

Die Unternehmenshomepage

S. Fritz

Die eigene Homepage ist das Mittel, mit dem sich Unternehmen im Internet ihren Kunden präsentieren. Sie ist als Präsentations- und Marketinginstrument unverzichtbar, birgt aber auch Gefahren. Wenn erst einmal eine Abmahnung auf dem Tisch liegt, ist es meist schon zu spät. Jedenfalls entstehen nicht unerhebliche Kosten, die vermeidbar sind. Dieser Artikel gibt einen Überblick darüber, was Sie bei Ihrer Unternehmenshomepage rechtlich beachten müssen.

► Der Domainname

Alle Rechner, die mit dem Internet verbunden sind, sind durch eine lange Zahlenkombination identifizierbar (sog. IP-Adresse). Diesen Zahlenkombinationen werden zusätzlich frei wählbare Buchstabenkombinationen zugeordnet, sog. Domainnamen oder einfach Domains. Domains bestehen i. d. R. aus 2 Teilen, die durch einen Punkt getrennt sind: Rechts vom Punkt steht die sog. Top-Level-Domain, z. B. „.de“ oder „.com“. Diese ist sozusagen vorgegeben, je nachdem wo man sich registrieren lässt. Links vor dem Punkt steht die grundsätzlich frei wählbare Second-Level-Domain. Dabei erfolgt die Registrierung der Domain nach dem Prinzip: „First come, first served.“ Eine Prüfung im Hinblick auf prioritätsältere Rechte Dritter erfolgt dabei wie bei der Markenmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt nicht.

Erst recherchieren, dann registrieren

Hierin dürfte aber gerade das Problem liegen: Schon die Registrierung der Domain kann nach ständiger Rechtsprechung eine markenmäßige Benutzung darstellen. Verstößt die Domain gegen prioritätsältere Markenrechte Dritter, droht eine Abmahnung. Können Dritte solche Rechte geltend

machen, ist der Verletzer nicht nur zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung und zur Übernahme der Abmahnkosten verpflichtet. Er muss auch die Domain freigeben. Dabei kann ein Verstoß nicht nur bei Identität, sondern auch bei Ähnlichkeit der Domain mit einer Marke oder einer geschäftlichen Bezeichnung vorliegen.

Markenrechtliche Ansprüche setzen die Identität oder Ähnlichkeit hinsichtlich der benutzten Bezeichnung sowie der angebotenen Produkte und damit das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr voraus. Dabei gelten für die Prüfung der Verwechslungsgefahr zwischen Domainnamen und Marken dieselben Kriterien wie für die Prüfung der Verwechslungsgefahr zwischen 2 Marken. Vor der Registrierung einer Domain sollte daher – wie vor der Anmeldung einer Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt – eine entsprechende Recherche durchgeführt werden; und zwar nicht nur eine Identitätsrecherche, wie sie jeder relativ leicht im Internet durchführen kann, sondern auch eine Ähnlichkeitsrecherche.

Markeneintragung

Allein die Registrierung der Domain verleiht Ihnen noch keine Rechte. Daher sollten Sie auch prüfen, ob die als Domain verwendete Bezeichnung möglicherweise als Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen werden kann. Nicht jeder Domainname kann auch als Marke eingetragen werden. Als Marke geschützt werden können alle Zeichen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Darüber hinaus dürfen keine absoluten Schutzhindernisse bestehen (z. B. fehlende Unterscheidungskraft). Markenschutz genießt die Domain vielmehr nur, wenn sie auch die marken-

rechtlichen Voraussetzungen erfüllt. Markenschutz kann durch Eintragung der Bezeichnung ins Markenregister beim Deutschen Patent- und Markenamt entstehen. Ebenso kann Markenschutz ohne Registrierung durch Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr entstehen – soweit es innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat. Daneben kommt Markenschutz als geschäftliche Bezeichnung in Betracht. Zur Begründung des Schutzes als geschäftliche Bezeichnung ist eine Eigenartigkeit der Zeichenfolge erforderlich, die geeignet ist, um vom Verkehr als Unterscheidungskriterium von anderen Unternehmen aufgefasst zu werden. Dabei entsteht der Schutz als geschäftliche Bezeichnung bereits mit der Benutzungsaufnahme.

► Impressumspflicht

Wer eine eigene Homepage betreibt oder im Internet irgendetwas anbietet, hat darüber hinaus eine Reihe von Informationspflichten zu beachten. Diese sind im sog. Telemediengesetz (TMG) geregelt. Die Informationspflichten nach dem Telemediengesetz müssen alle Anbieter von geschäftsmäßigen Telemediendiensten beachten. Telemediendienste sind alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste. Darunter fallen grundsätzlich alle Arten von Internetseiten, egal ob Plattformen, Shops, Werbeseiten, E-Mail-Dienste o. ä. Nur dann, wenn Sie eine rein private Website betreiben, benötigen Sie keine Anbieterkennung.

Folgende Angaben müssen Sie für den Fall, dass eine Impressumspflicht vorliegt, in der Anbieterkennzeichnung leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar halten:

- Den Namen und die Anschrift, unter der Sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und ggf. Angaben zum Kapital (§5 Abs.1 Nr.1 TMG).
- Bei nicht im Handelsregister eingetragenen Einzelunternehmen kann der Fantasienname angegeben werden, unter dem der Unternehmer auftritt und Werbung betreibt. Darüber hinaus ist aber in jedem Fall auch der Vor- und Zuname des Inhabers anzugeben. Ähnliches gilt für den Vertretungsberechtigten: Auch der Vor- und Zuname der vertretungsberechtigten Person ist anzugeben. Die vollständige Postanschrift des Geschäftssitzes muss auch angegeben werden.
- Sie müssen Angaben machen, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit Ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post (§5 Abs.1 Nr.2 TMG).
- In jedem Fall ist eine E-Mail-Adresse anzugeben. Ob die Angabe einer Telefonnummer erforderlich ist, ist umstritten. Zum Teil wird die Ansicht vertreten, dass die Pflicht zur Nennung einer Telefonnummer sich zwingend aus dem ehemals geltenden Teledienstegesetz herleiten würde. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) entschied jedoch 2008, dass eine Telefonnummer nicht zwingend im Impressum genannt werden muss, wenn dem Nutzer alternative Möglichkeiten für eine schnelle Kontaktaufnahme und eine unmittelbare und effiziente Kommunikation z.B. per E-Mail zur Verfügung stehen. Der EuGH verlangt allerdings die nachträgliche Angabe einer Telefonnummer, wenn der User diese anfragt. Es kann daher nur empfohlen werden, von vornherein auch eine Telefonnummer im Impressum anzugeben.
- Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde (§5 Abs.1 Nr.3 TMG). Werden Telemedien im Rahmen einer Tätigkeit erbracht, die der behördlichen Zulassung bedarf, müssen Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde inkl. Postadresse gemacht werden.
- Angaben zur Eintragung in einem öffentlichen Register, z.B. Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister (§5

Abs.1 Nr.4 TMG). Sind Sie in einem Register eingetragen, muss das jeweilige Register und die dazugehörige Registernummer angegeben werden.

- Angaben im Falle eines reglementierten Berufs (§5 Abs.1 Nr.5 TMG). Reglementierte Berufe sind solche, deren Zugang gesetzlich geregelt ist oder bei welchen die Führung eines beruflichen Titels von bestimmten Voraussetzungen abhängig ist. Hierzu zählen fast alle Heilberufe, z.B. Physiotherapeuten, Ergotherapeuten, Logopäden etc. Zusätzlich sind anzugeben: Die zuständige Berufskammer, welcher der Diensteanbieter angehört, die gesetzliche Berufsbezeichnung, der Staat, in dem diese Berufsbezeichnung verliehen wurde, sowie die jeweils geltenden berufsrechtlichen Regelungen und wie diese zugänglich sind.
- Angabe der Umsatzsteueridentifikationsnummer (§5 Abs.1 Nr.6 TMG). Sofern Sie bereits eine Umsatzsteueridentifikationsnummer besitzen, muss diese ebenfalls angegeben werden. Aufgrund des Telemediengesetzes müssen Sie aber keine Umsatzsteueridentifikationsnummer beim Bundesamt für Finanzen beantragen.

All diese Informationen müssen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Diesen gesetzlichen Anforderungen ist Genüge getan, wenn das Impressum in der Fußleiste einer Website dauerhaft abrufbar ist oder sich auf einer gesonderten, gut erreichbaren Seite der Homepage befindet.

Wer keine oder eine fehlerhafte Anbieterkennzeichnung auf seiner Homepage verwendet, kann nach §16 Abs.2 Nr.1 TMG mit einem Bußgeld von bis zu 50000€ belegt werden. Zudem geht er das Risiko ein, von einem Wettbewerber oder einem Verbraucherschutzverband eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung zu erhalten.

➤ Urheberrecht

Besonders bei der Verwendung fremder Fotos oder Grafiken auf der eigenen Unternehmenshomepage ist Vorsicht geboten. Das Internet bietet die Möglichkeit, mit einem Mausklick schnell Kopien fremder Fotos oder Grafiken herzustellen und diese

auf der eigenen Unternehmenshomepage einzustellen. Es scheint immer noch Internet-User zu geben, die meinen, im Internet sei alles frei verfügbar, wenn kein Urheberrechtsvermerk (z.B. Copyright ©) angebracht ist. Dem ist aber nicht so. Das Urheberrecht entsteht vielmehr mit der Schaffung des Werkes, **ohne** dass dies irgendwo registriert werden muss und eben, **ohne** dass ein Urheberrechtsvermerk angebracht werden muss. Vielmehr sind Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst, Computerprogramme, Datenbanken, Fotos, Bild- und Tonträger, Musik, Filme, Werke der Baukunst, Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art wie Zeichnungen, Pläne, Karten, Skizzen, Tabellen und plastische Darstellungen auch dann urheberrechtlich geschützt, wenn sie keinen Schutzhinweis tragen. Voraussetzung ist lediglich, dass das Werk eine gewisse Schöpfungshöhe hat. Dabei gewährt das Urhebergesetz neben dem Schutz ungerechtfertigter Vervielfältigung und Verbreitung gerade auch Schutz vor unrechtmäßigen Bearbeitungen und Umgestaltungen. Zulässig ist dagegen, eine fremde Idee aufzugreifen und ein neues, eigenständiges Werk zu schaffen.

Lizenz

Wer fremdes Material auf seiner Homepage verwenden will, sollte sich daher immer vorher die Genehmigung des Urhebers einholen oder eine Lizenz erwerben. Ansonsten droht auch hier eine kostspielige Abmahnung. Unerheblich ist, ob das Werk von einer fremden Homepage stammt oder selbst eingescannt wurde. Beides ist urheberrechtlich Vervielfältigung und daher dem Urheber vorbehalten – es sei denn, dieser erteilt entsprechende Lizenzen.

Online zu finden unter <http://dx.doi.org/10.1055/s-0031-1283729>

Korrespondenzadresse

Dr. Sue Fritz
HILLE BEDEN
Rechtsanwältin
Zollstockgürtel 59
D-50969 Köln
Tel.: 02 21 / 93 64 67 42
Fax: 02 21 / 93 64 67 88
E-Mail:
fritz@hille-beden.de

