Tatbestand des § 4(b)(ii), *Markeninhaber davon abzuhalten ihre Marke auf einen entsprechenden Domain Namen zu übertragen*, erfolgt nur dann per se in schlechtem Glauben, wenn ein *Verhaltensmuster dahintersteckt*, dh systematisch zahlreiche fremde Marken als Domains registriert werden.⁶⁰

Der Tatbestand des § 4(b)(iii), *die Registrierung eines Domain Namens primär zur Behinderung eines Wettbewerbers*, ist in der internationalen Streitschlichtung, ganz im Gegensatz zum österreichischen Domain Recht, das häufig auf die §§ 1, 2 und 9 UWG zurückgreift, von untergeordneter Bedeutung, weil hauptsächlich business to consumer (B2C) Konflikte beigelegt werden und nur selten branchengleiche Unternehmen aufeinander treffen.

Schlechtgläubig handelt gemäß § 4(b)(iv) *wer einen Domain Namen absichtlich dazu nutzt Internet Nutzer zu seinem kommerziellen Gewinn auf seine Webseite zu locken, indem in irreführender Weise die Marke des Beschwerdeführers als Quelle, Sponsor, Urheber oder Unterstützer der Webseite dargestellt wird*. Eine schlechtgläubige Ausbeutung des Rufs einer

⁵⁷ ZB WIPO Cases No. D2001-0533 <akg.com> und D2001-0945 <austrianairlines.net>, siehe Fallanalyse in Kapitel VII.B. meiner Diplomarbeit.

⁵⁸ Eine überaus häufige Fallkonstellation, zB WIPO Case No. D2001-0466 <mobilkom-austria.com> oder WIPO Case No. DTV2001-0019 <redbull.tv>.

⁵⁹ Ebenfalls häufig, aber angesichts des UDRP-Wortlauts „registration and use in bad faith“ durchaus strittig. Dieses Prinzip ist das bekannteste Beispiel für UDRP „case law“, das (meistens) aus der *Telstra*-Entscheidung, WIPO Case No. D2000-0003, abgeleitet wird.

⁶⁰ STRÖMER übersetzt die Passage “provided that you have engaged in a pattern of such conduct” mit “wenn Sie dabei geschäftsmäßig vorgehen” und deutet damit bereits an, dass der zweite Tatbestand nur eine Sonderform des ersten Tatbestandes ist – letztlich ist die Blockierung immer dann schlechtgläubig, wenn Verkaufsabsicht dahintersteckt.

fremden Marke liegt dann vor, wenn Internet Nutzer vorsätzlich irregeführt werden und der Domain-Inhaber durch kommerzielle E-Commerce Aktivitäten aus der Irreführung finanziellen Gewinn erzielt.

Demgegenüber stehen zahlreiche legitime Nutzungsmöglichkeiten eines Domain Namens, die Vorrang gegenüber Markenrechten genießen. Die erfolgsversprechendsten Argumente, mit denen ein Domain-Inhaber in der Beschwerdebeantwortung seine Internet Adresse verteidigen kann, werden in § 4(c) demonstrativ aufgezählt:

§ 4(c) How to Demonstrate Your Rights to and Legitimate Interests in the Domain Name in Responding to a Complaint. When you receive a complaint, you should refer to Paragraph 5 of the Rules of Procedure in determining how your response should be prepared. Any of the following circumstances, in particular but without limitation, if found by the Panel to be proved based on its evaluation of all evidence presented, shall demonstrate your rights or legitimate interests to the domain name for purposes of Paragraph 4(a)(ii):

(i) before any notice to you of the dispute, your *use of, or demonstrable preparations to use, the domain name* or a name corresponding to the domain name *in connection with a bona fide offering of goods or services*; or

(ii) you (as an individual, business, or other organization) have *been commonly known by the domain name*, even if you have acquired no trademark or service mark rights; or

(iii) you are making a *legitimate noncommercial or fair use of the domain name*, without intent for commercial gain to misleadingly divert consumers or to tarnish the trademark or service mark at issue.

Kommentar: Ein legitimes Interesse hat gemäß § 4(c)(i) jeder Domain-Inhaber, der selbst in gutem Glauben Güter oder Dienstleistungen anbietet oder zumindest entsprechende Vorbereitungshandlungen vorweisen kann. Häufig wird die Vorbereitung eines Internetauftritts bloß behauptet, ohne dass vorzeigbare Ergebnisse vorliegen. Panels reagieren darauf im Einzelfall unterschiedlich. Im allgemeinen entscheidet in derartigen Fällen wohl der Gesamteindruck, den der Domain-Inhaber hinterlässt, die Glaubwürdigkeit seiner Argumentation und die Zeit, die seit der Domain-Registrierung verstrichen ist, weil die Entwicklung einer professionellen Webseite mindestens einige Monate dauert.

Wer allgemein unter dem Domain Namen bekannt war, kann dadurch gemäß § 4(c)(ii) auch ohne Markenrechte ein berechtigtes Interesse erlangen. Neben den ausdrücklich erwähnten

Eigennamen, Geschäfts- und Organisationsbezeichnungen wurde der Schutz vereinzelt auch auf Spitznamen ausgedehnt.⁶¹

Das wichtigste Argument zugunsten eines Domain-Inhabers ist gemäß § 4(c)(iii) die *legitime nichtkommerzielle oder faire Nutzung eines Domain Namens* ohne Absicht zu seinem kommerziellen Gewinn Konsumenten irrezuführen oder die Marke zu beflecken.

Angesichts der immensen Vielfalt von Inhalten im Internet wurde gar nicht erst versucht, eine demonstrative Liste mit konkreten Beispielen für faire Nutzung zu erstellen. Grundsätzlich kann jede Nutzung legitim sein, die weder Konsumenten noch Marken vorsätzlich schädigt. Jedenfalls sollte mA von § 4(c)(iii) das Recht auf freie Meinungsäußerung umfasst sein, das auch Kritik an Markenunternehmen rechtfertigen kann, wobei strittig ist, ob die Kritik unter der mit der Marke identischen Domain erfolgen darf.

Durch die sehr allgemeine Formulierung des § 4(c)(iii) entsteht sowohl für den Domain-Inhaber ein großer Argumentationsspielraum als auch für das Panel ein Ermessenspielraum, ob im Einzelfall faire Nutzung vorliegt. Je umfangreicher und qualitativ hochwertiger der Inhalt einer Webseite ist und je nachvollziehbarer die Wahl des mit der Marke ähnlichen Domain Namens erklärt wird (zB Gattungsbegriff), desto wahrscheinlicher anerkennt ein Panel die legitime nichtkommerzielle oder faire Nutzung. Eindeutig geklärt ist durch die UDRP-Judikatur, dass das simple auf Vorrat lagern von Domain Namen kein legitimes Interesse darstellt. Wer einen Domain Namen nur registriert, aber über einen längeren Zeitraum nicht für eine aktive Webseite nutzt, ist im Streitbeilegungsverfahren chancenlos.

Nähere Details zu den materiellen Entscheidungsgrundsätzen bietet meine Fallanalyse in Kapitel VII.

Verfahrensbestimmungen in § 4 UDRP

Gemäß § 4(d) darf stets der Beschwerdeführer die Schlichtungsstelle auswählen.⁶²

Konflikte um mehrere Domain Namen zwischen denselben Parteien können gemäß § 4(f) auf Antrag zusammengelegt werden. Panels haben zwar freies Ermessen, entscheiden jedoch sinnvollerweise idR über alle Konflikte in einem einzigen Verfahren.

Die Gebühren für das Schlichtungsverfahren trägt gemäß § 4(g) stets zur Gänze der Beschwerdeführer, auch dann wenn die Entscheidung zu seinen Gunsten ausfällt.

Die Entscheidungsbefugnis des Panels ist gemäß § 4(i) auf die Löschung oder die Übertragung des Domain Namens auf den Beschwerdeführer begrenzt. Andere Formen der Wiedergutmachung, wie Schadenersatz, sind ausgeschlossen.

Kommentar: Dennoch hat die UDRP einen entscheidenden Vorteil gegenüber dem nationalem Recht: Aufgrund entsprechender Verträge mit allen Domain-Registrierungsstellen wird der Domain Name automatisch auf den obsiegenden Markeninhaber übertragen, während nach österreichischem Recht nur ein Unterlassungsbegehren möglich ist.

⁶¹ WIPO Case No. D2000-0204 <penguin.org>. Ablehnend: WIPO Case No.D2000-0766 Red Bull v. Gutch <redbull.org>.

⁶² Die Liste aller von der ICANN genehmigten Schlichtungsstellen findet sich unter www.icann.org/udrp/approved-providers.htm. Zum Problem des „forum shoppings“ verweise ich auf Kapitel VI.B.

Die ständig betonte Tatsache, dass die UDRP ein alternatives Streitbeilegungssystem ist, das die Gerichtsbarkeit nur ergänzt, aber keinesfalls ersetzt, findet seinen Niederschlag in § 4 (k):

§ 4(k) Availability of Court Proceedings. *The mandatory administrative proceeding requirements set forth in Paragraph 4 shall not prevent either you or the complainant from submitting the dispute to a court of competent jurisdiction for independent resolution before such mandatory administrative proceeding is commenced or after such proceeding is concluded.* If an Administrative Panel decides that your domain name registration should be canceled or transferred, we will wait ten (10) business days (as observed in the location of our principal office) after we are informed by the applicable Provider of the Administrative Panel's decision before implementing that decision. We will then implement the decision unless we have received from you during that ten (10) business day period official documentation (such as a copy of a complaint, file-stamped by the clerk of the court) that you have commenced a lawsuit against the complainant in a jurisdiction to which the complainant has submitted under Paragraph 3(b)(xiii) of the Rules of Procedure. (In general, that jurisdiction is either the location of our principal office or of your address as shown in our Whois database. See Paragraphs 1 and 3(b)(xiii) of the Rules of Procedure for details.) If we receive such documentation within the ten (10) business day period, we will not implement the Administrative Panel's decision, and we will take no further action, until we receive (i) evidence satisfactory to us of a resolution between the parties; (ii) evidence satisfactory to us that your lawsuit has been dismissed or withdrawn; or (iii) a copy of an order from such court dismissing your lawsuit or ordering that you do not have the right to continue to use your domain name.

Kommentar: Grundsätzlich kann gemäß § 4(k) jederzeit, vor Beginn des UDRP-Verfahrens und nach dessen Beendigung, Klage bei einem zuständigen nationalen Gericht eingebracht werden. Allerdings wird jede UDRP-Entscheidung automatisch implementiert, wenn nicht innerhalb von 10 Geschäftstagen die Erhebung einer Klage vor einem ordentlichen Gericht nachgewiesen wird. Nach Übertragung des Domain Namens an die Marke kann der ehemalige Domain-Inhaber mangels Anspruchsgrundlage in den meisten Rechtsordnungen de facto nicht mehr den Klagsweg beschreiten.⁶³

In der Praxis ist eine derartige „Anfechtung“ von UDRP-Entscheidungen äußerst selten.⁶⁴

§ 5 Alle anderen Streitigkeiten und Prozesse

Das UDRP Verfahren soll die nationale Gerichtsbarkeit nicht ersetzen, sondern nur ergänzen. Daher können Konflikte um Domain Namen ausdrücklich durch jedes Gericht, Schiedsgericht und jedes andere zur Verfügung stehende Verfahren gelöst werden.

§ 6 Unsere Beteiligung an Streitigkeiten

⁶³ Nähere Details zu diesem Problem in Kapitel VI.D. meiner Diplomarbeit.

⁶⁴ Eine Auflistung der wenigen auf dem Gerichtsweg bekämpften UDRP-Entscheidungen findet sich unter <http://www.udrplaw.net/UDRPappeals.htm> und (allerdings unvollständig!) unter <http://arbitrator.wipo.int/domains/challenged/index.html>.

Die Domain-Registrierungsstellen nehmen nicht am Streitbeilegungsverfahren teil und sollen auch nicht als Partei bezeichnet werden. Verantwortlich für die schlechtgläubige Domain-Registrierung soll allein der Registrierende und nicht die Vergabestelle sein.⁶⁵

§ 7 Beibehaltung des Status Quo

Der Status der Domain-Registrierung kann nur unter den Bedingungen des § 3 UDRP (dh bei schriftlicher oder elektronischer Anweisung des Domain-Inhabers, Gerichtsurteil oder Panel-Entscheidung) abgeändert werden.

§ 8 Transfers während eines Disputs

Der Domain Name darf weder während des Streitbeilegungsverfahrens noch innerhalb von 15 Geschäftstagen nach Beendigung des Verfahrens an (a) einen neuen Inhaber oder (b) eine andere Registrierungsstelle transferiert werden.

Kommentar: Durch diese Bestimmung wird sichergestellt, dass sich der Domain-Inhaber dem Verfahren nicht durch Verkauf der Domain entziehen kann⁶⁶ und der Domain Name jedenfalls unmittelbar an den obsiegenden Bf. transferiert werden kann. Die 15-tägige Sperrfrist erklärt sich dadurch, dass innerhalb von 10 Tagen nach der UDRP Entscheidung ein nationales Gericht angerufen werden kann und die Implementierung der Entscheidung (Transfer des Domain Namens an den Bf.) durch die Registrierungsstellen erst nach Ablauf dieser 10 Geschäftstage erfolgt.⁶⁷ Der Domain Name kann währenddessen selbstverständlich ohne Beeinträchtigung genutzt werden, dh die Webseite bleibt erreichbar. Einzige Einschränkung ist das Verbot eines Transfers.

§ 9 Policy Modifikationen

Diese Policy kann jederzeit mit Erlaubnis der ICANN modifiziert werden. Sämtliche Änderungen sind für jeden Disput über Domain Namen, dh auch rückwirkend (!) verbindlich. Bis jetzt hat die ICANN von dieser weitreichenden, rechtlich problematischen Befugnis zur einseitigen Modifikation noch nicht Gebrauch gemacht.⁶⁸

⁶⁵ Diese Prinzip ist die logische Konsequenz aus dem letzten Satz in § 2 UDRP.

⁶⁶ Die österreichische Registrierungsstelle „nic.at“ setzt mit dem Wartestatus 1 (außergerichtliche Einigung, begrenzt auf ein Monat mit Verlängerungsmöglichkeit) und Wartestatus 2 (während eines Gerichtsverfahrens, zeitlich unbegrenzt) auf ein vergleichbares System.

⁶⁷ Siehe § 4(k) UDRP.

⁶⁸ Allerdings führt die ICANN derzeit eine Evaluierung der UDRP und möglicher Reformen durch ein Expertengremium durch.

C. Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP Rules)⁶⁹

§ 1 Definitionen

§ 1 enthält Definitionen aller wesentlichen Begriffe der UDRP Rules.

§ 2 Kommunikation

Es obliegt der Verantwortung der Streitbeilegungsstelle alle vernünftigerweise zur Verfügung stehenden Mittel auszuschöpfen um die Beschwerde dem Beschwerdegegner tatsächlich zur Kenntnis zu bringen. Dabei setzt man bei aller Fortschrittlichkeit auf ein duales System von Verständigung per E-Mail und auf traditionellem Postweg:

Gemäß § 2(a)(i) soll die Beschwerde an alle Post- und Faxadressen, die in der WHOIS-Datenbank⁷⁰ der Domain-Registrierungsstelle für den Domain-Inhaber, den technischen-, administrativen-, und Rechnungskontakt angegeben sind, weitergeleitet werden.

§ 2(a)(ii) verlangt die Versendung der Beschwerde in elektronischer Form (inklusive Anhängen soweit möglich) als E-Mail. Die Beschwerde in E-Mail Form geht an die E-Mail Adressen in den technischen-, administrativen- und Rechnungskontakten, an den `postmaster@<the contested domain name>` und, wenn der Domain Name auf eine aktive Webseite führt, an alle auf der Seite selbst angegebenen E-Mail Adressen.

Kommentar: Durch diese mehrfache Zustellung an alle bekannten Post und E-Mail Adressen soll sichergestellt werden, dass der Domain-Inhaber jedenfalls Kenntnis vom Online-ADR Verfahren erlangt und seine Argumente in der Beschwerdeerwiderung vorbringen kann.

Jede andere Kommunikation soll gemäß § 2(b) auf die in der Beschwerde bzw Beschwerdebeantwortung angegebene bevorzugte Weise erfolgen.

§ 2 (f) und (g) legen fest, wann jeweils die Fristen zu laufen beginnen, nämlich bei Post- oder Kurierdienst ab Empfangsdatum, bei E-Mail und Fax bereits ab Sendungsdatum (!).

Kommentar: Letztgenannte Regelung steht in Kontrast zum österreichischen Zustellgesetz, verkürzt die ohnehin kurze 20-Tage-Frist zur Beschwerdebeantwortung (für jene Personen, die ihre E-Mails nicht täglich abrufen), ist aber viel einfacher handzuhaben und nachzuprüfen. In Härtefällen könnte der Domain-Inhaber allerdings – etwa bei mehrwöchigem Urlaub – seinen Domain Namen verlieren, ohne jemals vom Streitbeilegungsverfahren Kenntnis erlangt zu haben. Trotz dieser exakten Regelung werden die Fristen in der Streitbeilegungspraxis sehr großzügig gehandhabt, insbesondere verspätete Beschwerdebeantwortungen werden häufig akzeptiert.

§ 2(h) stellt klar, dass jede Kommunikation an alle Beteiligten, dh beide Parteien, Panel und Schlichtungsstelle, kopiert werden muss.

⁶⁹ Die UDRP Rules sind im Internet unter <http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm> abrufbar und zusätzlich in folgenden Büchern im Volltext abgedruckt: BURGSTALLER/FEICHTINGER, Internet Domain Recht, 71-79 bzw STRÖMER Tobias, Das ICANN-Schiedsverfahren, 65-78 inklusive einer nicht offiziellen, aber sehr gelungenen, in der juristischen Terminologie korrekten deutschen Übersetzung auf den Seiten 92-107.

⁷⁰ Über die WHOIS -Datenbank kann jedermann auf einfache Weise nachprüfen, wer einen bestimmten Domain Namen registriert hat. Die Kontaktdetails enthalten ua Post- und E-Mail Adresse.

Gemäß § 2(i) obliegt es jeweils dem Sender durch Aufzeichnungen die Tatsache und die Umstände des Sendens nachzuweisen.

§ 3 Die Beschwerde („The Complaint“)

Gemäß § 3(a) darf (grundsätzlich) jede Person oder Einrichtung durch Einbringen einer Beschwerde in Einklang mit Policy und Rules an jede von der ICANN genehmigte Schlichtungsstelle ein administratives Verfahren initiieren. Eine wesentliche Einschränkung bildet freilich § 4 (a)(i) UDRP, der Ähnlichkeit des Domain Namens mit der Marke des Bf. erfordert. Daraus ergibt sich im Umkehrschluss, dass nur Inhaber von Markenrechten (erfolgreich) Beschwerde führen können.

Soll-Inhalt einer Beschwerde: (Übersetzung des § 3(b) Rules)

§ 3(b) Die Beschwerde soll als Hartkopie und (außer soweit als Anhang nicht möglich) in elektronischer Form eingebracht werden und soll:

- (i) Das Ansuchen enthalten, dass über die Beschwerde in Einklang mit der Policy und diesen Rules entschieden wird;
- (ii) Name, Post und E-Mail Adressen, Telefon und Telefaxnummern des Beschwerdeführers und jedes Repräsentanten, der autorisiert ist für den Bf. im administrativen Verfahren zu handeln, angeben.
- (iii) Die bevorzugte Methode zur Kommunikation mit dem Bf. im administrativen Verfahren spezifizieren (inklusive Kontaktperson, Medium, und Information zur Adresse), jeweils für (A) rein elektronisches Material und (B) Material inklusive Hartkopie;
- (iv) Klären, ob der Bf. ein Ein-Mann-Panel oder ein Drei-Mann-Panel zur Entscheidung des Disputs wählt und, falls der Bf. ein Drei-Mann-Panel wählt, die Namen und Kontaktdetails von drei Kandidaten angeben, die als einer der Panelisten dienen sollen (diese Kandidaten können dem Verzeichnis der Panelkandidaten jeder von der ICANN genehmigten Schlichtungsstelle entnommen werden);⁷¹
- (v) Den Namen des Beschwerdegegners (Domain-Inhabers) angeben und alle Informationen (inklusive aller Post- und E-Mail Adressen und Telefon- und Telefaxnummern), die dem Bf. darüber bekannt sind, wie der Beschwerdegegner oder irgendein Repräsentant des Bg. zu kontaktieren ist, inklusive Kontaktinformation, die aus der Zeit vor der Beschwerdeerhebung bekannt sind, und zwar so hinreichend genau, dass die Schlichtungsstelle die Beschwerde wie im § 2(a) beschrieben, versenden kann;
- (vi) Den/die Domain Namen spezifizieren der/die Subjekt der Beschwerde ist/sind;
- (vii) Die Registrierungsstelle identifizieren, bei der der/die Domain Name(n) zum Zeitpunkt der Beschwerdeerhebung registriert ist/sind;
- (viii) *Die Marke(n) oder Dienstleistungsmarken („service marks“) spezifizieren, auf denen die Beschwerde basiert; sie soll für jede einzelne Marke die Waren und Dienstleistungen beschreiben, für welche die Marke verwendet wird (der Bf. kann auch getrennt andere Waren und Dienstleistungen beschreiben, für die er zum Zeitpunkt der Beschwerdeeinbringung plant, die Marke in Zukunft zu nutzen);*
- (ix) *In Übereinstimmung mit der Policy die Grundlagen der Beschwerde beschreiben, im besonderen,*

⁷¹ Die Liste aller WIPO Panelisten findet sich unter <http://arbitrator.wipo.int/domains/panel/panelists.html> .

- (1) die Art und Weise auf welche die Domain Namen identisch oder verwechslungsfähig ähnlich sind mit der Marke oder Handelsmarke, an der der Beschwerdeführer Rechte hat; und
- (2) wieso der Beschwerdegegner (Domain-Inhaber) als jemand betrachtet werden soll, der keine Rechte oder legitimen Interessen an den Domain Namen, die Subjekt der Beschwerde sind, hat; und
- (3) wieso die Domain Namen als schlechtgläubig registriert und genutzt betrachtet werden sollen (Die Beschreibung soll, für die Elemente (2) und (3), alle Aspekte der Paragraphen 4(b) und 4(c) der Policy diskutieren, die anwendbar sind. Die Beschreibung soll jedes Wort- oder Seitenlimit, das in den Supplemental Rules der Schlichtungsstellen festgesetzt ist,⁷² einhalten.)
- (x) In Übereinstimmung mit der Policy die gewünschte Wiedergutmachung spezifizieren;⁷³
- (xi) Jedes andere gesetzliche Verfahren identifizieren, das in Zusammenhang mit oder bezüglich irgendeines der Domain Namen, die Subjekt der Beschwerde sind, begonnen oder beendet wurde;
- (xii) Erklären, dass eine Kopie der Beschwerde, zusammen mit einem Deckblatt, wie in den Supplemental Rules der Schlichtungsstelle beschrieben, an den Beschwerdegegner (Domain-Inhaber), in Übereinstimmung mit Paragraph 2(b) gesendet oder übermittelt wurde;
- (xiii) Erklären, dass sich der Beschwerdeführer bei jeder Anfechtung einer Entscheidung im administrativen Verfahren, die den Domain Namen löscht oder transferiert, der Rechtsprechung der Gerichte in mindestens einem der spezifizierten „anwendbaren Gerichtsstände“ unterwirft;
- (xiv) Mit der folgenden Erklärung, gefolgt von der Unterschrift des Beschwerdeführers oder seines autorisierten Repräsentanten abschließen: „Der Bf. ist einverstanden, dass seine Forderungen und Wiedergutmachungsansprüche bezüglich der Registrierung des Domain Namens, des Streits, oder der Streitbeilegung allein gegen den Inhaber des Domain Namens gerichtet sind und verzichtet auf alle Forderungen und Wiedergutmachungsansprüche gegen (a) die Streitbeilegungsstelle und Panels, außer im Fall von vorsätzlichem Fehlverhalten, (b) die Registrierungsstelle, (c) den Administrator der Registrierung, und (d) die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, sowie deren Direktoren, Beamten, Angestellten, und Agenten.“ „Der Beschwerdeführer versichert, dass die Informationen in dieser Beschwerde nach seinem besten Wissen komplett und genau sind, dass diese Beschwerde nicht in unlauterer Absicht, wie Belästigung, erfolgt und die Behauptungen in dieser Beschwerde nach dieser Verfahrensordnung und nach geltendem Recht zulässig sind;
- (xv) *Alle Dokumente oder anderen Beweise beifügen*, inklusive einer Kopie der gültigen „Policy“ für die strittigen Domain Namen und jeder Markenregistrierung, auf die sich die Beschwerde stützt, zusammen mit einem Inhaltsverzeichnis für diese Beweise.

§ 3 (c) Die Beschwerde kann sich auf mehr als einen Domain Namen beziehen, vorausgesetzt dass die Domain Namen vom selben Inhaber registriert sind.

Kommentar zur überragenden Bedeutung der Beschwerde im Streitbeilegungsverfahren: Bei normalem Verfahrensablauf ist die Beschwerde die einzige Stellungnahme des Bf. und damit die einzige Chance seine Argumente darzulegen, bei Säumnis des Bg. (fast in jedem zweiten Fall !) bildet sie sogar die alleinige Entscheidungsgrundlage des Panels.

⁷² Siehe WIPO Supplemental Rules: 5000 Wörter

⁷³ In der Praxis wird immer Transfer der Domain Namen an den Bf. begehrt.

§ 4 [Formale] Benachrichtigung über die Beschwerde

Wie in § 2 (a) beschrieben, soll die Schlichtungsstelle innerhalb von drei (3) Kalendertagen nach Erhalt der Gebühren des Bf. die Beschwerde an den Domain-Inhaber, wie in § 2(a) beschrieben, weiterleiten. Bei etwaigen administrativen Mängeln der Beschwerde erteilt die Schlichtungsstelle gemäß § 2 (b) einen Verbesserungsauftrag, wobei dem Bf. fünf (5) Kalendertage bleiben um die Mängel zu beseitigen.

§ 5 Die Beschwerdebeantwortung („The Response“)

§ 5 (a) Innerhalb von zwanzig (20) Tagen ab Beginn des administrativen Verfahrens soll der Beschwerdegegner eine Beschwerdebeantwortung an die Schlichtungsstelle übermitteln.⁷⁴

Soll-Inhalt der Beschwerdebeantwortung: (Übersetzung des § 5(b) Rules)

§ 5 (b) Die Beschwerdebeantwortung soll als Hartkopie und (außer soweit als Anhang nicht möglich) in elektronischer Form eingebracht werden und soll:

- (i) *Spezifisch auf die Erklärungen und Anschuldigungen in der Beschwerde antworten und jede einzelne und alle Grundlagen für den Bg. (Domain-Inhaber) inkludieren um die Registrierung und Nutzung des strittigen Domain Namens aufrecht zu erhalten;*
- (ii) Den Namen, Post und E-Mail Adressen, und die Telefon- und Faxnummern des Bg. (Domain-Inhaber) und jedes Repräsentanten, der autorisiert ist für den Bg. im administrativen Verfahren zu handeln, angeben;
- (iii) Die bevorzugte Methode zur Kommunikation mit dem Bg. im administrativen Verfahren spezifizieren (inklusive Kontaktperson, Medium, und Information zur Adresse), jeweils für (A) rein elektronisches Material und (B) Material inklusive Hartkopie;
- (iv) Wenn der Bf. in der Beschwerde ein Ein-Mann-Panel gewählt hat (siehe Paragraph § 3(b)(iv)) erklären, ob der Domain-Inhaber stattdessen ein Drei-Mann-Panel zur Entscheidung des Disputts wählt;
- (v) Wenn entweder der Bf. oder der Bg. ein Drei-Mann-Panel wählt, die Namen und Kontaktdetails von drei Kandidaten angeben, die als einer der Panelisten dienen sollen (diese Kandidaten können der Panelistenliste jeder von der ICANN genehmigten Schlichtungsstelle entnommen werden);
- (vi) Jedes andere gesetzliche Verfahren identifizieren, das in Zusammenhang mit oder bezüglich irgendeines der Domain Namen, die Subjekt der Beschwerde sind, begonnen oder beendet wurde;
- (vii) Erklären, dass eine Kopie der Beschwerdebeantwortung in Einklang mit Paragraph 2(b) an den Beschwerdeführer übermittelt wurde;
- (viii) Mit der folgenden Erklärung, gefolgt von der Unterschrift des Domain-Inhabers oder seines autorisierten Repräsentanten abschließen: „Der Domain-Inhaber versichert, dass die Informationen in dieser Beschwerdebeantwortung nach seinem besten Wissen komplett und genau sind, dass diese Beschwerdebeantwortung nicht in unlauterer Absicht, wie Belästigung, erfolgt und die Behauptungen in dieser Beschwerde nach dieser Verfahrensordnung und nach geltendem Recht zulässig sind;
- (ix) *Alle Dokumente oder anderen Beweise, auf die sich die Beschwerdeerwiderung stützt, beifügen, zusammen mit einem Inhaltsverzeichnis für diese Dokumente.*

⁷⁴ Damit wird die Frist verglichen mit der Empfehlung im WIPO Final Report zugunsten des Domain-Inhabers verdoppelt. Dennoch wird die 20-Tage Frist häufig als zu kurz kritisiert.

Kommentar: Die Beschwerdebeantwortung ist das Spiegelbild zur Beschwerde. Sie ist die einzige Chance für den Domain-Inhaber dem Panel Argumente für sein schutzwürdiges Interesse zu übermitteln, weshalb die hohe Säumnisrate überrascht. Die umfangreichen administrativen Angaben sollten durch das entsprechende Musterformular „Response“ auf der WIPO Homepage⁷⁵ jedenfalls kein Problem darstellen.

Wenn nur der Domain-Inhaber ein Drei-Mann-Panel wünscht, hat er gemäß § 3 (c) eine Hälfte der Gebühr (die andere Hälfte bezahlt der Bf.) gleichzeitig mit der Beschwerdeerwidern zu entrichten.⁷⁶

Gemäß § 5 (d) kann die Frist zur Einbringung der Beschwerdeerwidern von der Schlichtungsstelle auf Antrag des Domain-Inhabers in Ausnahmefällen erstreckt werden.

§ 5 (e) Wenn ein Domain-Inhaber keine Beschwerdeerwidern einbringt, soll das Panel - wenn keine außergewöhnlichen Umstände vorliegen - den Disput auf Grundlage der Beschwerde entscheiden.

Kommentar: Durch § 5(e) wird die Säumnis des Domain-Inhabers äußerst streng sanktioniert. Der Beschwerdegegner verspielt durch Säumnis seine einzige Chance seine Argumente dem Panel zur Kenntnis zu bringen. Andere Mitwirkungsmöglichkeiten – wie etwa persönliche Anhörung – sind im UDRP Streitbelegungsverfahren nicht vorgesehen bzw sogar ausdrücklich untersagt. Selbst wenn ein Domain-Inhaber eine Beschwerde als völlig unbegründet einstuft, ist ihm dringend anzuraten, die Beschwerde zu erwidern. Ansonsten entscheiden Panels auf Grundlage der einseitigen Argumentation des Bf. mit 98%iger Wahrscheinlichkeit⁷⁷ auf Transfer des Domain Namens. Die Mehrheit vermeintlich unfairer UDRP-Entscheidungen hat die Säumnis des Domain-Inhabers als Ursache.

§ 6 Ernennung des Panels und Zeitpunkt der Entscheidung

§ 6 (a) Jede Schlichtungsstelle soll eine öffentlich zugängliche Liste der Panelisten und ihrer Qualifikation publizieren.

§ 6(b) Das Ein-Mann-Panel soll von der Schlichtungsstelle innerhalb von fünf Kalendertagen nach Erhalt der Beschwerdebeantwortung bzw Verstreichen der Frist für die Beschwerdeerwidern ernannt werden. Die Gebühren für das Ein-Mann-Panel hat zur Gänze der Beschwerdeführer zu entrichten.

Die UDRP Rules (und die WIPO Supplemental Rules) nennen keinerlei Kriterien für die Auswahl eines bestimmten Panelisten. Die Literatur übt daran teils heftige Kritik. Exakt geregelt ist dagegen die Auswahl der Mitglieder eines Drei-Mann-Panels: Beide Parteien haben gemäß § 6 (e) jeweils eine Liste mit drei Wunschkandidaten aufzustellen, von denen die Schlichtungsstelle je einen Panelisten auswählt und den dritten Panelisten selbst bestimmt. Dieses Auswahlverfahren wird in der Literatur weitgehend als faires Idealmodell betrachtet.⁷⁸ Dennoch wird in der Praxis – nicht zuletzt aufgrund der höheren Verfahrenskosten – ziemlich

⁷⁵ Das Formular zur Beschwerdeerwidern befindet sich (nur in englischer Sprache) unter <http://arbitr.wipo.int/domains/respondent/response1.doc> .

⁷⁶ Das ist die einzige Fallkonstellation, bei der sich auch der Domain-Inhaber an den Verfahrenskosten beteiligen muss. Bei Entscheidung durch ein Ein-Mann-Panel oder wenn der Markeninhaber ein Drei-Mann-Panel wünscht hat der Beschwerdeführer die gesamten Verfahrenskosten allein zu tragen.

⁷⁷ Vgl MUELLER, Rough Justice zur statistischen Auswertung der UDRP-Entscheidungen.

⁷⁸ Speziell GEIST fordert in seiner Fair.com? Studie vehement eine generelle Entscheidung durch Drei-Mann-Panels.

selten von der Möglichkeit eines Drei-Mann-Panels Gebrauch gemacht: 90,5 % aller UDRP-Fälle wurden bislang von einem Ein-Mann-Panel entschieden.

Nach Ernennung des Panels hat die Schlichtungsstelle gemäß § 6(f) die Parteien zu verständigen, welcher Schiedsrichter bestellt wurde und bis zu welchem Datum die Entscheidung des Panels zu ergehen hat.

§ 7 Unparteilichkeit und Unabhängigkeit

Nach dem Wortlaut des § 7 Rules hat das Panel selbst die Pflicht, alle Umstände, die seine Unparteilichkeit und Unabhängigkeit zweifelhaft erscheinen lassen, der Schlichtungsstelle zu melden. In der Praxis wird es von der WIPO jedoch geduldet, dass Panelisten zugleich als Parteienvertreter bei anderen WIPO Domain-Streitbeilegungsfällen agieren. Nach meiner Ansicht ist diese Vorgehensweise rechtlich sehr problematisch. Wird etwa ein Panel die von einem Panelisten-Kollegen verfasste Beschwerde tatsächlich fair und objektiv beurteilen? Kann ein bereits mehrmals als Anwalt für Markeninhaber bei Domain Namenskonflikten tätiger Panelist auch weiterhin unparteiisch und unabhängig eine Richter-ähnliche Funktion ausüben?

§ 8 Kommunikation zwischen Parteien und dem Panel

Unilaterale Kommunikation einer Partei mit dem Panel ist verboten. Jede Kommunikation erfolgt über den Umweg des sogenannten „Case Administrator“ nach den Vorgaben der jeweiligen Supplemental Rules.

§ 9 Übermittlung der Akte an das Panel

Die Schlichtungsstelle leitet den Akt an den/die Panelisten weiter sobald das Panel ernannt wurde. Das Panel soll nicht unnötig mit administrativen Aufgaben belastet werden. Sämtliche administrativen Vorarbeiten übernimmt das WIPO Arbitration and Mediation Center bzw der jeweilige „Case Administrator“.

§ 10 Generelle Kompetenzen des Panels

§ 10 (a) Das Panel soll das administrative Verfahren auf solche Weise, die es als angemessen betrachtet, in Übereinstimmung mit der Policy und den Rules durchführen.

Das Panel hat gemäß § 10 (b) die Pflicht sicherzustellen, dass die Parteien gleich behandelt werden und dass jeder Partei eine faire Gelegenheit gegeben wird ihren Standpunkt zu präsentieren.

§ 10 (c) ermöglicht dem Panel die Erstreckung von Fristen.

Gemäß § 10 (d) soll das Panel die Zulässigkeit, Relevanz, Werthaltigkeit und Gewichtung der Beweise bestimmen. Dabei handelt es sich um eine klassische Umschreibung der freien Beweiswürdigung.

§ 11 Sprache des Verfahrens

Mangels anderer Vereinbarung wird das Verfahren in der Sprache der Registrierungsvereinbarung - fast immer Englisch - durchgeführt.

Kommentar: Gerade bei einem internationalen Verfahren kann die Beherrschung der englischen Sprache umso mehr vorausgesetzt werden, zumal auch die Domain-Registrierung in der (aus österreichischer Sicht) Fremdsprache erfolgt. Ein theoretisch machbares mehrsprachiges Verfahren wäre durch den Übersetzungsaufwand zeitlich unökonomisch und würde der Grundintention der UDRP Streitbeilegung – eine einfache und vor allem schnelle Alternative zur staatlichen Gerichtsbarkeit zu bilden – zuwiderlaufen.

Das Erfordernis, die Beschwerdebeantwortung in englischer (Rechts-)Sprache zu formulieren mag ein Grund für die hohe Säumnisrate sein. Um Domain-Inhaber, die ihre Beschwerdeerwiderung in holprigem Schulenglisch einbringen, nicht zu benachteiligen, muss an die Panelisten appelliert werden nicht die sprachliche, sondern die inhaltliche Qualität der Argumentation ihrer Entscheidung zugrunde zu legen. Österreichischen Markeninhabern ist angeraten, eine Übersetzung nicht englischsprachiger Dokumente – wie der österreichischen Markenregistrierung – mitzuliefern um eine diesbezügliche Anordnung des Panels gemäß § 11 (b) obsolet zu machen.

§ 12 Weitere Stellungnahmen

Zusätzlich zur Beschwerde und ihrer Erwiderung kann das Panel - in seinem alleinigen Ermessen - weitere Stellungnahmen oder Dokumente von den Parteien erbitten.

Diese Bestimmung ist eindeutig als Ausnahmefall konzipiert.

§ 13 Persönliche Anhörungen

Es soll *keine* persönlichen Anhörungen geben (auch keine Tele-, Video-, oder Webkonferenzen).

Das ist der fundamentalste verfahrensrechtliche Unterschied zu einem traditionellen Gerichtsverfahren.

§ 14 Säumnis

Falls eine Partei ohne Vorliegen außergewöhnlicher Umstände die Zeitfristen nicht einhält, soll das Panel fortfahren und eine Entscheidung über die Beschwerde treffen.

§ 14 (b) merkt etwas kryptisch an, *das Panel soll aus jeder Pflichtverletzung „ jene Schlüsse ziehen, die es als angemessen betrachtet“*. Offensichtlich schließen Panels aus der Säumnis des Domain-Inhabers vor allem auf dessen Schlechtgläubigkeit und werten die fehlende Beschwerdeerwiderung fast als Schuldeingeständnis. Die Statistik spricht jedenfalls eine eindeutige Sprache: 98 % aller WIPO-Säumnisfälle werden zugunsten des Beschwerdeführers entschieden.⁷⁹

§ 15 Entscheidungen des Panels

Gemäß § 15(a) soll das Panel die Beschwerde auf Grundlage der eingebrachten Stellungnahmen und Dokumente und in Übereinstimmung mit der Policy, diesen Rules und allen Regeln und Rechtsprinzipien, die es für anwendbar hält, entscheiden.

⁷⁹ Vgl MUELLER, Rough Justice Studie. Siehe zur Säumnis-Problematik auch § 5 (e) Rules und meine Anmerkung dazu.

Kommentar: Darin kann eine Ermächtigung zur Anwendung nationaler Gesetze – etwa Markenrecht – erblickt werden. Scheinbar wollte man dem Panel im Einzelfall einen gewissen Freiraum lassen und gleichzeitig eine allgemeingültige Regelung, welche „principles of law“ wann anwendbar sein sollen, vermeiden. Eine weltweit einheitliche UDRP, die sowohl angloamerikanischem case law als auch kontinentaleuropäischem Recht und Parteien aus unzähligen verschiedenen Rechtsordnungen gerecht wird, wäre ohne zahlreiche flexible Ermessensbestimmungen gar nicht machbar.

Das Panel soll seine Entscheidung – wenn keine außergewöhnlichen Umstände auftreten – innerhalb von vierzehn Tagen ab Ernennung weiterleiten, bei einem Drei-Mann-Panel mit Mehrheit entscheiden und die Gründe auf denen die Entscheidung basiert schriftlich darlegen.

Das Panel soll, wenn es zum Schluss kommt, dass die Beschwerde in böser Absicht eingebracht wurde, zB um den Domain Namen an sich zu reißen oder primär den Domain-Inhaber zu belästigen, in der Entscheidung auf den Missbrauch des Schlichtungsverfahrens durch “Reverse Domain Name Hijacking” hinweisen.

§ 16 Mitteilung der Entscheidung an die Parteien

Die Schlichtungsstelle hat die Entscheidung innerhalb von drei Kalendertagen ab Erhalt im Volltext an jede Partei, die betroffenen Registrierungsstellen und ICANN weiterzuleiten und muss die vollständige Entscheidung auf einer öffentlich zugänglichen Webseite veröffentlichen.⁸⁰

Kommentar: Die Veröffentlichung sämtlicher Entscheidungen im Internet soll das Vertrauen der Internet-Nutzer in die Fairness der UDRP-Streitbeilegung stärken. Gleichzeitig werden die Panels, die keinerlei Kontrolle durch eine übergeordnete Instanz unterliegen, motiviert, ihre Entscheidung sorgfältig zu überdenken und schlüssig zu begründen um der kritischen Beobachtung durch die Internet Community standzuhalten.

§ 17 Vergleich oder andere Gründe zur Beendigung

Das Panel soll das administrative Verfahren beenden, wenn sich die Parteien vor der Entscheidung des Panels einvernehmlich einigen. Dasselbe gilt, wenn das Verfahren aus irgendeinem Grund unnötig oder undurchführbar wird.

Einigungen sind in der Praxis gar nicht so selten.⁸¹ Insgesamt endeten von ca 5 800 UDRP-Verfahren (aller vier Schlichtungsstellen) ca 700 ohne formelle Entscheidung.

§ 18 Auswirkung von Gerichtsverfahren

Wenn vor oder während des administrativen Verfahrens einschlägige Gerichtsverfahren initiiert wurden, liegt es im Ermessen des Panels zu entscheiden, ob das Streitbeilegungsverfahren aufgeschoben, beendet oder aber fortgesetzt wird.

⁸⁰ Die allgemeine Übersicht mit Hyperlinks auf die jeweiligen Entscheidungen aller UDRP-Schlichtungsstellen befindet sich unter <http://www.icann.org/udrp/proceedings-list.htm> . Sämtliche WIPO Entscheidungen sind unter <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/index.html> im Volltext abrufbar.

⁸¹ Aktuelle Statistiken unter <http://www.icann.org/udrp/proceedings-stat.htm> . Aus österreichischer Sicht endeten etwa die WIPO Cases No. D2000-0506 <a1.net> und D2000-0774 <fischerskis.com>, <fischersports.com> mit einer Einigung.

§ 19 Gebühren

Im Normalfall (Ein-Mann-Panel; vom Bf. beantragtes Drei-Mann-Panel) hat der Beschwerdeführer im Voraus eine fixe Gebühr zu entrichten. Die exakte Summe regeln die Supplemental Rules der jeweiligen Schlichtungsstelle.

§ 20 Ausschluss der Haftung

Außer bei vorsätzlichem Fehlverhalten haften weder die Schlichtungsstelle noch das Panel für ihr Handeln.⁸²

§ 21 Novellierung

Die Rules dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung der ICANN novelliert werden.

D. WIPO Supplemental Rules

Die Supplemental Rules der einzelnen Schlichtungsstellen dienen hauptsächlich dazu administrative Details zu regeln. Sie sind gemäß § 1(a) in Zusammenhang mit den UDRP Rules zu lesen und zu verwenden.

Zur Vereinfachung bietet die WIPO in § 3 (a)(iii) der WIPO Supplemental Rules fakultativ an, die Beschwerde und ihre Erwiderung über das *Internet-basierte „case filing and administration system“ des WIPO Centers* abzuwickeln. Dabei können die *Musterformulare* direkt online auf der WIPO Webseite ausgefüllt werden.⁸³

Diese Vorgangsweise bringt für alle Beteiligten Vorteile: Die Parteien haben die Gewissheit, die Formvorschriften erfüllt und sämtliche der zahlreichen erforderlichen administrativen Angaben gemacht zu haben. Die Bürde, ein offizielles Dokument an eine internationale Organisation - möglicherweise in einer Fremdsprache – formulieren zu müssen, wird signifikant erleichtert. Das WIPO-Center bzw später das Panel erhält klar strukturierte, übersichtliche und vollständige Schriftsätze. Die praxistauglichste und auch von der WIPO in ihren „Filing Guidelines“ empfohlene Methode ist, meiner Ansicht, die Musterbeschwerde⁸⁴ bzw Erwiderung⁸⁵ als Word-Dokument herunterzuladen, die Formulare offline wohlüberlegt und in Ruhe auszufüllen und dann als E-Mail Attachment an domain.disputes@wipo.int zu verschicken.

Dennoch ist zusätzlich eine Hartkopie in vierfacher Ausführung an das WIPO Arbitration und Mediation Center in Genf⁸⁶ zu schicken. Das WIPO-Center hat alle Schriftsätze zu archivieren. Auch ein modernes Online-Streitbeilegungsverfahren kann oder will nicht völlig auf die Beweiskraft und Zuverlässigkeit traditioneller Schriftsätze verzichten.

⁸² Der Beschwerdeführer hat den Verzicht auf die Geltendmachung von Haftungsansprüchen gemäß § 3 (b)(xiv) Rules auch in die Beschwerde aufzunehmen.

⁸³ Das Formular für die Beschwerde findet man unter: <http://arbiter.wipo.int/domains/filing/udrp/complaint.html>
Das Formular für die Beschwerdeerwiderung kann unter <http://arbiter.wipo.int/domains/filing/udrp/response.html> online ausgefüllt werden.

⁸⁴ Musterbeschwerde (Word-Dokument): <http://arbiter.wipo.int/domains/filing/udrp/complaint.doc> .

⁸⁵ Musterbeschwerdeerwiderung (Word-Dokument): <http://arbiter.wipo.int/domains/filing/udrp/response.doc> .

Die zum Download angebotenen Formulare sind inhaltlich identisch mit der online ausfüllbaren Variante.

⁸⁶ Exakte Adresse: WIPO Arbitration and Mediation Center, 34 chemin des Colombettes, 1211 Geneva 20, Switzerland.

Ein „Case Administrator“, der aus dem Personal des WIPO Centers rekrutiert wird, übernimmt alle administrativen Belange. Er darf gemäß § 6(b) keine Angelegenheiten von substantieller Natur entscheiden. Die WIPO hat durch das seit 1994 bestehende WIPO Arbitration und Mediation Center mit knapp 30 Mitarbeitern die nötige Infrastruktur um die administrative Seite des Streitbeilegungsverfahrens abzuwickeln.

Alle materiellen Entscheidungen werden durch neutrale Panels getroffen. Die Liste der WIPO-Panelisten umfasst derzeit über 250 Experten aus 91 Ländern.⁸⁷ Zu jedem einzelnen Panel ist eine ausführliche Biographie abrufbar. Die WIPO setzt im Gegensatz zu den pensionierten Richtern des NAF ausschließlich auf Spezialisten des Immaterialgüter- und Markenrechts, häufig Markenanwälte, die einschlägige Aufsätze verfasst haben, Erfahrung auf dem Gebiet der außergerichtlichen Streitbeilegung vorweisen können und fähig sind unter Zeitdruck zu arbeiten.

Ähnlich wie schon in den UDRP Rules wird in § 7 die Auswahl eines Drei-Mann-Panels bis ins kleinste Detail geregelt, während der Standardfall der Auswahl eines Ein-Mann-Panels überhaupt nicht erwähnt wird. Deshalb wird der WIPO häufig vorgeworfen, markenfreundlich gesinnte Schiedsrichter bei der Auswahl des Ein-Mann-Panels zu bevorzugen. Francis GURRY, Assistant Director General der WIPO, erklärt dazu: „Die WIPO wählt die Schlichter entsprechend Sprache, Nationalität und Neutralität aus. Kommen der Antragsteller und der aktuelle Domain-Inhaber aus verschiedenen Ländern, wählen wir beispielsweise ein Panel aus einem dritten Land aus. Wir achten auch darauf, dass die Panelisten vorher nichts mit dem Fall zu tun hatten.“⁸⁸

Vor jeder Berufung hat das Panel gemäß § 8 eine Deklaration seiner Unabhängigkeit und Unparteilichkeit zu unterzeichnen.⁸⁹

Die jeweils aktuellen Gebühren sind gemäß § 9 Annex D zu entnehmen.

Die Entscheidung durch ein Ein-Mann-Panel kostet den Beschwerdeführer im Regelfall (1 bis 5 Domain Namen) 1500 US\$.⁹⁰ Das Drei-Mann-Panel ist mit 3000 US\$ doppelt so teuer.

Für die Beschwerde und ihre Erwiderung gibt es gemäß § 10 jeweils ein Wortlimit von 5000 Wörtern. Dem Panel bleiben zur Entscheidungsfindung nur 14 Tage, daher wären umfangreichere Schriftsätze gar nicht zu bewältigen.

Dennoch werden Verstöße gegen das Wortlimit in der Praxis nicht sanktioniert.⁹¹ Speziell Bf. neigen dazu, durch irrelevante Informationen in der Beschwerde, wie zB. kompletten Jahresberichten des Unternehmens, Dokumenten zu Dutzenden Markenregistrierungen oder völlig überzogene Beschuldigungen des Domain-Inhabers, die sämtliche theoretisch möglichen

⁸⁷ Siehe <http://arbitr.wipo.int/domains/panel/panelists.html> . Um den internationalen Charakter zu betonen, wurde die Liste nach Herkunftsland der Panelisten sortiert. Österreich stellt derzeit zwei Panelisten: Reinhard Schanda und Christian Gassauer-Fleissner.

⁸⁸ Quelle: www.heise.de/newsticker/data/jk-22.08.01-000/

⁸⁹ Das Formular ist unter <http://arbitr.wipo.int/domains/panel/statement.doc> aufzufinden.

⁹⁰ Die komplette Gebührentabelle ist unter <http://arbitr.wipo.int/domains/fees/index.html> abrufbar.

⁹¹ Ua im WIPO Case No 2000-0376. Im WIPO Case No D2000-0898 hat Panelist TERRY eine viel zu umfangreiche Beschwerdeerwiderung mit vielen Wiederholungen und irrelevanten Inhalten scharf kritisiert, und von der WIPO die Sanktion der Nichtberücksichtigung allzu umfangreicher Schriftsätze gefordert, aber die zu lange Beantwortung dennoch akzeptiert.

schlechtgläubigen Tatbestände umfassen, die Arbeit der Panels zu erschweren.⁹² Für die Entscheidung des Panels besteht dagegen ausdrücklich kein Wortlimit.

VII. Zentrale Rechtsfragen und ausgewählte Probleme

A. Rechtliche Legitimation des UDRP-Systems

“The goal of this WIPO Process is not to create new rights of intellectual property, nor to accord greater protection to intellectual property in cyberspace than that which exists elsewhere. Rather, the goal is to give proper and adequate expression to the existing, multilaterally agreed standards of intellectual property protection in the context of the new, multijurisdictional and vitally important medium of the Internet and the DNS that is responsible for directing traffic on the Internet.”⁹³

Durch multilaterale Verträge bereits gewährleistete Rechte sollen durch das geplante Streitschlichtungsverfahren leichter durchsetzbar sein. Die WIPO nennt als mögliche völkerrechtliche Grundlagen das TRIPS Übereinkommen und die Pariser Konvention. Zudem gäbe es weltweit eindeutige (nationale) Markenschutzgesetze und entsprechendes Case Law.⁹⁴ Die Beteiligung aller betroffenen Interessensgruppen am öffentlichen „WIPO Internet Domain Name Process“ erhöht zusätzlich die Legitimität der UDRP. Die WIPO hat zwar im September 1999 die nicht rechtsverbindliche Zustimmung ihrer Mitgliedsstaaten erhalten Marken gegen missbräuchliche Domain-Registrierungen zu schützen⁹⁵, möchte diesen Schutz aber nicht durch (langwierige und schwerfällige) völkerrechtliche Instrumente umsetzen. Stattdessen soll die privatrechtliche ICANN durch folgende privatrechtliche Vertragskonstruktion, die sich primär auf die faktische Macht der ICANN als Verwalterin des Domain Name Systems stützt, die Unterwerfung unter die UDRP zum zwingenden Bestandteil jeder Domain-Registrierung machen und damit die schnelle und einfache Umsetzung des ADR-Modells sicherstellen.⁹⁶

⁹² WILLOUGHBY plädiert in “Perspective of a WIPO Panelist” für kürzere Schriftsätze: “The author’s message is simply that short form Complaints are no less likely to be successful than long form Complaints, yet are likely to be far cheaper to produce, far more economical for WIPO to administer and far easier and quicker for the panelist to comprehend.”

⁹³ Siehe WIPO Final Report, Absatz 34.

⁹⁴ Einen umfassenden Überblick über nationales Case Law zu Domain Namen gibt Fußnote 135 des WIPO Final Report.

⁹⁵ Siehe WIPO Dokument A/34/16 vom 29. September 1999, „Joint Resolution Concerning Provisions on the Protection of Well known Marks”.

⁹⁶ Diese übersichtliche grafische Darstellung der privatrechtlichen Vertragskonstruktion, auf der das UDRP-System basiert, stammt aus CHRISTIE, The ICANN Domain-Name Dispute Resolution System as a Model for Resolving other Intellectual Property Disputes on the Internet, in The Journal of World Intellectual Property Vol. 5 (1), January 2002, 112.

B. Forum Shopping

Der Beschwerdeführer kann aus allen von der ICANN genehmigten UDRP-Streitbeilegungsstellen (WIPO, National Arbitration Forum (NAF), E-Resolution, CPR Institute for Dispute Resolution, seit Februar 2002 Asian Domain Name Dispute Resolution Centre (ADNDRC)) völlig frei wählen.⁹⁷ Daraus ergibt sich die Möglichkeit des „forum shoppings“, dh ein schlauer Bf. wird jene Schlichtungsstelle wählen, die am „markenfreundlichsten“ entscheidet.

Milton MUELLER hat in seiner Rough Justice Studie durch wissenschaftlich exakte statistische Auswertung von über 600 UDRP-Entscheidungen nachgewiesen, dass WIPO und NAF nur in 18% bzw 19% aller Fälle gegen den Beschwerdeführer entscheiden, E-Resolution jedoch zu 49%. Als Begründung führt Mueller an, dass E-Resolution streng nach dem Wortlaut der Policy urteilt, wogegen Schlichter von WIPO und NAF zuerst Vermutungen anstellen, ob der Domain-Inhaber ein Cybersquatter ist und dann die Definitionen der UDRP ausdehnen bis sie den speziellen Sachverhalt erfassen, also eher subjektiv und extensiv interpretieren.

Obwohl die WIPO die teuerste Schlichtungsstelle ist (Kosten im Regelfall 1500 US\$) hat sie weit über 60% Marktanteil. Dagegen blieb die „Beschwerdeführer-unfreundliche“ Schlichtungsstelle E-Resolution trotz günstiger Tarife konstant unter 10% Marktanteil und musste sich mittlerweile aufgrund mangelnder Nachfrage von der Streitbeilegung zurückziehen. Diese Tatsache lässt sich nicht allein durch das internationale Renommee der WIPO erklären, denn auch bei der Verfahrensgeschwindigkeit liegt die WIPO mit durchschnittlich 45 Tagen nur im Mittelfeld.

Einschränkend muss gesagt werden, dass die Schlichtungsstellen - abgesehen von der Auswahl und Ernennung - keinen materiellen Einfluss auf die Entscheidungen der unabhängigen Panels haben. Die WIPO-Verfahrensgebühren von 1500 US\$ abzüglich 1000 US\$ Aufwandsentschädigung für den Panelisten dürften nur knapp den administrativen Aufwand abdecken. Wenn überhaupt, könnten nur die Panelisten selbst ein finanzielles Interesse daran haben, durch eine zu markenfreundliche Interpretation der UDRP forum shopping zu provozieren und Entscheidungen an sich zu ziehen.

⁹⁷ Die aktuelle Liste aller von der ICANN genehmigten UDRP-Streitbeilegungsstellen findet sich unter <http://www.icann.org/dndr/udrp/approved-providers.htm> . In der Praxis beherrscht das NAF den nord-amerikanischen und die WIPO den weltweiten Markt.

Als Lösung gegen „forum shopping“ empfiehlt MUELLER, ebenso wie GEIST und die ROSE COMMUNICATIONS Studie, dem Domain-Inhaber bzw der neutralen Domain-Registrierungsstelle die Wahl der Schlichtungsstelle zu überlassen. Wermutstropfen wäre dabei der größere administrative Aufwand. GEIST, der später eine ähnliche Studie veröffentlicht hat,⁹⁸ schlägt zur Erhöhung der Fairness zusätzlich eine generelle Entscheidung durch Drei-Mann-Panels vor. Diese Idee wird von der WIPO aus Kostengründen zurückgewiesen.

C. Verfahrensgerechtigkeit trotz Nicht-Erfüllung der Fair-Trial Grundsätze der MRK?

Ein wesentlicher Kritikpunkt am UDRP-Streitbeilegungssystem ist die vermeintlich fehlende Verfahrensgerechtigkeit. So erhebt etwa MAYER-SCHÖNBERGER den Vorwurf, das ICANN/WIPO Verfahren wäre so rudimentär, dass es nicht einmal die Voraussetzungen des Art.6 MRK erfüllen kann - ohne dies näher zu begründen.⁹⁹ Diese Prüfung möchte ich im folgenden Abschnitt durchführen.

Artikel 6 (1) MRK: Anspruch auf Anhörung durch ein unabhängiges, unparteiisches, auf Gesetz beruhendes Gericht.

Die UDRP wurde von der privatrechtlich organisierten ICANN nach den Empfehlungen der WIPO in Kraft gesetzt und ist daher formal betrachtet kein Gesetz. Die ICANN übernimmt aber als Normsetzer die Rolle des Staates indem sie ein Schlichtungsverfahren etabliert, dem sich alle gTLD Domain-Inhaber verpflichtend zu unterwerfen haben. Durch ihre normsetzende Funktion hat die „Policy“ für die Unterworfenen materiell betrachtet gesetzesähnliche Funktion, obwohl sie auf einer privatrechtlichen Vertragskonstruktion beruht und in der juristischen Terminologie am ehesten als Richtlinie zu bezeichnen ist.¹⁰⁰

Obwohl der Grundsatz der Unparteilichkeit und Unabhängigkeit des Panels in § 7 Rules verankert ist, wird es zumindest von der WIPO geduldet, dass Panelisten zusätzlich als Parteienvertreter in anderen WIPO Domain-Streitbeilegungsfällen agieren. Dieser massive Verstoß gegen Fair Trial Prinzipien ist der ICANN durchaus bekannt, wie Frage Nummer 35 des ICANN/DNSO-Fragebogens zur Evaluierung der UDRP „Should panelists be disqualified from representing parties before the UDRP?“ beweist.¹⁰¹ Hier wird den finanziellen Interessen der Panelisten (häufig auf Markenrecht spezialisierte Anwälte) bedauerlicherweise der Vorzug gegenüber der Verfahrensgerechtigkeit gegeben. Im österreichischen Recht ist es völlig undenkbar, dass ein Richter gleichzeitig und sogar im selben Verfahrensbereich als Anwalt tätig ist.

Artikel 6(3) lit. b MRK: Ausreichende Zeit und Gelegenheit zur Vorbereitung seiner Verteidigung.

⁹⁸ Die Fair.com? Studie von GEIST bestätigt fast exakt die Ergebnisse von MUELLER, ist aber trotz der höheren Anzahl an untersuchten Entscheidungen weniger überzeugend, weil sie ihre einseitige UDRP-Kritik ausschließlich auf statistische Daten stützt und kaum begründet. So stimmt es etwa tatsächlich, dass Drei-Mann-Panels statistisch häufiger gegen die Marke entscheiden, allerdings werden diese Zahlen dadurch relativiert, dass primär bei besonders strittigen Sachverhalten ein Dreier-Gremium angefordert wird.

⁹⁹ Siehe MAYER-SCHÖNBERGER/GALLA/FALLENBÖCK (Hrsg), Das Recht der Domain Namen , 200 ff.

¹⁰⁰ Siehe STRÖMER, Das ICANN-Schiedsverfahren, 85. Der Autor qualifiziert die UDRP in seiner nicht offiziellen deutschen Übersetzung als Richtlinie. Auch der ICANN-Studienkreis bezeichnet die UDRP als „Richtlinie für Domainstreitigkeiten“.

¹⁰¹ Die UDRP Evaluierung fand von November 2001 bis Februar 2002 statt. Der höchst informative Fragebogen, der alle wichtigen Rechtsprobleme und möglichen Reformen der UDRP anspricht ist ua auf der Homepage von Computer und Recht international archiviert: <http://www.cr-international.com/udrp-review-questionnaire.htm> . Auf der offiziellen ICANN/DNSO Homepage findet sich leider nur mehr die französische Übersetzung des Fragebogens: <http://www.dns0.org/dns0/notes/20011107.UDRP-Review-Questionnaire-fr.html> .

Während der Markeninhaber beliebig lange Zeit hat seine Beschwerdeschrift vorzubereiten, bleiben dem Domain-Inhaber genau 20 Tage (minus Dauer der Zustellung) darauf zu antworten. Diese Frist wurde gegenüber der ursprünglichen WIPO-Empfehlung bereits verdoppelt. Zusätzlich üben Panels ihr Ermessen gemäß § 5(e) und § 10 Rules regelmäßig zugunsten des Domain-Inhabers aus und erstrecken die Frist, etwa wegen mangelhafter Englischkenntnisse.¹⁰² Im allgemeinen ist die 20-tägige Frist zwar kurz aber wohl vertretbar.

Artikel 6(3) lit. d MRK: Das Recht des Angeklagten Fragen an die Belastungszeugen zu stellen und die Ladung und Vernehmung von Entlastungszeugen zu erwirken.

In diesem Punkt zeigt sich endgültig, dass das UDRP-Streitbeilegungssystem kein Fair Trial Verfahren im Sinne der MRK darstellt. Die persönliche Anhörung wird in § 13 Rules explizit ausgeschlossen, dh es gibt kein kontradiktorisches Verfahren. Die Entscheidung des Panels beruht allein auf der Bewertung von Schriftsätzen.

An die alternative Online-Streitschlichtung können nicht dieselben Anforderungen wie an ein ordentliches Gerichtsverfahren gestellt werden. Verändert man das System solange bis sämtliche Fair Trial Prinzipien der MRK erfüllt sind, nähert es sich immer mehr dem traditionellen Gerichtssystem an und verliert seine Vorteile. Der Ausschluss einer persönlichen Anhörung ist geradezu ein Wesensmerkmal der Online-Streitschlichtung und ermöglicht die Überwindung von örtlicher Distanz. Die Beistellung eines Dolmetschers bzw Übersetzers iSd Art. 6 (3) lit. e MRK würde wiederum die Verfahrensgeschwindigkeit beeinträchtigen. Die Einhaltung der Fair Trial Grundsätze ist zweifellos wichtig, wenn es um fundamentale Menschenrechte geht, bei der Beurteilung eines alternativen Streitschlichtungssystems mit idR geringem Streitwert ist die Erfüllung dieser strengen Maßstäbe aber utopisch. Die UDRP enthält zumindest einen an die Wesensmerkmale der alternativen Streitbeilegung angepassten und dementsprechend rudimentären Fairnessgrundsatz in § 10 (b) Rules.¹⁰³

Wichtig ist jedoch, dass *nach* dem UDRP-Streitschlichtungssystem der Weg zu ordentlichen Gerichten, die an die Fair Trial Grundsätze des Artikel 6 MRK gebunden sind, beiden Parteien offen steht.

D. Erschwert die UDRP den Weg zu den ordentlichen Gerichten?

Der unterlegenen Partei bleiben gemäß § 4 (k) UDRP nur 10 Geschäftstage¹⁰⁴ Zeit durch offizielle Dokumente nachzuweisen, dass ein ordentliches Gerichtsverfahren in derselben Sache eingeleitet wurde. Andernfalls wird der Domain Name unmittelbar von der Registrierungsstelle an den obsiegenden Beschwerdeführer übertragen.

Hat der Domain-Inhaber durch die automatische Umsetzung der UDRP-Entscheidung nach 10 (!) Tagen einmal den Domain Namen verloren, ist es ihm in der Praxis unmöglich eine Anspruchsgrundlage im österreichischen Recht zu finden, auf die er eine Klage vor einem ordentlichen Gericht stützen könnte. Die meisten Domain Namenskonflikte werden in Österreich

¹⁰² Siehe WIPO Cases No. D2001-1121 <ochsner.com> und D2001-0533 <akg.com>.

¹⁰³ § 10 (b) Rules: In all cases, the Panel shall ensure that the Parties are treated with equality and that each Party is given an equal opportunity to present its case.

¹⁰⁴ Die Frist beginnt zu laufen sobald die Domain-Registrierungsstelle von der WIPO über die Entscheidung informiert wurde. In der Regel wird die Registrierungsstelle zur gleichen Zeit wie der Domain-Inhaber verständigt.

auf Grundlage des Wettbewerbsrechts (UWG) ausgetragen.¹⁰⁵ Dazu fehlt dem Domain-Inhaber die zur Klagelegitimation nötige Unternehmereigenschaft. § 10 des österreichischen Markenschutzgesetzes (MSchG) kommt nur für Markeninhaber in Frage. Bleibt noch der allgemeine Namensschutz nach § 43 ABGB, der nur jene Fälle umfasst, in denen der Domain-Inhaber ein eigenes Namensrecht behaupten kann. Sollte der ehemalige Domain-Inhaber dennoch eine Anspruchsgrundlage finden, muss er vor dem ordentlichen Gericht als Kläger auftreten und die Beweislast tragen um seine Domain zurückzugewinnen. Dadurch ergibt sich ein deutliches Ungleichgewicht: Der Domain-Inhaber kann wegen der unrealistisch kurzen Frist - speziell wenn er im UDRP-Verfahren nicht durch einen Anwalt vertreten wurde - die Option auf gerichtliche Kontrolle kaum wahrnehmen, wogegen sich der Markeninhaber zeitlich unbegrenzt auf seine Markenrechte berufen kann. Unter diesem Gesichtspunkt überrascht es, dass selbst Markeninhaber - trotz der durch die UDRP festgelegten Zwangsgerichtsstände - selten den Gerichtsweg bestreiten. Ob das an der Angst vor langwierigen Verfahren in fremden Rechtssystemen und schlechter Kosten-Nutzen Relation liegt oder schlicht der Erkenntnis, dass der Domain-Inhaber tatsächlich ein schutzwürdiges Interesse an der Domain hat, bleibt reine Spekulation. Fazit: Die im Rahmen der alternativen Streitbeilegung ergangene Entscheidung ist fast immer endgültig.

FROOMKIN kritisiert sehr detailliert, dass im amerikanischen Rechtssystem dieselbe Problematik existiert und spricht von einem „Asymmetric Access to Courts to Review UDRP“.¹⁰⁶

E. Beweislast

Das Problem der Beweislast und die hM dazu hat Panelist MEYER-HAUSER in der <neusiedler.com>Entscheidung¹⁰⁷ wie folgt geschildert: Der Wortlaut des § 4(a) UDRP besagt „der *Beschwerdeführer* muss beweisen, dass *jedes* dieser drei Elemente (Domain Name identisch oder zum Verwechseln ähnlich mit Marke/kein legitimes Interesse des Domain-Inhabers/Schlechtgläubigkeit) gegeben ist“ Demnach müsste der Bf. etwas Negatives (kein legitimes Interesse des Domain-Inhabers) beweisen, was schwierig, wenn nicht gar unmöglich ist. Die Policy ist allerdings inkonsequent und überträgt in § 4(c)UDRP dem *Domain-Inhaber* sein legitimes Interesse am Domain Namen zu demonstrieren. Die Beweislast für das zweite Element des § 4(a) läge demnach beim Beschwerdegegner.

Diesen offensichtlichen Widerspruch haben verschiedene Panels auf unterschiedliche Weise gelöst. Die Mehrheit der Panels entschied sich für folgende Lösung:

Grundsätzlich trägt der Beschwerdeführer die Beweislast. Bezüglich § 4(a)(ii)UDRP (kein Recht oder legitimes Interesse des Inhabers am Domain Namen) genügt jedoch ein prima-facie Beweis. Danach geht die Beweislast auf den Domain-Inhaber über („burden shifting“), der durch konkrete Beweise zeigen muss, dass er entgegen dem „ersten Anschein“ doch ein schutzwürdiges Interesse am Domain Namen hat.¹⁰⁸

Diese Darstellung deckt sich fast wörtlich mit der Sichtweise WILLOUGHBY's, der sich zusätzlich mit dem in der UDRP nicht eindeutig definierten Beweisstandard auseinandersetzt.¹⁰⁹

¹⁰⁵ Die wichtigsten Rechtsgrundlagen österreichischer Domain-Entscheidungen sind die §§ 1, 2, 9 UWG.

¹⁰⁶ FROOMKIN Michael, ICANN's Uniform Dispute Resolution Policy – Causes and (Partial) Cures, in Brooklyn Law Review Vol. 67 (3) 2002, 678 ff.

¹⁰⁷ WIPO Case No. D2000-1769 <neusiedler.com>.

¹⁰⁸ Ebenso STRÖMER, Das ICANN-Schiedsverfahren, 45. Dort finden sich Verweise auf weitere Entscheidungen mit derselben Interpretation der Beweislast.

¹⁰⁹ WILLOUGHBY, Perspective of a WIPO Panelist. Ausgangspunkt seiner Überlegungen ist der “sliding scale approach“ nach dem allgemeinen Rechtsgrundsatz „Je schwerwiegender das Vergehen, desto eindeutiger müssen die Beweise sein“.

Der WIPO-Panelist wendet beim ersten und zweiten Element den normalen zivilrechtlichen Beweisstandard an, beim Kriterium der Schlechtgläubigkeit dagegen den höheren strafrechtlichen Beweisstandard (in England: „beyond all reasonable doubt“, in Österreich spricht man meist von „an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit“), weil es sich dabei um die schwerwiegendste Anschuldigung handelt. Die Berühmtheit der Marke allein reicht entgegen der Vermutung vieler Bf. als Beweis nicht aus.

Panels haben die Beweislast in ihren Entscheidungen folgendermaßen gehandhabt: „Ein bloßer Verdacht genügt nicht“¹¹⁰, „Wenn im Lichte der Stellungnahmen und Dokumente Zweifel bleiben, kann der Beschwerde nicht stattgegeben werden“¹¹¹ oder weniger streng und damit Bf.-freundlicher „Generell ist der angemessene Standard Überwiegen der Beweise, obwohl in anderen Jurisdiktionen andere Standards gelten mögen.“¹¹²

Ebenso im österreichischen Recht gilt gem. § 10(d) Rules auch im UDRP-System der Grundsatz der freien Beweiswürdigung.

VII. Kritische Analyse von UDRP-Entscheidungen mit österreichischer Beteiligung

A. Methode der Fallanalyse

Allein die Masse von über 5000 entschiedenen UDRP-Fällen macht es unmöglich die Entscheidungspraxis vollständig zu erfassen. Mehrere Studien haben versucht möglichst viele Entscheidungen zu durchforsten und nach groben Kriterien in gewisse statistische Kategorien einzuteilen.¹¹³ Andere haben sich Spezialthemen gewidmet.¹¹⁴ Besonders gelungen ist die recherchéintensive Methode, die 25 in anderen UDRP-Entscheidungen am häufigsten zitierten

¹¹⁰ WIPO Case No D2000-0067.

¹¹¹ WIPO Case No D2000-0193.

¹¹² WIPO Case No D2000-0847: “preponderance of evidence”.

¹¹³ Vgl die Studien von MUELLER, GEIST und dem MAX PLANCK INSTITUT. Auffallend ist dabei, dass es trotz unterschiedlicher Beobachtungszeiträume nur minimale statistische Abweichungen gibt.

¹¹⁴ ZB JONES, Protecting your „SportsEvent.com”: Athletic Organizations and the UDRP. Der Autor beweist anhand konkreter Entscheidungen, dass bekannte Sportorganisationen gute Chancen haben ein UDRP-Verfahren zu gewinnen.

Fälle zu ermitteln und dadurch einige immer wiederkehrende Leitsätze herauszufiltern.¹¹⁵ Ich persönlich möchte im induktiven Teil meiner Diplomarbeit erstmals eine umfassende Bearbeitung sämtlicher WIPO-Entscheidungen, an denen österreichische Parteien beteiligt waren, vorlegen. Dazu habe ich in einem ersten Schritt ua mit Hilfe von UDRP-Volltextsuchmaschinen und der Entscheidungsübersicht auf der offiziellen WIPO-Homepage alle Fälle mit Österreich-Bezug eruiert.¹¹⁶ Arbeitsgrundlage waren die auf der WIPO-Homepage in englischer Sprache im Volltext veröffentlichten Entscheidungen, die (hoffentlich) alle wichtigen Parteienargumente wiedergeben. Auf die von den Parteien eingebrachten Beschwerde(erwiderung)en hatte ich leider keinen Zugriff.¹¹⁷ Jede Fallanalyse gliedert sich in drei Fixpunkte. Der Punkt „Sachverhalt und Parteienargumente“ soll zeigen, welche Sachverhalte typischerweise im Streitbeilegungsmechanismus behandelt werden. Abgesehen von wenigen einflussreichen und komplexen Entscheidungen (zB Libro, Neusiedler) liegt der Schwerpunkt auf eindeutigen und eher simplen Sachverhalten. Ich sehe gerade darin einen Vorteil meiner Methode. Die Konzentration auf schwierige und komplexe Fälle würde das Bild von der UDRP völlig verfälschen, weil die Masse der österreichbezogenen und sonstigen UDRP-Fälle nun einmal einfach gestrickt ist. Bis auf den ohnehin sehr umstrittenen und von inkonsistenten Entscheidungen geprägten Themenkomplex „Kritik an Unternehmen unter einem markenähnlichen Domain Namen bzw freie Meinungsäußerung“¹¹⁸ konnte ich alle weit verbreiteten Sachverhaltstypen erfassen. Der zweite Fixpunkt in der Gliederung ist die „Prüfung durch das Panel“, die Aufschlüsse über die in der Praxis extensive Interpretation der Kriterien des § 4 UDRP und diverser Ermessensbestimmungen in den Rules bringen soll. Auf Verfahrensfragen werde ich nur eingehen, wenn vom in den Rules vorgegebenen Standardprozedere abgewichen wird oder Verfahrensfehler (meist in der Beschwerdebeantwortung) geduldet werden. Letzter Fixpunkt ist die „Anmerkung“ zu jedem einzelnen Fall, in der ich den Leitsatz hervorhebe, auf vergleichbare oder auch widersprüchliche Entscheidungen hinweise, Schlüsse vom Einzelfall auf allgemeine Grundsätze der „UDRP-Rechtssprechung“ ziehe, meine eigene Meinung einbringe und Hintergrundinformationen zur jeweiligen Thematik gebe. Ein allgemeines Fazit, speziell zur Präcedenzwirkung früherer Entscheidungen, der Konsistenz innerhalb der UDRP-Entscheidungspraxis und der Verfahrensgerechtigkeit, findet sich in der Conclusio. Die Gliederung der Fälle erfolgt nicht thematisch, sondern streng chronologisch.

B. Fallanalyse: UDRP-Entscheidungen mit österreichischer Beteiligung

¹¹⁵ Die von NORRIS/FRIEDMAN/HOOLEY im Auftrag der gigantischen Anwaltskanzlei MCCUTCHEN erstellte Studie „The Emerging Jurisprudence of Domain Name Dispute Resolution“ beweist eindrucksvoll, dass Präzedenzfälle zwar keine rechtliche, aber enorme praktische Bindungswirkung haben.

¹¹⁶ Allgemeine Entscheidungsübersicht zu allen WIPO-Fällen: <http://arbiter.wipo.int/domains/cases/all.html> . Die offizielle Volltextsuchfunktion für alle UDRP-Entscheidungen der WIPO befindet sich unter <http://arbiter.wipo.int/domains/search/index.html> . Die Suchfunktion wurde im Jahr 2002 überarbeitet und wesentlich verbessert. Sie funktioniert mittlerweile absolut zuverlässig. Hilfreich ist auch die Möglichkeit UDRP-Entscheidungen unter <http://arbiter.wipo.int/cgi-bin/domains/search/SearchCaseCat?lang=eng> gezielt nach bestimmten rechtlichen Kriterien zu durchforsten

¹¹⁷ Die von der ICANN zur Evaluierung der UDRP eingesetzte Task Force diskutiert ua die zusätzliche Veröffentlichung dieser Schriftstücke zur Sicherstellung absoluter Transparenz.

¹¹⁸ Vgl dazu MAX PLANCK STUDIE, 39 ff.

1. Libro AG v. NA Global Link Limited (USA)

WIPO Case No D 2000-0186

<libro.com>¹¹⁹

a. Verfahrensfragen

Das Panel verlangt auf Antrag des Domain-Inhabers eine Übersetzung der Dokumente, die nicht in englischer Sprache sind. Die Rechtsgrundlage bildet § 11(b) UDRP Rules.

b. Sachverhalt und Parteivorbringen

Beschwerdeführer ist die nach österreichischem Recht eingerichtete Libro AG. Die Libro AG kann durch die entsprechenden Dokumente das Eigentum an der Marke „Libro“ in Österreich und international (Benelux Staaten, Kroatien, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Schweiz; Antrag in den USA) in jeweils mehreren Klassen beweisen. Der Beschwerdeführer bringt vor, dass „Libro“ berühmt in seinem Absatzgebiet ist. Aufgrund der intensiven Werbekampagnen und der exklusiven Nutzung der Marke in Zusammenhang mit Büchern, Musik, Papierwaren und anderen Produkten habe der Begriff „Libro“ in Österreich eine zweite Bedeutung [als Unternehmenskennzeichen] bekommen. Libro ist in seinem Bereich Marktführer in Österreich. Der Beschwerdegegner habe durch seine Registrierung der Libro AG die Möglichkeit genommen ihre Produkte im Internet zu kennzeichnen und identifizierbar zu machen. Der Domain-Inhaber hat <libro.com> im Internet beim Domain Namen Versteigerungs-Dienst <greatdomains.com> um 25 000 US\$ zum Verkauf angeboten. Dies spreche dafür, dass der Bg. den Domain Namen schlechtgläubig in der Absicht, ihn zu verkaufen registriert hat.

Domain-Inhaber ist die NA Global Link Limited, inkorporiert in Hong Kong, mit Geschäftssitz in San Jose, USA. Der Beschwerdegegner hat den Domain Namen im März 1999 registriert und leitet die Internet-User von <libro.com> direkt auf seine Webseite <restaurants.com> weiter. Die NA Global Link Limited bezeichnet das Vorbringen der Libro AG als „a kind of reverse domain name hijacking“.¹²⁰ „Libro“ ist das übliche Wort für „Buch“ in der spanischen und italienischen Sprache und wird auch von dritten Parteien häufig genutzt. Niemand habe das exklusive Recht dieses Wort im Internet zu gebrauchen. Der Domain-Inhaber hat die Domain <libro.com> gleichzeitig mit <juego.com>, dem spanischen Begriff für „Spiel“, registriert. Er habe diesen Namen gewählt, weil er beschreibend für Dienste in Zusammenhang mit Büchern ist und er die Einrichtung eines virtuellen Buchgeschäfts plane.

c. Prüfung durch das Panel

Ein Domain Name kann nur übertragen werden, wenn alle drei Voraussetzungen des § 4(a) UDRP kumulativ erfüllt werden.

Es steht außer Streit, dass der Domain Name identisch mit der registrierten Marke „Libro“ ist.

Die entscheidende Frage iSd § 4(a)(ii) UDRP ist, ob die bloße Registrierung eines generischen Namens ohne konkrete Vorbereitungen, den Domain Namen gutgläubig zum Anbieten von Gütern oder Dienstleistungen zu verwenden, ausreicht um ein legitimes Interesse zu

¹¹⁹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0186.html> bzw. <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2000/d2000-0186.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹²⁰ Siehe § 15 (e) Rules, dh Missbrauch des UDRP-Verfahrens um einen Domain Namen an sich zu reißen.

demonstrieren. Derzeit wird die Internet-Adresse <libro.com> nur benutzt um Besucher direkt auf <restaurants.com> weiterzuleiten. Nach Ansicht des Panels genügt die bloß spekulative Idee einer zukünftigen bona fide Nutzung eines generischen Domain Namens nicht. Auch wenn prinzipiell die Registrierung beschreibender Domain Namen („Gattungsbegriffe“) in den meisten Ländern völlig legal ist und einen beträchtlichen wirtschaftlichen Wert bilden kann, wird die bloße Spekulation ohne sichtbare Beweise für bona fide Nutzung von der UDRP nicht als schutzwürdiges Interesse anerkannt.¹²¹

Die UDRP ist sehr eng im Anwendungsbereich. Sie umfasst nur eindeutige Fälle von „Cybersquatting“ und „Cyberpiracy“ und nicht jeden Streit, der um Domain Namen entflammen könnte. Zur Untermauerung dieser These zitiert das Panel den „UDRP Second Staff Report“.¹²² „Außer in Fällen von „missbräuchlichen Registrierungen“¹²³, die schlechtgläubig und in der Absicht kommerziell von den Marken anderer zu profitieren getätigt wurden, überlässt die UDRP die Lösung von Konflikten den ordentlichen Gerichten und fordert die Domain-Registrierungsstellen auf, die Registrierung nicht zu behindern bis die Gerichte entschieden haben. Die UDRP etabliert ein stromlinienförmiges, kostengünstiges administratives Streitbeilegungsverfahren, das nur für die relativ enge Klasse der Fälle missbräuchlicher Registrierung vorgesehen ist.“

Die Erklärung des Bg. er habe den Domain Namen gewählt, weil es der spanische und italienische Begriff für „Buch“ ist, scheint als prima facie Beweis annehmbar.

Die Registrierung eines generischen Begriffes stellt einen wichtigen Vermögenswert im E-Commerce dar, speziell im Handelssektor, wo die Vermarktung von Produkten über das Internet so lebenswichtig ist wie für die Buchindustrie. Der Beschwerdeführer hat keinen Beweis für Tatsachen geliefert, die dafür sprechen, dass die NA Global Link Limited bei Registrierung von der Existenz des österreichischen Unternehmens und der Marke Libro wusste. Libro hat noch keine Markenrechte in den USA und auch keine kommerziellen Aktivitäten auf dem US Markt gesetzt.

Weil der Domain-Inhaber gleichzeitig <juego.com> (spanisch für Spiel) registriert hat, ist es wahrscheinlich, dass er den *Domain Namen* <libro.com> gewählt hat um Profit aus dem beschreibenden Charakter des generischen Begriffs und nicht aus dem Missbrauch der Marke „Libro“ bzw einem Verkauf der Domain an den Kennzeicheninhaber zu erzielen. Die Libro AG scheitert an der Beweislast für die Schlechtgläubigkeit des Domain-Inhabers gemäß § 4(a)(iii)UDRP.

d. Entscheidung

Der Domain Name soll *nicht* an den Beschwerdeführer übertragen werden.

Panel: Torsten BETTINGER (D)

Entscheidungsdatum: 16. Mai 2000.

e. Anmerkung

¹²¹ Allerdings gibt es in dieser Frage keine einheitliche Judikatur. Siehe Kommentar.

¹²² Abrufbar unter www.icann.org/udrp/udrp-second-staff-report-24oct99.htm Die entsprechende Passage wurde von mir wörtlich übersetzt.

¹²³ Im englischen Originaltext „abusive registrations“.

Das Hauptverdienst der Libro-Entscheidung ist, den Anwendungsbereich des Streitbeilegungsverfahrens abgegrenzt und plausible Richtlinien zur Lösung des schwierigen Konflikts Gattungsbegriff versus Markenrecht vorgegeben zu haben.¹²⁴

Panelist BETTINGER verneint meiner Ansicht nach zu Recht die Frage, ob die bloße Registrierung eines Gattungsbegriffes, ohne nachweisliche Vorbereitungshandlungen, diesen in gutem Glauben zu nutzen, ein legitimes Interesse iSd § 4 (c) UDRP begründet. Schließlich bildet simples auf Vorrat lagern und Spekulation mit Domain Namen nach hM kein schutzwürdiges Interesse. Warum sollte es gerade bei ungleich wertvolleren beschreibenden Begriffen anders sein?

Allerdings kann ein Domain-Inhaber auch ohne eigenes schutzwürdiges Interesse ein UDRP-Verfahren gewinnen, wie der Leitsatz der Libro-Entscheidung beweist: *„Wer einen Gattungsbegriff wählt, um Profit aus dem beschreibenden Charakter des generischen Begriffs und nicht aus dem Missbrauch der Marke zu erzielen verhält sich nicht schlechtgläubig gegenüber dem Markeninhaber.“*¹²⁵

Entscheidend ist das Motiv des Domain-Inhabers. Gemäß § 4 (a) UDRP trägt der Beschwerdeführer die Beweislast für die missbräuchliche Registrierung. Speziell für nur regional bekannte Unternehmen, die keine registrierten Markenrechte oder zumindest Geschäftstätigkeit im Heimatstaat des Domain-Inhabers vorweisen können, ist die Erbringung dieses Beweises beinahe aussichtslos. Selbst das Verkaufsangebot auf einer Domainbörse ist kein ausreichendes Indiz für missbräuchliche Registrierung, weil es sich nicht direkt an die österreichische Libro AG wendet und damit nicht die Kenntnis und vorsätzliche Schädigung der Marke beweist. Aufgrund der geschilderten Beweisprobleme endet das Duell Gattungsbegriffe gegen Markenrechte überwiegend zugunsten des Domain-Inhabers.¹²⁶

Die Libro-Entscheidung illustriert perfekt folgendes Fazit zu Domain-Konflikten um Gattungsbegriffe: *„In these cases, the decision very often depends on the assessment of subjective factors – what did the respondent actually know, what were its true motives? – which is made even more complicated by the fact that the possible meanings of a term in different languages have to be taken into account, and that the extent to which an originally generic or descriptive term has acquired secondary meaning, can vary considerably between different countries.“*¹²⁷

Das Panel weist auch auf den eng definierten Anwendungsbereich der UDRP hin, die nur eindeutige Fälle missbräuchlicher Domain-Registrierung sanktioniert. Die Registrierung von Gattungsbegriffen, die wegen Kanalisierung von Kundenströmen attraktiv sind, kann nicht unterbunden werden, wenn der beschreibende Begriff nur zufällig mit der Marke identisch ist. Aufgrund der Globalität und Sprachenvielfalt des Internets sind derartige Konflikte keineswegs selten.

¹²⁴ Vgl dazu LEISTNER, Anmerkung zur Libro-Entscheidung, in CRi 3/2000, 83-85.

¹²⁵ Siehe auch BETTINGER, Online-Schiedsgerichte für Domain-Namensstreitigkeiten, in WRP 2000, 1109-1116. In diesem sehr gelungenen Aufsatz zeigt der Panelist, dass er mit der UDRP Entscheidungspraxis zu Gattungsbegriffen bestens vertraut ist, zählt vergleichbare UDRP-Fälle auf und erläutert die Problematik „beschreibende Domain Namen“ ausführlich und anschaulich.

¹²⁶ Ua auch in den weiter unten kommentierten WIPO-Entscheidungen D2000-1769 <neusiedler.com> und D2001-0709 <givesyouwings.com>.

¹²⁷ MAX PLANCK Studie, Kapitel 2.3.1.8 Descriptiveness as a General Excuse, 41 ff. Die Studie verweist auf 19 einschlägige UDRP-Entscheidungen, in denen der Markeninhaber die generische Domain erobern konnte und 24 Entscheidungen, in denen sich der Inhaber der Gattungs-Domain durchsetzen konnte.

Die Libro AG hat auf die Anfechtung der WIPO-Entscheidung vor einem zuständigen US-Gericht,¹²⁸ bei dem sie mit denselben Beweisschwierigkeiten konfrontiert gewesen wäre, verzichtet. Stattdessen wurde mit immensem Marketing(mehr?)aufwand ein E-Commerce Portal unter dem alternativen Domain Namen www.lion.cc etabliert. NA Global Link hat selbst zwei Jahre nach der WIPO-Entscheidung unter <libro.com> nur eine rudimentäre Webseite errichtet, bei der die Absicht, den attraktiven Domain Namen profitabel zu verkaufen, durch mehrmalige Angabe der Kontaktadresse auf der Titelseite offensichtlich ist.

Dennoch handelt es sich um eine richtige und richtungweisende Entscheidung, weil sie dem unverhältnismäßigen Schutz von Markenrechten Grenzen setzt und den Status von Domain Namen als öffentliches Gut, das weiterhin nach dem Prioritätsprinzip verteilt wird, betont.

2. AT&T Corp. v. WorldclassMedia.com

WIPO Case No D2000-0553

<attmexico.com>

<att-latinamerica.com>¹²⁹

a. Verfahrensfragen

AT&T bittet das Panel um eine Ergänzung der ursprünglichen Beschwerde wegen „dubioser neuer Fakten und Argumente“, die seither aufgetaucht sind. Dabei geht es vor allem um das Verhältnis von „worldclassMedia.com“ zu Worldclass Media Inc. Nach dem Wortlaut des § 12 Rules¹³⁰ kann die Initiative für ein derartiges Ansuchen jedoch nur vom Panel selbst und nicht von den Parteien ausgehen. Das Panel verweigert die Ergänzung der Beschwerde, weil die entsprechenden Punkte bereits in der ursprünglichen Beschwerde ausreichend artikuliert wurden.

b. Sachverhalt und Parteivorbringen

Der Beschwerdeführer ist Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen in den USA und anderen Staaten. AT&T ist in den USA, Österreich, der EU, Mexiko und anderen Ländern Lateinamerikas als Marke registriert.¹³¹ AT&T legt einen Ausdruck der Webseite <att-latinamerica.com> mit dem Inhalt „This Domain Name is FOR SALE“ vom 19.Jänner 2000 vor und behauptet, dass viele vom Beschwerdegegner registrierte Domain Namen zum Verkauf angeboten werden.

WorldclassMedia.com, eine Firma mit Postfach in Graz, über die sonst nichts bekannt ist, beruft sich auf legitime nicht kommerzielle Nutzung iSd § 4(c)(iii) UDRP und argumentiert folgendermaßen: Unter <att-latinamerica.com> biete man gratis Reisetipps und Informationen für Lateinamerika-Reisende an. Die <attmexiko.com> Webseite mit dem Hinweis „Under Construction“ würde von ihrem Klienten noch entwickelt. Der Verkauf anderer Domain Namen beruhe auf einer Änderung des Geschäftsfeldes. Der zentrale Einwand von WorldclassMedia ist

¹²⁸ Zuständig ist gemäß § 4 (k) das Gericht am Sitz der Domain Registrierungsstelle oder an der in der WHOIS-Datenbank angegebenen Adresse des Domaininhabers. Im vorliegenden Fall sind beide in den USA ansässig.

¹²⁹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0553.html> bzw

<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2000/d2000-0553.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹³⁰ § 12 Rules “In addition to the complaint and the response, *the Panel may request, in its sole discretion*, further statements or documents from either of the parties”

¹³¹ AT&T gehört zu den zehn wertvollsten Marken der Welt. Vergleiche dazu die Titelstory „The Best Global Brands“ in der „Business Week“ (U.S.Edition) vom 6.August 2001, wonach der Brand Value von AT&T 22.8 Milliarden US\$ beträgt.

jedoch, dass beide Domain Namen erst am 3. März 2000 registriert wurden. Das Verkaufsangebot vom 19. Jänner 2000 stehe daher gar nicht in Zusammenhang mit der aktuellen Registrierung.

c. Prüfung durch das Panel

AT&T verwendet „att“ als Synonym für die Marke, weil „&“ kein gültiges Zeichen bei Domain Namen ist.¹³² Das Panel hält das *Anhängen einer geographischen Bezeichnung* (mexico bzw latinamerica) *an eine Marke* (ATT) *nicht für unterscheidungskräftig, weil der Leser den Domain Namen gedanklich trennt.* Dies entspricht der ständigen UDRP-Entscheidungspraxis zur Ähnlichkeit.¹³³

Nach Ansicht des Panels hat der Beschwerdegegner nur seine Absichten kundgetan und keinen Beweis für legitime unkommerzielle oder faire Nutzung geliefert.

Die am 19. Jänner 2000 ausgedruckte Webseite <att-latinamerica.com> mit dem Inhalt „for sale“ enthält einen Copyright Hinweis auf Worldclass Media Inc., ein starkes Indiz für die damalige Registrierung des Domain Namens durch diese Firma. In einem Brief an AT&T wird das Naheverhältnis von Worldclass Media.com zu Worldclass Media Inc. bestätigt. Während die Beweise für schlechtgläubigen Registrierung von <attmexico.com> dem Panel bei Säumnis vielleicht nicht ausgereicht hätten, hat der Domain-Inhaber die gebotene Möglichkeit seine gutgläubige Registrierung und Verwendung zu demonstrieren nicht genutzt. Die Begründung „change in business focus“ erklärt nicht das Anbieten von Domain Namen wie <missmalaysia.com>. Aufgrund des systematischen Verkaufs von Domain Namen durch Worldclass Media hält das Panel die Registrierung von <attmexiko.com> ebenfalls für schlechtgläubig.

d. Entscheidung

Transfer beider Domain Namen an AT&T.

Panel: Philip N. ARGY (Australien)

Entscheidungsdatum: 28. July 2000

e. Anmerkung

Die Ablehnung einer Ergänzung der Beschwerde ist verfahrensökonomisch sinnvoll, wenn die Beweise in der ursprünglichen Beschwerde ausreichen. Noch deutlicher weist das Panel im WIPO Case No. D2000-0427 den Antrag des Bf. auf eine zusätzliche Stellungnahme ab, „weil Policy und Rules, abgesehen von außergewöhnlichen Umständen, eine starke Präferenz für ein einziges Einbringen zeigen.“

Der beliebten Vorgehensweise eine Marke, die bereits als Domain registriert wurde (hier <att.com>), mit einer geographischen Bezeichnung zu kombinieren wurde erneut eine Absage erteilt. Diesbezüglich besteht eine völlig unstrittige und konsistente Entscheidungspraxis die eine Ähnlichkeit mit der Marke trotz Suffix stets bejaht.

Schlechtgläubiges Handeln (Jänner 2000) wirkt sich auch dann aus, wenn es zeitlich vor der aktuellen Registrierung (März 2000) liegt, aber ein faktischer Zusammenhang besteht

¹³² AT&T hat bereits att.com, attlatinamerica.com und attla.com registriert.

¹³³ Vgl WIPO Cases No. D2000-0477 walmartcanadasucks.com, walmartpuertorico.com ua “the addition of a place name generally does not alter the underlying mark to which it is added”, D2001-0171 philipsindia.net uva

(gleiches/verwandtes Unternehmen). Das „Reisetipps“ Argument von Worldclass Media wird völlig ignoriert. Scheinbar stützt sich das Panel auf den veralteten Ausdruck des Beschwerdeführers.

Die Andeutung des Panels, dass es bei Säumnis vielleicht zugunsten des Domain-Inhabers entschieden hätte, widerspricht in eklatanter Weise der statistischen Wahrscheinlichkeit, wonach Domain-Inhaber 98 % der WIPO-Säumnisfälle verlieren.

3. VBW-Kulturmanagement und VeranstaltungsgmbH v. Ohanessian M

WIPO Case No.D2000-0675

<barbarella.com>¹³⁴

a. Verfahrensfragen

Der Beschwerdeführer bittet um einen Zeitaufschub von zwei Wochen um seinerseits auf die Antwort des Domain-Inhabers zu antworten. Das WIPO-Center antwortet, dass die UDRP (Policy und Rules) keine weitere Vorlage von Dokumenten neben der Beschwerde und der Beschwerdebeantwortung vorsieht. Die zusätzliche Antwort der Vereinigten Bühnen Wien wird zwar an das Drei-Mann-Panel weitergeleitet, es liegt jedoch im alleinigen Ermessen des Panels, ob es diese Dokumente akzeptiert oder nicht. Auch das am 1.September 2000 eingesetzte Panel bittet um einen Aufschub zur Vorbereitung der Entscheidung, der vom Center bis zum 22.September gewährt wird.

Das Panel hält die ursprünglichen Dokumente des Bf. für unzureichend um Rechte am Domain Namen aufzuzeigen. Daher lädt das Panel die VBW-Kulturmanagementges.m.b.H. ein, *weitere Dokumente* vorzulegen, allerdings *begrenzt auf frühere Markenrechte* aus der Zeit vor der Domain-Registrierung.

b. Sachverhalt

Der Beschwerdeführer, der Öffentlichkeit unter dem Namen Vereinigte Bühnen Wien (VBW) bekannt, ist Österreichs führendes Unternehmen für Musicalproduktionen.

Der Name „Barbarella“ ist eine alleinige Kreation von Jean-Claude Forrest, dem Schöpfer des bekannten Comic-Buches „Barbarella“. Die weltweit erfolgreiche Filmversion mit der berühmten Schauspielerin Jane Fonda in der Titelrolle trägt ebenfalls den Titel „Barbarella“. Der Bf. hat die zugrundeliegenden Rechte inklusive des Namens „Barbarella“ von Julian Forrest, dem gesetzlichen Erben des Autors, für eine Musical-Bühnenproduktion sowie weitere Auswertung erworben. Die VBW-Kulturmanagementges.m.b.H. behauptet die exklusiven Rechte am Namen Barbarella für Merchandising Artikel (Kosmetika, Juwelen, Medienaufnahmen, Drucke...) und Werbung in Verbindung mit dem Musical zu haben. Das Ansuchen des Bf. um eine Registrierung der Marke „Barbarella“ in Österreich vom Dezember 1999 wurde erst im Mai 2000 bewilligt.

Der Beschwerdegegner Ohanessian M aus Kairo, Ägypten, hat den Domain Namen <barbarella.com> jedoch schon *früher*, nämlich am 10. September 1998 registriert. Der Domain-Inhaber besitzt seit 1998 ein Ölgemälde mit dem Titel „Barbarella“, der eine südländische

¹³⁴ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0675.html> bzw. <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2000/d2000-0675.doc> (Word-Dokument) archiviert.

Variation des verbreiteten englischen Namens Barbara ist. Er möchte den Domain Namen für eine Webseite nutzen, auf der das Gemälde gezeigt und zum Download als Screensaver angeboten wird. Das Gemälde soll online nachgezeichnet werden können und als hochwertiger Kunstdruck in limitierter Auflage angeboten werden. Herr Ohanessian hat einen ersten Prototyp der Webseite bereits im November 1998 ins Internet gestellt, diesen jedoch wieder entfernt um an einer verbesserten Version zu arbeiten. Die VBW Kulturmanagementges.m.b.H will auf der Webseite <barbarella.com> ihr gleichnamiges Musical zu bewerben und hat dem Domain-Inhaber per E-Mail angeboten, den Domain Namen um 200 US\$ monatlich zu mieten oder um 25 000 US\$ zu kaufen.¹³⁵

c. Prüfung durch das Panel

Die Marke des Bf. wurde erst *nach* der Registrierung des Domain Namens eingetragen. Zum Nachweis ihrer Markenrechte hat die VBW-Kulturmanagementges.m.b.H. eine Lizenzvereinbarung vom 7. April 1999 mit dem Rechtsnachfolger des „Barbarella“ Autors vorgelegt. Trotz fehlender Übersetzung und Bedenken bezüglich der Reichweite der Lizenz erkennt das Panel mangels Beweis des Gegenteils die Markenrechte des Bf. an. Die Marke „Barbarella“ ist identisch mit dem Domain Namen <barbarella.com>.

Das Panel stimmt dem Domain-Inhaber zu, dass die VBW-Kulturmanagementges.m.b.H. absolut keinen Beweis geliefert hat irgendwelche Rechte am Barbarella-Comicbuch selbst oder dem Film zu haben. Herr Ohanessian begründet sein schutzwürdiges Interesse durch den Besitz eines Ölgemäldes mit dem Namen „Barbarella“. Das Panel ist der Meinung des Kunstliebhabers, dass VBW keine „prior rights“, dh keine früheren Rechte am Domain Namen hat. Alle Markenrechte entstanden erst nach der Domain-Registrierung im September 1998. Das Panel anerkennt das schutzwürdige Interesse des Domain-Inhabers Ohanessian M.

Der Domain-Inhaber bekräftigt, dass er gar nicht von der Existenz des Bf. wissen konnte, weil er <barbarella.com> bereits *vor* der Marke registriert hat. Das Angebot, den Domain Namen zu verkaufen, ist das Resultat einer Geschäftsanbahnung durch die Vereinigten Bühnen Wien, die selbst den ersten Schritt gemacht haben. Der beweispflichtige Bf. hat keine detaillierten Unterlagen zur Untermauerung der Anschuldigung der Schlechtgläubigkeit des Domain-Inhabers geliefert. Daher findet das Panel, dass VBW die Tatbestandselemente des § 4(a) UDRP nicht beweisen kann.

d. Reverse domain name hijacking?

In seiner Antwort beschuldigt Herr Ohanessian den Bf. des sogenannten “reverse domain name hijacking“. Demnach soll VBW versucht haben sich den Domain Namen <barbarella.com> durch eine völlig unbegründete Beschwerde möglichst günstig zu sichern. Das Drei-Mann-Panel bezeichnet diese Anschuldigung als spekulativ und lehnt eine Entscheidung darüber ab.¹³⁶

e. Entscheidung

Die Entscheidung des Panels ist, dass der Kläger das Panel nicht davon überzeugen konnte, dass der Domain Name vom Beklagten auf den Kläger übertragen werden soll.

¹³⁵ Die gebotene Summe zeigt welche Rolle das Internet mittlerweile bei der Promotion von Veranstaltungen einnimmt. Durch die (anfängliche) Ablehnung dieses lukrativen Angebotes kann schlechtgläubige Verkaufsabsicht iSd § 4 (b)(i) UDRP wohl ausgeschlossen werden.

¹³⁶ Die sanktionsfreie Feststellung von „reverse domain name hijacking“ gemäß § 15 (e) dh Missbrauch der UDRP durch den Beschwerdeführer wird nur in absoluten Ausnahmefällen getroffen.

Panel: Clive Duncan THORNE (Presiding Panelist)
Pierre-Yves GAUTIER
Mark Van Buren PARTRIDGE
Entscheidungsdatum : 18. Oktober 2000

f. Anmerkung

Die vorliegende Entscheidung ist ein weiteres Beispiel für eine verfahrensökonomisch sinnvolle Anwendung des § 12 Rules „Further Statements“. Während in der AT&T-Entscheidung (siehe oben) zusätzliche Stellungnahmen abgelehnt wurden, weil bereits alle benötigten Informationen bekannt waren, schränkt das Panel hier den festen UDRP-Grundsatz „nur eine einzige Stellungnahme pro Partei“ minimal ein – begrenzt auf konkrete Beweise für frühere Markenrechte.

Die Präsentation eines Gemäldes unter dem entsprechenden Domain Namen ist ein Beispiel für legitime nichtkommerzielle Nutzung iSd § 4(c)(iii) UDRP. Der Verkauf von Kunstdrucken ist durch § 4(c)(i) UDRP – gutgläubiges Anbieten von Gütern oder Dienstleistungen – gedeckt.

Hat auch der Domain-Inhaber ein schutzwürdiges Interesse, kommt ihm stets das *allgemeine Prioritätsprinzip bei der Vergabe des Domain Namens* zugute. Die schlimmste Befürchtung vieler Privatpersonen, dass Markeninhaber durch die UDRP auch gutgläubig genutzte Domain Namen an sich reißen können, hat sich in der vorliegenden Entscheidung nicht bewahrheitet. Die UDRP ändert nichts am Prioritätsprinzip, dh wer *spätere Markenrechte* hat, die erst nach der Registrierung des Domain Namens entstanden sind, ist per se *chancenlos* und sollte auf die Einbringung einer Beschwerde verzichten um nicht des UDRP-Missbrauchs („reverse domain name hijacking“) beschuldigt zu werden.

Der Sachverhalt illustriert sehr gut den Konflikt zwischen territorialem Markenrecht und dem globalen DNS. Die Vereinigten Bühnen Wien haben Namensrechte vom Urheber des Werkes zu einem bestimmten Zweck, territorial beschränkt für Aufführungen in Wien, erworben. In fast allen Ländern rund um den Globus haben zahlreiche Personen Marken- oder sonstige Rechte am Namen „Barbarella“. Der Autor des Comics, ein Filmstudio, die Vereinigten Bühnen Wien, der ägyptische Besitzer eines wertvollen Gemäldes und Andere können in der realen Welt konfliktlos koexistieren, weil sie territorial getrennt oder in unterschiedlichen Branchen tätig sind. <barbarella.com> kann, wie alle Domain Namen, weltweit nur einmal vergeben werden, sodass mehrere Markeninhaber auf einen weniger attraktiven Domain Namen ausweichen müssen.

Die Premiere von „Barbarella – Das Musical“ ist für Frühjahr 2004 als Welturaufführung im Raimund Theater geplant. In einem sehr frühen Entwicklungsstadium, sei es im Kunst- und Kulturbereich oder auch beim Aufbau eines Unternehmens, ist der Beweis der bösgläubigen Schädigung der gerade erst entstehenden Marke schwierig zu erbringen. Die UDRP schützt bevorzugt bereits etablierte global bekannte Marken.

4. Red Bull GmbH v. Harold Gutch

WIPO Case No. D2000-0766

<redbull.org>¹³⁷

a. Verfahrensfragen

Besonderheit: Die Antwort des Domain-Inhabers wurde – scheinbar ohne Konsequenzen – einen Tag zu spät abgeschickt.

b. Sachverhalt und Parteivorbringen

Der Beschwerdeführer ist ein weltweit erfolgreicher Produzent von Energydrinks. „RED BULL“ wurde erstmals 1987 in Österreich und 1994 in Deutschland verkauft. Im Jahr 1999 wurden 622 Millionen Einheiten des Red Bull Energydrinks in 44 Ländern in aller Welt verkauft. Dies ergibt einen jährlichen Umsatz von 480 Millionen Euro. „Red Bull“ ist in Österreich und in unzähligen anderen Ländern als Marke registriert, darunter USA, Deutschland, Russland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, Irland, China, Südafrika und Saudi-Arabien. Der Bf. hat bereits mehr als zehn Domain Namen, welche die Marke „Red Bull“ enthalten, registriert. Auf der Haupt-Webseite <redbull.com> bietet Red Bull Informationen zum Energydrink, zu gesponsorten Sportevents, sowie den Download der bekannten Red Bull Werbespots an. Die Red Bull GmbH stützt sich auf folgende Argumente:

Der relevante Teil des Domain Namens „Red Bull“ ist identisch mit der registrierten Marke. Harold Gutch hat keine Lizenz oder sonstige Erlaubnis diesen Markennamen zu gebrauchen. Die Kombination der Wörter „Red“ und „Bull“ ist eine reine Fantasiekombination, da es in der Natur keinen Bullen in der Farbe Rot gibt. Daher würde niemand diesen Markenbegriff wählen, wenn er nicht den Eindruck einer Assoziation mit dem Bf. erwecken will. Die Marke „Red Bull“ ist eine der bekanntesten Marken in Österreich und Deutschland, daher ist es unvorstellbar, dass Gutch keine Kenntnis davon hatte. Jede tatsächliche Verwendung des Domain Namens würde in irreführender Weise eine Verbindung mit der Red Bull GmbH und ihrer Reputation herstellen und dadurch österreichisches und deutsches Wettbewerbsrecht verletzen. Es gibt weder Beweise, dass unter <redbull.org> tatsächlich eine Webseite eingerichtet wird, noch dass der Domain Name zum Verkauf angeboten wurde. Daher bezieht sich der Bf. auf die Entscheidung *Telstra*¹³⁸, wonach „nicht entscheidend ist, ob der Domain-Inhaber ein positives Tun in schlechtem Glauben setzt, sondern ob in Gesamtbetrachtung aller Umstände des Falles Schlechtgläubigkeit des Beschwerdegegners vorliegt. Das Konzept der Nutzung eines Domain Namens in schlechtem Glauben ist nicht auf ein positives Tun begrenzt. Auch Inaktivität des Domain-Inhabers kann auf Schlechtgläubigkeit hinauslaufen.“

Der Domain-Inhaber Harold Gutch ist eine Privatperson mit Wohnsitz in Regensburg, Deutschland. Er hat neben dem noch nicht funktionierenden Domain Namen <redbull.org> drei weitere Domains registriert und behauptet sein Recht und legitimes Interesse am Domain Namen im Sinne des § 4(c)(i-iii) UDRP durch folgende Argumente demonstrieren zu können:

¹³⁷ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0766.html> bzw.

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2000/d2000-0766.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹³⁸ WIPO Case No. D2000-0003 *Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows* <telstra.org>.

Die Bezeichnung „Red Bull“ sei sein Spitzname seit seiner frühesten Kindheit.¹³⁹ Nach Angaben seiner Mutter gaben ihm seine Freunde bei Indianerspielen im Sommer 1981 diesen Spitznamen. Zusätzlich bedeutet sein Familienname „Gutch“ auf Walisisch „Red/Rot“. Die Kombination der Wörter „Red“ und „Bull“ sei weder unmöglich, unbekannt oder rar, noch die Erfindung des österreichischen Unternehmens. Das Adjektiv „red“ wird auch bildlich und symbolisch verwendet zB „red fury“. „Red“ bedeutet dann soviel wie „gewalttätig, heiß, dynamisch, energisch, wild...“ und kann unabhängig von der natürlichen Farbe eines Objektes verwendet werden. Der Domain-Inhaber zitiert zur Untermauerung dieser These verschiedene Wörterbücher. Außerdem ist „Red Bull“ gemeinsam mit „Red Lion“ und „Red Ox“ seit dem Mittelalter ein traditioneller Name für Pubs in England. „Red Bull“ sei auch als Markenname für Fahrräder, Fahrradzubehör und Tabak etabliert. Trotzdem verwechselt niemand „Red Bull“ Fahrräder mit „Red Bull“ Energydrinks oder stellt eine Verbindung zwischen „Red Bull“ Tabak und dem Bf. her. Noch viel weniger ist daher eine Verwechslung oder gedankliche Verbindung zwischen der Spaßseite eines Mathematikstudenten und dem milliardenschweren Energydrinkkonzern denkbar. Derzeit ist die Webseite <redbull.org> wegen technischer Probleme offline. Zuvor hat Harold Gutch sogar auf die Homepage des Bf. verwiesen.

c. Prüfung durch das Panel gemäß § 4 UDRP

Der kennzeichnende Teil des Domain Namens ist identisch mit der auch in Deutschland, dem Wohnsitz des Domain-Inhabers, registrierten Marke Red Bull. Der Bf. konnte beweisen, dass die Marke Red Bull durch intensive Nutzung über mehrere Jahre sehr bekannt ist.

Der Bf. hat Gutch keine Lizenz oder sonstige Erlaubnis erteilt seine Marke als Domain Namen zu nutzen. Harold Gutch hat keine Beweise für die Behauptung geliefert, Red Bull sei sein Spitzname seit Kindheitstagen. Das Panel berücksichtigt das Argument, dass Red Bull eine natürliche Wortkombination ist, die auch von anderen Firmen als dem Bf. als Marke gebraucht wird. Allerdings ist es grundlegendes Markenrecht, dass auch gebräuchliche Wörter als Markennamen gebraucht und registriert werden können, solange sie nicht beschreibend für die jeweiligen Güter oder Dienstleistungen sind. Bei Red Bull ist dies nicht der Fall. Daher handelt es sich um eine unterscheidungskräftige, kennzeichnende Marke. Das Panel findet, dass der Domain-Inhaber nicht beweisen konnte frühere Rechte oder ein legitimes Interesse am Domain Namen <redbull.org> zu haben.

§ 4(a)(iii) in Verbindung mit § 4(b) UDRP verlangt Registrierung *und* Nutzung in schlechtem Glauben.

Es ist äußerst unwahrscheinlich, dass Harold Gutch bei der Registrierung des Domain Namens nicht die bekannte Marke des Bf. im Kopf gehabt hat und sich der Irreführungs- und Verwechslungsfähigkeit nicht bewusst war. Daher hält das Panel die *Registrierung* für schlechtläubig.

§ 4(b) UDRP zählt demonstrativ („non-exclusive list“) Faktoren auf, die für eine schlechtläubige *Nutzung* des Domain Namens sprechen. Das Panel findet, dass Harold Gutch durch die Registrierung von <redbull.org> den Bf. im Sinne des § 4(b)(ii) UDRP daran hindert, seine kennzeichnende und bekannte Marke auf den korrespondierenden Domain Namen zu übertragen. In vielen Jurisdiktionen wird die bloße Registrierung eines Domain Namens, der eine bekannte Marke enthält, als Markenverletzung oder Akt unfairen Wettbewerbs gesehen. Nach

¹³⁹ Die Berufung auf Spitznamen als schutzwürdiges Interesse iSd § 4 (c)(ii) UDRP hat nur in Einzelfällen Erfolg, zB WIPO Case No. D2000-0204 Penguin Books Limited v. The Katz Family and Anthony Katz <penguin.org>

Ansicht des Panels ist *die Absicht potentieller Nutzung der Domain <redbull.org> gleichzusetzen mit der tatsächlichen Nutzung, weil die erwartete Nutzung unvermeidlich irreführend wäre.*

d. Entscheidung

Der Domain Name <redbull.org> muss an den Bf. übertragen werden.

Panel: Knud WALLBERG

Entscheidungsdatum 21. September 2000

e. Anmerkung

Die häufige Fallkonstellation, dass ein Domain-Inhaber nach der Domain-Registrierung völlig untätig ist, dh weder in gutem noch in schlechtem Glauben aktiv handelt, ist nach dem Wortlaut der UDRP, der schlechtgläubige Registrierung *und* Nutzung¹⁴⁰ verlangt, nur schwer zu lösen. Erstmals hat ein Panel in der frühen *Telstra* Entscheidung den UDRP-Wortlaut mit durchaus nachvollziehbaren Argumenten¹⁴¹ extensiv interpretiert und passives Nichthandeln unter gewissen Voraussetzungen als schlechtgläubig qualifiziert. Der auch von Red Bull in der Beschwerde zitierte und vom Panel sinngemäß übernommene Leitsatz aus der *Telstra* Entscheidung „inaction (passive holding) can constitute bad faith“ hat sich zum mit Abstand meistzitierten „Case Law Prinzip“ des gesamten UDRP-Systems entwickelt.¹⁴²

Red Bull stützt sich in seiner Argumentation auffallend stark auf traditionelle Prinzipien und Rechtsgrundsätze des Marken- und Wettbewerbsrechtes (speziell Österreichs und Deutschlands) und das nach einheitlicher Meinung unverbindliche, aber in der Praxis einflussreiche „UDRP case law“. Gerade wenn die einschlägigen Rechtsnormen in den Heimatstaaten der beiden Parteien quasi identisch sind (wie hier österreichisches und deutsches Marken- und Wettbewerbsrecht), sind diese vom Panel aufgrund von § 15 Rules wohl jedenfalls zu berücksichtigen: Das Panel orientiert sich in seiner Entscheidungs-begründung stark am nationalen Immaterialgüterrecht und hält iSd § 15 (a) Rules einige allgemeine Prinzipien des Markenrechts für anwendbar, etwa dass alltägliche Begriffe wie „red“ und „bull“, sofern sie nicht beschreibend sind, kennzeichnungskräftig und damit als Marke schutzfähig sind. Auch bezüglich der Blockierung von Domain Namen gegenüber Marken verweist das Panel auf die im Vergleich zur UDRP strengere Rechtslage¹⁴³ in zahlreichen Staaten.

Bei der Formulierung der schutzwürdigen Namensrechte in § 4 (c)(ii) UDRP wurde primär an Familiennamen oder Geschäftsbezeichnungen und nicht an Spitznamen gedacht, die in einem globalen, nur auf Schriftsätzen basierenden Verfahren, selten glaubwürdig bewiesen werden können.

¹⁴⁰ § 4 (a)(iii) UDRP.

¹⁴¹ So sind etwa die ersten drei der vier exemplarischen Tatbestände für Bösgläubigkeit in § 4 (b) UDRP auch durch passives Nichthandeln verwirklichtbar.

¹⁴² Der *Telstra*-Leitsatz wurde allein bis Jänner 2001 in 184 UDRP-Entscheidungen zitiert. Siehe auch NORRIS/FRIEDMAN/HOOLEY, *The Emerging Jurisprudence of Domain Name Dispute Resolution*. Der Aufsatz beschäftigt sich mit den am häufigsten zitierten Entscheidungen und den darin entwickelten Grundprinzipien.

¹⁴³ Die UDRP fordert für bösgläubige Blockierung in § 4 (b)(ii) ein [wiederkehrendes] Verhaltensmuster, wogegen in vielen Staaten die Registrierung einer einzelnen Domain ausreicht. In Österreich wird etwa vom OGH ein ad-hoc Wettbewerbsverhältnis konstruiert um das UWG anwenden und gegen Privatleute, die eine Marke sittenwidrig blockieren, vorgehen zu können.

5. Neusiedler AG v. Vinayak Kulkarni

WIPO Case No. D2000-1769

<neusiedler.com>¹⁴⁴

a. Verfahrensfrage: Entscheidung trotz parallelem Gerichtsverfahren ?

Der Domain-Inhaber hat seinerseits Klage gegen die österreichische Neusiedler AG bei einem indischen Zivilgericht in Pune, Maharashtra, Indien erhoben. Da dem WIPO Center keine näheren Informationen über den Fortgang dieses Gerichtsverfahrens vorliegen, beschließt das Ein-Mann-Panel gemäß § 18(a) UDRP Rules¹⁴⁵ dennoch eine (WIPO-)Entscheidung zu fällen.

b. Sachverhalt und Parteivorbringen

Beschwerdeführer ist die Neusiedler AG, ein in der Papier- und Zellstoffindustrie tätiges Unternehmen, das die österreichische Marke „Neusiedler“ bereits 1939 registriert hat.

Argumente des Beschwerdeführers:

- der Domain Name enthält genau die registrierte Marke und den Unternehmensnamen des Bf., der Domain-Inhaber hat kein Recht an der Marke;
- das fehlende legitime Interesse zeigt sich daran, dass der Inhaber die Domain bereits im Februar 2000 registriert und bis Dezember 2000 keine Webseite errichtet hat;
- Hauptziel der Domain-Registrierung sei daher der Weiterverkauf;
- der Domain-Inhaber habe bewusst in Markenrechte eingegriffen;
- Herr Kulkarni hat zwei Anfragen per E-Mail über den Transfer der Domain nicht beantwortet – dies spreche für Schlechtgläubigkeit;¹⁴⁶
- das Wort „Neusiedler“ ist der indischen Sprache völlig unbekannt; Ganz im Gegenteil: „Neusiedler“ ist ein typisch österreichischer Ausdruck, der für den zweitgrößten See des Landes im Osten Österreichs („Neusiedlersee“) und seit Jahrzehnten auch für die geschäftlichen Aktivitäten des Papierunternehmens steht. Der Domain-Inhaber habe von der Geschäftstätigkeit der Neusiedler AG in Asien erfahren und plane die gute Reputation des Unternehmens auszubeuten.

Domain-Inhaber ist Vinayak Kulkarni, ein Privatmann aus Indien.

Argumente:

- der Bf. konnte das fehlende legitime Interesse am Domain Namen nicht beweisen;
- Herr Kulkarni hat diesen speziellen Domain Namen gewählt, weil es der Name eines berühmten Sees in Europa ist, der Leuten aus aller Welt bekannt ist;
- *das Wort „Neusiedler“ existiert in Enzyklopädiën und Wörterbüchern und ist daher ein generischer (allgemeiner, genereller) Begriff, an dem die Neusiedler AG keine exklusiven Rechte behaupten kann. Das Wort „Neusiedler“ ist bekannt als See in Europa und nicht als österreichisches Unternehmen.*

¹⁴⁴ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbitr.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-1769.html> bzw

<http://arbitr.wipo.int/domains/decisions/word/2000/d2000-1769.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹⁴⁵ Gemäß § 18 (a) Rules obliegt es dem Ermessen des Panels auf ein paralleles Gerichtsverfahren mit der Aufschiebung, Beendigung oder auch Fortsetzung des Verfahrens zu reagieren.

¹⁴⁶ Ein eher zweifelhaftes Argument, weil durch dieses Verhalten zumindest schlechtgläubige Verkaufsabsicht ausgeschlossen werden kann.

- der indische Bg. hatte absolut keine Kenntnis von der Existenz des österreichischen Unternehmens: Die Neusiedler AG sei weder ausreichend berühmt noch einzigartig, da andere Einrichtungen denselben Namen tragen;
- „Neusiedler“ ist ein generischer Begriff und daher als Basis für eine UDRP-Beschwerde ungeeignet;
- der Domain-Inhaber hat den Domain Namen nie zum Verkauf angeboten;
- die Streitparteien stehen nicht in direktem Wettbewerb, er habe nie versucht das Geschäft des Bf. zu stören;
- eine Verwechslung mit der österreichischen Marke ist ausgeschlossen weil unter www.neusiedler.com nie eine Webseite präsent war;
- der Domain-Inhaber arbeitet bereits 10 Monate an seiner Webseite, das sei unter den schwierigen technischen Bedingungen in Indien keine übermäßige Verspätung;
- der Beschwerdeführer hatte 5 Jahre Zeit den Domain Namen <neusiedler.com> zu registrieren, da in Europa das Internet seit 1995 als E-Commerce Plattform genutzt wird; Diese Säumnis beweist, dass diese Domain gar nicht von vitaler Bedeutung für die Neusiedler AG ist.
- es gilt das Prioritätsprinzip. Die Neusiedler AG betreibe „Reverse Domain Name Hijacking“.

c. Prüfung durch das Panel gemäß § 4 UDRP

Der Domain Name „Neusiedler“ ist iSd § 4(a)(i) UDRP identisch mit der registrierten Marke.

Der Begriff „Neusiedler See“ bzw „Neusiedler“ ist ein geographischer Begriff. Daher kann der Beschwerdeführer nicht das exklusive Recht, diesen Ausdruck für sich zu nutzen, behaupten. Oftmals behaupten geographische Regionen (zB Städte) das bessere Recht am entsprechenden Domain Namen zu haben. *Die Neusiedler AG ist dagegen gar nicht faktisch mit dem geographischen Begriff verbunden, wie eine Stadt¹⁴⁷, sondern kommerziell durch eine identische Marke. Außerhalb der Papierindustrie und bei weltweiter Betrachtung hat „Neusiedler“ eine größere Bedeutung als geographischer Terminus. Das Unternehmen ist nicht berühmt genug, um „Neusiedler“ als nicht generischen Begriff anzusehen. Geographische Namen können nicht durch die Registrierung als Marke monopolisiert werden und auch durch dritte Parteien wie Herrn Kulkarni (etwa als Domain Name) genutzt werden.*

Die Registrierung eines Domain Namens verpflichtet nicht dazu diesen auch zu nutzen. Die Nicht-Nutzung (vor allem in der Zeit, die benötigt wird um eine Webseite vorzubereiten) allein ist noch kein ausreichender Beweis für das fehlende legitime Interesse des Domain-Inhabers.¹⁴⁸

Nach Ansicht des Panels ist *nicht bewiesen, dass der indische Privatmann bei Domain Registrierung von der Existenz der österreichischen Neusiedler AG wusste* (der Bf. hat die geographische Ausbreitung seiner Asien Geschäfte nicht dargelegt; Kulkarni scheint nicht in derselben Branche tätig zu sein). Die Nichtbeantwortung der Briefe und E-Mails des Bf. ist zwar unhöflich, aber noch kein Beweis der Schlechtgläubigkeit des Beschwerdegegners. Ein Charakteristikum des Internets ist die fehlende Begrenzung auf einzelne Länder oder Sprachen.

¹⁴⁷ Speziell nationale Gerichte, aber auch ein WIPO-Panel in der umstrittenen <barcelona.com > Entscheidung, anerkennen teilweise, aber keinesfalls einheitlich, ein Recht der jeweiligen Stadt auf den entsprechenden geographischen Domain Namen. So bereits die erste Domain-Entscheidung des deutschsprachigen Raumes <heidelberg.de>, LG Mannheim 8.3.1996, 7 O 60/96. Faktisch verbunden mit dem Begriff „Neusiedler“ wäre etwa die Gemeinde Neusiedl am See.

¹⁴⁸ Damit vertritt das Panel eher die Mindermeinung. Im allgemeinen wird die Nicht-Nutzung eines Domain Namens über einen längeren Zeitraum zumindest als Indiz für Schlechtgläubigkeit gewertet.

Daher spricht auch das Argument, das Wort „Neusiedler“ sei der indischen Sprache völlig unbekannt, per se nicht für Schlechtgläubigkeit. Andernfalls wäre die Registrierung zahlreicher englischsprachiger Domain Namen durch Österreicher ebenfalls strittig.

d. Entscheidung

Der Bf. konnte das fehlende Recht oder legitime Interesse des Domain-Inhabers nicht ausreichend glaubhaft machen sowie dessen Schlechtgläubigkeit nicht beweisen. Die Beschwerde wird abgewiesen. Das Panel entscheidet den Fall auf Grundlage der Behauptungen und Beweise zum gegenwärtigen Zeitpunkt. *Sollte sich der Sachverhalt in Zukunft ändern, zB wenn der Domain-Inhaber den Domain Namen künftig im Widerspruch zur UDRP verwendet, ist eine erneute Beschwerde möglich.*

Panel: Bernhard MEYER-HAUSER (Schweiz)

Entscheidungsdatum: 5. Februar 2001

e. Anmerkung

Mittlerweile ist – trotz abgewiesener Beschwerde – der österreichische Papiererzeuger Neusiedler AG unter der Domain <neusiedler.com> zu finden. Ob dies auf den Ausgang des ordentlichen Gerichtsverfahrens in Indien oder eine außergerichtliche Einigung zwischen den Parteien zurückzuführen ist, war leider nicht in Erfahrung zu bringen. Eindeutig geklärt ist gem. § 4(k) UDRP, dass jedes Gerichtsurteil Vorrang gegenüber einer UDRP-Entscheidung hat. Ob es unter diesen Umständen sinnvoll ist, das Schlichtungsverfahren trotz eines parallelen Gerichtsverfahrens fortzusetzen, liegt gem. § 18 (a) Rules im Ermessen des Panels. Bemerkenswerterweise ist diese Konstellation extrem selten – scheinbar entscheiden sich die Parteien ganz bewusst entweder für den alternativen Online-Schlichtungsweg oder den traditionellen Gerichtsweg.

Das Panel wendet das Prinzip „ne bis in idem“ mit Verweis auf zwei frühere UDRP-Präzedenzfälle gleich an wie im österreichischen Prozessrecht: Bei verändertem Sachverhalt (nova producta) ist ausdrücklich eine erneute UDRP-Beschwerde möglich.

Die Entscheidung, wer das Recht auf einen geographischen Domain Namen hat, gehört zu den schwierigsten Fragen des gesamten Domain Rechts¹⁴⁹ und fällt derzeit eigentlich nicht in den Anwendungsbereich der UDRP, weshalb besonders die <Barcelona.com> und <stmoritz.com> Entscheidungen¹⁵⁰ äußerst umstritten waren. Weil die Neusiedler AG zumindest eindeutige Markenrechte als Beschwerdelegitimation vorweisen konnte, wurde die Beschwerde nicht wegen Unzuständigkeit der UDRP zurückgewiesen, sondern mit einer Entscheidung abgewiesen. Das Panel hat sich entschieden die geographische Bezeichnung „Neusiedler“ wie andere generische Begriffe zu behandeln. An Gattungsbegriffen können keine exklusiven Markenrechte erworben werden. Das Prioritätsprinzip entscheidet zugunsten des Domain-Inhabers, sofern seine Schlechtgläubigkeit nicht eindeutig bewiesen werden kann. Zum Problem, die Kenntnis der Marke – also die Grundvoraussetzung jeder bösgläubigen Schädigungsabsicht – zu beweisen, verweise ich auf meine Anmerkungen zur Libro-Entscheidung.

¹⁴⁹ Einen Überblick über die internationale Judikatur zu geographischen Domain Namen gibt es in Absatz 258 des WIPO FINAL REPORT 2. In der österreichischen Domain Judikatur werden überwiegend Städte und Gemeinden bzw Tourismusverbände favorisiert, wobei auch eine Privatperson (zb Hotelier) unter gewissen Bedingungen (kein nachteiliger Gebrauch des Namens!) die Domain <ortsname.at> nutzen darf.

¹⁵⁰ WIPO Cases No. D2000-0505 bzw D2000-0617.

Der Second WIPO Internet Domain Name Process hatte die Ausdehnung des Schutzbereiches der UDRP auf pharmazeutische Begriffe, internationale Organisationen, Personennamen, Handelsnamen und geographische Begriffe zum Thema. Aufgrund der fehlenden völkerrechtlichen Basis und der international uneinheitlichen Rechtslage wird die Erweiterung der UDRP gegen den Missbrauch geographischer Bezeichnungen von der WIPO gegenwärtig abgelehnt.¹⁵¹ Dennoch wurden in der UDRP-Praxis bereits mehrmals Dispute um geographische Begriffe entschieden, gerade, wenn wie im vorliegenden Fall, eine Marke mit einem geographischen Term identisch ist.

6. Tchibo Frisch-Röst-Kaffee GmbH v. Hans Reischl

WIPO Case No. D2001-0079

<tchibo.com>¹⁵²

a. Verfahrensfragen

Das WIPO-Center verlangt vom Beschwerdeführer aufgrund formaler Mängel das Einbringen einer verbesserten Beschwerde. Der Domain-Inhaber antwortet nur per E-Mail und sendet keine gedruckte Fassung („Hardcopy“) an das WIPO-Center. Die formal mangelhafte Beschwerdeerwiderung wird vom Panel akzeptiert.

b. Sachverhalt und Parteinvorbringen

Der Beschwerdeführer, die Tchibo GmbH mit Sitz in Deutschland, gehört zu den größten Kaffeeproduzenten und Händlern. „Tchibo“ ist in Deutschland, Österreich und zahlreichen europäischen Ländern als Marke registriert und wird seit vielen Jahren als Handelsmarke verwendet. Auf seinen beiden Webseiten <tchibo.de> und <tchibo.org> bietet der Bf. Kaffee und andere Produkte an. Eine Recherche des Panels (WHOIS Datenbank) ergibt, dass <tchibo.com> und <tchibo.net> von Unternehmen mit derselben Geschäftsadresse wie der Bf. registriert wurden. Der Domain Name unterscheidet sich von der Marke „Tchibo“ nur durch das fehlende „s“ in der Marke. Weil beide Begriffe in der deutschen Sprache identisch ausgesprochen werden, bestehe eine verwechslungsfähige Ähnlichkeit. Reischl handle schlechtgläubig, weil er die identische Aussprache zu seinem Vorteil ausnutzt. Jemand, der das Unternehmen im Internet sucht und „Tchibo“ eintippt wie es ausgesprochen wird oder nur versehentlich ein „s“ hinzufügt,

¹⁵¹ Die WIPO trifft folgendes Fazit: “For geographical identifiers, which are dealt with in Chapter Six, it is recognized that certain norms exist at the international level which prohibit false and deceptive indications of geographical source on goods and which protect geographical indications, or the names of geographical localities with which goods having particular characteristics derived from that locality are associated. However, these rules apply to trade in goods and may require some adaptation to deal with the perceived range of problems with the misuse of geographical indications in the DNS. Furthermore, the lack of an international agreed list of geographical indications would pose significant problems for the application of the UDRP in this area because of the need to make difficult choices of applicable law. It is suggested that the international framework in this area needs to be further advanced before an adequate solution is available to the misuse of geographical indications in the DNS. As far as other geographical terms are concerned, the Report produces considerable evidence of the widespread registration of the names of countries, places within countries and indigenous peoples as domain names by persons unassociated with the countries, places or peoples. However, these areas are not covered by existing international laws and a decision needs to be taken as to whether such laws ought to be developed.”

Quelle: <http://wipo2.wipo.int/process2/report/html/executivesummary.html>

¹⁵² Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0079.html> bzw

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0079.doc> (Word-Dokument) archiviert.

landet auf der Webseite des Domain-Inhabers.¹⁵³ Der Bg. nutze die hohe Wahrscheinlichkeit der Verwechslung zu seinem kommerziellen Gewinn.

Domain-Inhaber ist Hans Reischl aus Voitsberg, Österreich. Die Beschwerdebeantwortung wurde nicht von Herrn Reischl unterzeichnet, sondern per E-Mail im Namen der Werbe- und Marketing Agentur „Pink Panther“ eingebracht. Der Bf. behauptet, den Bg. in einem Brief vom 19. Mai 2000 um einen Verzicht auf den Domain Namen gebeten zu haben. Hans Reischl bestreitet, jemals einen derartigen Brief erhalten zu haben. Die anfangs ungenutzte Webseite <tschibo.com> enthält nunmehr vier Links (ua auf den Internet Service Provider webby.at). Der Domain-Inhaber erklärt, dass diese Links von seinem ISP plaziert wurden, der die Homepage gesperrt hat bis die Situation mit dem Bf. geklärt ist.

Der Domain-Inhaber antwortet nur mit folgender (im Wesentlichen unverändert wiedergegebenen) E-Mail in Stichworten:

“TREND SCHI BOARD Event Agency

1. Owner: Hans Reischl; Company: Advertising-Agency/Marketing-Agency
2. Product Event-Plattform;
3. Draft: Announcement and promotion of events and trend sports as well as representation for “new” products and pretest of products and sponsors;
4. Different Spelling “s” comparable house and mouse (deviation 1 letter);
5. No food-selling;

[Response to] Tchibo Arguments

1. Unfortunately we never received a letter
2. Phonetics (words, similar pronounced – with a different meaning / as well in different languages)
3. Trademark Protection (Event-Agency)
4. Make use of the popularity of Tchibo (insignificant concerning this target group Tchibo in connection with fun- and extreme sports?) We do not represent the same target group.
5. For reasons of safety our homepage was locked until clarifying with Tchibo
6. No impediment because Tchibo is holder of <www.tchibo.com_de_at>
7. Logo or typography are comparable in no way, therefore no risk of mixing up because the logo of our company differs completely compared to the Tchibo Logo;

We consider to be discriminated as a smaller company. Alternatively there is a possibility for “Tchibo” of adjustment of a link in our homepage. Best regards”

c. Prüfung durch das Panel

Das Panel findet, dass die oben zitierte Beschwerdebeantwortung per E-Mail *nicht* mit folgenden Erfordernissen des § 5(b) UDRP Rules in Einklang steht:

- (i) sie antwortet nicht speziell auf die Statements und Anschuldigungen der Beschwerde, sondern liefert eine unstrukturierte und schwer verständliche Liste von Argumenten;

¹⁵³ Dieses Ausnutzen von häufigen Tippfehlern der Internet Nutzer wird als „Typosquatting“ bezeichnet. Mittlerweile sind viele Markeninhaber dazu übergegangen, weit verbreitete Tippfehler selbst als zusätzliche Domains zu registrieren.

- (ii) sie ist unklar in Bezug auf den Namen des Beantwortenden;
- (iii) sie wurde nicht als gedruckte Fassung ans WIPO-Center gesendet und gibt keine Auskunft über die bevorzugte Methode der Kommunikation (nur E-Mail oder auf dem traditionellen Postweg „Hardcopy“);
- (vii) sie bestätigt nicht, dass eine Kopie der Beschwerdebeantwortung dem Bf. übermittelt wurde;
- (viii) sie enthält nicht folgendes Statement: „Respondent certifies that the information contained in this response is to the best of Respondent’s knowledge complete and accurate [...]”

Das Panel hat gemäß § 10(b) UDRP Rules die Verpflichtung, jeder Partei eine faire Gelegenheit zu geben, ihren Standpunkt darzulegen und gemäß §10(c) UDRP Rules nach Ermessen über die Zulässigkeit von Beweisen zu entscheiden. Daher, und weil der Domain-Inhaber anscheinend nicht von einem Anwalt vertreten wird, entschließt sich das Panel alle Unterlagen zu akzeptieren.

Das erste Element wird im vorliegenden Fall weitaus genauer geprüft als üblich: Relevante Umstände sind im Besonderen das Ausmaß der akustischen, visuellen oder konzeptionellen Ähnlichkeit beider Begriffe, die Ähnlichkeit der Güter oder Dienstleistungen für die sie gebraucht werden und die Unterscheidungskraft, welche die Marke entweder per se hat oder durch den hohen Wert der Wiedererkennung der Marke.

Das Panel findet, dass aus folgenden Gründen verwechslungsfähige Ähnlichkeit vorliegt:

- in Deutsch und vielen anderen Sprachen sind beide Begriffe phonetisch identisch; -
- die einzige visuelle Differenz ist das zusätzliche „s“ im Domain Namen, solche Abweichungen sind unbedeutend und stellen keinen wirklichen Unterschied her;
- „Tchibo“ ist eine bekannte und kennzeichnende Marke, die ein starkes Schutzlevel genießt.

Das Panel ist sich des semantischen Unterschiedes bewusst: „Tschibo“ wurde vom Namen der Eventagentur „Trend Schi Board“ abgeleitet, „Tchibo“ dagegen hat keine spezielle Bedeutung. Das Panel findet das Argument der unterschiedlichen Waren voreilig, da der Domain Name noch nicht zum Anbieten von Waren oder Dienstleistungen und sicher nicht in Verbindung mit Trend- und Extremsport verwendet wurde. Zudem verkauft der Beschwerdeführer neben Kaffee zahlreiche „non-food“ Produkte wie Bekleidung, Regenschirme, Räder uva.

Der Domain Name wurde bislang noch nicht in Verbindung mit einem bona fide Anbieten von Waren oder Dienstleistungen genutzt. Der Domain-Inhaber liefert außer einem Logo keinen Beweis für konkrete Vorbereitungen zum Gebrauch der Webseite. Hans Reischl behauptet Eigentümer der Eventagentur „Trend Schi Board“ zu sein, die auch als Marke geschützt sei. Allerdings hat er diese Behauptungen nicht durch die entsprechenden Dokumente untermauert. Die Pläne des Domain-Inhabers, ua „Ankündigung und Promotion von Events und Trendsportarten“, könnten durchaus im Sinne des § 4(c)(iii) UDRP (non-commercial use) sein. Das Panel akzeptiert, dass diese Pläne ein plausibles legitimes Interesse schaffen *könnten*. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt fehlt Hans Reischl jedoch das legitime Interesse am Domain Namen.

Der Bf. stützt sich auf das vierte Element des § 4(b) UDRP und bezichtigt Reischl des „typo-squattings“, scheidet jedoch nach Ansicht des Panels daran den kommerziellen Gewinn des Domain-Inhabers aus seinem Handeln zu beweisen.

Das Panel hat eine Suche im Internet zum Begriff „tschibo“ durchgeführt. Die hohe Zahl der Treffer bezog sich auf eine große Vielfalt von Themen. Die Domain Namen <tschibo.net> und <tschibo.tv> wurden etwa von dritten Parteien registriert.

Das Panel hat gewisse Zweifel über die wahren Absichten des Bg., der die Domain kaum genutzt hat. *Solange der Domain-Inhaber jedoch keinen Kaffee oder sonstige in Wettbewerb mit dem Bf. stehenden Produkte verkauft, fällt es schwer zu sehen, wie die Registrierung von <tschibo.com> zur Promotion von Trend- und Extremsport irreführend sein könnte.* Das Panel hält es für plausibel, dass Reischl gewisse Vorteile aus der Reputation der Marke des Bf. erzielt. Daran ist an sich nichts Falsches. Solange Hans Reischl nicht absichtlich Verwirrung stiftet, um zu seinem kommerziellen Nutzen Internet-Surfer auf seine Webseite zu locken, kann ein solcher Vorteil nicht als unfair, parasitär oder per se schlechtgläubig bezeichnet werden. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt ist der Antrag des Bf., der eine prima facie Beweislast trägt, daher verfrüht.

d. Entscheidung

Das Panel entscheidet, dass der Domain Name <tschibo.com> verwechslungsfähig ähnlich mit der Marke „Tchibo“ ist, dass der Domain-Inhaber kein Recht oder legitimes Interesse am Domain Namen hat, aber dass der Bf. nicht beweisen konnte, dass der Domain Name schlechtgläubig registriert und genutzt wurde. Gemäß § 4(i) Policy und § 15 Rules verlangt das Panel, dass der Domain Name bleibt wie er ist.

Panel: Kamen TROLLER (Schweiz)
Entscheidungsdatum: 20. März 2001

e. Anmerkung

Die Akzeptanz der formell stark mangelhaften Beschwerdebeantwortung zeigt, dass die Einhaltung der Verfahrensregeln im UDRP-System bei weitem nicht so streng geprüft wird wie etwa in der österreichischen Zivilprozessordnung. Der Wortlaut des § 10 (b) Rules ist als eindeutiges Signal an die Panels zu verstehen, jedes Vorbringen der Parteien zu berücksichtigen, selbst wenn gewisse Formmängel vorliegen.

Der Grundsatz „in dubio pro reo“ gilt auch beim UDRP-Streitbeilegungsverfahren. Das Panel hat zwar gewisse Zweifel an den wahren Absichten des Domain-Inhabers und verneint sein schutzwürdiges Interesse, hält die Argumente des prima facie beweispflichtigen Bf. aber nicht für stichhaltig genug. Panelist TROLLER wendet, ähnlich wie WILLOUGHBY in seinem Kommentar¹⁵⁴, beim Kriterium der Bösgläubigkeit einen strengen Beweisstandard an.

Eindeutige Typosquatting-Fälle sind dagegen durch die Registrierung zahlreicher Tippfehler-Domains, die besonders populäre Internet Adressen absichtlich falsch schreiben, gekennzeichnet. Ein Musterbeispiel für diese Praxis ist (neben vielen anderen Beispielen) der WIPO Case No. D2000-0554 hotmaill.com, otmail.com, homail.com, hotmai.com. Bis zum Transfer durch die WIPO-Entscheidung haben vermutlich nicht wenige der Millionen Nutzer des Webmail-Dienstes „Hotmail.com“ unfreiwillig die Webseiten des Typosquatters besucht. Mittlerweile sind viele Markeninhaber dazu übergegangen, weit verbreitete Tippfehler selbst als zusätzliche Domains zu registrieren.

¹⁵⁴ WILLOUGHBY, Perspective of a WIPO Panelist. Siehe dazu auch Kapitel VI.E.

Irreführung ist nur dann schlechtgläubig iSd § 4(b)(iv) UDRP, wenn der Domain-Inhaber durch die Irreführung kommerziellen Gewinn erzielt. Der Irreführungstatbestand kann also gar nicht erfüllt sein, bevor Waren, Dienstleistungen oder mE auch Werbebanner und bezahlte Links unter dem Domain Namen angeboten werden. Solange Reischl seine Pläne verwirklicht und nicht Kaffee vermarktet, sieht das Panel wenig Irreführungsgefahr, weil die beiden Parteien wegen Branchenverschiedenheit nicht miteinander in Wettbewerb stehen.

7. Richard Schöps & Co AG v. Maxim Kouznetsov (beide Österreich)

WIPO Case No. D2001-0347

<schöps.com>¹⁵⁵

a. Verfahrensfragen

Die Domain <schöps.com> (mit Umlaut „ö“) ist im sogenannten „Multi Lingual test bed“ von VerySign registriert, dh die Domain kann noch nicht für eine aktive Webseite genutzt werden, solange sie von VerySign nicht aktiviert ist. Das Panel bejaht dennoch die Anwendbarkeit der UDRP.

Der Domain-Inhaber informiert das Center, dass er nicht beabsichtigt die Beschwerde zu beantworten. Wichtige Beweise, die erst *nach* Einleitung des WIPO-Verfahrens durch die ursprüngliche Beschwerde entstanden sind (ein Polizeiverhör in Österreich), dh „nova producta“, werden vom Panel akzeptiert.

In einer späteren E-Mail hat der Domain-Inhaber das Panel gebeten, der Registrierungsstelle aufzutragen, den Domain Namen an den Beschwerdeführer zu transferieren. Bei einer streng formalistischen Interpretation des Wortlautes der UDRP wird die Domain ab diesem Zeitpunkt (3. April) nicht mehr schlechtgläubig genutzt. Das Panel lehnt eine derartige Interpretation jedoch ab. Die Domain wurde schlechtgläubig genutzt. *Ein Domain-Grabber, der seine aussichtslose Position im Streitbeilegungsverfahren erkennt soll eine zwangsweise Übertragung des Domain Namens nicht durch eine freiwillige Übertragung abwenden können.* Auf Anfrage des WIPO-Centers bevorzugt auch Schöps die Fortsetzung des Verfahrens.

b. Sachverhalt und Parteivorbringen

Der Beschwerdeführer zählt zu den führenden Bekleidungsketten in Österreich. Schöps hat 108 Filialen im ganzen Land und wurde bereits 1954 von Richard Schöps gegründet. Der Unternehmensname „Schöps“ wurde extensiv in Verbindung mit den Filialen, Werbematerialien und im Internet genutzt. Die Webseite des Beschwerdeführers ist unter den Domains <schoeps.at> und <schoeps.com> zu erreichen. Das Modeunternehmen hat *keine registrierten Rechte an der Marke „Schöps“*. Dennoch genießt die Marke einen *hohen Bekanntheitsgrad* in Österreich. Bei einer Untersuchung aus dem Jahr 1998 erreichte Schöps einen spontanen Bekanntheitsgrad von 40% (höhere Werte erreichten nur C&A und H&M). Nachdem den interviewten Personen eine Liste aller Bekleidungs- und Modehändler in Österreich vorgelegt wurde – im Wirtschaftsjargon „supported brand awareness“ – kannten sogar 99% die Marke Schöps (gefolgt von Palmers 96%, C&A 96%, H&M 92%). Aus dieser Marktstudie kann geschlossen werden, dass „Schöps“ in Österreich eine bekannte Marke im Sinne des Art.6 der Pariser Konvention ist.

¹⁵⁵ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0347.html> bzw <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0347.doc> (Word-Dokument) archiviert.

Der Beschwerdegegner, ein Privatmann mit Wohnsitz in Vösendorf, Österreich, hat <schöps.com> am 26. Februar 2001 registriert. Zwischen 5. und 12. März hat der Domain-Inhaber unter Verwendung des fiktiven Firmennamens „EuroInvest Ltd.“ fünf (im Wesentlichen unverändert wiedergegebene) E-Mails, die ein drastisches Beispiel für offensichtliche Bösgläubigkeit darstellen, an die Firma Schöps geschickt.

1) E-Mail vom 5. März 2001

Wie Sie wissen, hat im Jänner die Registrierung von Domains mit Sprachen-spezifischen Zeichen (zB Umlauten) in den .com .net und .org Domains begonnen. Wir haben <schöps.com> registriert und werden die Domain ab 12. März 2001 bei Domain Namen-Auktionen zum Verkauf anbieten. Bitte kontaktieren Sie uns.

2) E-Mail vom 6. März 2001

Wir haben Ihnen aus folgendem Grund angeboten, die Domain vor der Auktion käuflich zu erwerben: Schöps ist nicht als Marke geschützt. Daher ist es nicht auszuschließen, dass eine dritte Partei (zB Wettbewerber) den Domain Namen nach einem Kauf bei der Auktion missbraucht. Zum Beispiel wäre ein Link auf eine homosexuelle Porno-Webseite unter <schöps.com> definitiv schädlich für das Image des Unternehmens.

3) E-Mail vom 7. März 2001

Zum Vorschlag des Unternehmens die Sache persönlich zu diskutieren: Es ist leider unmöglich für uns nach Europa zu reisen... [Anmerkung: Wohnsitz des Domain-Inhabers ist Vösendorf bei Wien]

4) E-Mail vom 12. März 2001

Die Domain wird ab 12. März 2001 versteigert. Der Startpreis beträgt 165 000 DM und entspricht einem Angebot, das uns heute gemacht wurde. Um unerfreuliche Risiken zu vermeiden und weil wir großen Respekt vor ihrem Unternehmen haben, erklärt sich die EuroInvest bereit die Domain um die gleiche Summe an Schöps zu verkaufen.

5) E-Mail in englischer Sprache vom 12. März 2001

The Domain Name will be sold to a third party for 165 000 German Marks, which as we think is your enemy...For the yellow press this will be a great opportunity to earn money with their usual loud headings.You and the management will have to be fired by the shareholders. Richard Owends, General Director, EuroInvest Finance Group Ltd.

Am 13. März schreibt der Bg. eine weitere E-Mail unter seinem richtigen Namen Maxim Kouznetsov, in dem er jede Verbindung mit der EuroInvest bestreitet. In einem Polizeiverhör vom 21. März 2001 hat er jedoch gestanden, alle E-Mails geschrieben zu haben. Das Panel akzeptiert eine Kopie des Protokolls dieses Polizeiverhörs, das erst nach der ursprünglichen UDRP-Beschwerde stattfand, als wichtigen Beweis, obwohl sie verspätet (nach Fristablauf) eingebracht wurde.

c. Prüfung durch das Panel

Die Marke „Schöps“ ist nicht registriert, genießt aber Schutz aufgrund ihrer Verwendung und der daraus resultierenden Bekanntheit gemäß § 31(1) österreichisches MSchG und Artikel 6 Pariser Konvention. Es besteht ein offensichtliches Verwechslungsrisiko, wenn die mit der Marke identische Domain <schöps.com> von einer dritten Partei aktiviert wird. Seit es möglich ist, Domains mit Umlauten zu registrieren, werden Internet-User den Beschwerdeführer unter seinem korrekten Namen „schöps“ und nicht „schoeps“ suchen.

„Schöps“ ist ein persönlicher Name, nämlich der des Unternehmensgründers, an dem der Domain-Inhaber kein eigenes Recht oder Interesse hat. Keiner der Umstände des § 4(c) UDRP ist gegeben. Ganz im Gegenteil: Die Korrespondenz zwischen den Parteien zeigt eindeutig, dass Kouznetsov die Domain einzig und allein registriert hat um sie an das Unternehmen „Schöps“ zu verkaufen.

Die zitierten E-Mails sind Beweis genug, dass die Domain-Registrierung nur in schlechtgläubiger Verkaufsabsicht iSd § 4(b)(i) UDRP erfolgte. Zusätzlich hat Herr Kouznetsov im Polizeiverhör zugegeben, dass er nie eine Versteigerung geplant hat. Die EuroInvest Ltd hat er nur erfunden, um seine wahre Identität zu verbergen und eine Anklage wegen Domain-Grabbing zu verhindern.

d. Entscheidung

Das Panel entscheidet, dass Schöps alle drei Elemente des § 4(a)UDRP bewiesen hat. Das Panel verlangt, dass die Registrierung des Domain Namens <schöps.com> an den Beschwerdeführer übertragen wird.

Panel: Gerd F. KUNZE (D)

Entscheidungsdatum: 7. Mai 2001

e. Anmerkung

Die Schöps-Entscheidung ist ein Musterbeispiel für jene offensichtlich unfairen Praktiken, die durch die UDRP unterbunden werden sollen. Auch wenn kein entsprechender Tatbestand in die exemplarische Liste des § 4(b) UDRP aufgenommen wurde, wird die (im Fall Schöps nur angedrohte) Verknüpfung von Markennamen und pornographischen Inhalten in der UDRP-Entscheidungspraxis einheitlich als bösgläubig qualifiziert. Besonders extreme Fällen von Domain-Grabbing können sogar strafrechtliche Tatbestände (zB Erpressung) erfüllen, die selbstverständlich von der österreichischen Justiz und nicht im ADR-Weg behandelt werden.

Diese Entscheidung liefert interessante Aufschlüsse über den Anwendungsbereich der UDRP. Erstens schützt die UDRP auch nicht registrierte Marken mit Verkehrsgeltung. Zweitens ist schlechtgläubige Nutzung auch bei „Multilingual Domain Names“ möglich, die derzeit nur reserviert, aber noch nicht für eine aktive (von den Internet Nutzern abrufbare) Webseite verwendet werden können. Dabei handelt es sich um Domain Namen, die nicht dem ASCII-Standard (American Standard Code for Information Interchange) entsprechen, weil sie neben Buchstaben und Symbolen auch andere Zeichen, wie Umlaute, Akzente und va chinesische, japanische, koreanische und andere asiatische Schriftzeichen enthalten. Die Problematik der Multilingual bzw Internationalized Domain Names, die in Zukunft enorm an Bedeutung

gewinnen werden, war Gegenstand eines WIPO/ITU Symposiums,¹⁵⁶ bei dem auch die bisherige UDRP-Entscheidungspraxis analysiert wurde. Obwohl die tatsächliche Nutzung der Domain in der Testphase unmöglich ist, wurden immerhin 13 von 24 einschlägigen Fällen von WIPO-Panelisten mit einer Entscheidung abgeschlossen, meist unter Anwendung des Prinzips, dass die bloße Registrierung einer Domain in Kombination mit einem fehlenden schutzwürdigen Interesse schlechtgläubig sein kann. Die WIPO und die Registrierungsstelle VeriSign sind sich über die Verbindlichkeit der UDRP bereits in der Testphase („VeriSign Internationalized Domain Name Testbed“) einig.¹⁵⁷

Das Panel hält sowohl völkerrechtliche Normen (Artikel 6 Pariser Konvention) als auch österreichisches Markenrecht (§ 31 MSchG) für anwendbar und nennt die konkreten Normen.¹⁵⁸ Weil beide Parteien aus Österreich stammen, ist die Beachtlichkeit österreichischer Rechtsnormen iSd §15 Rules offenkundig.

Der Beschwerdeführer hat ein Recht auf Rechtssicherheit durch eine (automatisch vollstreckte) formale UDRP-Entscheidung, selbst wenn der Domain-Inhaber freiwillig den rechtswidrigen Zustand durch vorzeitige Übertragung des Domain Namens beenden würde.

8. i-online software AG v. Magnolia Associates (GB)

WIPO Case No. D2001-0422

<i-online.com>¹⁵⁹

a. Parteistellung und Sachverhalt

Dieser Fall unterscheidet sich erheblich von den übrigen Entscheidungen: Das Hauptproblem ist die Frage, wer der tatsächliche Eigentümer des strittigen Domain Namens ist. Das (E-Commerce Konsultations-) Unternehmen, das den Domain Namen 1998 registriert hat, existiert nämlich nicht mehr. Es gibt zwei Nachfolgeunternehmen mit neuen Tätigkeitsfeldern. Herr Walker, der Mann hinter Magnolia, hat die Rechte am – nunmehr nicht mehr benötigten – Domain Namen im Mai 1999 zusammen mit dem Unternehmen „i-Online Services Ltd“ an eine dritte Partei abgetreten und seinem Internet Service Provider aufgetragen, die Domain an den neuen Eigentümer zu übertragen. Nach Angaben von Herrn Walker habe eine einfache Überprüfung (WHOIS Datenbank) gezeigt, dass dies geschehen ist. Darum habe er sich auch nicht mehr um die Angelegenheit gekümmert.

b. Parteivorbringen

Beschwerdeführer ist die i-online AG mit Sitz in Wien. „i-online“ ist in Österreich als Marke ua für Hard- und Software sowie Internetanwendungen registriert. Die Tatsache, dass der Domain Name jahrelang nicht genutzt wurde, spreche für die Schlechtgläubigkeit des Inhabers.

¹⁵⁶ Umfassend dokumentiert in Multilingual Domain Names: Joint ITU/WIPO Symposium Geneva December 6 and 7, 2001. WIPO Briefing Paper Internationalized Domain Names – Intellectual Property Considerations, siehe <http://ecommerce.wipo.int/domains/international/word/paper.doc>.

¹⁵⁷ Ibidem Absatz 63.

¹⁵⁸ Vgl die Ermessensbestimmung § 15 (a) Rules. Wenn Parteien aus unterschiedlichen Staaten stammen, begründen Panels ihre Entscheidung idR lediglich mit „allgemeinen Grundsätzen des Markenrechts“.

¹⁵⁹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0422.html> bzw

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0422.doc> (Word-Dokument) archiviert.

Für den Beschwerdegegner gibt Herr Walker¹⁶⁰ einen Kommentar per E-Mail ab, in dem er erklärt, dass die Magnolia Associates in ihrer damaligen Form nicht mehr existiert und sich die Beschwerde an die falsche Partei richtet. Herr Walker bestreitet den Vorwurf, den Namen primär registriert zu haben um die Geschäfte eines Wettbewerbers zu behindern. Im Mai 1998 habe der Name perfekt zu den ursprünglichen Unternehmensplänen zu dieser Zeit gepasst. Er habe damals ganz sicher noch nie von einem österreichischen Unternehmen namens i-online software AG gehört. Er wisse, „dass der Eigentümer von <i-online.com> in Großbritannien Markenrechte am Zeichen „i“ - geschrieben in der Form eines @ Zeichens, wobei „a“ durch „i“ ersetzt wird - hat.“ Herr Walker merkt an, dass sein Statement helfen soll, die Situation zu klären, er jedoch nicht weiß, was seit Mai 1999 geschehen ist, und er selbst kein Interesse an der Angelegenheit hat.

c. Prüfung durch das Panel

Identität des Beschwerdegegners: Das Panel hat in Betracht zu ziehen, ob Magnolia Associates tatsächlich der richtige Beschwerdegegner ist. Die Anfrage bei der Domain-Registrierungsstelle Network Solutions ergibt klar und unzweifelhaft, dass Magnolia Associates als Registrierender in den Aufzeichnungen aufscheint. Von einem formalen Gesichtspunkt *muss sich jede Beschwerde gegen denjenigen richten, der zum Zeitpunkt der Beschwerdeeinbringung als Domain-Inhaber bei der Registrierungsstelle aufgezeichnet ist.* Daher ist nach Ansicht des Panels Magnolia Associates die richtige Partei, auch wenn Herr Walker aufgrund der Umstände glauben konnte, den Domain Namen 1999 an ein anderes Unternehmen übertragen zu haben.

Das Panel bejaht die Verwechslungsfähigkeit zwischen der österreichischen Marke und dem Domain Namen <i-online.com>, die sich nur durch die angehängte gTLD <.com> unterscheiden. Das Panel auferlegt unter Bezugnahme auf § 4(a)(ii) UDRP dem Beschwerdeführer die Beweislast. Zwar deuten einige Umstände auf ein fehlendes legitimes Interesse des Domain-Inhabers hin, allerdings erachtet das Panel diese unter Betrachtung der [komplizierten] Geschichte des Domain Namens als nicht ausreichend.

Die Marke „i-online“ des Beschwerdeführers *wurde nur innerhalb Österreichs genutzt* und scheinbar erst im Mai 2000 registriert. Daher ist es sehr unwahrscheinlich, dass ein britischer Staatsbürger bei der Domain-Registrierung im Mai 1998 von der österreichischen Marke und dem Unternehmen gewusst hat. Außerdem ist die Kombination eines Buchstabens mit dem Wort „online“ in der Software und Internetbranche weit verbreitet.

d. Entscheidung

Das Panel verweigert den Antrag des Beschwerdeführers auf eine Übertragung des Domain Namens <i-online.com>.

Panel: Henry OLSSON (Schweden)
Entscheidungsdatum: 22. Mai 2001

e. Anmerkung

Auch wenn diese Entscheidung einen ungewöhnlich komplizierten Sachverhalt aufweist, lassen sich zwei allgemeine Grundsätze ableiten:

¹⁶⁰ Herr Walker wird von der Domain Registrierungsstelle als administrativer Kontakt, dh verantwortliche Ansprechperson, aufgeführt.

Die Definition des Beschwerdegegners in § 1 Rules¹⁶¹ wird streng formal ausgelegt. Als Beschwerdegegner gilt im Interesse der Rechtssicherheit jedenfalls immer derjenige, der formal in der WHOIS Datenbank der Registrierungsstelle als Inhaber eines Domain Namens aufgeführt ist, selbst wenn dies faktisch zweifelhaft ist. Komplexe Sachverhaltsermittlungen wären wegen des engen zeitlichen Rahmens und der örtlichen Distanz im WIPO Verfahren ohnehin nicht zu bewältigen. Darüber hinaus werden in der Praxis auch Stellungnahmen von Personen berücksichtigt, die ein faktisches Interesse am Domain Namen haben, auch wenn sie formal nicht Domain-Inhaber sind, aber zur Klärung des Sachverhalts beitragen können.

Ein wichtiger materieller Grundsatz ist, dass sich frühere Domain-Registrierungen stets gegen erst später erworbene Markenrechte durchsetzen, weil sich gemäß § 4 (a) (iii) UDRP bereits die Registrierung schlechtläubig gegen die Marke wenden muss, was naturgemäß ausgeschlossen ist, solange die Marke noch gar nicht existiert. Speziell für österreichische Marken stellt sich das Problem, dass sie wie die „i-online software AG“ höchstens national, aber nicht global bekannt sind. Selbst bei früheren österreichischen Markenrechten wäre i-online mangels internationaler Verkehrsgeltung wohl gescheitert.

Obwohl die E-Mail nicht den formalen Anforderungen an eine Beschwerdeerwiderung gemäß § 5 Rules entspricht,¹⁶² wird es vom Panel wie eine korrekte Beschwerdebeantwortung behandelt. Eine Schwäche des UDRP-Systems zeigt die vorliegende Entscheidung besonders deutlich auf: Panels sind bei ihrer Beurteilung sehr stark von der Sachverhaltsdarstellung der Parteien abhängig, weil vertiefende Sachverhaltsüberprüfungen, etwa gesellschaftsrechtliche Zusammenhänge, ausgeschlossen sind.

9. Mobilkom Austria AG v. Herbert Zajic (beide Österreich)

WIPO Case No. D2001-0466
<mobilkom-austria.com>¹⁶³

a. Sachverhalt und Parteivorbringen

Der Beschwerdeführer ist einer der größten Anbieter für Telekommunikations- und Informationsdienstleistungen in Österreich; „mobilkom austria“ ist zudem ein eingetragener Markenname. Um gerichtliche Auseinandersetzungen zu vermeiden, bot der Beschwerdeführer 2000 Euro für die Übertragung der Domain <mobilkom-austria.com>. Der Domain-Inhaber antwortete noch am gleichen Tag mit einer Forderung über 3000 Euro (plus zwei Jahre Gratis ADSL-Internetzugang und Befreiung von den Telefongebühren), sowie der Drohung, die Domain ansonsten an ein ungarisches Unternehmen zu transferieren.

Der Domain-Inhaber Zajic, der seinen Wohnsitz in Wien hat, bietet unter der Webseite <domain-www.com> zahlreiche Domain Namen zum Verkauf an. Großteils beinhalten diese Domains berühmte Markennamen, wie etwa <obimarkt.com>, <budweiserbier.com> oder <alcatel-austria.com>. Die Webseite <mobilkom-austria.com> enthielt folgenden (unverändert wiedergegebenen) Text:

„Mobile Kommunikation in Austria“ – MOBILKOM-AUSTRIA. Wir sind eine Gemeinschaft des Friedens. Wir wollen über www.mobilkom-austria.com (nicht zu verwechseln mit dem

¹⁶¹ Respondent means the holder of a domain-name registration against which a complaint is initiated.

¹⁶² Ua wurde keine gedruckte Fassung eingebracht.

¹⁶³ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0466.html> bzw

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0466.doc> (Word-Dokument) archiviert.

kommerziell orientierten Handykonzern¹⁶⁴) eine Kommunikationszentrale aufbauen, die dem Frieden dient. Hier werden Sie Platz finden, Ihre Sorgen und Nöte mit Leidensgenossen zu teilen. Wir wollen allerdings hauptsächlich aktiv helfen. Wenn ein Gremium beurteilt, daß es jemanden irgendwo auf dieser Welt besonders schlecht geht, so soll entscheiden werden, wo und wie man helfen kann. Geplant ist ein weltweit mobiler Kommunikationsaustausch (digitale Forumgespräche). Ab Herbst startet diese Organisation. Auf dieser Homepage werden Sie schon bald nähere Details erfahren. Über info@mobilkom-austria.com erreichen Sie uns schon jetzt. Humanitäre Menschen sind uns willkommen. Helft mit, unsere Welt friedlicher zu gestalten. Wir freuen uns, wenn Sie mit uns ein Stück Zukunft gestalten wollen. Wir sind ein Zentrum des Friedens und des Verständnisses. Ich selbst habe sehr lange unter religiösen und politischen Verfolgungen gelitten. Ich habe meinen Peinigern verziehen! Auf eine bessere Zukunft, Ihr Dr. Lajos Pintar"

b. Prüfung durch das Panel gemäß § 4 UDRP

Alle drei Kriterien des § 4(a) müssen kumulativ erfüllt werden.

Der Domain Name <mobilkom-austria.com> ist identisch mit der eingetragenen Marke „mobilkom austria“. Daran ändert auch das Hinzufügen der gTLD <.com> nichts.

Der säumige Domain-Inhaber hat überhaupt keine Erklärung bezüglich seines legitimen Interesses am Domain Namen gegeben. Die derzeitige Webseite mit ihrem wenig aussagekräftigen Text über eine geplante Organisation für „Mobile Kommunikation“ bildet keine ausreichende Basis für ein schutzwürdiges Interesse an der Domain <mobilkom-austria.com>.

Das Panel hat aus der Säumnis des Domain-Inhabers gemäß Regel 14(b) der UDRP Rules jene Schlussfolgerungen zu ziehen, die dem Fehlverhalten des Bg. angemessen sind. Das Panel befindet, dass der *Domain-Inhaber aufgrund seiner Säumnis weder die vom Beschwerdeführer vorgebrachten Fakten leugnet noch die Schlüsse, die nach Ansicht der Mobilkom Austria AG aus diesen Fakten gezogen werden können, bestreitet. Dennoch hat das Panel immer noch die Pflicht zu prüfen, ob die Behauptungen und Schlüsse des Beschwerdeführers als Fakten feststehen.*¹⁶⁵ Das E-Mail Angebot des Bg., den Domain Namen zu verkaufen, die Drohung die Domain ansonsten an ein ungarisches Unternehmen zu transferieren, sowie die Registrierung zahlreicher Marken dritter Parteien als Domain Namen, sprechen stark für die Schlechtgläubigkeit des Domain-Inhabers. Herbert Zajic hat die Domain gemäß § 4(b)(i)UDRP primär registriert um sie gewinnbringend weiterzuverkaufen.

c. Entscheidung

Das Panel verlangt gemäß § 4(i) der Policy und § 15 der Rules vom [Schweizer] Registrar CORE Internet Council of Registrars den Domain Namen <mobilkom-austria.com> an den Beschwerdeführer zu übertragen.

Panel: Torsten BETTINGER (D)
Entscheidungsdatum: 29. Mai 2001

¹⁶⁴ Ein derartiger Hinweis („Disclaimer“) kann zwar die Irreführungsfahr mindern, beweist aber gleichzeitig die Kenntnis der Marke.

¹⁶⁵ Das Panel übernimmt diese der h.M. entsprechenden Interpretation des § 14 Rules aus der WIPO Entscheidung D2000-0438 *Inter-IKEA Systems B.V. v. Hoon Huh*.

d. Anmerkung

Selbst bei offensichtlich missbräuchlichen Domain-Registrierungen bringen viele Markeninhaber erst nach gescheiterten Verkaufsverhandlungen eine Beschwerde beim WIPO Arbitration and Mediation Center ein. Das beruht auf einer einfachen Kosten-Nutzen-Rechnung: Ein geringes „Lösegeld“ ist günstiger als 1500 US-Dollar Fixkosten plus des finanziellen und administrativen Aufwandes einer UDRP-Beschwerde. Der Verdienst des Streitbeilegungssystems besteht darin, die Kosten im Vergleich zum Gerichtssystem für den Markeninhaber deutlich verringert und den Nutzen erhöht zu haben (automatischer Transfer des Domain Namens statt Unterlassungstitel).

Diese Entscheidung zeigt die Vorteile der WHOIS Datenbanken. Das Panel kann durch einfache Nachforschungen ausfindig machen, ob ein Domain-Inhaber systematisch fremde Markennamen als Domains registriert. Auch ohne Berücksichtigung des Gesamtverhaltens von Herrn Zajic ist der Alibi-Charakter des Textes auf der Webseite ziemlich offensichtlich. Immer wenn unter dem Domain Namen eine aktive Webseite abrufbar ist, bildet der Inhalt dieser Webseite die zentrale Entscheidungsgrundlage des Panels. Diese Prüfung kann ein fachkundiger Online-Schiedrichter genau so gut (wenn nicht besser) vornehmen wie ordentlicher Richter.

Das Panel übernimmt im Leitsatz eine praxistaugliche Interpretation des § 14 Rules, die dem Beschwerdeführer bei Säumnis des Domain-Inhabers zwar deutliche Vorteile verschafft, ihn aber nicht völlig von der Beweislast entbindet.

10. Red Bull GmbH v. Tony Marinelli (Kanada)

WIPO Case No. D 2001-0522

<redbullcanada.org>

<redbullcanada.net>

<redbullwesterncanada.com>¹⁶⁶

a. Sachverhalt

Nach Erhalt der Beschwerde informiert der Beschwerdegegner aus Kanada das WIPO Center, dass die betroffenen Domain Namen bereits um eine substantielle Summe an einen Klienten verkauft wurden. Es gibt jedoch keinen Beweis, dass Marinelli beantragt hat aus der Datenbank für Domain Namen gelöscht zu werden. Er ist immer noch als Domain-Inhaber in der WHOIS Datenbank der Registrierungsstelle CORE aufgelistet, daher ist die UDRP für den Beschwerdegegner verbindlich. Marinelli – nur mehr formell Domain-Inhaber – lässt die Beschwerde unbeantwortet.

b. Prüfung durch das Panel

Die Kombination einer Marke mit einem geographischen Namen schließt verwechslungsfähige Ähnlichkeit nicht aus.¹⁶⁷ In der realen Welt ist diese Ähnlichkeit offensichtlich, aber auch im Internet könnten Personen, speziell aus Kanada, die Webseite zur Marke unter

¹⁶⁶ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0522.html> bzw.

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0522.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹⁶⁷ Ständige WIPO Entscheidungspraxis. Das Panel nennt exemplarisch die WIPO Cases No. D2000-0150 <walmartcanada.com> und D2000-1614 <ikeausa.com>.

<redbullcanada.org/.net> erwarten und stattdessen die nicht aktive Seite des Bg. finden. <redbullwesterncanada.com> wird generell als geographische Bezugnahme auf Aktivitäten des Bf. in einem bestimmten Teil Kanadas verstanden werden.

„Red Bull“ ist nicht deskriptiv; auch wenn es sich um gebräuchliche Wörter der englischen Sprache handelt, entsteht durch ihre Kombination ein Begriff mit kennzeichnender Bedeutung. Es ist undenkbar, dass der Bg. die Marke nicht kannte.¹⁶⁸

Simple „auf Vorrat anhäufen“ von Domain Namen schafft kein legitimes Interesse.¹⁶⁹ Marinelli selbst hat den Verkauf des ungenutzten Domain Namens um eine hohe Summe und damit den Schlechtgläubigkeitstatbestand des § 4(b) (i) Policy eingestanden.

c. Entscheidung

Transfer der Domain Namen an den Beschwerdeführer.

Panel: Gerd F. KUNZE (D)

Entscheidungsdatum: 28.Juni 2001

d. Anmerkung

Der eigentliche faktische Inhaber, nämlich der Käufer der Domain Namen, war am Streitbeilegungsverfahren überhaupt nicht beteiligt.¹⁷⁰ Der nur formelle Inhaber hat logischerweise kein sonderliches Interesse an seiner Verteidigung und konsequenterweise die Beschwerde erst gar nicht erwidert. Aus Gründen der Rechtssicherheit kann dennoch nur die rein formale Betrachtungsweise (offizielle Datenbank der Registrierungsstelle entscheidet, wer Domain-Inhaber und damit dem UDRP-Schlichtungsverfahren unterworfen ist) zweckmäßig sein. Zudem wird durch die formale Betrachtungsweise die Vortäuschung eines Domain-Verkaufs - um ein UDRP-Verfahren zu umgehen - erschwert.

Zahlreiche WIPO-Entscheidungen haben gezeigt, dass die Kombination von Marken- und geographischen Namen (durch Dritte) ein starkes Indiz für Schlechtgläubigkeit ist. Während bei „einfachen“ Domain Namen Ähnlichkeit mit einer Marke durchaus zufällig passieren kann (Gattungsbegriffe, Unkenntnis einer nur in einzelnen Ländern bekannten Marke...), ist dies bei Kombinationen aus geographischen Begriffen und Marken unwahrscheinlich: <redbullwesterncanada.com> widerspricht völlig dem Idealprofil eines kurzen und einfachen Domain Namens und wäre ohne die Zugkraft der Marke schlicht widersinnig.

11. AKG Acoustics GmbH v. Allen G. (USA)

WIPO Case No. D 2001-0533

<akg.com>¹⁷¹

¹⁶⁸ Das Panel merkt in Hinblick auf die lange Liste der von Red Bull registrierten Domains humorvoll an „Es ist bemerkenswert, dass Marinelli drei Domain Namen gefunden hat, die noch nicht vom Bf. registriert sind.“

¹⁶⁹ Ständige WIPO Spruchpraxis. Ganz im Gegenteil: Eine der Hauptintentionen der UDRP ist die reine Spekulation mit Domain Namen – die in der Anschaffung äußerst günstig sind – zu unterbinden.

¹⁷⁰ Der Weiterverkauf der Domain Namen könnte auch eine bloße Schutzbehauptung sein. Kein kluger Käufer erwirbt Domain Namen, ohne sich als Inhaber in die WHOIS-Datenbank eintragen zu lassen.

¹⁷¹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0533.html> bzw

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0533.doc> (Word-Dokument) archiviert.

a. Verfahrensfragen

Nachdem Allen G. von der WIPO auf seine Säumnis hingewiesen wurde, bittet der Domain-Inhaber per E-Mail um eine *Verlängerung der Frist zur Beschwerdeerwiderung*. Das Drei-Mann-Panel hat sein Ermessen zugunsten des Domain-Inhabers ausgeübt und die Frist sehr großzügig um einen Monat erstreckt.¹⁷² Dennoch bleibt Allen G. säumig. Aufgrund dieser Verzögerungstaktik dauert das Streitbeilegungsverfahren insgesamt fast drei Monate, also doppelt so lange wie üblich. *Weil der Domain-Inhaber verabsäumt hat, die Beschwerde zu erwidern, werden alle faktischen Darstellungen des Beschwerdeführers, an denen das Panel keinen Grund zu zweifeln hat, als unbestritten wahr und korrekt akzeptiert.*¹⁷³

b. Sachverhalt

AKG ist ein bekannter Hersteller von Kopfhörern und Mikrofonen mit Sitz in Österreich. AKG wurde erstmals 1948 als Marke registriert, seit 1954 auch in den USA kommerziell genutzt und dort 1981 registriert. Ursprünglich wurde <akg.com> von einem gewissen Wes Perkins registriert, der AKG ein eindeutiges Verkaufsangebot gemacht hat und den Domain Namen später über das Online-Versteigerungsportal „eBay“ angeboten hat. AKG hat bei dieser Auktion mit 540 \$ das höchste Gebot abgegeben, blieb jedoch unter dem Mindestpreis. Im März 2000 wurde <akg.com> schließlich vom derzeitigen Domain-Inhaber registriert. Über die Umstände die zur Erlangung des Domain Namens führten ist dem Panel nichts bekannt.

AKG hat den Domain-Inhaber kontaktiert und folgende E-Mail erhalten:

„Sorry for the delay in getting back to you ... I've been out of the office the past two weeks on business. Our board has plans for akg.com, but those have been placed on hold while we pursue two other high-profile projects. I would recommend that we simply lease the name to you for the time being, but since it appears you're building a brand under "AKG", that might not make much sense for the long term. *Depending on your marketing budget and plans for the akg.com, my board may consider a plan to use some other name.* Surprisingly, we've been contacted by at least 5 other companies with similar initials who'd like to use akg.com! I look forward to hearing from you”¹⁷⁴

AKG behauptet, dass der Domain-Inhaber auf die Frage nach seinen Absichten und Plänen ausweichend reagiert hat. Er wolle zu einem hohen Preis verkaufen, vermeide aber etwas zu sagen oder zu tun, das zur Anschuldigung von Schlechtgläubigkeit iSd UDRP führen könnte.

c. Prüfung durch das Panel

Das Panel prüft die ersten beiden Kriterien des § 4(a) UDRP gar nicht näher und stellt lediglich trocken fest, dass „der Domain-Inhaber gar nicht versucht hat, sein legitimes Interesse zu demonstrieren“.¹⁷⁵

¹⁷² Dieses Ermessen beruht wohl auf § 10(b) Rules: „the Panel shall ensure [...] that each party is given a fair opportunity to present its case“.

¹⁷³ Rechtsgrundlagen dafür sind § 5(e) Rules „if a Respondent does not submit a reponse... the Panel shall decide the dispute based upon the complaint“ und § 14 Rules. Das Panel verweist diesbezüglich auf die Entscheidungen D2000-0009 *Talk City v. Robertson* und D2000-0096 *Eauto, L.L.C. v. Eauto Parts*.

¹⁷⁴ Ein auf ähnliche Weise verschleiertes Verkaufsangebot per E-Mail findet sich in der WIPO Entscheidung D2001-0945 *Austrian Airlines v. Minos Bekeridis*.

¹⁷⁵ Eine zwangsläufige Folge bei Säumnis, wenn - wie hier - unter <akg.com> keine aktive Webseite vorhanden ist.

Das Panel befindet das zitierte *E-Mail* als „*verdächtig, aber kein endgültiger Beweis*“. Daher betrachtet das Drei-Mann-Panel die *Gesamtumstände*. Es gibt verschiedene Möglichkeiten für die Erlangung des Domain Namens durch Allen G., etwa gutgläubiger Kauf, Kauf in schlechtgläubiger Absicht oder Scheingeschäft ohne realen Transfer. Das Panel unterstellt dem Domain-Inhaber unter Verweis auf sein Ermessen bei Säumnis gem. § 14(b) Rules schlechtgläubiges Handeln mit Verkaufsabsicht, egal ob durch tatsächlichen Transfer oder Scheingeschäft.

Auch das *Verhalten des Domain-Inhabers im Streitbelegungsverfahren* kann als ausweichend kategorisiert werden. Für das Panel steht es *eindeutig nicht in Einklang mit einem gutgläubigen Zugang zum Domain Namen*. Das Panel schließt daraus, dass der Transfer von Wes Perkins an den jetzigen Domain-Inhaber nicht aufrichtig gutgläubig war und die Wiederregistrierung von <akg.com> im Namen von Allen G. mit der schlechtgläubigen Nutzung durch den ursprünglich Registrierenden behaftet ist.

d. Entscheidung

Transfer des Domain Namens an AKG.

Panel: Tony WILLOUGHBY (Vorsitz; GB)

Thomas HOEREN (D)

Peter L. MICHAELSON (USA)

Entscheidungsdatum: 2. Juli 2001

e. Anmerkung

“Im Ergebnis wohl richtig, in der Begründung zweifelhaft” lautet das Fazit der Analyse dieser Entscheidung: Das verschleierte Verkaufsangebot per E-Mail wäre ein stichhaltigerer Beweis für die Schlechtgläubigkeit als rein spekulative Überlegungen zur Erlangung des Domain Namens. Zumindest in der Entscheidung selbst wird die Unterstellung eines Scheingeschäfts nicht durch entsprechende Indizien (etwa geschäftliche Beziehungen zwischen Allen G. und dem ursprünglich Registrierenden, gleicher Wohnort...) untermauert, sondern nur aus dem Gesamtverhalten des Allen G. - Verfahrensverschleppung durch Säumnis trotz Antrag auf Fristerstreckung - abgeleitet. Auch die Berücksichtigung des schlechtgläubigen Verhaltens eines früheren Domain-Inhabers lässt sich aus dem Wortlaut der UDRP keineswegs herauslesen. Dieses Prinzip wurde nicht in die demonstrative Aufzählung in § 4 (b) UDRP übernommen und würde die Rechtssicherheit beim weit verbreiteten Handel mit Domain Namen gefährden, wenn auch gutgläubige Käufer für das Verhalten ihrer Rechtsvorgänger haften müssten.

Die AKG-Entscheidung zeigt einmal mehr, dass die Ermessensbestimmungen bezüglich Schlussfolgerungen des Panels bei Säumnis sehr einseitig zu Ungunsten des Domain-Inhabers angewendet werden. Bei der Interpretation des § 5 (e) iVm § 14 (b) Rules, dh Rechtsfolgen der Säumnis, hat sich eine einheitliche Judikaturlinie herausgebildet, die den oben angeführten Leitsatz aus der *Talk City* Entscheidung wörtlich übernimmt¹⁷⁶ oder leicht variiert. Im Ergebnis ist der Domain-Inhaber bei Säumnis fast chancenlos.¹⁷⁷ Deshalb macht die UDRP-Studie des Max Planck Instituts den gewagten Vorschlag, den Domain Namen bei Säumnis des Inhabers

¹⁷⁶ Die WIPO Entscheidung D2000-0009 *Talk City v. Robertson* wurde allein bis zum 15. Jänner 2001 in 56 UDRP-Entscheidungen zitiert.

¹⁷⁷ Exakte Statistiken in MUELLER, Rough Justice.

ohne Durchführung des Schlichtungsverfahrens automatisch an den Beschwerdeführer zu übertragen.¹⁷⁸

12. Red Bull GmbH v. Manuel Sousa (USA)

WIPO Case No. D2001-0584

<redbullentertainment.com>

<redbullentertainment.org>

<redbullentertainment.net>¹⁷⁹

a. Verfahrensfragen

Die Domain-Registrierungsstelle RCI bestätigt *nicht*, eine Kopie der Beschwerde erhalten zu haben, wie es die WIPO Supplemental Rules in § 4(b) verlangen. Red Bull erklärt diese per E-Mail-Anhang übermittelt zu haben. Das Panel findet in Hinblick auf § 10 UDRP Rules, dass dem Domain-Inhaber keine unfairen Nachteile erwachsen sind, obwohl die Domain-Registrierungsstelle erst verspätet (am 23. Mai 2001) alle Details der Beschwerde erfahren hat.¹⁸⁰

b. Sachverhalt und Parteivorbringen

Beschwerdeführer ist die österreichische Red Bull GmbH, der größte Energy-Drink Hersteller der Welt (900 Millionen verkaufte Einheiten im Jahr 2000). Die Argumentation ist weitgehend deckungsgleich mit dem Fall *D2000-0766 Red Bull v. H. Gutch* (siehe dort). Mittlerweile hat die Marke Red Bull ihren Bekanntheitsgrad durch Formel 1 Sponsoring (Sauber Team) weltweit noch steigern können. Im vorliegenden Fall werden zwei Domain Namen überhaupt nicht genutzt, auf der Webseite <redbullentertainment.com> steht nur ein einziger Satz „for a good time call 702-862-8999“ (U.S. Telefonnummer). Die Addition der Wörter „entertainment“ und „redbull“ erwecke den Eindruck, es handle sich um eine Unterabteilung oder Tochtergesellschaft des Beschwerdeführers, die sich mit Unterhaltungs-Aktivitäten beschäftigt.

Der Domain-Inhaber mit Sitz in Las Vegas, USA schickt eine E-Mail mit folgendem Inhalt:

„Ich habe kein Interesse an <redbullentertainment.com, .net, .org>. Das redbullentertainment Unternehmen hat nie wirklich Geschäfte gemacht und ich werde aufhören, es zu nutzen. Ihre Absichten sind Zeitverschwendung und schikanieren mich. Alles was ich getan habe, war den Namen zu registrieren ohne zu wissen, dass es einen Konflikt geben würde, da mein Unternehmen nichts mit ihrem zu tun hat. Die Domain Namen <redbullentertainment.com/.org/.net> waren noch erhältlich. Ich habe nichts falsches getan, indem ich schlicht die Registrierungsgebühr bezahlt habe.“ Schließlich droht der Bg. noch mit rechtlichen Konsequenzen wegen der Belästigung.

c. Prüfung durch das Panel

¹⁷⁸ MAX-PLANCK Studie, 67-69. Die Studie diskutiert ausführlich die rechtliche Legitimität, sowie Vor- und Nachteile einer derartigen Klausel.

¹⁷⁹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0584.html> bzw

<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0584.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹⁸⁰ Diese Ansicht des Panels ist zutreffend weil § 6 UDRP eindeutig festlegt, dass die Domain-Registrierungsstelle am UDRP-Verfahren selbst überhaupt nicht beteiligt ist, sondern nur zur Vollstreckung der Entscheidung verpflichtet ist.

Die Domain Namen unterscheiden sich nur durch das Hinzufügen des Wortes „entertainment“ von der Marke „Red Bull“. Nach Ansicht des Panels hat dies nur marginalen Einfluss worauf sich die Besucher konzentrieren, nämlich die Worte „redbull“. Diese Meinung des Panels wurde auch in früheren Entscheidungen zum Ausdruck gebracht, in denen gebräuchliche Wörter selten als unterscheidendes Element galten.

Sousa hat im ersten Satz seiner E-Mail („I have no interest in redbullentertainment.com, .net, .org“) selbst zugegeben, dass er tatsächlich kein legitimes Interesse an den Domain Namen hat.

Mittlerweile führt <redbullentertainment.com> auf eine Gesundheits-Webseite, die insbesondere eine Reduktion des Koffein-Verbrauchs empfiehlt. Die beiden anderen Domains sind immer noch ungenutzt. Das Panel ist der Meinung, dass die Domain Namen gemäß § 4(b)(i) UDRP primär in der Absicht registriert wurden, sie zu verkaufen. Das Panel akzeptiert die Argumentation des Bf., die durchwegs auch in anderen Entscheidungen bestätigt wurde, dass auch Inaktivität schlechtgläubig sein kann und fügt hinzu, dass ein Eintrag ins Domain Name System in jedem Fall „Nutzung“ ist, weil die Eintragung ins DNS [auch bei Nicht-Nutzung] Blockierungsfunktion hat.

d. Entscheidung

Das Panel ordnet an, dass die Domain Namen durch [die Registrierungsstelle] RCI an die Red Bull GmbH übertragen werden.

Panel: Philip N. ARGY (Australien)
Entscheidungsdatum: 3. Juli 2001

e. Anmerkung

Eine unspektakuläre und damit typische WIPO-Entscheidung, die zwei der wichtigsten, erst durch die UDRP-Schlichtungspraxis entwickelte Leitsätze bekräftigt: Nicht-Nutzung eines Domain Namens kann schlechtgläubig sein und Ähnlichkeit kann trotz Anhängen gebräuchlicher Wörter an eine Marke bestehen.

Obwohl der Domain-Inhaber seine aussichtslose Position erkennt, sein fehlendes legitimes Interesse eingesteht und freiwillig auf die Nutzung der Domain Namen verzichten würde, wird das Schlichtungsverfahren - ebenso wie im WIPO Case No. D2001-0347 <schöps.com> (siehe oben) - wie üblich durchgeführt und mit einer formellen Entscheidung abgeschlossen, die Rechtssicherheit gewährleistet und automatisch vollstreckt wird. Gerade darin liegt ein Vorteil des ADR-Weges für Markeninhaber: Sie müssen sich nicht mit der Unterlassung der Kennzeichenverletzung durch den Domain-Inhaber begnügen (wie im österreichischen Recht), sondern können die unbürokratische Übertragung der strittigen Domain erzwingen und gelangen damit als Eigentümer in eine bessere Rechtsposition.

13. Red Bull GmbH v. Ian Andrew (GB)

WIPO Case No. D2001-0709

<givesyouwings.com>¹⁸¹

¹⁸¹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0709.html> bzw. <http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0709.doc> (Word-Dokument) archiviert.

a. Sachverhalt und Parteivorbringen

Red Bull hat auch den Ausdruck „gives you wings“ oder dessen Übersetzungen in 85 Ländern, darunter Großbritannien, als Marke registriert. Der Domain-Inhaber behauptet, er kenne den Ausdruck „gives you wings“ nur als gebräuchliche Phrase der englischen Sprache. Er möchte seine Webseite Dingen widmen, die „Flügel verleihen“, wie etwa Gewinnen, Küssen, Koffein, Alkohol oder Ruhm. Ian Andrew hat am gleichen Tag noch zwei weitere generische Domain Namen, nämlich <givetheslip.com> und <giveusarest.com> registriert.

b. Prüfung durch das Panel

Der Domain Name <givesyouwings.com> ist identisch mit der Marke. Red Bull legt nur eine inoffizielle Auflistung der Markenregistrierungen für die Bezeichnung „gives you wings“ vor. Das Panel hat es für unnötig befunden, eine Kopie der offiziellen Zertifikate einzufordern, weil die Beschwerde ohnehin aus anderen Gründen abgelehnt wird.¹⁸² Fast 18 Monate nach der Registrierung findet sich unter <givesyouwings.com> keine aktive Webseite. Der Domain-Inhaber hat anscheinend noch keine Vorbereitungen getroffen, den Domain Namen zu nutzen und daher kein schutzwürdiges Interesse.

Das Panel kann aus den von Red Bull vorgelegten Beweisen nicht schließen, dass der Slogan „gives you wings“ in Großbritannien so bekannt ist, dass der Domain-Inhaber ihn bei Registrierung kennen musste. Das Panel hat zwar TV Werbespots auf Videoband erhalten, aber keine Informationen, wann sie in Großbritannien gesendet wurden. Der Bf. legt noch eine Studie vor, der zufolge 68% der Österreicher und 44% der Deutschen den Slogan „verleiht Flügel“ mit Red Bull assoziieren. Das Panel zieht daraus den Umkehrschluss, dass die Mehrheit der Deutschen den Slogan nicht kennt, obwohl er dort bereits länger eingesetzt wird als im Vereinigten Königreich.

Der Ausdruck „to give [someone or something] wings“ hat eine Bedeutung in der englischen Sprache.¹⁸³ Es ist keine „reine Fantasierekombination von Worten“ wie Red Bull behauptet, sondern ein Ausdruck, der in der Alltagssprache verwendet wird.¹⁸⁴ Der Domain-Inhaber kann beweisen, dass der Ausdruck „gives you wings“ auch von anderen Unternehmen, darunter Motorola („Motorola gives you wings“), verwendet wird und verweist auf den Song „world gives you wings“ von Kris Delmhorst. Das Panel hält es für möglich, dass die Wahl des Domain Namens <givesyouwings.com> Zufall war. Sogar wenn der Domain-Inhaber den Ausdruck aus den TV Spots kennt, ist es für ihn nicht offensichtlich, dass der Slogan als Marke geschützt ist. Das Kennzeichen „gives you wings“ erscheint nicht auf dem Produkt selbst. Daher konnte der Domain-Inhaber gutgläubig annehmen, dass dieser Ausdruck der allgemeinen Öffentlichkeit gehört. Schlechtgläubigkeit könnte höchstens angenommen werden, wenn der Domain Name in der ungewöhnlichen Schreibweise des Werbeslogans „givesyouwiings“ mit drei „i“ registriert wäre.

Das Panel schmettert sogar den Verweis des Bf. auf die sehr oft erfolgreich zitierte *Telstra* Entscheidung¹⁸⁵ mit folgender Begründung ab:

¹⁸² Eine sinnvolle Entscheidung in Hinblick auf die Verfahrensökonomie. Das Panel hält es für wahrscheinlich, dass Red Bull adäquate Beweise erbringen könnte.

¹⁸³ Das Panel zitiert zur Untermauerung das Collins English Dictionary.

¹⁸⁴ Als Beweis dafür dient auch die Übersetzung des ursprünglich deutschen Slogans in andere Sprachen. Reine Fantasiebezeichnungen können nicht übersetzt werden.

¹⁸⁵ WIPO Case No.D2000-0003 *Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows*: „Passives Halten von Domain Namen kann auf schlechtgläubige Nutzung hinauslaufen, wenn [...] jede plausible aktive Verwendung durch den Domain-Inhaber unlegitim wäre“.

Der vorliegende Fall unterscheidet sich in mehreren Aspekten vom Telstra Fall. Erstens ist es nicht sicher, dass der Ausdruck „givesyouwings“ als Marke erkannt wird, während „Telstra“ keine Bedeutung hat und offensichtlich ein erfundenes Wort ist. Zweitens hat der Domain-Inhaber nicht versucht, seine Identität zu verschleiern oder Kontaktaufnahme unmöglich zu machen. Drittens ist eine legitime Verwendung des Begriffs „givesyouwings“ möglich, weil er sich nicht nur auf Produkte des Bf. beziehen kann, wie der Domain-Inhaber durch Internet Ausdrücke selbst bewiesen hat.

Der Beschwerdeführer hat der Beweislast nicht genüge getan, weil es vernünftigerweise möglich scheint, dass die Domain in gutem Glauben registriert wurde. Daher findet das Panel, dass im vorliegenden Fall das passive Halten des Domain Namens nicht auf schlechtläubige Nutzung hinausläuft.

c. Entscheidung

Das Panel lehnt den Antrag auf Transfer des Domain Namens <givesyouwings.com> an den Bf. ab.

Panel: Anne-Virginie GAIDE (Schweiz)

Entscheidungsdatum: 9. August 2001

d. Anmerkung

Diese Entscheidung zeigt auffällige Parallelen zum Libro-Fall (siehe oben). Das Panel befindet ebenfalls, dass Gattungsbegriffe ein öffentliches Gut sind, die primär nach dem Prioritätsprinzip vergeben werden. Ein gebräuchlicher Ausdruck der englischen Sprache kann gutgläubig registriert werden ohne Markenrechte zu verletzen. Werbeslogans, die der Alltagssprache entnommen sind, genießen mE nicht das gleiche Schutzlevel wie die Marke selbst. Aus einem (wenn auch markenrechtlich geschützten) Werbeslogan einen Anspruch auf den entsprechenden Domain Namen abzuleiten, wäre fatal. Bei konsequenter Anwendung dieses Prinzips würden weltweit Millionen von Domains aus dem begrenzten Kontingent von Internet Adressen der Allgemeinheit entzogen werden. Unter diesem Gesichtspunkt ist die Entscheidung des Panels, das im Zweifelsfall den passiven Halter eines Domain Namens bevorzugt, zu begrüßen. Ein Markeninhaber kann eine Übertragung eines generischen Domain Namens aufgrund der Beweislast nur dann erwirken, wenn er den äußerst schwierigen Beweis der bösgläubigen Schädigungsabsicht gegenüber der Marke erbringt.

Gleichzeitig hat das Panel aufgezeigt, dass Domain Recht stark vom speziellen Sachverhalt im Einzelfall abhängig ist und populäre Leitsätze (hier Telstra) nicht 1:1 übernommen werden können, wenn sich der Sachverhalt unterscheidet.

Gerade in strittigen Themenbereichen, wie geographische Domain Namen und Gattungsbegriffe, gibt es scheinbar widersprüchliche WIPO Entscheidungen, bei denen sich die fehlende Kontinuität bei näherer Betrachtung durch einen leicht abweichenden Sachverhalt oder die unterschiedliche Qualität der Argumente in der Beschwerde bzw Beschwerdeerwiderung erklären lässt. So wurde etwa in einer anderen WIPO Entscheidung mit fast identischem Sachverhalt¹⁸⁶ der ebenfalls sehr berühmte und markenrechtlich geschützte Werbeslogan „just do it“ als Grundlage zur Übertragung des Domain Namens <justdoit.org> an den

¹⁸⁶ WIPO Case No. D2001-1114, Nike, Inc. v. Aladin Hammam, <justdoit.org>.

Sportartikelkonzern „Nike“ akzeptiert. Allerdings gibt es einen wesentlichen Unterschied: Im „Nike“ Fall war der Domain-Inhaber säumig, im „Red Bull“ Fall konnte der Domain-Inhaber einen identischen Sachverhalt durch zahlreiche gute Argumente für sich entscheiden. Die spätere <justdoit.net> Entscheidung¹⁸⁷, bei der sich das Panel mehrheitlich – mit einer „dissenting opinion“ – gegen die Übertragung der Domain an „Nike“ ausgesprochen hat, unterstreicht noch einmal die Kernaussage der <givesyouwings.com> Entscheidung, dass das Schutzlevel bei Werbeslogans von Marken, die aus Begriffen der Alltagssprache gebildet sind, äusserst gering ist. Selbst global berühmte Marken (Red Bull bzw Nike) können sich allerhöchstens dann gegen die Registrierung solcher Domains durch Privatpersonen wehren, wenn deren Bösgläubigkeit völlig offensichtlich ist.

14. Sacher Hotels Betriebsgesellschaft mbH v. Henry Puts (NL)

WIPO Case No. D2001-0819

<sacherhotel.com>

<sacher-hotel.com>

< hotel-sacher.com>¹⁸⁸

a. Sachverhalt und Prüfung durch das Panel

Die Hotels Sacher in Wien und Salzburg sind in der Publikation „The leading Hotels of the World“ aufgeführt und gehören zu den führenden Hotels Österreichs. Der Begriff „Hotel Sacher Wien“ ist als Marke geschützt. Henry Puts hat systematisch unzählige Namen berühmter Hotels als Domain Namen registriert¹⁸⁹ und hat bereits das frühere WIPO-Streitbeilegungsverfahren D2001-0431 *Fairmont Hotel Management L.P. v. Puts* wegen schlechtgläubiger Registrierung von Hotelnamen verloren.

Das Panel hat die entsprechenden Webseiten besucht und jeweils ein eindeutiges Verkaufsangebot vorgefunden: „This domain name is for sale or rent: Please contact: h.j.a.puts@chello.nl“. Bei einem derart offenkundigen Fall von „cybersquatting“, dh schlechtgläubiger Registrierung von Domain Namen, ist die Subsumtion unter die entsprechenden Tatbestände der UDRP reine Formsache.

b. Entscheidung

Schlechtgläubige Registrierung mit Verkaufsabsicht gemäß § 4(b)(i) UDRP. Transfer der Domains an den Beschwerdeführer.

Panel: Torsten BETTINGER (D)

Entscheidungsdatum: 7.August 2001

c. Anmerkung

Diese Entscheidung macht zugleich Stärken und Schwächen des UDRP-Systems deutlich:

¹⁸⁷ WIPO Case No. D2002-0544 Nike, Inc. v. Circle Group Internet, Inc., <justdoit.net>.

¹⁸⁸ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0819.html> bzw

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0819.doc> (Word-Dokument) archiviert.

¹⁸⁹ Beispielsweise <hotel-radisson.com>, <negrescohotel.com>, <sas-hotel.com>, <richemonthotel.com>, jeweils mit demselben Verkaufshinweis wie die Sacher Hotel Domains.

Positiv ist die *schnelle Klärung offensichtlicher Sachverhalte*, die Domain Namen werden innerhalb weniger Wochen direkt auf den Berechtigten übertragen, die ordentlichen Gerichte werden entlastet. Ohne die UDRP hätte die österreichische Hotelkette mit erheblichem Aufwand vor einem holländischen Gericht Klage erheben müssen.

Negativ ist die *fehlende Präventivfunktion der UDRP*. Für offensichtlich schlechtgläubige Personen, die systematisch fremde Markennamen als Domains registrieren, entstehen im UDRP-Verfahren keine Kosten und sofern sie, wie der Bg. Puts, auf eine Beantwortung der Beschwerde verzichten, auch kein Aufwand. Wiederholungstäter Puts verliert nur die drei speziell betroffenen Domain Namen (Registrierungskosten unter 100 \$) und kann weiter darauf spekulieren, andere von ihm schlechtgläubig registrierte Domains um ein vielfaches dieser Summe an den Mann, respektive den Hotelbesitzer zu bringen. Vor einem nationalen Gericht hätte er als Verlierer die Verfahrenskosten zu tragen.

Entgegen der ursprünglichen WIPO-Empfehlung werden die UDRP-Verfahrenskosten immer dem Beschwerdeführer und nicht dem schlechtgläubigen Domain-Inhaber auferlegt. Einzige Sanktion ist der Transfer des Domain Namens und keine Geldstrafe.¹⁹⁰ Ausschlaggebend für diese Regelung waren praktische Überlegungen. Die meist geringe Geldstrafe wäre aufgrund der internationalen Gültigkeit der UDRP von Parteien in der ganzen Welt viel zu schwierig – und bei falschen Kontaktdaten überhaupt nicht – einzutreiben.

15. Austrian Airlines v. Minos Bekeridis (Kanada)

WIPO Case No. D2001-0945

<austrianairlines.net>¹⁹¹

a. Sachverhalt

Beschwerdeführer ist die weltweit tätige österreichische Fluglinie Austrian Airlines. Die Marke ist ua in Österreich und den USA, nicht jedoch in Kanada registriert. Austrian Airlines hat bereits die kurze und prägnante Domain <aua.com>.

Der Domain-Inhaber aus Kanada ist zwar im WIPO-Verfahren selbst säumig, hat aber sein legitimes Interesse in einer E-Mail vom 19. April an den Beschwerdeführer wie folgt verteidigt: "I operate several incorporated retail and online travel agencies and acquired this domain name to develop a specific market. I have put over 9 months of research and work into developing an online agency focused on attracting travelers to Austria, Hungary, Slovakia, Czech Republic, I would not like to let all this work go to waste by not having the domain which I purchased for this specific reason. I understand your point of view as well, however, please understand mine, I am reluctant in renouncing this domain for nothing, after all the effort I have invested."

b. Prüfung durch das Panel

Der Domain Name besteht aus Worten, die das hauptsächlich kennzeichnende Element der Marke sind (das rote graphische Symbol kann im Domain Namen nicht wiedergegeben werden). Basierend auf generellen Prinzipien des Markenrechts bezeichnet das Panel den Domain Namen, wegen fehlender Übernahme des graphischen Symbols der Marke, nicht als identisch,

¹⁹⁰ Siehe § 4 lit (i) UDRP.

¹⁹¹ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-0945.html> bzw. <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-0945.doc> (Word-Dokument) archiviert.

sondern nur verwechslungsfähig ähnlich.¹⁹² Personen, die den Bf. vergeblich unter seinem Kennzeichen „austrian airlines“ in der <.net> Domain suchen, könnten die Suche ganz aufgeben. <austrianairlines.net> wird derzeit nicht genutzt. *Simples auf Vorrat lagern von Domain Namen begründet kein Recht oder legitimes Interesse.*

Wenn der Domain-Inhaber unter <austrianairlines.net> eine Reiseagentur einrichtet neigen potentielle Kunden dazu zu glauben, dass diese zu Austrian Airlines gehört oder zumindest von der Fluglinie autorisiert ist. Viele Kunden verknüpfen einen Marken- oder Domain Namen, der sich aus einem Land und dem generischen Begriff „airlines“ zusammensetzt automatisch mit der Fluglinie des jeweiligen Staates.¹⁹³ Die geplanten Aktivitäten rechtfertigen die Registrierung des Domain Namens nicht, weil sie zu Konfusion unter potentieller Kunden und Internet-Nutzern im allgemeinen führen würden.

Auch wenn der Domain-Inhaber keinen fixen Geldbetrag für den Transfer verlangt, hat er -ohne ein ausdrückliches Angebot zu formulieren - Austrian Airlines eingeladen ihn für seine Investitionen zu kompensieren. Es besteht kein Zweifel, dass dieser Geldbetrag entsprechend hoch iSd § 4(b)(i) UDRP ausfiele und die Kosten für die Erlangung des Domain Namens bei weitem überschreiten würde. Die geplante Nutzung von <austrianairlines.net> für ein Online-Reisebüro, das Reisende aus Österreich anlocken soll, wäre irreführend.¹⁹⁴ Der Domain-Inhaber hat <austrianairlines.net> entweder in Verkaufsabsicht schlechtgläubig gem. § 4(b)(i) UDRP registriert oder bösgläubig gem. § 4(b)(iv) UDRP, um aus der Verwechslung mit der Marke kommerziellen Nutzen zu ziehen. Vielleicht hat er sogar beide Absichten parallel verfolgt.

c. Entscheidung

Der Beschwerdeführer hat jedes der drei Elemente des § 4 (a) der Policy bewiesen. Gemäß § 4(i) Policy und § 15 Rules verlangt das Panel, dass die Registrierung des Domain Namens <austrianairlines.net> auf den Beschwerdeführer übertragen wird.

Panel: Gerd F. KUNZE (D)

Entscheidungsdatum: 7. September 2001

d. Anmerkung

Die Kennzeichenfunktion von Domain Namen wird mittlerweile allgemein anerkannt. Als rechtliche Konsequenz ist die bösgläubige Irreführung durch die „virtuelle Geschäftsbezeichnung“ <austrianairlines.net> ebenso rechtswidrig wie die Eröffnung eines traditionellen Reisebüros mit dem Namen „Austrian Airlines“ durch einen unberechtigten Dritten. Bei der Beurteilung, ob Irreführung vorliegt, werden - wie in der nationalen Domain Judikatur - die besonderen Umstände des Internets berücksichtigt. Den Maßstab bildet der durchschnittliche Internet Nutzer, durch den ein Domain Name bei kommerziellen E-Commerce Angeboten als Geschäftsbezeichnung aufgefasst wird. Das Panel erkennt nach meiner Ansicht zurecht, dass viele Kunden, irreführt durch den Domain Namen, einen Zusammenhang zwischen dem Online-Reisebüro des Kanadiers Bekeridis und Austrian Airlines annehmen würden, zumal beide Branchen eng verwandt und Kooperationen zwischen Fluglinien und Reisebüros nicht ungewöhnlich sind. § 4(b)(iv) UDRP ist das Äquivalent zum Tatbestand der

¹⁹² Nach hM wäre der Domain Name identisch, weil er sich nur durch die angefügte gTLD von der Wortmarke unterscheidet und ein graphisches Symbol per se nicht im Domain Namen übernommen werden kann.

¹⁹³ Unzählige Fluglinien benennen sich nach diesem Schema: American Airlines, Singapore Airlines, Japan Airlines

usw

¹⁹⁴ Vgl österreichisches UWG

Irreführung in § 2 des österreichischen UWG bzw. „Ausbeutung des Rufes einer fremden Marke“ in nationalen Markenschutzgesetzen. Die Verteidigung unter Berufung auf faire Nutzung eines Domain Namens ist gemäß § 4 (c) (iii) UDRP ausgeschlossen, wenn Kunden absichtlich irregeführt oder Marken „befleckt“ werden. Im Gegensatz zur in der WIPO Streitbeilegungspraxis ansonsten oberflächlichen Prüfung des ersten Kriteriums von § 4 (a) UDRP ist die Ähnlichkeit bei Irreführungsfällen von besonderer Relevanz, weil der Grad der Ähnlichkeit der Kennzeichen (Marke und Domain) die Wahrscheinlichkeit von Verwechslungen und Irreführung potentieller Kunden determiniert.

Dem Panel genügt, wie in der *AKG*-Entscheidung (s.o.), die aus dem Wortlaut der zitierten E-Mail ableitbare Einladung, ein Angebot zum Kauf des Domain Namens zu machen - ohne einen exakten Geldbetrag zu fordern - als Beweis für schlechtgläubige Verkaufsabsicht. Die E-Mail-Kommunikation zwischen den Parteien zählt generell zu den wichtigsten Beweismitteln im UDRP-Schlichtungsverfahren.

Fluglinien treten besonders häufig als Beschwerdeführer in UDRP-Verfahren auf und bekommen mit überwältigender Mehrheit den Domain Namen, der sich aus dem Herkunftsstaat und dem Suffix „airlines“ zusammensetzt, zugesprochen. Besonders drastisch drückt sich Panelist BARKER in der Singapore Airlines Entscheidung¹⁹⁵, bei der sich ebenfalls eine Fluglinie und eine Reiseagentur gegenüberstehen, aus: "singaporeairlines.org", "singaporeair.net" and "singaporeair.org" are so obviously connected with a well-known airline that their very use by someone with no connection with the airline suggests opportunistic bad faith. Indeed, it is hard to imagine a more blatant exercise in "cybersquatting". Dieser Leitsatz wird auch in der Lufthansa Entscheidung¹⁹⁶ zitiert.

Einen vollständigen Überblick aller „Airline UDRP cases“ bietet <http://www.udrplaw.net/airlineUDRPcases.htm>.

16. Red Bull GmbH v. Grey Design (Türkei)

WIPO Case No. D2001-1035

<redbul.com>¹⁹⁷

a. Sachverhalt und Parteivorbringen

Argumente von Red Bull:

- Red Bull ist auch in der Türkei als Marke registriert;
- Es handelt sich um „Typosquatting“, dh absichtliche Registrierung von Domain Namen, die Schreibfehler kennzeichnungskräftiger Namen sind;
- In einer früheren WIPO Entscheidung (D2001-0522) wurde Red Bull als „inherently distinctive“ und „sehr starke“ Marke bezeichnet;
- Red Bull legt schriftliche Beweise über ein Verkaufsangebot in Höhe von 10 000 US\$ vor;
- Der Domain-Inhaber musste die Marke kennen, weil auf der Webseite neben dem „under construction“ Hinweis die Worte „Red Bul“ in den gleichen Farben wie die Marke aufscheinen.

¹⁹⁵ WIPO Case No D2000-0641 Singapore Airlines Limited v. European Travel Network.

¹⁹⁶ WIPO Case No D2001-1126 Deutsche Lufthansa AG v. Jin Wang Huh, <lufthansa.net>.

¹⁹⁷ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/2001/d2001-1035.html> bzw

<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/word/2001/d2001-1035.doc> (Word-Dokument) archiviert.

Argumente des Domain-Inhabers:

Grey Design mit Sitz in Istanbul hat die Beschwerde nicht erwidert.¹⁹⁸ Das Panel hat allerdings die Pflicht beiden Parteien eine faire Gelegenheit zu geben ihre Sichtweise zu präsentieren. Daher greift das Panel auf die Argumente des Domain-Inhabers in der Korrespondenz mit dem Beschwerdeführer (Annex K und L der Beschwerde) zurück.¹⁹⁹

- „redbul“ bedeute in der türkischen Sprache „finden“ und er plane den Domain Namen für eine Suchmaschine zu verwenden;
- Die Ähnlichkeit sei reiner Zufall, weil er den Red Bull Energydrink bis zur Korrespondenz mit dem Unternehmen nicht kannte. Er würde den Domain Namen um 10 000 US\$ transferieren um Verwechslungen zu vermeiden.

b. Prüfung durch das Panel

Das Panel spricht von einem typischen Fall von Typosquatting, wobei der verletzende Domain Name [nur] um einen Buchstaben von der Marke abweicht. Derartige Versuche wurden in mehreren WIPO Entscheidungen abgelehnt. Das Panel zitiert exemplarisch zwei einschlägige Entscheidungen.²⁰⁰

Panelist MONDINI stellt klar, dass der „under construction“ Hinweis allein kein legitimes Interesse begründet. Das Panel entlarvt die Behauptung „redbul“ bedeute in der türkischen Sprache „finden“ als falsch. Im türkischen Wörterbuch scheint weder das Wort „redbul“ noch das Wort „red“ auf. Zwar heißt „bul“ in der Übersetzung „finden“, aber der Domain-Inhaber hat keinerlei Erklärung abgegeben, warum er das Wort „bul“ mit „red“ verbunden hat. Die *Verwendung der Markenfarben auf der Webseite ist ein Indiz für die Kenntnis der Marke*. Schlechtgläubig ist zudem das Ausnutzen von Schreibfehlern der Internetnutzer und die Absicht, den Domain Namen zum hohen Preis von 10000 US\$ zu verkaufen.

Zentraler Leitsatz der Entscheidung ist: *„Diese bekannte und starke Marke (siehe WIPO Case No. D2001-0522) ist so offensichtlich mit dem Beschwerdeführer verbunden, dass per Definition die Registrierung des Domain Namens in opportunistischem schlechten Glauben gemacht wurde, und jede Nutzung des Domainnamens durch den Inhaber notwendigerweise Verwechslungsgefahr mit der Marke des Bf. als Quelle, Sponsor, Verbundenheit mit oder Unterstützung der Webseite des Bg. im Sinn des § 4(b)(iv) der Policy hervorrufen würde.“*

c. Entscheidung

Transfer des Domain Namens <redbul.com> gemäß § 4(i) Policy an den Beschwerdeführer.

Panel: Andrea MONDINI (Italien)

Entscheidungsdatum: 24. Oktober 2001

d. Anmerkung

¹⁹⁸ Als Rechtsfolge hat das Panel gemäß § 5(e) Rules allein auf Grundlage der Beschwerde zu entscheiden.

¹⁹⁹ Rechtsgrundlage dafür ist § 10(b) Rules. Aus Gründen der Fairness sollen unbedingt die Argumente beider Parteien berücksichtigt werden, selbst wenn der Domain-Inhaber im UDRP-Verfahren säumig ist.

²⁰⁰ WIPO Cases No. D2000-1293 und D2001-0094.

Genau für derartige „straight-forward-cases“, bei denen die Schlechtgläubigkeit des Domain-Inhabers offenkundig ist, wurde die UDRP Streitbeilegung konzipiert. Die Entscheidung zeigt auch, dass Panels trotz ihrer im Vergleich zu ordentlichen Gerichtsverfahren drastisch limitierten Möglichkeiten der Sachverhaltsüberprüfung (ua kein Sachverständiger wie hier zB ein Sprachwissenschaftler) Behauptungen der Parteien nicht blind akzeptieren.

Der obige Leitsatz ist nach meiner Ansicht allerdings sehr problematisch und sollte auf gar keinen Fall als allgemeingültige Formel angesehen werden.

Der italienische Panelist MONDINI führt zur Untermauerung drei WIPO-Fälle mit Marken aus seinem Heimatland an, die mir persönlich allesamt völlig unbekannt sind.²⁰¹ Wenn die Registrierung von Domain Namen, die solchen (angeblich) starken Marken ähnlich sind, per Definition schlechtgläubig ist, wird dem Domain-Inhaber jede Möglichkeit genommen, das Gegenteil zu beweisen. Was wäre, wenn „redbul“ im Türkischen tatsächlich ein Gattungsbegriff und Grey Design gutgläubig wäre?

Der Leitsatz widerspricht dem Wortlaut des § 4(b)(iv) der Policy, der den Beweis der absichtlichen Herbeiführung der Verwechslungsgefahr, dh Vorsatz des Domain-Inhabers, erfordert. Absicht setzt Kenntnis der Marke voraus. Daher dürfen keinesfalls nur regional starke aber international unbekannte – etwa italienische – Marken „per Definition“ geschützt werden, sondern allerhöchstens global starke Marken. Seitdem obiger Leitsatz in der „Deutsche Bank“ Entscheidung²⁰² aufgetaucht ist, wird er von Markeninhabern (und leider auch Panels!) häufig zitiert. Verständlich – erspart man sich doch durch Schlechtgläubigkeit „per Definition“ den schwierigen Beweis.

17. Red Bull GmbH v. Markus Bernhardt (beide Österreich)

WIPO Case No.DTV2001-0019

<redbull.tv>²⁰³

a. Verfahrensfrage: Technische Probleme beim E-Mail Versand

Die Säumnis des Domain-Inhabers beruht auf (nicht von ihm verschuldeten) *technischen Problemen beim E-Mail Versenden*. Er beweist jedoch wenig später per Fax, dass er die Beschwerdeerwiderung am letzten Tag der Frist per E-Mail abgesendet hat, aber folgende Fehlermeldungen erhielt: "Your message was not delivered because the destination computer was not reachable within the allowed queue period. The amount of time a message is queued before it is returned depends on local configuration parameters. Most likely there is a network problem that prevented delivery²⁰⁴, but it is also possible that the computer is turned off, or does not have a mail system running right now" bzw "Your message was not delivered within two days. Host wipo.int is not responding. The following recipients did not receive this message: domain.disputes@wipo.int. Please reply to Postmaster@chello.at if you feel this message to be in error."

²⁰¹ WIPO Case No. D2000-1157 "Banca della Sella" ua

²⁰² WIPO Case No. D2000-277 <deutsche-bank-ag.com>.

²⁰³ Diese WIPO-Entscheidung ist im englischen Volltext unter

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2001/dtv2001-0019.html> bzw

<http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/word/2001/dtv2001-0019.doc> (Word-Dokument) archiviert.

²⁰⁴ Der Internet Provider Chello ist in Branchenkreisen für seine häufigen technischen Probleme bekannt. Es ist davon auszugehen, dass Chello und nicht die WIPO für den Fehler verantwortlich ist.

Der Aufforderung des WIPO-Centers, die E-Mail mit der Beschwerdeerwiderung noch einmal zu versenden, kommt der Domain-Inhaber noch am selben Tag nach. Das Panel stellt fest, dass die Beschwerdebeantwortung erst nach Fristablauf eingetroffen ist und damit § 5 Rules verletzt, aber gleichzeitig ein *Ausnahmefall im Sinne des § 14 Rules* vorliegt und akzeptiert das Einbringen.

b. Sachverhalt und Parteinvorbringen

Der Domain-Inhaber, eine Privatperson aus Wien, behauptet ein Online-Spiel herausbringen zu wollen, in dem ein Bulle eine wichtige Rolle spielt. Er hat ein telefonisches Angebot, den noch ungenutzten Domain Namen um 30 000 ATS (2180 €) an Red Bull zu verkaufen, akzeptiert. Bernhardt bringt vor, dass er, wenn er wirklich schlechtgläubig wäre, angesichts des jährlichen Red Bull Marketing-Budgets von 427 Millionen € einen wesentlich höheren Preis verlangt hätte. Das Verkaufsgespräch kam auf Kontakt von Red Bull zustande, die geforderte Summe solle nur die Entwicklungskosten der geplanten Webseite kompensieren. Red Bull zitiert alle drei zu seinen Gunsten entschiedenen WIPO-Fälle und beschuldigt den Domain-Inhaber, den irreführenden Eindruck erwecken zu wollen, er führe Unterhaltungs-Aktivitäten mit Zustimmung des Bf. durch.

c. Prüfung durch das Panel

Weil der Domain-Inhaber keine glaubwürdigen Informationen über die Existenz des Spiels liefert, verneint das Panel sein schutzwürdiges Interesse und befindet ihn schlechtgläubig wegen Verkaufsabsicht oder Irreführung gem. § 4(a) (i) und (iv). Das Argument, dass der Bg. bei primärer Verkaufsabsicht einen höheren Preis verlangt hätte, steht nicht in Widerspruch zu diesem Schluss.

d. Anmerkung

Interessanter als die eigentliche Entscheidung ist die Verfahrensfrage, wie technische Probleme beim Versand von E-Mails zu lösen sind. Unverschuldete Fehler sind ein Musterbeispiel für außergewöhnliche Umstände iSd § 14 Rules, die eine Verlängerung der Frist zur Beschwerdeerwiderung rechtfertigen. Das Panel übt sein freies Ermessen, ob es verspätete oder mangelhafte Beschwerdeerwiderungen akzeptiert, meist zugunsten des Antwortenden aus. Obwohl E-Mail die ideale Kommunikationsmethode in einem internationalen Verfahren mit geringem Streitwert darstellt und nur äußerst selten technische Probleme auftreten, verlangen die UDRP Rules generell die zusätzliche Einbringung aller Dokumente als Hartkopie.

Mittlerweile sind neben den internationalen Domains <.com; .net; .org> auch Domain-Konflikte um einzelne Länderdomains (ccTLDs) Gegenstand der UDRP-Streitbeilegung. Ausführliche Informationen zum WIPO ccTLD Program, das überwiegend exotische Länder betrifft, finden sich unter <http://arbiter.wipo.int/domains/cctld/index.html>. Die ccTLD Domain <.tv> steht ursprünglich für den kleinen Inselstaat Tuvalu, ist aber wie <.at> und fast alle Länderdomains offen, dh ohne Wohnsitz im entsprechenden Staat registrierbar und bei Markeninhabern und Domain-Grabbern sehr beliebt – wie mehr als 40 WIPO-Entscheidungen zu <.tv> Domains zeigen. Österreich (bzw die österreichische Domain-Registrierungsstelle nic.at) hat für „seine“ <.at> Domains ein eigenes, deutlich von der UDRP beeinflusstes Streitbeilegungsmodell entwickelt, das ich in Kapitel IX.B. ausführlich vorstelle.

18. Graz Tourismus v. NA Global Link Limited *eResolution Case No AF-0950*

<graz.com>²⁰⁵

a. Sachverhalt und Parteivorbringen

Wer die URL www.graz.com eingibt, wird automatisch auf die Webseite http://www.restaurants.com/VisitorsGuide/Graz_home.asp weitergeleitet, einem Portal des Beschwerdegegners, das Informationen über Restaurants in Städten in der ganzen Welt anbietet, aber abgesehen von einigen [schlechten] Links, dem aktuellen Wetter in Graz (vom Drittanbieter „Weather Channel“ übernommen) und der Auflistung von 70 Restaurants und einem Hotel in Graz keinerlei Informationen über die Stadt Graz, dafür aber zahlreiche Werbebanner aufweist. Der Beschwerdegegner behauptet, das Angebot in Zukunft zu einem voll entwickelten Stadtportal ausbauen zu wollen. „Graz“ ist einfach ein geographischer Begriff, an dem Graz Tourismus nicht das exklusive Recht behaupten kann, diesen zu nutzen. Graz Tourismus ist nicht der Eigentümer irgendeiner relevanten Marke, jedermann könne legitimerweise eine Webseite mit Informationen über die Stadt Graz etablieren.

Graz Tourismus bietet als offizielle Tourismusorganisation der Stadt qualitativ hochwertige touristische Informationen und die Möglichkeit zur Online-Buchung unter den Domains <visitgraz.com>, <graztourismus.com> und <graztourismus.at> und glaubt unter den Schutzbereich der UDRP zu fallen, weil Graz „unser Produkt und der Markenname unseres Produktes ist“. Graz Tourismus argumentiert, das Angebot unter <graz.com> sei unvollständig und minderwertig, es enthalte tote Links und erwähne nicht einmal die Sehenswürdigkeiten der Stadt. Ein Besucher der Webseite müsse den Eindruck gewinnen, die Stadt Graz sei keine Reise wert und dadurch erleiden Grazer Hotels und die Grazer Wirtschaft Verluste. NA Global Link aus Hongkong hat überhaupt keine Verbindung zur Stadt Graz. Die Absicht des Domain-Inhabers ist offensichtlich, so viel „traffic“, dh Seitenaufrufe wie möglich, durch die Registrierung verschiedener Domains, die nichts mit seinem Kerngeschäft zu tun haben, zu erreichen.²⁰⁶

b. Prüfung durch das Panel

Nach österreichischem Recht können Städtenamen nicht als Marke registriert werden. Der Bf. kann auch nicht belegen, dass er auf andere Weise Markenrechte am Wort „Graz“ erlangt hat. Diese Tatsache allein ist verhängnisvoll für jede Beschwerde nach der UDRP. Markenrechte sind eine unvermeidbare Voraussetzung für den Schutz durch die UDRP.²⁰⁷ Der Schutz geographischer Begriffe würde eine Revision der UDRP durch die Schaffung eines zusätzlichen

²⁰⁵ <graz.com> ist die einzige UDRP-Entscheidung mit österreichischer Beteiligung, die nicht vom WIPO Arbitration and Mediation Center, sondern von „eResolution“ abgewickelt wurde. Obwohl die mit ambitionierten Plänen zur Online-Streitbeilegung etablierte private Schlichtungsstelle eResolution ihre Dienste Ende des Jahres 2001 einstellen musste, ist die <graz.com> Entscheidung immer noch unter <http://www.disputes.org/eresolution/decisions/0950.htm> archiviert. Die Veröffentlichungspflicht für sämtliche UDRP-Entscheidungen gem. § 16(b) Rules ist zeitlich nicht befristet und besteht daher mA weiterhin. Neben der Kontrollmöglichkeit durch die Internet Nutzer sind bereits ergangene Entscheidungen ein wichtiger Anhaltspunkt für Panels, speziell bei der Behandlung komplexer Fragen - wie Konflikte um geographische Domains.

²⁰⁶ Graz Tourismus hat dieses Argument in der Beschwerde scheinbar nicht durch konkreten Beispiele, wie zB <libro.com> oder <chinesestamps.com>, untermauert, die belegen, dass NA Global Link systematisch verschiedenste Gattungsbegriffe registriert.

²⁰⁷ Die entscheidende Passage lautet im englischen Original: [no trademark rights] This, standing alone, is fatal to any relief under the UDRP. The requirement that the complainant have rights in a relevant trademark or service mark is an unavoidable prerequisite for UDRP relief.“ Das Panel übernimmt damit die herrschende Meinung und verweist diesbezüglich auf sechs einschlägige WIPO-Entscheidungen.

Beschwerdegrundes erfordern. Die ICANN hat keine derartige Revision vorgenommen.²⁰⁸ Die UDRP wurde nicht als Heilmittel für alle Konflikte um Domain Namen geschaffen – aus gutem Grund, wie Panelist WEINBERG im Hinblick auf die fehlende internationale Harmonisierung bezüglich geographischer Begriffe meint.

Das Panel verzichtet auf eine ernsthafte inhaltliche Prüfung der Argumente von Graz Tourismus, sondern erklärt nur kurz, dass scheinbar keine der drei Bedingungen des § 4 (a) UDRP erfüllt ist, weil die Nutzung der Domain [city.com] nicht schlechtgläubig ist, wenn auf einer kommerziellen Webseite Informationen über eine Stadt offeriert werden und nicht der Eindruck entsteht, es handle sich um eine offizielle Seite der Stadt Graz, also keine Irreführungsgefahr besteht.

c. Entscheidung

Es steht Graz Tourismus offen, Klage vor einem nationalen Gericht zu erheben. Die UDRP bietet einen weitaus begrenzteren Schutzbereich als nationale Gerichte und in diesem Fall keine Abhilfe.

Panel: Jonathan WEINBERG

Entscheidungsdatum: 3. Oktober 2001

d. Anmerkung

Das Panel steht vor der Wahl, eine inhaltlich gerechte Entscheidung (Transfer der Domain an Graz Tourismus) zu treffen, die sich kaum mit dem Wortlaut der UDRP vereinbaren lässt oder streng dem Wortlaut und eng definierten Anwendungsbereich der UDRP zu folgen und die Beschwerde mangels eindeutiger Markenrechte abzuweisen. Eine deutliche Mehrheit der UDRP Panelisten hat sich zur Abweisung (nicht Zurückweisung!) von Beschwerden, die sich auf Rechte an geographischen Begriffen stützen, entschieden. Die erste gegenteilige Entscheidung <barcelona.com>²⁰⁹ zugunsten der spanischen Millionenstadt Barcelona hat heftige Kontroversen ausgelöst. Graz Tourismus hat sich in seiner Argumentation deutlich an der Judikatur des österreichischen OGH orientiert, dabei aber einen wesentlichen Unterschied der UDRP zum österreichischen Domain Recht übersehen, nämlich den fixen UDRP-Grundsatz: keine Markenrechte bedeutet keine Beschwerdelegitimation.

Das Panel verweist Graz Tourismus ausdrücklich auf den Gerichtsweg. Nach der ständigen Judikatur des österreichischen OGH hätte Graz Tourismus beste Chancen, ein Gerichtsverfahren zu gewinnen: Der OGH spricht die Domain <stadtname.at> immer dann der jeweiligen Stadt oder dem jeweiligen Tourismusverband zu, wenn ein privater Domain-Inhaber (zB Hotelier) keine Webseite von extrem hoher Qualität (ua sämtliche Tourismusinformationen, Sehenswürdigkeiten, sämtliche Hotels...) vorweisen kann. So hat etwa die Stadt Graz vor dem OGH erfolgreich auf Unterlassung der Nutzung der Domain <graz2003.at> durch ein privates Medienunternehmen geklagt.²¹⁰ In der Entscheidung <graz2003.com>/<graz2003.org> hat der OGH allerdings – im Gegensatz zu Erstgericht und Rekursgericht – das Unterlassungsbegehren von Europas Kulturhauptstadt 2003 (im Provisorialverfahren) abgewiesen, weil der Domain-

²⁰⁸ Das Panel zitiert den zum Zeitpunkt der Entscheidung aktuellen Interim Report des Second Internet WIPO Domain Name Process. Im Final Report 2 hat sich nichts geändert: Geographische Bezeichnungen können mangels einer international harmonisierten Gesetzeslage auch in Zukunft nicht durch die UDRP geschützt werden.

²⁰⁹ WIPO Case No. D2000-0505. Excelentísimo Ayuntamiento de Barcelona v. Barcelona.com Inc. <barcelona.com>, <http://arbiter.wipo.int/domains/decisions/html/2000/d2000-0505.html>

²¹⁰ OGH am 29.1. 2002, 4 Ob 246/01g, <graz2003.at>.

Inhaber ausdrücklich auf den nicht offiziellen Charakter der Webseite hinweist und nicht in sittenwidriger Behinderungsabsicht vorgeht.²¹¹ Auffallend bei dieser Entscheidung ist, wie stark die Prüfungskriterien des OGH materiell denen der UDRP-Panels ähneln: Domain-Blockade/sittenwidrige Behinderung; Verkaufsabsicht; Verwechslungsgefahr/Irreführung; eigenes Recht des Domain-Inhabers.

Fraglich ist jedoch, ob für die Anfechtung der <graz.com> Entscheidung die internationale Zuständigkeit eines österreichischen Gerichtes herbeigeführt werden kann, weil die UDRP nur den Wohnsitz des Domain-Inhabers und den Sitz der Domain-Vergabestelle als Zwangsgerichtsstände festlegt.

Eine (nach eigenen Angaben) vollständige Liste aller bisherigen UDRP-Fälle zum Konfliktthema „Städtenamen“ ist unter <http://www.udrplaw.net/CityNamesresources.htm> abrufbar.

VIII. Ausblick: Revision der UDRP? Der Second WIPO Internet Domain Name Process

Gegenstand des Second WIPO Internet Domain Name Process war eine mögliche Ausdehnung der UDRP auf folgende fünf Themenbereiche:

A. International Nonproprietary Names (INNs) für pharmazeutische Substanzen

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) hat eine Liste mit ca 8000 pharmazeutischen Substanzen und Inhaltsstoffen von Medikamenten erarbeitet, an denen weltweit ein Freihaltebedürfnis besteht und die niemand als Marke registrieren darf. Um zu verhindern, dass das öffentliche Gut INNs als Domain Name registriert und damit monopolisiert wird, ist ein Streitbeilegungssystem wie die UDRP, das letztlich einer Partei die Domain zuspricht, ungeeignet. INNs sollen offline wie online niemandem gehören. Daher empfiehlt die WIPO der ICANN den Domain-Vergabestellen zu verbieten, INNs in der exakten Schreibweise in einer der offiziellen Sprachen der WHO-Liste als Domain zu registrieren. Zusätzlich sollen auf Antrag jeder interessierten Partei an die WIPO, in Absprache mit der WHO, INN-Domains gelöscht werden können. Dieser Ausschlussmechanismus führt im Gegensatz zum im ersten Final Report von der WIPO diskutierten viel zu weitreichenden Ausschlussmechanismus für Markennamen zu keiner nennenswerten Verknappung des Internet Adressraumes, weil die Namen für pharmazeutische Substanzen (es gibt insgesamt nur 8000 weltweit plus jährlich ca 150 neue INNs) von der WHO bewusst so gewählt werden, dass sie sich deutlich von der Alltagssprache unterscheiden (amoxicillin, ampicillin, phenobarbital usw).

B. Namen von internationalen intergouvernementalen Organisationen (IGOs)

Durch Artikel 6ter (1)(b) Pariser Konvention wird der völkerrechtliche Schutz, den etwa Staatseembleme und Flaggen gegen unautorisierte Verwendung genießen, seit der Revisionskonferenz 1958 in Lissabon auch auf Namen und Abkürzungen von IGOs ausgedehnt. Bislang ist die <.int> gTLD, die ausschließlich durch internationale Verträge zwischen Regierungen gegründeten Organisationen offensteht, jedoch der einzige Sonderschutz für IGOs. Das Internet ist für internationale Organisationen ein extrem wichtiges Medium um Informationen über ihre Tätigkeit zu verbreiten, birgt aber gleichzeitig die Gefahr durch

²¹¹ OGH am 22.4.2002, 4 Ob 41/02m, <graz2003.com>/<graz2003.org>. Diese Entscheidung des OGH ist besonders lesenswert, weil sie fast alle Aspekte des Domain Rechts behandelt.

unautorisierte Assoziierung, Täuschung oder betrügerische Aktivitäten unter einem entsprechenden Domain Namen die Reputation seriöser Organisationen ernsthaft zu schädigen, wie ua die WTO schmerzhaft erfahren musste.²¹² Durch eine simple Ausdehnung der UDRP auf IGOs können nur schlechtgläubige, irreführende Praktiken unterbunden werden, wobei gerade bei Abkürzungen häufig mehrere gutgläubige Namensrechte kollidieren, so steht zB UNO für eine völkerrechtliche Organisation, ein Automodell von Fiat, ein schweizer Kartenspiel und die italienische Zahl „1“, „WIPO“ ist in den USA als Marke für Taschentücher registriert. Die entscheidende Hürde hat jedoch die UN in ihrem Kommentar aufgedeckt: Die Tatsache, dass sich eine völkerrechtliche Organisation als Beschwerdeführer bei der UDRP unter Verzicht auf ihre Immunität der Jurisdiktion eines nationalen Gerichtes unterwerfen müsste macht die UDRP in ihrer derzeitigen Form untauglich. In Absatz 163 des Final Report 2 zählt die WIPO alle Alternativen zum Schutz internationaler Organisationen vor missbräuchlicher Domain-Registrierung auf (Löschung jeder mit einer IGO identischen Domain auf Antrag, Ausschlussmechanismus, Modifikationen der existierenden UDRP). Als Idealmodell betrachtet man die Entwicklung und Leitung eines speziellen administrativen Verfahrens durch die Mitglieder von IGOs, dh Staaten, das ähnlich wie die UDRP funktioniert, jedoch weltweit für alle generischen und Länderdomains gilt.²¹³

C. Personennamen

Personennamen sind selten *als solche* durch Gesetze geschützt, meist besteht nur ein Schutz gegen den unbefugten Gebrauch von Personennamen. Weil auf internationalem Level keine Norm zum Schutz von Personennamen existiert und diese Materie als Konsequenz aus der fehlenden internationalen Harmonisierung auf nationalem Level stark unterschiedlich geregelt ist, lehnt die WIPO, wie die Mehrheit der Kommentatoren, eine generelle Ausdehnung der UDRP auf Personennamen ab. Gleichzeitig wird betont, dass jene Personen, die das größte Risiko tragen, Opfer von Cybersquattern zu werden – berühmte Persönlichkeiten – ihre Berühmtheit meist kommerziellen Aktivitäten verdanken und dadurch zumindest aufgrund einer unregistrierten Marke durch die UDRP in ihrer aktuellen Form geschützt sind.²¹⁴

D. Geographische Kennzeichen

Konflikte um geographische Domains stellen das größte und meistdiskutierte Problem bei einer möglichen Revision, sprich Erweiterung der UDRP, dar. Derzeit ist die Mehrheit von Domains mit Staatennamen und Städtenamen von Privatpersonen aus Drittstaaten registriert.²¹⁵ Obwohl

²¹² So war die Domain <gatt.org> jahrelang in Händen von Globalisierungsgegnern, die sowohl das offizielle Logo der WTO als auch das Layout der <wto.org> Webseite übernommen und unter <gatt.org> gezielt Falschinformationen zB über eine angebliche Auflösung der WTO verbreitet haben. Siehe dazu „Warning: fake WTO Website“ unter http://www.wto.org/english/news_e/news01_e/gattdotorg_e.htm. Mittlerweile hat zwar die WTO die Domain <gatt.org> (wegen unbefugter Nutzung von WTO Logo/Layout) zurückgewonnen, <unitednations.org> und andere „völkerrechtliche“ Domains gehören immer noch Privatpersonen.

²¹³ Siehe Absatz 165 –167 Final Report 2. Zentrales Kriterium ist die Irreführungsgefahr, wenn durch die strittige Domain fälschlicherweise eine Assoziierung mit der internationalen Organisation provoziert wird. Zur Ausdehnung des Schutzes auf alle Länderdomains ist eine Kooperation mit den nationalen Autoritäten erforderlich

²¹⁴ Zahlreiche einschlägige Entscheidungen anerkannten eine Beschwerdelegitimation nach der UDRP von Schauspielern (zB WIPO Case No. D2000-0210 <juliaroberts.com>), Musikern (WIPO Case No. D2000-1532 <bruce springsteen.com>), Autoren oder Sportlern und ordneten überwiegend die Übertragung der Domain an den Inhaber des berühmten Personennamens an.

²¹⁵ Siehe Annex XII: Examples of Names of Countries Registered as Domain Names bzw Annex XIII: Examples of Names of Cities Registered as Domain Names des Final Report 2. Vgl auch Absatz 264 ff. des Final Report 2. Südafrika fordert, dass sämtliche formalen Bezeichnungen von Staaten und gebräuchliche Kurzformen von der Registrierung als Domains ausgeschlossen werden. Andere Kommentare verweisen auf das Problem von Staatennamen in Fremdsprachen und die fehlenden Rechtsgrundlagen für Schutzmaßnahmen.

die Nutzung geographischer Kennzeichen als Domains von Personen ohne jede Verbindung zu diesen Begriffen einhellig abgelehnt wird, fehlt eine völkerrechtliche Grundlage zur Unterbindung dieser Praktiken. Es existieren lediglich Schutznormen gegen eine falsche geographische Herkunftsbezeichnung von Waren („goods“)²¹⁶, es gibt aber keinen Zusammenhang zwischen Domain Namen und Gütern, im Gegensatz zu Marken und Domains, die beide Kennzeichenfunktion haben. Weiters existiert keine international einheitliche Sichtweise, welche geographischen Bezeichnungen (Namen von Staaten, Regionen, Städten, Orten, Bergen, Flüssen, Strassen...) überhaupt schutzfähig sind; auf nationaler Ebene setzt man auf unterschiedliche Schutzsysteme. Welche nationale Regelung wäre anwendbar iSd § 15(a) Rules? Geographische Bezeichnungen stellen kollektive und nicht individuelle Rechte dar, daher haben idR mehrere Parteien gleichzeitig legitime Interessen, die zudem nicht so eindeutig nachzuweisen sind wie Markenrechte durch die entsprechende Markenregistrierung. Wer wäre überhaupt beschwerdelegitimiert? Nur Regierungen? Sämtliche Personen und Institutionen, die im Heimatland eine gesetzliche Anspruchsgrundlage haben? Die Materie ist zu komplex für einen simplen Mechanismus wie die UDRP; Panels würden unvermeidlich neues Recht schaffen und damit die Glaubwürdigkeit der UDRP als effektives Streitbeilegungsmodell gefährden. Nach meiner Ansicht lassen sich Konflikte um geographische Domains weitaus besser auf regionaler Ebene lösen. Es wäre geradezu grotesk, wenn ein Panel aus den USA oder Indien entscheiden muss, wer Rechte an Domains wie <obertauern.com> oder <galtuer.com> (um aktuelle Urteile des österreichischen OGH zu geographischen Domains anzuführen)²¹⁷ hat. Die WIPO spricht sich aufgrund der geschilderten Probleme im Final Report 2 *gegen* eine Erweiterung der UDRP auf geographische Begriffe aus.

E. Trade Names (Gebrauchsnamen von Unternehmen)

Im Gegensatz zur Mehrheit der eingegangenen Kommentare lehnt die WIPO eine Ausdehnung der UDRP auf Trade Names ab, weil die internationale Rechtsgrundlage (Art. 8 Pariser Konvention) viel Raum für unterschiedliche nationale Implementierung lässt; es wäre problematisch, neben riesigen globalen Unternehmen auch kleine regionale Ein-Mann Betriebe mit Gebrauchsnamen in einem globalen Medium zu schützen. Weiters sind keine weit verbreiteten Missbrauchsfälle bekannt²¹⁸ und die UDRP für klare Fälle entwickelt, wo eindeutige Rechte auf der einen und keine legitimen Interessen auf der anderen Seite stehen, wogegen Gebrauchsnamen und ihre Verkehrsgeltung schwierige Beweisprobleme aufwerfen.

Obwohl die WIPO unter Zugzwang ist, weil einzelne Panels in ihren Entscheidungen die geplanten Erweiterungen der UDRP bereits vorweggenommen haben, wurde der Final Report 2 durch einen Beschluss der WIPO Mitgliedsstaaten bei der 27. Generalversammlung im September 2001²¹⁹ dem Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications (SCT) zur ausführlichen Analyse und Diskussion vorgelegt.²²⁰ Insgesamt sind die Empfehlungen der WIPO erstaunlich zurückhaltend und vorsichtig, sodass die UDRP auch in Zukunft durch ihren engen Anwendungsbereich gekennzeichnet sein wird.

IX. UDRP als Vorbild für weitere Online ADR-Modelle

²¹⁶ Artikel 10 Pariser Konvention bzw Art. 22 (1) TRIPS.

²¹⁷ OGH, am 13. November 2001, Geschäftszahl 4 Ob 260/01s <obertauern.at>;

OGH, am 13. November 2001, Geschäftszahl 4 Ob 255/01f <galtuer.at>

²¹⁸ Alle großen Unternehmen registrieren ihre Gebrauchsnamen zB Lego, Microsoft, Nestle, Philips, Sony ohnehin als Marke und sind damit durch die UDRP ausreichend geschützt.

²¹⁹ Siehe Dokument WO/GA/27/8.

²²⁰ Die aus den beiden Special Sessions des SCT resultierenden Dokumente sind unter <http://ecommerce.wipo.int/domains/sct/documents/index.html> abrufbar. Ein Endergebnis soll bis zur nächsten WIPO Generalversammlung im September 2002 vorliegen.

A. Online ADR auf internationaler, europäischer und nationaler Ebene

Ursprünglich war die UDRP nur für die <.com>, <.net>, <.org>, gTLDs verbindlich. Mittlerweile wurden für <.biz> und <.info> und andere neue gTLDs leicht abgewandelte Modelle der UDRP in Kraft gesetzt.²²¹ Daneben gibt es noch 243 ccTLDs oder Länderdomains (.at für Österreich, .de für Deutschland usw.), die überwiegend „offen“, dh ohne Wohnsitz im entsprechenden Staat registrierbar sind. Insgesamt 46 dieser Länderdomains bieten derzeit ein ADR Modell zur alternativen Streitbeilegung von Domain Namenskonflikten an, das sich meistens, aber nicht immer, stark an der UDRP orientiert.²²² Weitere Staaten – darunter Österreich und Großbritannien – stehen kurz vor der Etablierung eines Domain-Schiedsverfahrens.

Der große Erfolg der UDRP hat auch die Europäische Union dazu bewogen gemäß Artikel 4 Abs.2 lit. d der Verordnung Nr. 733/2002 zur Einführung der Domäne oberster Stufe „eu“, die Registrierung von <.eu> Domains an die Verpflichtung der Registrierungsstelle zu knüpfen, die Lösung von Domain Namenskonflikten im Rahmen außergerichtlicher Streitbeilegung nach den Empfehlungen der WIPO anzubieten.²²³

Das Domain Recht wird als jener Bereich in die Geschichte eingehen, in dem sich die Online-Streitschlichtung erstmals weltweit auf breiter Ebene durchgesetzt hat. Mittlerweile arbeiten zahlreiche internationale Organisation (ua OECD und EU) an neuen ADR-Modellen, speziell im Bereich Verbraucherschutz im E-Commerce, der einige Parallelen zum internationalen Domain Recht aufweist: grenzüberschreitende Konflikte, geringer Streitwert, B2C-Konflikte mit unterschiedlich starken Parteien, nötige Infrastruktur zur Online-Kommunikation vorhanden, idR simpler Sachverhalt. Die außergerichtliche Streitbeilegung wurde auch in Artikel 17 der EU E-Commerce Richtlinie²²⁴ verankert.

Ein von der deutschen Bundesregierung organisierter ADR Workshop trifft folgendes Fazit.²²⁵ „Die Entwicklung effizienter ADR-Systeme hat sowohl national wie auf EU-Ebene hohe Priorität. Die in allen Mitgliedstaaten bereits existierenden ADR-Modelle weisen zwar in der Ausgestaltung erhebliche Unterschiede auf (zB öffentliche oder private Betreiber, regionaler oder sachlicher Geltungsbereich, Bindungswirkung der Beschlüsse). Insgesamt zeigt die Praxis aber, dass alternative Streitbeilegung eine effiziente, rasche und kostengünstige Alternative zum Gerichtsweg darstellen kann. Die EU-Kommission hat schon 1998 eine Empfehlung mit

²²¹ Nähere Informationen und ein Überblick zu den „Registry Specific Policies“, wie zB die Restrictions Dispute-Resolution Policy for .biz (RDRP), unter <http://arbitrator.wipo.int/domains/gtld/registry/index.html>.

²²² Eine exakte Tabelle zum Thema ADR und Länderdomains ist unter <http://ecommerce.wipo.int/databases/ccTLD/output.html> abrufbar. Derzeit 24 (größtenteils exotische) ccTLDs wickeln Domain Namen Dispute direkt über das WIPO Arbitration and Mediation Center ab. Sämtliche WIPO-Entscheidungen zu Länderdomains sind unter <http://arbitrator.wipo.int/domains/cases/all-ccTLD.html> aufgelistet.

²²³ Amtsblatt L 113/1: Verordnung 733/2002. Wortlaut des Art. 4(2)(d) „...betreibt eine Politik der außergerichtlichen Beilegung von Streitfällen auf Kostendeckungsbasis und befolgt ein Verfahren zur raschen Beilegung von Konflikten zwischen den Inhabern von Domännennamen in Bezug auf Namensrechte einschließlich Rechten des geistigen Eigentums sowie von Streitfällen aufgrund individueller Entscheidungen des Registers .Die einschlägigen Regeln werden gemäß Artikel 5 Absatz 1 angenommen und tragen den Empfehlungen der Weltorganisation für geistiges Eigentum Rechnung. Sie bieten den betroffenen Parteien angemessene Verfahrensgarantien und gelten unbeschadet einer Befassung der Gerichte.“

²²⁴ Amtsblatt L 178/1: Richtlinie 2000/31/EG vom 8.Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs („E-Commerce Richtlinie“).

²²⁵ Quelle: http://www.initiated21.de/broschure/adr_workshop.pdf.

Prinzipien für außergerichtliche Streitschlichtungsstellen veröffentlicht.²²⁶ Damit sollen einheitliche Mindeststandards und das Vertrauen in außergerichtliche Verfahren gefördert werden. Die Mitgliedstaaten haben sich ausnahmslos zur Anwendung der Empfehlung verpflichtet und der Kommission die Einrichtungen gemeldet, die die Kriterien erfüllen. Aufbauend auf den vorhandenen Strukturen hat die Kommission in einem weiteren Schritt ein Netzwerk außergerichtlicher Streitschlichtung (European Extra-Judicial Network - EEJ-Net) für Güter und Dienstleistungen initiiert.“

Daneben gibt es auch Versuche der privaten Online-Streitbeilegung wie <ombudsmann.at> oder die Tenos AG, die eine Domain-Streitschlichtung im Stil der UDRP (mit eigener Verfahrensordnung) in Deutschland anbietet.²²⁷

B. Der österreichische Entwurf zur Domain-Streitschlichtung

Der österreichische Monopolist für alle <.at> Domain-Registrierungen, die privatrechtlich organisierte nic.at Internet Verwaltungs- und Betriebs-GmbH, hat ein Streitschlichtungsmodell für <.at> Domains entwickelt, dessen Entwurf anlässlich der Konferenz „Internet Governance 2002“ des ICANN-Studienkreises am 1./2. Februar in Salzburg erstmals der Öffentlichkeit präsentiert wurde.²²⁸

Obwohl man sich ausdrücklich auf die UDRP als Vorbild beruft, gibt es einige wesentliche Unterschiede. Erstens wird kein speziell auf das Domain Recht zugeschnittener materieller Tatbestand entwickelt, sondern ausschließlich das bestehende österreichische Recht (vor allem UWG, MSchG, Namensrecht im ABGB, § 577 ZPO) angewendet. Zweitens wird die Streitschlichtung in einer Testphase ab 1.1. 2003 vorerst nur auf freiwilliger Basis starten, erst ein bis zwei Jahre später wird entschieden, ob eine verpflichtende Unterwerfung in die AGB der nic.at übernommen wird. Gerade diese viel zu zögerliche und vorsichtige Einführung könnte den Erfolg der alternativen Domain-Streitschlichtung in Österreich ernsthaft gefährden: Es werden sich nur jene Parteien freiwillig unterwerfen, die jeweils davon überzeugt sind, das bessere Recht am Domain Namen zu haben, womit in der Testphase hauptsächlich schwierige und komplexe Fälle im eigentlich auf das Gegenteil ausgelegten ADR-Weg entschieden werden müssen. Im wesentlichen hat diese vorsichtige Einführung zwei Gründe: In Österreich gibt es keine lange ADR-Tradition, wie im angloamerikanischen Recht. Die Entwickler der österreichischen Schlichtungsordnung, eine Arbeitsgruppe aus Experten und der österreichische Domain-Beirat, gestehen ihre Unsicherheit, ob das Streitbeilegungsmodell von der Öffentlichkeit akzeptiert wird, offen ein. Außerdem wäre eine verpflichtende Unterwerfung wohl eine wesentliche Änderung der nic.at AGB, die zur Kündigung des privatrechtlichen Vertrages über die Domain-Registrierung berechtigen würde und damit ein wirtschaftliches Risiko für die nic.at darstellen könnte. Andererseits hat das österreichische Modell auch zwei wesentliche Vorteile gegenüber der UDRP: Erstens gibt es eine faire und angemessene Frist von vier Wochen, statt nur zehn Tagen, zur Anfechtung der Entscheidung auf dem ordentlichen Gerichtsweg. Zweitens wird das Verfahren wesentlich vereinfacht, weil – durchaus im Sinne eines echten Online-ADR

²²⁶ Empfehlung der Kommission 98/257/EG vom 30.3.1998 betreffend die Grundsätze für Einrichtungen, die für die außergerichtliche Beilegung von Verbraucherrechtsstreitigkeiten zuständig sind.

²²⁷ Siehe <http://www.tenos.de/tenos-ag.php4> bzw. www.tenos.de/documents/SchiedsgerichtsordnungDomains.pdf

²²⁸ Nähere Informationen unter http://www.nic.at/de/service/recht/ss_streitschlichtung.asp?Bereich=3. Die Schlichtungsordnung findet sich unter <http://www.nic.at/de/docs/schlichtungsordnung.pdf>, die Geschäftsordnung unter http://www.nic.at/de/docs/geschaeftsordnung_neu.pdf. Ebenso lesenswert wie der eigentliche Entwurf ist das Konsultationspapier unter <http://www.nic.at/de/docs/Konsultationspapier.pdf> in dem die wichtigsten Rechtsfragen und Vorteile der Streitbeilegung erörtert werden.

Verfahrens – die Erklärungen durch eine schlichte E-Mail abgegeben werden können²²⁹, ohne dass wie bei der UDRP (zumindest nach den Formvorschriften) die Schriftsätze zusätzlich per Brief auf dem Postweg eingebracht werden müssen. Abgesehen von den genannten Punkten und der Zuteilung der Streitschlichter nach einer festen Geschäftsverteilung hat das österreichische Modell vor allem verfahrensrechtlich viele Parallelen zu UDRP und Rules. Details zu den Implementierungsschritten finden sich unter <http://www.nic.at/streitschlichtung/Ablaufprogramm.pdf>.

X. Conclusio

A. Allgemeines Fazit

„Die Existenz ernsthafter Versuche, eine Online-Schiedsgerichtsbarkeit zu etablieren kann ebenso wenig geleugnet werden wie ihre bisherige Erfolglosigkeit“, lautete noch Anfang 1999 das Fazit.²³⁰ Die UDRP hat zumindest in quantitativer Hinsicht überragenden Erfolg, weil sie das Streitbeilegungsverfahren einer Partei vertraglich aufzwingt (Domain-Inhaber) und der zweiten Partei ein einfaches und effektives Mittel zur Bekämpfung missbräuchlicher Domain-Registrierung anbietet (Markeninhaber). Andererseits relativiert sich auch die Zahl von 6000 UDRP-Entscheidungen angesichts der Masse von weltweit 31 Millionen registrierter Domain Namen (Stand: Oktober 2002). Das ADR-System betrifft nur einen sehr geringen Bruchteil aller Domain-Registrierungen, reguliert nur einen ganz speziellen Konfliktbereich und lässt wichtige Grundpfeiler des Internets wie das Domain Name System (DNS) und das Prioritätsprinzip bei der Vergabe von Domain Namen weitgehend unberührt. Als rechtliche Legitimation dient der WIPO im Final Report neben völkerrechtlichen Markenschutzbestimmungen primär das – was den Kernbereich der UDRP betrifft – weltweit eindeutige und einheitliche „case law“. Traditionelle völkerrechtliche Verträge leiden häufig an der fehlenden Durchsetzbarkeit. Daher erfolgt die Unterwerfung unter die UDRP durch eine privatrechtliche Vertragskonstruktion. Die ICANN kann durch ihre faktische Macht als Verwaltung des DNS sämtliche gTLD Domain-Vergabestellen vertraglich verpflichten die UDRP anzuwenden und die Unterwerfung ebenfalls vertraglich in jede Domain-Registrierung aufzunehmen. Die UDRP bildet somit eine neue Form der ADR, bei der die Unterwerfung im Gegensatz der klassischen Schiedsgerichtsbarkeit nicht auf Freiwilligkeit beruht, sondern einseitig erzwungen wird. Neu ist auch, dass eine privatrechtliche Institution (ICANN) – im Rahmen einer Vertragskonstruktion - verbindliche Rechtsnormen aufstellt, was berechtigte Fragen zur rechtlichen Legitimation aufwirft, die bisher niemand eindeutig beantworten konnte. Tatsache ist aber ebenso, dass sich das Experiment UDRP in der Praxis bestens bewährt hat und sich speziell die Arbeitsteilung simple Domain-Konflikte durch Online-Streitbeilegung zu lösen und komplexe Domain-Dispute den ordentlichen Gerichten zu überlassen, als zweckmäßig erwiesen hat. Zweckmäßigkeit, pragmatische Lösungsansätze (demonstrative Aufzählung typischer Konfliktsituationen und erfolgversprechender Argumente in § 4 UDRP) und Effizienz haben oberste Priorität im UDRP-System; komplexe Rechtsfragen werden durch diplomatische Formulierungen (zB § 15(a) Rules zur Anwendbarkeit von Gesetzen und Rechtsgrundsätzen) und flexible Ermessensbestimmungen (insbesondere zu verfahrensrechtlichen Fragen) entschärft. Deshalb fordern selbst UDRP-Kritiker nur Detailverbesserungen und keinesfalls eine völlige Abschaffung dieses neuartigen ADR-Modells.

²²⁹ Der Entwurf der Schiedsordnung vom 1. 2.2002 enthält in Punkt 3.2 sogar den expliziten Hinweis „Stehen mehrere Zustellmöglichkeiten offen, so ist der Zustellung per E-Mail der Vorzug zu geben.“

²³⁰ Siehe JUNG, Rechtsfragen der Online-Schiedsgerichtsbarkeit, in K&R 2/1999, 70.

B. Spezielles Fazit zur Fallanalyse: Entscheidungspraxis, typische Fallkonstellationen, Verfahrensgerechtigkeit

Die Analyse spezieller Sachverhalte deckt vor allem die Ursachen für die markenfreundliche Entscheidungspraxis auf: Nur in wenigen Ausnahmefällen befindet sich unter der strittigen Domain eine aktive Webseite mit qualitativ hochwertigen Inhalten, die für die Gutgläubigkeit des Inhabers sprechen würden. Typische UDRP-Sachverhalte mit offensichtlichen Verkaufsangeboten und (häufig) ungenutzten Domains eignen sich bestens zur Lösung im Wege der Online-Streitbeilegung. Auffallend ist, dass der ADR-Weg häufig erst den zweiten Schritt nach der E-Mail Kommunikation zwischen den Parteien - die speziell bei Säumnis des Domain-Inhabers ein wichtiges Beweismittel bildet - darstellt. Die Qualität der Entscheidungsbegründungen der Panels ist ebenfalls überzeugend. Die Schiedsrichter erhalten durch § 4 UDRP und die demonstrative Aufzählung schlechtgläubiger Tatbestände einerseits und Möglichkeiten legitimer Nutzung einer Domain andererseits viel exaktere Vorgaben als nationale Richter, sodass die Subsumtion der Sachverhalte unter spezielle UDRP-Normen gegen Domain-Missbrauch leicht zu bewerkstelligen ist. Dadurch bereitet auch die Frage der Anwendbarkeit des internationalen Rechts keine Probleme: Panels machen von ihrem Ermessen auch nationale Gesetze anzuwenden (§ 15(a) Rules) kaum Gebrauch, weil die UDRP als „lex specialis gegen Domain-Missbrauch“ Konflikte einfacher und eindeutiger lösen kann als allgemeine traditionelle Rechtsnormen. Lediglich „allgemeine Prinzipien des Markenrechts“ werden mehrfach zur Untermauerung der Entscheidungsbegründung zitiert. Dagegen spielt das „UDRP case law“ eine überraschend große Rolle; sowohl Beschwerdeführer als auch Panels zitieren häufig Präzedenzfälle.

In Zweifelsfällen (Libro, Graz, Neusiedler) haben sich Panels in den von mir untersuchten österreichischen Fällen für eine eher restriktive Interpretation des UDRP-Anwendungsbereiches entschieden. Auch die hohe Anzahl an „Red Bull“ Entscheidungen ist repräsentativ. Die Liste der UDRP-Beschwerdeführer liest sich wie das „who is who“ der internationalen Wirtschaftswelt, fast alle global bekannten Marken haben bereits mehrere UDRP-Verfahren angestrengt. Insgesamt ist die Verfahrensgerechtigkeit im UDRP-System höher, als einige primär statistische Untersuchungen vermuten lassen. Das größte Problem bei der Sicherstellung eines fairen Verfahrens stellt die hohe Säumnisrate bei Domain-Inhabern dar. Letztlich sind aber sämtliche Entscheidungen mit österreichischer Beteiligung nachvollziehbar, dem UDRP-Wortlaut entsprechend, (gerade wegen der großzügigen Interpretation der Verfahrensregeln!) fair und (nach meinem subjektiven Rechtsempfinden) gerecht. Materiell betrachtet ergibt der Vergleich der UDRP-Entscheidungen mit der Judikatur der österreichischen und deutschen Höchstgerichte zum Domain Recht durchaus ein homogenes Bild.

C. Vor- und Nachteile der Online-Streitbeilegung

Die UDRP bietet eine globale Lösung für ein globales Problem. Ein weltweit einheitliches, schnelles und günstiges Verfahren, bei dem die mit traditionellen Methoden des Völkerrechts schwierige Klärung der internationalen Zuständigkeit obsolet wird und die Vollstreckung (=Transfer des Domain Namens) automatisch erfolgt. Es ist unerheblich, ob die gegnerische Partei aus Indien, Ägypten, den USA oder Österreich stammt – das Streitbeilegungsverfahren läuft stets nach demselben Schema ab. Durch den Verzicht auf persönliche Anhörungen werden geographische Distanzen problemlos überwunden. Parteien, die angesichts des idR geringen Streitwertes aus wirtschaftlichen Überlegungen die Kosten und Risiken eines ordentlichen Gerichtsverfahrens in einem fremden Rechtssystem scheuen würden, erhalten eine effektive Waffe: Die UDRP ist ein auf das Problem der missbräuchlichen Domain-Registrierung maßgeschneidertes Streitschlichtungssystem nach einem weitgehend fixierten Zeitschema, mit

fixen Kosten für den Bf., ohne Kostenrisiko für den Domain-Inhaber. Die als Panelisten eingesetzten Experten des Marken- und Domainrechtes sind den nationalen Richtern an einschlägigem Fachwissen überlegen. Das Domainrecht ist ein Bereich der sich, wie alle Bereiche mit Internet-Bezug (zB B2C Konflikte im Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs), besonders zur Online-Streitbeilegung eignet, weil alle Beteiligten über die nötige technische Ausstattung verfügen und jedenfalls Recherchen im Internet (Besuch der Webseite unter der strittigen Domain, WHOIS-Datenbank Abfrage) nötig sind. Dieses Faktum wird durch die Etablierung zahlreicher nationaler Streitbeilegungssysteme für Domain Namenskonflikte nach dem Vorbild der UDRP, ua ab Jänner 2003 in Österreich, die noch stärker auf die Online-Kommunikation per E-Mail setzen, bestätigt.

Ein wesentlicher Nachteil ist die fehlende Korrekturmöglichkeit von UDRP Fehlentscheidungen mangels einer übergeordneten Instanz. Zwar steht rein rechtlich der Weg zu den ordentlichen Gerichten offen, allerdings wird dieser - ua wegen der extrem kurzen Fristen - in der Praxis nur selten wahrgenommen: Tausenden UDRP-Entscheidungen stehen bislang einige Dutzend Anfechtungen auf dem Gerichtsweg gegenüber. Dadurch ergibt sich für Markeninhaber die Möglichkeit „auf gut Glück“ ein UDRP-Verfahren einzuleiten und mit einem Einsatz von 1500 US\$ einen wesentlich wertvolleren Domain Namen zu erstreiten. Die Spekulation darauf, dass entweder der Domain-Inhaber säumig ist oder das Panel deutlich vom Wortlaut der UDRP abweicht, wird vereinzelt belohnt. Selbst wenn eine Beschwerde nicht in den engen Anwendungsbereich der Streitschlichtung fällt (zB geographische Domain Namen) wird der Antrag nicht wegen Unzuständigkeit zurückgewiesen, sondern das Verfahren durchgeführt und die Beschwerde erst in der Entscheidung abgewiesen – oder in Einzelfällen auch nicht. Während sich gewissenhafte Panels streng am Wortlaut der UDRP orientieren, treffen andere Schlichter (vielleicht sogar sachlich richtige) Entscheidungen, die weit über den derzeitigen engen Anwendungsbereich hinausgehen. Häufig wird die vermeintlich mangelnde Fairness des Verfahrens kritisiert. So sollen etwa die Schiedsrichter aufgrund ihres markenrechtlichen Backgrounds eher die Argumente der Markeninhaber akzeptieren. Nur der Beschwerdeführer als stärkere Partei könne sich im Gegensatz zum selten durch einen Anwalt vertretenen Domain-Inhaber das UDRP „case law“ zu Nutze machen und durch Zitate früherer UDRP-Entscheidungen in seinem Sinn (in der Beschwerde) das Panel beeinflussen. Ein – leicht behebbarer! – Nachteil ist, dass den „unabhängigen“ Panels gestattet wird in anderen UDRP-Fällen als Parteienvertreter zu fungieren. Der Nachteil, dass globale Schlichter mit den regionalen Gegebenheiten und Rechtsnormen wenig vertraut sein können, wird durch eine sinnvolle Zuteilung der Panels (so haben überwiegend Schlichter aus Deutschland und der Schweiz österreichische Fälle entschieden) wettgemacht.

D. Abschließende Bewertung der UDRP und Verbesserungsvorschläge

Im Wesentlichen kann ich das überwiegend positive Fazit der bisher umfangreichsten UDRP-Studie – durchgeführt vom renommierten Max Planck Institut – anhand der Analyse aller Entscheidungen mit österreichischer Beteiligung bestätigen.²³¹ Im Kernbereich – offensichtlich schlechtgläubige Domain-Registrierungen – klärt das Streitbeilegungssystem einfache Sachverhalte deutlich effizienter als nationale Gerichte. Durch den sehr eng gefassten UDRP-Anwendungsbereich ist es erstaunlich gut gelungen, Kontinuität und eine weltweit einheitliche

²³¹ Siehe Max Planck Studie, 57: “Generally speaking, the survey shows that fears concerning the risk that the Policy might be misused by large companies in order to freeze competition and free speech are largely unfounded. In the vast majority of cases considered, the domain name at stake was identical with, or incorporated, or otherwise clearly resembled the trademark belonging to someone else, and whenever the respondent could make out a plausible case of *bona fide* business interests or fair use, chances were good that the complaint would be rejected.”

Entscheidungspraxis zu gewährleisten.²³² Die österreichischen Fälle sind mit überwiegend eindeutigen Sachverhalten und nachvollziehbaren Entscheidungs-begründungen, sowie großzügiger, pragmatischer Handhabung der Verfahrensbestimmungen repräsentativ für den funktionierenden UDRP-Alltag. Gleichzeitig haben einige komplexere Entscheidungen (zB <libro.com>, <graz.com>) angedeutet, dass die zwischen „Interim Report“ und „Final Report“ des „First WIPO Internet Domain Name Process“ eingeschlagene Linie, das ADR-Modell auf eindeutige Missbrauchsfälle zu beschränken, richtig war.

Obwohl die UDRP das bislang gelungenste und erfolgreichste Online-Streitbeilegungssystem darstellt, wären zahlreiche Detailverbesserungen wünschenswert:

Besonders wichtig erscheint mir eine Verlängerung der unrealistisch kurzen 10-Tage-Frist zur „Anfechtung“ der ADR-Entscheidung auf dem ordentlichen Gerichtsweg. Unverständlich ist auch, wieso gemäß § 7 Rules „unabhängigen“ Panels gestattet wird gleichzeitig als Parteienvertreter in anderen UDRP-Fällen zu agieren. Sinnvoll wären Maßnahmen zur Senkung der hohen Säumnisrate bei Domain-Inhabern, wie zB eine (inoffizielle oder gar authentische?) Übersetzung von UDRP und UDRP Rules in die wichtigsten Weltsprachen, weil es juristischen Laien vermutlich schwer fällt die englische Rechtssprache exakt zu verstehen. Ein generell mehrsprachiges Verfahren wäre dagegen zu komplex für den ADR-Weg. Ein unmissverständlicher Hinweis („Wenn Sie die Beschwerde nicht erwidern, wird Ihr Domain Name mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit automatisch auf den Beschwerdeführer übertragen.“) könnte (gutgläubige) Domain-Inhaber zusätzlich zur Beantwortung der Beschwerde ermutigen. Die Ausübung von Druck auf den Domain-Inhaber die Beschwerde zu erwidern (Vorschlag aus der Max Planck Studie: bei Säumnis jedenfalls Übertragung des Domain Namens) erscheint mir allerdings zu radikal. Besser wäre es die Formvorschriften zu lockern - die Beschwerdebeantwortung (nur) per E-Mail zu ermöglichen - und damit die herrschende Praxis in den UDRP Rules abzusichern. Der Diskussion innerhalb des ADR-Systems eine Berufungsmöglichkeit („Appeal“) zu schaffen, kann ich wenig abgewinnen, weil sich die Streitschlichtung damit zu sehr dem komplexen Gerichtssystem annähern würde.

E. Die Zukunft der Online-Streitbeilegung

Die Online-Streitbeilegung hat ein riesiges Potential, die Lösung von grenzüberschreitenden Konflikten wesentlich zu vereinfachen. Das positive Beispiel der UDRP sollte internationale Organisationen und Institutionen (OECD, EU ua), aber auch Staaten und private Anbieter darin bestärken, ihre Pläne zur Etablierung weiterer Online-ADR-Modelle zu verwirklichen. Ich prognostiziere, dass die Online-Streitschlichtung als sinnvolle Ergänzung der Gerichtsbarkeit vor allem in den „klassischen“ Anwendungsbereichen Domain Recht und E-Commerce in einigen Jahren ebenso zum Alltag jedes Juristen gehört, wie derzeit bereits die Internet-Recherche im Rechtsinformationssystem des Bundes (RIS; <http://www.ris.bka.gv.at/>).

²³² Ibid., 58: “Given the fact that the UDRP is so new and does not have a legal basis in any specific legislation, that the number of decisions is so high and, most of all, that they have been handed down by Panelists coming from different countries and having been brought up in different legal systems, it is a wonder anyhow that the discrepancies in the practical application of the Policy are not more profound. Even trained judges operating at different courts in the same jurisdiction may come to different conclusions in respect of one and the same case, and all the more so if the assessment is partly a matter of subjective evaluation. To achieve full consistency or even uniformity in the decision practice of UDRP proceedings is therefore hardly a realistic option.”

XI. Literaturverzeichnis

A. Monographien

BURGSTALLER Peter/FEICHTINGER Veronika, Internet Domain Recht, Wien (Orac) 2001.

HOEREN Thomas, Grundzüge des Internetrechts: E-Commerce Domains Urheberrecht, München (C.H. Beck) 2001. Ständig aktualisierte Version des Buches unter dem Titel „Internetskript“ im Internet: <http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren> .

KRASSNIGG Harald, Wettbewerbsrechtliche Probleme bei Domains, Links und dem Search Engine-Spamming, Diplomarbeit, Graz, 2002, im Internet unter <http://harald.krassnigg.at/Diplomarbeit.pdf> bzw <http://www.rechtsprobleme.at/> .

KRIECHHAMMER Barbara, Der Schutz von Internet-Domain-Namen, Diplomarbeit, Salzburg, 2000, <http://www.privatrecht.sbg.ac.at/forum/kriechhammer.html>.

LAGA, Gerhard: Internet im rechtsfreien Raum?, Dissertation, Wien, 1998, im Volltext unter <http://www.laga.at/Dissertation/Diss.html> abrufbar.

MAYER-SCHÖNBERGER/GALLA/FALLENBÖCK (Hrsg), Das Recht der Domain Namen, Wien (Manz) 2001.

SIX Jann, Der privatrechtliche Namensschutz von und vor Domänennamen (sic!) im Internet, Zürich (Schulthess Juristische Medien AG) 2001.

STOTTER Martin, Internet Governance - Alternative Streitschlichtung - Regulierungsmodelle, Wien - Graz (Neuer Wissenschaftlicher Verlag) 2002.

STRÖMER Tobias, Das ICANN-Schiedsverfahren, Heidelberg (Verlag Recht und Wirtschaft), 2002.

STRÖMER Tobias, Online-Recht, Heidelberg (dpunkt verlag), 3.Auflage 2002, 53-119.

B. Aufsätze in juristischen Zeitschriften

APEL Jürgen/GROBE-RUSE Henning, Markenrecht versus Domainrecht, in WRP 9/2000, 816-823.

BALLON Ian C., Rethinking Cyberspace Jurisdiction in Intellectual Property Disputes, in University of Pennsylvania Journal of International Economic Law, Vol. 21 (3) 2000, 481-494.

BALLREICH Hans, World Intellectual Property Organization, in BERNHARDT Rudolf (Hrsg), Encyclopedia of Public International Law (EPIL) Volume IV, Amsterdam [ua] (North Holland) 2000, 1499-1509.

BETTINGER Torsten, Abschlussbericht der WIPO zum Internet Domain Name Process, in CR 7/1999, 445-448.

BETTINGER Torsten, ICANN 's Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy: Neue außergerichtliche Konfliktlösungsverfahren im Kampf gegen missbräuchliche Domainregistrierungen, in CR 4/2000, 234-239.

BETTINGER Torsten, Online-Schiedsgerichte für Domain-Namensstreitigkeiten: Eine Bestandsaufnahme der ersten 1000 Entscheidungen, in WRP 2000,1109-1116.

BETTINGER Torsten/THUM Dorothee, Territoriales Markenrecht im Global Village, in GRUR Int. 1999, 659-680.

BIERMANN Claudia, Kennzeichenrechtliche Probleme des Internets: Das Domain-Name-System, in WRP 10/1999, 997-1005.

BOTTENSCHNEIDER Florian, Namensschutz bei Streitigkeiten um Internet-Domains, in MMR 5/2001, 286-292.

BRANDL Margit/FALLENBÖCK Markus, Zu den namens- und markenrechtlichen Aspekten der Domain-Namen im Internet, in WBl 1999, 481-492.

BÜCKING Jens, Update Domainrecht: Aktuelle Entwicklungen im deutschen Recht der Internetdomains, in MMR 11/2000, 656-664.

CHRISTIE Andrew, The ICANN Domain-Name Dispute Resolution System as a Model for Resolving other Intellectual Property Disputes on the Internet, in The Journal of World Intellectual Property Vol. 5 (1), January 2002, 105-117.

DAVIS Benjamin G., The new new thing: Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy of the Internet Cooperation for Assigned Names and Numbers, in The Journal of World Intellectual Property Vol. 3 (4) July 2000, 525-554.

DINWOODIE Graeme B., (National) Trademark Laws and the (Non-National) Domain Name System, in University of Pennsylvania Journal of International Economic Law, Vol. 21 (3) 2000, 495-521.

DONAHEY Scott M., Divergence in The UDRP and the Need for Appellate Review, in Journal of Internet Law, Vol. 5 (11), May 2002. Im Internet abrufbar unter: <http://www.udrplaw.net/DonaheyPaper.htm> .

ERNST Stefan, Internetadressen: Der Stand der Rechtsprechung, in MMR 6/2001, 368-374.

ESSL Marcus, BGH lässt Gattungsbegriffe als Internet-Domains zu, in eolex 7/2001, 545-546.

FEZER Karl-Heinz, Die Kennzeichenfunktion von Domainnamen, in WRP 7-8/2000,669-674.

FROOMKIN Michael, ICANN's Uniform Dispute Resolution Policy – Causes and (Partial) Cures, in Brooklyn Law Review Vol. 67 (3) 2002, 605-718. Im Internet abrufbar unter: <http://personal.law.miami.edu/~froomkin/articles/udrp.pdf> .

GIBSON Christopher, Digital Dispute Resolution: Internet Domain Names and WIPO's Role, in CRi 2/2001, 33-39.

GURRY Francis, The Dispute Resolution Services of the World Intellectual Property Organisation, in Journal of International Economic Law, Vol. 2 (2) 1999, 385-398.

HALPERN Marcelo/ MEHROTRA Ajay K., From International Treaties to Internet Norms: The Evolution of International Trademark Disputes in the Internet Age, in University of Pennsylvania Journal of International Economic Law, Vol. 21 (3) 2000, 523-561.

HEISKANEN Veijo, Dispute Resolution in International Electronic Commerce, in Journal of International Arbitration Vol. 16 (3) 1999, 29-44.

HELPER, Laurence R. / DINWOODIE, Graeme B., Designing Non-National Systems: The Case of the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, in William & Mary Law Review, Vol. 43, October 2001. Im Internet abrufbar unter http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=275468 .

JAEGER-LENZ Andrea, Kennzeichenschutz gegen ähnliche Domainbezeichnungen?, in K&R 1/1998, 9-16.

JOLLER Gallus, Zur Verletzung von Markenrechten durch Domainnames – eine Standortbestimmung, in MarkenR 10/2000, 341- 350.

JONES Patrick, Protecting your „SportsEvent.com“: Athletic Organizations and the Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, in The West Virginia Journal of Law & Technology, Vol. 5 (2), April 2001. Im Internet unter <http://www.wvu.edu/~wvjolt/Arch/Jones/Jones.htm> .

JUNG Peter, Rechtsfragen der Online-Schiedsgerichtsbarkeit, in K&R 2/1999, 63-70.

KRUG/KEIM/RECTOR, Unterschiedliche Möglichkeiten der Streitbeilegung im Internet, in MMR Beilage 9/2001, 13-16.

KUR Annette, Neue Perspektiven für die Lösung von Domainnamen-Konflikten: Der WIPO-Interim Report, in GRUR Int. 1999 Heft 3, 212-219.

KUR Annette, Neue Entwicklungen bei Internet Domainnamen, in GRUR Int. 7/1999, 613-614.

KUR Annette, Territorialität versus Globalität – Kennzeichenkonflikte im Internet, in WRP 9/2000, 935-940.

LEHMANN Michael, Domains – weltweiter Schutz für Name, Firma, Marke, geschäftliche Bezeichnung im Internet ?, in WRP 9/2000, 947-950.

LEISTNER Matthias, WIPO Arbitration and Mediation Center: Bad faith use and registration of domain names, Anmerkung zu LIBRO AG v. NA Global Link Limited, in CRi 3/2000, 83-85.

MAYER-SCHÖNBERGER Viktor/HAUER Karin, Kennzeichenrecht & Internet Domain Namen, in *ecolex* 12/1997, 947-951.

PFEIFFER Tim, Cyberwar gegen Cybersquatter, in *GRUR* 2/2001, 92-98.

RENCK Andreas, WIPO Arbitration and Mediation Center Eine Analyse der Spruchpraxis der ersten sechs Monate, in *MMR* 10/2000, 586-591.

SICK Ulrich/RICHTER Heike, Rechtsschutz im Zusammenhang mit Domain-Grabbing, in *K&R* 7/2000, 339-348.

SCHMITTMANN Jens, Domain-Names von Gebietskörperschaften – Streitpunkte in der Praxis, in *K&R* 11/1999, 510- 513.

SCHRAMBÖCK Michael, Anspruch auf Übertragung eines Domain-Namens, Anmerkung zu WIPO Arbitration and Mediation Center Administrative Panel Decision 21.9.2000, Red Bull GmbH v Harold Gutch Case No D 2000-0766 – redbull.org - , in *ecolex* 4/2001, 294-295.

STOMPER Bettina, Gattungsbezeichnungen als Domain-Namen, in *ecolex* 5/2001, 351-354.

STOTTER Martin, Domain Namen international: ICANN und ihr alternatives Streitbeilegungssystem, in MAYER-SCHÖNBERGER/GALLA/FALLENBÖCK (Hrsg), *Das Recht der Domain Namen*, Wien (Manz) 2001, 169-188.

STOTTER Martin, Alternative Formen der Streitbeilegung im Internet: ICANNs Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP), in PAUGER Dietmar (Hrsg), „Neue Medien“: 3. Fakultätstag der Rechtswissenschaftlichen Fakultät 12. Mai 2000, Graz (Karl-Franzens-Universität) 2000, 441-459.

STOTTER Martin, Streitschlichtung bei UK-Domains, in *MMR* 1/2002, 11-14.

STRÖMER Tobias, Das ICANN-Schiedsverfahren - Königsweg bei Domainstreitigkeiten, in *K&R* 12/2000, 587-594.

THIELE Clemens, Recht und billig – das Internet-Domain-Schiedsgericht der WIPO, in *RdW* 2001, 3-7.

THIELE Clemens, Domain Grabbing in Österreich Kommentar zu Österr. OGH, Urteil vom 27.4.1999 – 4 OB 105/99 s „jusline.com“, in *K&R* 10/1999, 467-469.

THIELE Clemens/FISCHER Konstantin, Domain Grabbing im englischen und österreichischen Recht, in *wbl* 8/2000, 351-356.

THIELE/ROHLFING, Gattungsbezeichnungen als Domain-Namen, in *MMR* 10/2000, 591-596.

VAN GAMM Eva-Irina, WIPO-Sitzung vom 21-24 Mai 2002 zum Second WIPO Internet Domain Name Process, in *GRUR Int.* 8-9/2002, 738-739.

WICHARD Johannes Christian, Übersicht über aktuelle Aktivitäten der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) im Markenrecht, in *MarkenR* 11-12/2000, 402-405.

ZHAO Yun, A Dispute Resolution Mechanism for cybersquatting, in The Journal of World Intellectual Property Vol. 3 No. 6 November 2000, 849-865.

C. Aufsätze und Studien aus dem Internet

CABELL Diane, Using ICANN's Uniform Domain-Name-Dispute Resolution Policy (UDRP) <http://eon.law.harvard.edu/udrp/syllabus.html> .

FROOMKIN Michael, A Commentary on WIPO's The Management of Internet Names and Adresses: Intellectual Property Issues, <http://personal.law.miami.edu/~amf/commentary.pdf> .

FROOMKIN Michael, Semi-Private International Lawmaking: Lessons Learned from the WIPO Domain Name Process, <http://www.law.miami.edu/~froomkin/articles/TPRC99.pdf> .

GEIST Michael, Fair.com?: An Examination of the Allegation of Systematic Unfairness in the ICANN UDRP, <http://aix1.uottawa.ca/~geist/geistudrp.pdf>

INTERNATIONAL TRADEMARK ASSOCIATION (Hrsg), UDRP – A Success Story: A Rebuttal to the Analysis and Conclusions of Professor Milton Mueller in “Rough Justice”, http://www.inta.org/downloads/tap_udrp_1paper2002.pdf .

INTERNATIONAL TRADEMARK ASSOCIATION (Hrsg), The UDRP by All Accounts Works Effectively: Rebuttal to Analysis and Conclusions of Professor Michael Geist in “Fair.com?” and “Fundamentally Fair.com?”, http://www.inta.org/downloads/tap_udrp_2paper2002.pdf .

MAX PLANCK INSTITUT (Hrsg), UDRP: A Study by the Max-Planck-Institute for Foreign and International Patent, Copyright and Competition Law, Munich in Cooperation with Institute for Intellectual Property Law and Market Law, University of Stockholm Institute for Information Law, Technical University of Karlsruhe written by Dr. Annette KUR, Max-Planck-Institute, Munich. Kostenloser Download (wahlweise Word- oder pdf-Format) unter <http://www.intellecprop.mpg.de/Online-Publikationen/UDRP-e.htm>

MCCARTHY Kieren, Why ICANN's domain dispute rules are flawed, <http://www.theregister.co.uk/content/6/20304.html> .

MUELLER Milton, Rough Justice: An Analysis of ICANN's Uniform Dispute Resolution Policy, <http://dcc.syr.edu/roughjustice.htm>.

NORRIS/FRIEDMAN/HOOLEY, The Emerging Jurisprudence of Domain Name Dispute Resolution, www.mccutchen.com/are/ip/21307309.pdf.

OECD (Hrsg), Cybersquatting: The OECD 's experience and the problems it illustrates with registrar practices and the “whois” system, <http://www.oecd.org/pdf/M00027000/M00027316.pdf> .

NIC.AT (Hrsg), Konsultation zur Einführung eines Schiedsgerichtsverfahrens für .at-Domains, <http://www.nic.at/de/docs/Konsultationspapier.pdf> .

ROSE COMMUNICATIONS (Hrsg), Domain Name Dispute Procedure and related Issues,

www.rose.es/udrpenglish.htm.

SCHANDA Reinhard, Rechtliche Aspekte von Internet Domain Namen, Vortrag Universität Graz, 12.05.2000, www.sattler.co.at/deutsch/domainnamen_graz.htm .

VAN DEN HEUVEL Esther, Online Dispute Resolution as a Solution to Cross-Boarder E-Disputes, <http://www.oecd.org/pdf/M00001000/M00001592.pdf> .

WILLOUGHBY Tony, Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, Perspective of a WIPO Panelist, www.domainnotes.com/news/print/0,,5281_571641,00.html (Part 1), www.domainnotes.com/news/print/0,,5281_577971,00.html (Part 2).

D. Dokumente und wichtige Internetquellen (Auswahl)

UNIFORM DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION POLICY (UDRP), Primärquelle: <http://www.icann.org/dndr/udrp/policy.htm> .

RULES FOR UNIFORM DOMAIN NAME DISPUTE RESOLUTION POLICY (UDRP Rules), Primärquelle: <http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm> .

FINAL REPORT of the WIPO INTERNET DOMAIN NAME PROCESS: The Management of Internet Names and Addresses: Intellectual Property Issues, 30. April 1999. Der WIPO Final Report ist als Official WIPO Publication No. 439 in Buchform erhältlich und im Volltext unter <http://wipo2.wipo.int/process1/report/index.html> (wahlweise im Word, PDF oder html Format) abrufbar.

FINAL REPORT of the SECOND WIPO INTERNET DOMAIN NAME PROCESS: The Recognition of Rights and the Use of Names in the Internet Domain Name System, 3. September 2001. Der WIPO Final Report 2 ist als Official WIPO Publication No. 843 in Buchform erhältlich und im Volltext unter <http://wipo2.wipo.int/process2/report/index.html> (wahlweise im Word, PDF oder html Format) abrufbar.

WIPO DIGITAL AGENDA, <http://ecommerce.wipo.int/agenda/index.html> .

WIPO PRIMER ON ELECTRONIC COMMERCE AND INTELLECTUAL PROPERTY ISSUES, <http://ecommerce.wipo.int/primer/index.html> .

WIPO RFC-3: INTERIM REPORT of the WIPO INTERNET DOMAIN NAME PROCESS, 23. Dezember 1998, <http://wipo2.wipo.int/process1/rfc/3/index.html> .

WIPO SUPPLEMENTAL RULES for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy, 1. Dezember 1999, <http://arbiter.wipo.int/domains/rules/supplemental/index.html> .

WIPO Dokument WO/GA/24/1: WIPO Internet Domain Name Process, Memorandum of the Director General, 26. Juli 1999.

WIPO Dokument WO/GA/24/10: Further Developments on the WIPO Internet Domain Name Process, Memorandum of the Director General, 21. September 1999.

WIPO Dokument WO/GA/24/12: Report adopted by the General Assembly, 29. September 1999.

Sämtliche UDRP-Entscheidungen der WIPO im Volltext (chronologisch geordnet) unter: <http://arbitr.wipo.int/domains/cases/all.html> .

Amtsblatt L 113/1: Verordnung Nr. 733/2002 zur Einführung der Domäne oberster Stufe „eu“.

Amtsblatt L 178/1: Richtlinie 2000/31/EG vom 8.Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs („E-Commerce-Richtlinie“).

Amtsblatt Nr. L 167: Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft („Urheberrechts-Richtlinie“).

NIC.AT: SCHLICHTUNGSORDNUNG der Schlichtungsstelle für Domainstreitigkeiten um .AT-DOMAINS, <http://www.nic.at/de/docs/schlichtungsordnung.pdf> .

NIC.AT: GESCHÄFTSORDNUNG der Schlichtungsstelle für Domainstreitigkeiten um .AT-DOMAINS, http://www.nic.at/de/docs/geschaeftsordnung_neu.pdf .

Wichtige Internetquellen: (Auswahl)

<http://www.wipo.int>

<http://arbitr.wipo.int/domains/>

www.arbitr.wipo.int/domains/cases/all.html

<http://ecommerce.wipo.int/domains/>

<http://wipo2.wipo.int/process1/>

<http://arbitr.wipo.int/center/bibliography/udrp.html>

<http://www.icann.org/udrp/>

<http://www.icann.org/udrp/staff-report-29sept99.htm>

<http://www.icann.org/udrp/udrp-second-staff-report-24oct99.htm>

<http://www.icann.org/dndr/udrp/policy.htm>

<http://www.icann.org/dndr/udrp/uniform-rules.htm>

<http://www.udrplaw.net>

<http://www.udrplaw.net/UDRPappeals.htm>

<http://www.internet4jurists.at/domain/domain0.htm>

<http://www.domain-recht.de/archiv/>

<http://eon.law.harvard.edu/udrp/library.html>

<http://www.rechtsprobleme.at/index.html>

Anmerkung: UDRP, UDRP Rules und alle wichtigen Aufsätze und Dokumente aus dem Internet sind auf der beiliegenden CD-ROM archiviert.