

Marco Bundi / Benedikt Schmidt

zermatt.com bleibt in thailändischem Besitz

Die Domain zermatt.com bleibt weiterhin in den Händen der Firma Activelifestyle Travel Network aus Thailand. Die Gemeinde Zermatt und Zermatt Tourismus konnten diese Domain anlässlich eines bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) durchgeführten Schiedsverfahrens nicht für sich gewinnen. Das Gesuch um Übertragung wurde mit Entscheid vom 29. Oktober 2007 abgewiesen, weil die Gesuchstellerinnen nicht nachweisen konnten, dass das thailändische Unternehmen kein berechtigtes Interesse an der Domain hat. Den Gesuchstellerinnen bleibt jedoch der Weg über die ordentlichen Gerichte offen.

Rechtsgebiet(e): Domain-Namen

Zitiervorschlag: Marco Bundi / Benedikt Schmidt, zermatt.com bleibt in thailändischem Besitz, in: Jusletter 19. November 2007

Logo
Logo

Inhaltsübersicht

1. Einleitung
2. Parteivorbringen
3. Entscheidung
 - 3.1. Ähnlichkeit oder Identität der Marke
 - 3.2. Keine Rechte bzw. kein berechtigtes Interesse des Domaininhabers
 - 3.3. Bösgläubige Registrierung und Nutzung
4. Anmerkungen

1. Einleitung

1 Am 4. September 2007 reichten die Gemeinde Zermatt und Zermatt Tourismus beim für 9.com:-Domainnamen zuständigen WIPO Arbitration and Mediation Center ein Gesuch um Übertragung der Domain 9zermatt.com: ein.¹ Das Gesuch richtete sich gegen eine in Bangkok ansässige Firma namens Activestyle Multi Media Travel Network.

2 Das Verfahren richtete sich nach den Regeln der sog. Uniform Domain-Name Dispute Resolution Policy vom 24. Oktober 1999 (UDRP)², welche von der Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) erlassen wurde. Für die Durchführung des Schiedsverfahrens sind die Rules for Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy vom 24. Oktober 1999 massgebend. In § 4 der UDRP werden die Voraussetzungen für die Übertragung einer Domain genannt. Demnach, und nach ständiger Rechtsprechung, müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein, damit ein Gesuch um Übertragung einer Domain gutgeheissen wird, nämlich gemäss § 4 (a) der UDRP:

- i. dass der fragliche Domainname mit einem Warenzeichen oder Dienstleistungszeichen des Gesuchstellers identisch ist oder ihm zur Verwechslung ähnlich ist («identical or confusingly similar to a trademark»),
- ii. dass der Inhaber und Gesuchsgegner keine Rechte bzw. kein berechtigtes Interesse hinsichtlich des Domainnamens hat («legitimate interests») und
- iii. dass der Domainname bösgläubig angemeldet wurde und genutzt wird («bad faith»).

3 Die obigen Voraussetzungen müssen kumulativ erfüllt sein, nur dann wird einem Gesuch stattgegeben.³

¹ Fall Nr. D2007-1318 vom 29. Oktober 2007 in Sachen Commune of Zermatt and Zermatt Tourismus v. Activelifestyle Travel Network.

² Diese Regeln sind nebst 9.com: auch anwendbar für alle generischen Top-Level-Domains wie 9.aero:, 9.biz:, 9.cat:, 9.com:, 9.coop:, 9.info:, 9.jobs:, 9.mobi:, 9.museum:, 9.name:, 9.net:, 9.org:, 9.pro:, 9.tel: and 9.travel:.

³ Vgl. hierzu Fall Nr. D2000-0003 vom 18. Februar 2000 in Sachen Telstra Corporation Limited v. Nuclear Marshmallows.

2. Parteivorbringen

Die Gesuchstellerinnen machten im Wesentlichen folgendes geltend: **4**

- Die Gesuchsgegnerin verletze durch den Gebrauch der Domain die Namensrechte nach Art. 29 Abs. 2 ZGB und rufe dadurch eine Verwechslungs- und Täuschungsgefahr hervor. Denn Zermatt sei nicht nur eine einfache geographische Bezeichnung, sondern vielmehr die Bezeichnung einer bestimmten öffentlich-rechtlichen Körperschaft, so dass jeder Besucher, der 9zermatt.com: besuche, erwarte, dass es sich um eine Internetseite handle, welche von der Gemeinde betrieben werde oder unter deren Zustimmung dazu berechtigt sei.
- Zudem verfüge Zermatt Tourismus auch über die eingetragenen Wort-Bildmarken ZERMATT MATTERHORN und ZERMATT ALPINE MONUMENT. Die fragliche Domain sei mit den angemeldeten Marken ähnlich, so dass auch eine Markenrechtsverletzung gegeben sei.
- Die Verwechslungsgefahr sei aufgrund der hohen Bekanntheit des Namens Zermatt umso höher, womit die Gesuchsgegnerin das Publikum dadurch täusche, dass Letzteres von einer Verbindung des Inhabers der Domain mit den Gesuchstellerinnen ausgehe.
- Die Gesuchsgegnerin könne kein berechtigtes Interesse an der Domain zeigen, da sie nichts mit dem Namen Zermatt zu tun habe und auch nicht darunter bekannt sei.
- Schliesslich sei die Domain in bösem Glauben registriert und genutzt worden, da die Gesuchsgegnerin bei der Registrierung von der Tourismusdestination Zermatt hätte Kenntnis haben müssen. Es gäbe keinen Grund für die Gesuchsgegnerin, ihre Dienstleistungen unter 9zermatt.com: anzubieten, so dass ihre Absicht darin bestanden hätte, Besucher irrtümlich auf die Webseite zu führen.

Die Gesuchsgegnerin hingegen machte im Wesentlichen folgendes geltend: **5**

- Auch wenn die Gemeinde das Recht habe, den Namen Zermatt zu benutzen, so sei dieses Recht nicht exklusiv.
- Zermatt werde von vielen Reiseveranstaltern und anderen benutzt, so dass bereits die Eingabe des Wortes in die Suchmaschine Google über 4 Mio. Treffer bringe.
- Der Domainname benutze nicht den Namen Zermatt Tourismus oder die Marken ZERMATT MATTERHORN oder ZERMATT ALPINE MONUMENT in ihrer Ganzheit.
- Zudem würden die Besucher der Domain 9zermatt.

com: nicht über die Inhaberschaft getäuscht, da viele Domains in privaten Händen seien und sich Internetnutzer nicht so leicht täuschen lassen würden.

- Anders als andere Webseiten werde die Domain 9zermatt.com: im übrigen nur für spezifische Informationen über Zermatt genutzt und verlinke zudem die einzelnen Reisemöglichkeiten für Zermatt.
- Die Domainregistrierung sei zudem bereits 1996 erfolgt, also zahlreiche Jahre früher als die Registrierung der genannten Marken und zudem elf Jahre vor Einreichung des vorliegenden Gesuchs.

3. Entscheidung

3.1. Ähnlichkeit oder Identität der Marke

⁶ Der Experte führte in Bezug auf die erste Voraussetzung (Ähnlichkeit oder Identität der Marke) aus, dass geographische Begriffe *per se* nicht unter der UDRP geschützt seien. Denn während geographische Begriffe Waren und Dienstleistungen einer ganzen Region bezeichnen können (Freihaltebedürfnis), würden Marken dazu dienen, die Waren und Dienstleistungen eines bestimmten Betriebs zu kennzeichnen (Funktion der Marke). Geographische Bezeichnungen seien nur dann als Marke im Sinne der UDRP geschützt, wenn (a) die Bezeichnung als Marke registriert sei oder (b) in der Gerichtsbarkeit des *Common Law* die Bezeichnung als Marke für nicht typische Waren oder Dienstleistungen benutzt wurde, ohne registriert zu sein, und damit Markenrechte nach anglo-amerikanischem *Common Law*⁴ entstanden seien. Ob aufgrund von nicht-registrierten Rechten Markenrechte im Sinne von § 4 (a) (i) der UDRP entstanden sind, wurde jedoch vom Prüfer offen gelassen, da er nachfolgend die eingetragenen schweizerischen Markenrechte anerkannte. Es dürfte fraglich sein, ob die Benutzung des Namens Zermatt durch die Gesuchstellerinnen für touristische Dienstleistungen nicht-registrierte Markenrechte begründet hätte⁵. Zudem ist auch fraglich, ob Namensrechte im Sinne von Art. 29 ZGB ausreichen, um solche Markenrechte begründen zu können. Die Marke unterscheidet funktionsgemäss Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen⁶. Objekte des Namensschutzes sind jedoch

nicht Waren oder Dienstleistungen, sondern natürliche oder juristische Personen.

Das Gesuch um Übertragung stützte sich auf die beiden Schweizer Marken Nr. 537'219 ZERMATT MATTERHORN und Nr. 510'258 ZERMATT ALPINE MONUMENT, welche für diverse Waren und Dienstleistungen geschützt sind. Der Experte anerkennt die Markenrechte zumindest in Bezug auf solche Waren und Dienstleistungen, welche keine Herkunftserwartungen bezüglich des Ortes Zermatt wecken. Die Marken sind unter anderem auch für chemische Erzeugnisse, Autos und Versicherungsdienstleistungen geschützt. Damit scheint der Experte den Marken mindestens in Bezug auf touristische Dienstleistungen die Kennzeichnungskraft abzusprechen. Allerdings dürfte es nicht Sache des Experten sein, die Kennzeichnungskraft einer registrierten Marke in Frage zu stellen. Vielmehr hat die Beurteilung der Kennzeichnungskraft jeweils im Rahmen der Frage der Verwechslungsgefahr, der berechtigten Interessen und der Bösgläubigkeit zu erfolgen.⁷

Bei seiner Beurteilung scheint der Experte irrtümlicherweise davon auszugehen, dass schweizerische Markeneintragungen auch über Disclaimer⁸ verfügen können, welche dazu dienen, dass einzelne beschreibende oder freihaltebedürftige Elemente einer Marke nicht monopolisiert werden können. Er erachtet das Fehlen eines Disclaimers im konkreten Fall als wesentlich für die Anerkennung der Markenrechte.⁸

3.2. Keine Rechte bzw. kein berechtigtes Interesse des Domaininhabers

Gemäss § 4 (a) der UDRP müssen die Gesuchstellerinnen nachweisen, dass der Domaininhaber keine Rechte bzw. kein berechtigtes Interesse an der Domain hat. Nach ständiger Praxis genügt hierzu ein blosses Glaubhaftmachen, um die Beweislast auf den Gesuchsgegner umzuverteilen.⁹

Nach Beurteilung des Experten haben die Gesuchstellerinnen vorliegend nicht glaubhaft machen können, dass die Gesuchsgegnerin keine Rechte bzw. kein berechtigtes Interesse an der Domain hat. Sie konnten namentlich nicht glaubhaft machen, dass die Gesuchsgegnerin die Domain im Zusammenhang mit ihrem Angebot von Waren oder Dienstleistungen bösgläubig gebraucht hat.¹⁰

⁴ Vgl. im Zusammenhang mit Common Law Rechten Fall Nr. D2006-0431 vom 1. Juni 2006 in Sachen Jeffrey Archer v. Alberta Hotrods tda CELEBRITY 1000 oder Fall Nr. D2000-0210 vom 29. Mai 2000 in Sachen Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd.

⁵ Vgl. hierzu Fall Nr. DNU2005-0002 vom 14. Dezember 2005 in Sachen Hüge Fastigheter AB v. Netsol Ltd, in welchem nicht-registrierte Markenrechte gemäss schwedischem Recht bejaht wurden.

⁶ Vgl. Legaldefinition in Art. 1 Abs. 1 MSchG: «Die Marke ist ein Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden».

⁷ Fall Nr. D2005-1194 vom 23. Februar 2006 in Sachen Hotels Unis de France v. Christopher Dent / Exclusivehotel.com, Ziff. 6.2. der Experte hielt fest «The issue of the mark's descriptiveness is best dealt with when considering whether the domain names are confusingly similar to this mark, whether the Respondent has a legitimate interest in the domain names and whether the Respondent has acted in bad faith.»

⁸ Vgl. beispielsweise § 1210.06 (a) des «Trademark Manual of Examining Procedure» des amerikanischen Marken- und Patentamtes USPTO bezüglich Disclaimer bei Marken mit geografischen Bezeichnungen.

⁹ Fall Nr. D2000-0270 vom 6. Juni 2000 in Sachen Document Technologies, Inc. v. International Electronic Communications Inc.

11 Dem Experten folgend ist der Gebrauch einer Domain mit einem generischen oder beschreibenden Element im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen, die sich darauf beziehen, als typischer Fall durch das gutgläubige Angebot im Sinne von § 4 (c) der UDRP gedeckt und damit ausreichend, um berechnigte Interessen nachzuweisen. Bei den Tourismusangeboten der Gesuchsgegnerin auf der Webseite handelt es sich laut Experte genau um solche gutgläubigen Angebote. Damit wurde auch das berechnigte Interesse der Gesuchsgegnerin bejaht.

12 Nach dem Gesagten ist es insbesondere für Tourismusdestinationen schwierig, nachzuweisen oder auch nur glaubhaft zu machen, dass ein Gesuchsgegner keine Rechte bzw. berechnigten Interessen an einer ihren Namen beinhaltenden Domain hat.¹⁰ Der Experte hält im vorliegenden Entscheid unter Hinweis auf die ständige Rechtsprechung fest, dass das Angebot von Tourismusdienstleistungen auf einer Webseite, welche eine geografische Bezeichnung enthält, als gutgläubiges Angebot im Sinne von § 4 (c) (i) der UDRP zu qualifizieren sei. Die Berufung der Gesuchsgegnerin auf § 4 (c) (i) der UDRP ist gerade in diesen Fällen zwar typisch, jedoch fragwürdig. Denn in solchen Fällen scheint es offensichtlich, dass die Inhaberin einer Domain nicht unter dem Namen bekannt ist (gemäss § 4 (c) (ii) der UDRP) und zudem mit der Bekanntheit des Namens meist gewerbliche Zwecke verfolgt (gemäss § 4 (c) (iii) der UDRP). Gewerbliche Zwecke liegen bereits dann vor, wenn Einnahmen mit Werbebannern¹¹ generiert oder Hyperlinks¹² zu eigenen Angeboten gesetzt werden. Ob deshalb unter diesen Voraussetzungen die Abweisung des Gesuchs gerechtfertigt ist, ist zumindest fragwürdig, jedoch ständige Praxis.

3.3. Bösgläubige Registrierung und Nutzung

13 Da der Experte ein Recht bzw. ein berechnigtes Interesse der Gesuchsgegnerin an der Domain bejahte, erübrigte sich die Frage, ob eine bösgläubige Registrierung und Nutzung stattgefunden hatte. Der Experte bezweifelte jedoch in seinen weiteren Ausführungen, dass der Nachweis des bösen Glaubens gelingen könnte, insbesondere weil die Registrierung des Domainnamens vor über zehn Jahren mit Kenntnis und unter Duldung der Gesuchstellerinnen stattgefunden haben soll und die Domain rechtmässig genutzt werde.

14 Dabei ist zu beachten, dass die Domain nicht nur bösgläubig registriert, sondern auch bösgläubig genutzt werden muss;

diese beiden Elemente müssen also kumulativ erfüllt sein.¹³ Durch langjährige Duldung kann dem Inhaber unter Umständen ein schutzwürdiger Besitzstand und damit ein berechnigtes Interesse gemäss § 4 (c) der UDRP erwachsen. Dies hätte dann auch zur Folge, dass die Nutzung der Domain nicht bösgläubig wäre.¹⁴

4. Anmerkungen

Der Entscheid zeigt einmal mehr deutlich, dass es für Gemeinden bekannter Orte oft schwierig ist, sich eine gleichnamige Domain über ein Schiedsverfahren zu sichern, da es im konkreten Fall nicht leicht ist, die nötigen Voraussetzungen glaubhaft zu machen bzw. nachzuweisen. Der Entscheid reiht sich in eine ganze Serie abweisender Entscheide für geografische Domainnamen, darunter wurden Gesuche abgewiesen, welche etwa die Domainnamen 9costabrawa.com:¹⁵ 9andalucia.com:¹⁶ 9gatwick.com:¹⁷ 9newzealand.com:¹⁸ 9mexico.com:¹⁹ 9stmoritz.com:²⁰ 9puertorico.com:²¹ oder 9heidelberg.net:²² betrafen.

Auf der anderen Seite gibt es vereinzelt gutheissende Entscheide wie 9henniez.net: und 9henniez.org:²³ 9henniez.

¹⁰ Vgl. jedoch abweichend zur Mehrheitsmeinung Dissenting Opinion von Kamen Troller im Fall Nr. D2004-0158 vom 14. Juni 2004 in Sachen Kur- und Verkehrsverein St. Moritz v. Domain Finance Ltd.

¹¹ Fall Nr. D2000-0927 vom 4. Oktober 2000 in Sachen AltaVista Company v. S.M.A., Inc.

¹² Fall Nr. D2004-0498 vom 26. August 2004 in Sachen Volkswagen AG v. David's Volkswagen Page.

¹³ Fall Nr. D2006-0157 vom 12. April 2006 in Sachen Guildline Instruments Limited v. Anthony Anderson. Fall Nr. D2001-0814 vom 29. August 2001 in Sachen Village Resorts Ltd v. Steven Lieberman.

¹⁴ Fall Nr. FA0312000220007 vom 21. Februar 2004 Anna Nicole Smith c/o CMG Worldwide v. DNS Research, Inc.

¹⁵ Fall Nr. D2007-0566 vom 4. Juni 2007 in Sachen Patronat de Turisme Costa Brava Girona v. Daniel Maresma Bosch.

¹⁶ Fall Nr. D2006-0749 vom 13. Oktober 2006 in Sachen Junta de Andalucía Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, Turismo Andaluz, S.A. v. Andalucía.Com Limited.

¹⁷ Fall Nr. D2004-0555 vom 11. November 2004 in Sachen BAA plc v. Bob Larkin.

¹⁸ Fall Nr. D2002-0754 vom 27. November 2002 in Sachen HER MAJESTY THE QUEEN, in right of her Government in New Zealand, as Trustee for the Citizens, Organizations and State of New Zealand, acting by and through the Honourable Jim Sutton, the Associate Minister of Foreign Affairs and Trade v. Virtual Countries, Inc.

¹⁹ Fall Nr. D2004-0242 vom 19. Juli 2004 in Sachen Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. v. Latin America Telecom Inc.

²⁰ Fall Nr. D2004-0158 vom 14. Juni 2004 in Sachen Kur- und Verkehrsverein St. Moritz v. Domain Finance Ltd.

²¹ Fall Nr. D2002-1129 vom 14. April 2003 in Sachen Puerto Rico Tourism Company v. Virtual Countries, Inc.

²² Fall Nr. D2001-1500 vom 6. März 2002 in Sachen Stadt Heidelberg v. Media Factory. Vgl. hiezu etwa auch LG Mannheim - HEIDELBERG.DE, in: GRUR 1997 Heft 5, S. 377 f. in welchem der Namensrechtsschutz des Domain Namens 9heidelberg.de: beurteilt wurde.

²³ Fall Nr. D2001-0638 vom 4. Juli 2001 in Sachen Sources Minérales Henniez SA. v. Ortensio Vaccaro.

com:²⁴, 9costasmeralda.net:²⁵, 9potstdam.com:²⁶ oder 9barcelona.com:²⁷. Es handelt sich hierbei immerhin um ältere Entscheide²⁸, solche mit atypischen Begründungen²⁹, nicht aufgeschalteten Domainnamen³⁰ oder sich nicht einlassenden Gesuchsgegnern.³¹

17 Dennoch bleibt den Gesuchstellerinnen vorliegend der Weg vor die staatlichen Gerichte offen. Dies wird ausdrücklich in § 4 (k) der UDRP statuiert. Bislang war allerdings der Gang zu den Gerichten stets mit dem Risiko behaftet, dass die Klage bei generischen Top-Level-Domains (gTLD) wegen örtlicher Unzuständigkeit abgewiesen würde. Spätestens seit dem 9LA-SUISSE-Entscheid des Bundesgerichts vom 6. März 2007³² dürften jedoch gerade bekannte Ortschaften in Bezug auf die örtliche Zuständigkeit aufatmen können. Dem Bundesgericht folgend fallen unter den Begriff der unerlaubten Handlung insbesondere auch Klagen aus Verletzung von Immaterialgüterrechten, namentlich Kennzeichen, ebenso wie Klagen aus unlauterem Wettbewerb.³³ Die Klägerinnen, die Schweizerische Lebensversicherungs- und Rentenanstalt sowie La Suisse, Société d'assurances sur la vie klagten sowohl auf Übertragung der Domain 9swiss-life.ch: wie auch 9la-suisse.com:.. Das Bundesgericht hat hier ohne weitere Umschweifungen festgehalten, dass ein Domainname mit dem Bestandteil «suisse» in der ganzen Schweiz bestimmungsgemäss abrufbar sei, weshalb der Erfolgsort für die umstrittenen Domainnamen in der Schweiz gegeben sei.³⁴ Es ist zu befürworten, dass diese autonome Auslegung des Erfolgsortes auch nach Art. 129 Abs. 2 IPRG gleich ausgelegt werden sollte.

18 Die obige Grundlage dürfte zweifellos auch auf 9zermatt.com: zutreffen. Auch wenn es sich nicht um eine TLD aus

der Schweiz handelt, kann doch allgemein bei einer Domain in der Schweiz bestehend aus einer bekannten Ortschaft gesagt werden, dass diese hier bestimmungsgemäss abrufbar ist und somit einen Erfolgsort in der Schweiz begründet.

Im Gegensatz zum Schiedsverfahren könnten sich die Gesuchstellerinnen vor dem Zivilgericht auch auf Namensrechte berufen. Hierzu kann auf den bundesgerichtlichen *Leading Case* LUZERN verwiesen werden.³⁵ Der politischen Gemeinde Zermatt steht als öffentlichrechtlicher Körperschaft der Schutz des Namens nach Art. 29 ZGB zu.³⁶ Bezüglich der unbefugten Anmassung und damit verbundenen Verwechslungsgefahr geht das Bundesgericht davon aus, dass je grösser der Bekanntheitsgrad, desto eher ist eine Verwechslungsgefahr anzunehmen sei.³⁷ Zusammenfassend gelangt das Bundesgericht zum klaren Schluss:

«Indem die Beklagte den Namen der Klägerin in der Adresse ihres Internet-Sites verwendet, nutzt sie deren grosse Bekanntheit aus, um Internet-Nutzer, die offizielle Informationen über die Stadt Luzern suchen, auf ihren Internet-Site zu ziehen. Die Vorinstanz hat eine Verwechslungsgefahr in diesem Zusammenhang zu Recht bejaht.»³⁸

20 Bezüglich des Inhalts geht das Bundesgericht davon aus, dass für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr, die von einer registrierten Domain ausgeht, nicht der Inhalt oder die Gestaltung der Website entscheidend sei, sondern die Beschaffenheit der Domain, die den Zugriff auf die Site erlaube, als solche. Eine Verwechslungsgefahr bestehe bereits im Moment, in dem der Internetnutzer sich an einem Domainnamen orientiere und in ihm Assoziationen sowie das Interesse geweckt würden, darunter bestimmte Informationen zu finden.³⁹

Weiter dürfte die Gemeinde Zermatt auch in ihren schützenswerten Interessen betroffen sein. Denn die Betroffenheit ist schon dadurch gegeben, als die Klägerin durch die Namensanmassung seitens der Inhaberin daran gehindert wird, ihren eigenen Internetauftritt unter der Domain ihres blossen Gemeindefamens zu betreiben, unter dem er nach dem vorstehend Ausgeführten vom durchschnittlichen Internetnutzer gesucht wird.⁴⁰

22 Es bleibt abzuwarten, ob die Gemeinde Zermatt eine Klage anstrengen wird. Jedenfalls zeigt dieser Entscheid deutlich auf, dass sich der schnelle und vermeintlich günstigere Gang zum Schiedsgericht der WIPO nicht immer auszahlt. Denn,

²⁴ Fall Nr. D 2001-0680 vom 6. Juli 2001 in Sachen Sources Minérales Henniez SA v Jorge Clapes.

²⁵ Fall Nr. D2001-1197 vom 5. Dezember 2001 in Sachen Servizi Consortili Costa Smeralda S.p.a. v. Mr. Giovanni Piras.

²⁶ Fall Nr. D2002-0856 vom 5. November 2002 in Sachen City of Potsdam v. Transglobal Network Inc.

²⁷ Fall Nr. D2000-0505 vom 4. August 2000 in Sachen Excelentísimo Ayuntamiento de Barcelona v. Barcelona.com Inc.

²⁸ Die Entscheide wurden in den Jahren von 2000 bis 2002 gefällt.

²⁹ Im Fall der Domains von 9henniez.org: und 9henniez.net: hat der Experte die Beweislast für die Rechte bzw. berechtigten Interessen direkt dem Gesuchsgegner auferlegt, ohne dass der Gesuchsteller das Fehlen solcher hätte glaubhaft machen müssen. Im Fall von 9barcelona.com: führte der Experte lapidar aus, «The right and legitimate interest of Complainant, the City Government of Barcelona, in expression 9BARCELONA:, in any manner this expression can legally appear, is evident and does not warrant further discussion.»

³⁰ Im Fall von 9henniez.com: und 9costasmeralda.net: hatten die jeweiligen Gesuchsgegner die Domain nicht aufgeschaltet.

³¹ Vgl. hierzu die Fälle von 9costasmeralda.net: und 9potstdam.com:..

³² Urteil 4C.341/2005 vom 6. März 2007 - 9LA SUISSE:.

³³ Ebenda, E. 4.1.

³⁴ Ebenda, E. 4.2. offen gelassen wurde die Frage, wie weit der bestimmungsgemässe Gebrauch überhaupt reichen würde.

³⁵ BGE 128 III 401 - 9LUZERN:; vgl. auch Meisser/Aschmann, SIWR, Bd. III/2, Kennzeichenrecht, 2. Auflage 2005, Herkunftsangaben und andere geographische Bezeichnungen, S. 324 ff.

³⁶ BGE 128 III 401, 405 - 9LUZERN:., E. 6 mit weiteren Hinweisen.

³⁷ Ebenda, E. 7.2.2.

³⁸ Ebenda, E. 7.2.2.

³⁹ Ebenda, E. 7.2.2.

⁴⁰ Ebenda, E. 7.2.3.

in den Worten des Experten: «The provision of tourism information and services on a website that uses a domain name consisting of the geographical area at issue has repeatedly been upheld as a *bona fide* use.»

Marco Bundi, LL.M., und Benedikt Schmidt sind Rechtsanwälte bei Meisser & Partner in Klosters.

* * *