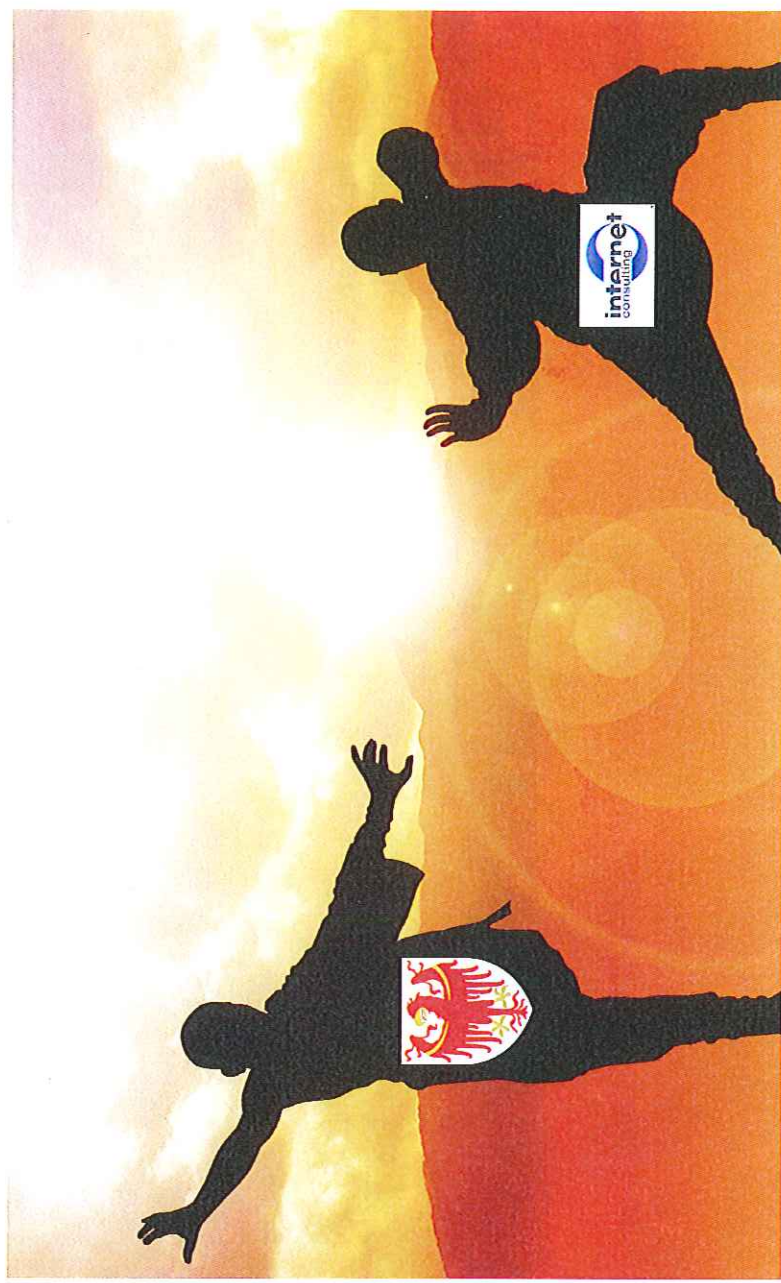


Tourismus – Land ringt mit Brunecker IT-Unternehmen um Wortmarke „Suedtirool“

Duell in Alicante

Die Brunecker Internet Consulting GmbH ist Inhaberin der Wortmarke „Suedtirool“. Das Land möchte die Löschung erwirken – und ist bereits zwei Mal gescheitert. **Der Endlos-Krieg geht weiter.**



Bozen/Bruneck/Alicante – Tausende Kilometer von Südtirol entfernt, im südspanischen Badeort Alicante, ist vor Kurzem die x-te Schlacht zwischen „Goliath“ Land Südtirol und „David“ Internet Consulting zu Ende gegangen – aber ganz sicher nicht die letzte. Seit 14 (!) Jahren liegen sich das Land und das Brunecker IT-Unternehmen in den Haaren. Bei der jüngsten Schlacht ging es um die Wortmarke „Suedtirol“ – mit „ue“ und nicht mit Umlaut –, die Internet Consulting 2002 für einige Dienstleistungskategorien (Klassen 35, 39 und

Markenstreit hat wirtschaftliche Gründe

42) angemeldet hatte und um deren Löschung sich das Land bemüht. „Es ist doch normal, dass wir den Namen unseres geografischen Territoriums schützen möchten, um einer eventuellen unpassenden Nutzung vorzubeugen. Im Übrigen basiert die Dachmarke Südtirol darauf und nutzen wir die Marke im Internet mit der Domain suedtirol.info“, erklärt Tourismuslandesrat Thomas Widmann. Allerdings nutzt auch Internet Consulting die Marke, denn das Unternehmen ist Inhaber der Domain suedtirol.com. Das Brunecker Unternehmen führt den Markenstreit folglich aus handfesten wirtschaftlichen Gründen und nicht etwa, um das Land zu „tratzen“.

In Alicante hat der private David gegen den öffentlichen Goliath jetzt einen Sieg davongetragen: Die Lösungsabteilung des EU-Harmonisierungsamtes wies den Lösungsantrag des Landes in zweiter Instanz ab – genauso wie bereits in der ersten Instanz. Nun kann das Land, das sich im Markenstreit von den Berliner Rechtsanwälten „Merleker & Mielke“ vertreten lässt, innerhalb von zwei Monaten Beschwerde gegen die Entscheidung einreichen und trotz zweier Niederlagen noch in die dritte Instanz gehen. „Das werden wir tun“, kündigt Landesrat Widmann kämpferisch an. „Nach der dritten Instanz bleibt nur noch der Gang vor den Europäischen Gerichtshof“, informiert Johann Wolfsgruber. Der Geschäftsführer von Internet Consulting ist nach zwei siegreichen Instanzen optimistisch, die Wortmarke behalten zu dürfen. Vertreten lässt er sich von der Bozner Anwaltssozietät Zadra & Partner.

Johann Wolfsgruber ärgert das Land schon seit Mitte der 1990er-Jahre. Das

Internet steckte 1996 in den Kinderschuhen, als die Brunecker Firma B+W Management die Domains suedtirol.com und alto-adige.com registrieren ließ. 1997 begann die von B+W Management gegründete Internet Consulting mit der Nutzung der beiden Domains. Als das Land das Schlamassel bemerkte, musste es mit seiner „offiziellen“ Tourismuswerbung im World Wide Web wohl oder übel auf Alternativen ausweichen – und versuchte es zunächst (erfolglos) mit hallo.com. Die Rettung kam erst mit der Freischaltung der .info-Domains, womit die SMG von hallo.com auf das bis heute genutzte suedtirol.info umsatteln konnte. Es war eine befriedigende Lösung, aber eben nur die zweitbeste Lösung, weshalb das Land den 1999 begonnenen Rechtsstreit gegen Internet Consulting um die Domains suedtirol.com und alto-adige.com fortführte. Das Land bzw. dessen Rechtsanwälte fuhren harte Geschütze auf und drohten unter anderem mit Schadenersatzforderungen von einer Million Lire (516 Euro) für jeden weiteren Nutzungstag der Domains.

Das Argument des Landes, wonach die Nutzung von Orts- und Gebietsbezeichnungen ausschließlich Körperschaften vorbehalten sein müsse, stach nicht, und nach fast neun Jahren, im Oktober 2007, musste das Land im Rechtsstreit nachgeben. „Hätten wir suedtirol.com verloren, dann hätten wir die Firma zusperrern können“, erinnert sich Johann Wolfsgruber. Der Rechtsstreit um die beiden .com-Adressen sei eine enorme Belastung gewesen und habe ihn unterm Strich rund 80.000 Euro

Wolfsgruber schnappt sich suedtirol.com

an Anwaltskosten gekostet, so Wolfsgruber. Übrigens: Auch bei der Registrierung der .info-Domain war Johann Wolfsgruber dem Land zuvorgekommen, allerdings wies die zuständige Prüfungskommission in Genf die Domain dann dem Land zu. Wolfsgruber konnte es dank Nutzung der .com-Domains verschmerzen, aber einmal mehr hatte der David dem Goliath einen Schrecken eingejagt.

Während das Land im Kampf um die begehrten .com-Domains bis vor das Kassationsgericht zog, eröffnete Internet Consulting 2002 eine zweite Front: Man ließ beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) im spa-

nischen Alicante die Wortmarken „Suedtirol“, „Alto Adige“ und „suedtirol hotels“ registrieren, um die Nutzung der Internetdomains suedtirol.com und alto-adige.com abzusichern – und ein bisschen wohl auch als Retourkutsche. Bis heute dauert der Streit an, und inzwischen ist es für Wolfsgruber zur Gewohnheit geworden, mit dem Land im Clinch zu sein.

Sätze wie jener in der jüngsten Entscheidung des Harmonisierungsamtes tun trotzdem gut. „Der Antrag auf Nichtigkeitserklärung der Gemeinschaftsmarke 2 826 931 wird zurückgewiesen“, steht dort ganz am Anfang von acht dicht beschriebenen Seiten, auf denen der (komplizierte) Südtiroler Fall ausführlich beschrieben wird. Mit einfacheren Worten: Internet Consulting

Wortmarke „Alto Adige“ bereits gelöscht

ist bis auf Weiteres Inhaber der Wortmarke „Suedtirol“ für besagte Dienstleistungsklassen, währenddessen der Löschung von „Alto Adige“ schon 2009 stattgegeben wurde, ohne dass Wolfsgruber Widerstand geleistet hätte. Ihn interessiert vor allem „Suedtirol“.

Dass die Streithähne irgendwann eine außergerichtliche Einigung finden, ist nicht zu erwarten. Es geht um viel. „Theoretisch könnten wir als Inhaber der Wortmarke ‚suedtirol‘ die Domain suedtirol.info von der Provinz zurückverlangen“, verweist Wolfsgruber auf einen möglichen weiteren Rechtsstreit mit offenem Ausgang. Theoretisch könnte im Umkehrschluss das Land – sollte es den Kampf um „Suedtirol“ doch noch gewinnen – die Domain suedtirol.com für sich beanspruchen, was dem Unternehmen Internet Consulting die Lebensgrundlage entziehen würde. Genau genommen hat Internet Consulting gar kein Interesse an der .info-Domain, solange es die wertvolle .com-Adresse nutzen kann. Aber die Drohung dient Wolfsgruber als Druckmittel, um sich einen Waffenstillstand eventuell finanziell entschädigen zu lassen. Eine solche Lösung fällt wiederum dem Land schwer, das den eifrigen Rechnungshof im Nacken weiß. Es sind dies denkbar schlechte Voraussetzungen, um das Kriegsbeil zu begraben.

Christian Pfeifer
 christian@swz.it