

.swiss und ausgewählte Aspekte der Verordnung über Internet Domains (VID)

Zu dieser Arbeit / Schnelle Informationsfindung:

Diese Arbeit wurde im Rahmen eines Jus-Studiums an einer Universität (2014) eingereicht (für Studenten: Note über 5). Es handelt sich hier um eine leicht gekürzte Onlinefassung. Es gibt kein Abstract. Jedoch gibt es Empfehlungen (S. 49) und ein Fazit (S. 55), was die meisten Leser zielgerichtet zu den gewünschten Inhalten bringt. Die Autorin hat auch Berufserfahrung im Internet/Informatik-Bereich. Für Rückfragen zu dieser Arbeit steht die Autorin via Email zur Verfügung.

Kurzauszug:

Die Autorin verneint klar, dass .swiss als Herkunftsangabe dienen kann.

Das öffentlich-rechtlich geplante Nutzungsrecht hat aus Sicht der Autorin keine Vorteile. Es wird daher empfohlen, die bisherige sehr gut funktionierende privatrechtliche Lösung beizubehalten, zumal dies auch der aktuellen bundesgerichtlichen Rechtsprechung entspricht. Das öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht würde die aktuelle Praxis des Bundesgerichts aushebeln und es fehlt schlicht an einer genügenden gesetzlichen Grundlage für das geplante öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht.

Weitere Inhalte: Geschichte und Funktionsweise DNS (technische Sicht), rechtliche Einordnung eines Domain-Namens, Kompetenzattraktion BAKOM, Bedingungen von .swiss, Swissness-Kriterien und deren Prüfung, Erfolgsaussichten von .swiss (auch wirtschaftliche Betrachtung).

Senta Cottinelli (Buck)

Master of Arts in Rechtswissenschaft (MLaw)

Dipl. Informatikerin

B.A. FH Int. Management

senta@senta.ch

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	II
Literaturverzeichnis	IV
Nationales Recht.....	VII
Materialienverzeichnis	VII
Internetquellenverzeichnis.....	IX
Interviewpartner und Fragebogen.....	XIII
Interviewpartner	XIII
Statistik zur Befragung (Fragebogen)	XIV
Abbildungsverzeichnis.....	XIV
Abkürzungsverzeichnis.....	XV
1 Einleitung	1
2 Geschichtliches	4
3 Grundlagen und technische Einführung.....	7
3.1 Begriffe.....	7
3.2 Technische Funktionsweise Domain-Name-System (DNS).....	8
3.2.1 Das Domain-Name-System (DNS).....	8
3.2.2 Arten von Domains.....	9
3.2.3 ccTLD Country Code Top-Level-Domains	9
3.2.4 gTLD Generic Top-Level-Domains	9
3.2.5 Root Zone / Root Server	11
3.2.6 Übergreifende Koordination erforderlich	11
3.3 Aufgaben von ICANN und SWITCH	11
3.3.1 ICANN.....	11
3.3.2 SWITCH.....	12
3.4 Prozess der Domainregistrierung	12
3.5 Hauptunterschiede von .ch und .swiss	13
4 Rechtliche Einordnung	15

4.1	Was ist ein Domain-Name rechtlich?.....	15
4.2	Rechtliche Grundlagen.....	16
4.2.1	ICANN Registry Agreement.....	18
4.2.2	ICANN Registrar Agreement (RAA).....	18
4.2.3	Streitbeilegung und Rechtsschutz bezüglich neuer gTLD für Rechtsinhaber ...	18
4.2.4	Sunrise-Period und Rechtsschutz bei ungenügendem Bezug zur Schweiz	19
4.2.5	Rechtliche Situation in anderen Ländern.....	20
4.2.6	Rechtliche Situation in Zukunft.....	21
5	Herausforderungen der E-VID.....	22
5.1	Kompetenzattraktion beim BAKOM.....	22
5.2	Geplantes Nutzungsrecht (Art. 31 E-VID).....	24
5.2.1	Privatrechtliche oder öffentlich-rechtliche Aufgabe?	27
5.2.2	Genügende Gesetzliche Grundlage?	29
5.3	Bedingungen von .swiss.....	31
5.4	Was bedeutet Swissness-Kriterien? (Art. 51 lit. c E-VID).....	33
5.4.1	Herkunftsangaben.....	33
5.4.2	Swissness als Co-Branding.....	35
5.4.3	Resultate der Vernehmlassung und andere Meinungen zu Swissness.....	37
5.4.4	Herausforderungen in der Praxis.....	40
5.4.5	.swiss als taugliche Herkunftsangabe?.....	42
5.5	Erfolgsaussichten von .swiss.....	43
6	Empfehlungen.....	49
6.1	Ist ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht sinnvoll?.....	49
6.2	Ist die Kompetenzattraktion beim BAKOM zu empfehlen?.....	49
6.3	Was können Markeninhaber bei Verletzungen durch neue gTLD tun?	50
6.4	Wie könnten Erfolgsaussichten erhöht werden?.....	51
6.5	Ist .swiss eine taugliche Herkunftsangabe?	51
6.6	Materielle Prüfung und mögliche Swissness Kriterien	53
7	Fazit und Zielerreichung.....	55

Literaturverzeichnis

- ADDOR FELIX, Der Gebrauch der Marke Schweiz: Die künftige Rechtslage, in: FEIGE STEPHAN/ FISCHER PETER M./ VON MATT DOMINIQUE/ REINECKE SVEN, *Swissness Worldwide* 2013, St. Gallen 2013, S. 73-77 (zit. ADDOR S.)
- ALBERINI ALAIN/GUILLET KEVIN, L'incidence du contenu du site Internet dans les litiges en matière de noms de domaine, *sic!* 2012, S. 305-314 (zit. ALBERINI/GUILLET)
- BAUM SEBASTIAN, *Internetrecht Die effiziente Lösung von Domainnamenskonflikten Eine ökonomische Analyse des Internet-Domain-Rechts*, München 2005 (zit. BAUM)
- BRÜNING ANGELA, Teil 2 Frankreich (.fr), in: BETTINGER TORSTEN (Hrsg.), *Handbuch des Domainrechts Nationale Schutzsysteme und internationale Streitbelegung*, München 2008, S. 533-577 (zit. BETTINGER, AUTOR N.)
- BETTINGER TORSTEN, Teil 1 Domain Name System, in: BETTINGER TORSTEN (Hrsg.), *Handbuch des Domainrechts Nationale Schutzsysteme und internationale Streitbelegung*, München 2008, S. 3-64 (zit. BETTINGER, AUTOR N.)
- BRÖCHER JULIA, *Die Domain als Name und Kennzeichen*, Hamburg 2010 (zit. BRÖCHER)
- BROUSSEAU ERIC/CURIEN NICOLAS, *Internet and Digital Economics Principles, Methods and Applications*, Cambridge 2007 (zit. BROUSSEAU/CURIEN)
- BÜCKING JENS/ANGSTER HENRIK M., *Domainrecht*, Stuttgart 2010 (zit. BÜCKING/ANGSTER)
- BURI UELI, 4. Teil: Domain-Namen, in: VON BÜREN ROLAND/DAVID LUCAS, *Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht*, Band III, 2. Aufl., Basel/Genf/München 2005, S. 337-394 (zit. BURI S.)
- EBERWEIN HELGO, *Wettbewerbsrechtliche Aspekte von Domains und Suchmaschinen Die Rechtslage in Deutschland und Österreich*, Wien 2012 (zit. EBERWEIN)
- EHRENZELLER BERNHARD/MASTRONARDI PHILIPPE/SCHWEIZER RAINER J./VALLENDER KLAUS A. (Hrsg.), *Die Schweizerische Bundesverfassung, Kommentar*, 2. Aufl., Zürich/St. Gallen 2008 (zit. BEARBEITER, St. Galler Kommentar zu Art. BV, N.)
- FEIGE STEPHAN/FISCHER PETER M./VON MATT DOMINIQUE/REINECKE SVEN, *Swissness Worldwide* 2013, St. Gallen 2013 (zit. FEIGE et al.)

- FRICK MARKUS R., Aktuelle Rechtsentwicklungen im Domain-Namen-Recht, in: ARTER OLIVER/JÖRG FLORIAN S. (Hrsg.), Internet-Recht und Electronic Commerce Law 9. Tagungsband, Bern 2007, S. 23-42 (zit. FRICK)
- FORREST HEATHER ANN, Protection of Geographic Names in International Law and Domain Name System Policy, Alphen aan den Rijn 2013 (zit. FORREST)
- FORGÓ NIKOLAUS, Das Domain Name System, in: MAYER-SCHÖNBERGER VIKTOR/GALLA FRANZ/FALLENBÖCK MARKUS (Hrsg.), Das Recht der Domain Namen, Wien 2001, S.7-12 (zit. FORGÓ)
- GLOOR FRANZISKA, Die Beurteilung der Gefahr der Irreführung über die geografische Herkunft auf der Grundlage eines Erfahrungssatzes - Bemerkungen einer Mitarbeiterin des IGE zur Rechtsprechung des Bundesgerichts, in: sic! Zeitschrift für Immaterialgüter-, Informations- und Wettbewerbsrecht 2011, S.4-23 (zit. GLOOR)
- HOTZ ANDREAS, Kennzeichenkollisionen mit Domain-Namen, Heidelberg 2011 (zit. HOTZ)
- JOLLER GALLUS, Teil 2 Schweiz (.ch), in: BETTINGER TORSTEN (Hrsg.), Handbuch des Domainrechts Nationale Schutzsysteme und internationale Streitbelegung, München 2008, S. 927-986 (zit. BETTINGER, AUTOR N.)
- KOMAITIS KONSTANTINOS, The Current State of Domain Name Regulation Domain names as second-class citizens in a mark-dominated world, New York 2010 (zit. KOMAITIS)
- KUMAR ANOOP, Domain Name Dispute Regulation: A Comparative Analysis, Saarbrücken 2013 (zit. KUMAR)
- LINDSAY DAVID, International Domain Name Law ICANN and the UDRP, Portland 2007 (zit. LINDSAY)
- MONTES IO, Legal Framework for Domain Names, Zürich 2005 (zit. MONTES)
- MÜLLER ROLAND/GEISER THOMAS/DUFURNET MÉLISSA, Swissness bei Produktionsgütern und beim Film, in: AJP/PJA 12/2013, S. 1743-1757 (zit. MÜLLER et al.)
- NG JENNY, The domain name registration system: Liberalization, consumer protection and growth, London/New York 2013 (zit. NG)
- NOTH MICHAEL/BÜHLER GREGOR/THOUVENIN FLORENT (Hrsg.), Markenschutzgesetz (MSchG), Stämpflis Handkommentar, Bern 2009 (zit. BEARBEITER, MSchG zu Art. N.)

- RUFF ANDREAS, DomainLaw Der Rechtsschutz von Domain-Namen im Internet, Berlin 2002 (zit. RUFF)
- TRAUERNICHT ETTJE, Die Rechtsnatur der Domain und des Domainregistrierungsvertrags Eine Einschätzung aus deutscher und US-amerikanischer Sicht, Hamburg 2011 (zit. TRAUERNICHT)
- IN-ALBON URSULA, Domainnamen-Strategie, in: WEINMANN CONRAD/MÜNCH PETER/HERREN JÜRIG (Hrsg.), Schweizer IP-Handbuch, Basel 2013, S. 563-591 (zit. WEINMANN/MÜNCH/HERREN, BEARBEITER N)
- SCHNYDER ORSOLYA FERCIK, Internet-Access-Providing-Verträge mit geschäftlichen und privaten Endkunden Eine vertragsrechtliche Analyse nach schweizerischem Recht unter besonderer Berücksichtigung des Rechts der Europäischen Union, Zürich/Basel/Genf 2012 (zit. SCHNYDER)
- SCHMID ALEXANDER, Neue Generic Top Level Domains – eine Auslegeordnung, in: Jusletter 19. Dezember 2011 (zit. SCHMID)
- SCHWEIZER MARK, 5 Jahre SWITCH Streitbelegungsverfahren: Fair.ch?, in: AJP 8/2009, 971-986 (zit. SCHWEIZER)
- SURY URSULA, Informatikrecht, Bern 2013 (zit. SURY)
- SCHNEIDER MARCEL, Die Verordnung des Bundes über die Vergabe von Domain-Namen, in: SWITCH Journal 1/2002, S. 14-17 (zit. SCHNEIDER)
- VISSER DIRK J.G/CHAVANNES REMY D./HUISMAN LARS L., Teil 2 Niederlande (.nl), in: BETTINGER TORSTEN (Hrsg.), Handbuch des Domainrechts Nationale Schutzsysteme und internationale Streitbelegung, München 2008, S. 735-765 (zit. BETTINGER, AUTOR N.)
- VOEGELI JULIA, Die Regulierung des Domainnamenssystems durch die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN), Köln/Berlin/München 2006 (zit. VOEGELI)
- VON BÜREN ROLAND/MARBACH EUGEN/DUCREY PATRIK, Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, 3. Aufl., Bern 2008 (zit. VON BÜREN/MARBACH/DUCREY N.)
- WEBER ROLF H., E-Commerce und Recht, 2. Aufl., Zürich/Basel/Genf 2010 (zit. WEBER E-Commerce)

WEBER ROLF H./WEBER ROMANA, Internet of Things Legal Perspectives, Zürich/Basel/Genf 2010 (zit. WEBER/WEBER)

Nationales Recht

Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Markenschutzgesetz, MSchG) vom 28. August 1992 (Stand am 1. Juli 2011), SR 232.11

Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben (Markenschutzgesetz, MSchG) Änderung vom 21. Juni 2013, (noch nicht in Kraft), (zit. MSchG Änderungen)

Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft (BV) vom 18. April 1999, SR 101

Fernmeldegesetz (FMG) vom 30. April 1997, SR. 784.10

Verordnung über die Adressierungselemente im Fernmeldebereich (AEFV) vom 6. Oktober 1997, SR. 784.104

Verordnung über Internet-Domains (VID), Entwurf vom 13.02.2014

Materialienverzeichnis

Allgemeines

Botschaft des Bundesrates vom 21. November 1990 zu einem Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben, BBl 1991 I 1 (zit. Botschaft Marken 1991)

Botschaft zur Änderung des Markenschutzgesetzes und zu einem Bundesgesetz über den Schutz des Schweizerwappens und anderer öffentlicher Zeichen («Swissness»-Vorlage) vom 18. November 2009, BBl 2009 8533 (-8676) (zit. Botschaft Swissness)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Strategie des Bundes für den Umgang mit Internet-Domain-Namen vom 27. Februar 2013, <http://www.bakom.admin.ch/themen/internet/00468/04168/index.html?lang=de&download=NHZLpZeg7t,lnp6l0NTU042l2Z6ln1acy4Zn4Z2qZpnO2YUq2Z6gpJCDe4R2fmym162epYbg2c_JjKbNoKSn6A-->> (besucht am 21.03.2014), (zit. BAKOM Strategie Domain)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Revision von Verordnungen zum FMG Erläuterungsbericht vom 13.02.2014, <http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/2474/Erlaeuterungen_FD_V_PBV_AEFV_de.pdf> (besucht am 09.04.2014), (zit. BAKOM Revision FMG)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Verordnung über die Internet-Domains (VID) Erläuterungsbericht, vom 13.02.2014, <http://www.admin.ch/ch/d/gg/pc/documents/2474/Erlaeuterungen_VID_de_2.pdf> (besucht am 18.03.2014), (zit. BAKOM Erläuterungsbericht)

TAV, Anhang 2.13 der Verordnung des Bundesamtes für Kommunikation vom 9. Dezember 1997 über Fernmeldedienste und Adressierungselemente (SR 784.101.113/2.13) Technische und administrative Vorschriften betreffend die Zuteilung und Verwaltung der Domain-Namen der zweiten Ebene, die der Internet-Domain „ch“ untergeordnet sind, <<http://www.bakom.admin.ch/org/grundlagen/00563/00564/00681/index.html?lang=de>> (besucht am 18.03.2014), (zit. TAV)

Stellungnahmen

ASUT SCHWEIZERISCHER VERBAND DER TELEKOMMUNIKATION, Stellungnahme von Grütter Peter vom 30. April 2014, (nachgereichte Stellungnahme) <<http://www.asut.ch/>> (besucht am 13.05.2014), (zit. asut Stellungnahme S.)

CYON GMBH, Stellungnahme von Zeder Philipp vom 15. April 2014, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>> (besucht am 07.05.2014), (zit. Cyon Stellungnahme S.)

INFOMANIAK NETWORK SA, Stellungnahme von Siegenthaler Boris vom 14. April 2014, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>> (besucht am 07.05.2014), (zit. Infomaniak Stellungnahme S.)

KANTON THURGAU, Stellungnahme von Schläpfer Kaspar vom 15. April 2014, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>> (besucht am 07.05.2014), (zit. Kanton Thurgau Stellungnahme S.)

KANTON ZUG, Stellungnahme von Moser Tobias/Villiger Beat vom 8. April 2014, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>> (besucht am 07.05.2014), (zit. Kanton Zug Stellungnahme S.)

KANTON ZÜRICH, Stellungnahme von „Staatsschreiber“ vom 2. April 2014,

<<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>>
(besucht am 07.05.2014), (zit. Kanton Zürich Stellungnahme S.)

REGISTRAR ALLIANCE, Stellungnahme zum Entwurf der Verordnung über Internet-Domains & zur Änderung der AEFV von Beranek Zanon Nicole vom 17. April 2014, <http://registrar-alliance.ch/php/mhsCms/apps/mhsUploader/data/t_news/12/UP_UPL_file1/de//140414a_stellungnahme_vid_registrar_alliance_min.pdf> (besucht am 17.04.2014), (zit. Registrar Alliance Stellungnahme S.)

SWISSCOM, Stellungnahme von Chocomeli Diego/Dehmer Patrick vom 16. April 2014,

<<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>>
(besucht am 07.05.2014), (zit. Swisscom Stellungnahme S.)

SWITCH, Stellungnahme von Eppenberger Urs/Lanner Christine vom 16. April 2014,

<<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>>
(besucht am 07.05.2014), (zit. SWITCH Stellungnahme S.)

UNIVERSITÄT ZÜRICH, Stellungnahme von Rolf Weber vom 15. April 2014,

<<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/gesetzgebung/00909/index.html?lang=de>>
(besucht am 07.05.2014), (zit. Universität Zürich Stellungnahme S.)

Internetquellenverzeichnis

ADMIN NEWS, Grünes Licht für die Einführung von Internet-Adressen mit .swiss,

<<https://www.news.admin.ch/message/index.html?lang=de&msg-id=48673>> (besucht am 03.04.2014), (zit. Admin News Grünes Licht)

BERANEK ZANON NICOLE, Vortrag von SWITCH: Die Rechtsnatur des Domain-Namens in der Schweiz, Domain pulse vom 8./9. Februar 2007, <<http://www.domainpulse.at/de/programm>> (besucht am 9.04.2014), (zit. BERANEK Vortrag)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, .swiss und neue Domain-Endungen für das Internet,

<<http://www.bakom.admin.ch/themen/internet/00468/04153/index.html?lang=de>> (besucht am 01.04.2014), (zit. BAKOM .swiss)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Anpassung der Rechtsgrundlage für Internet-Domains – Eröffnung der Anhörung, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=51990>> (besucht am 01.04.2014), (zit. BAKOM Anpassung Rechtsgrundlage)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, BAKOM Infomailing Nr. 27, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/Newsletter/01315/03806/03809/index.html?lang=de>> (besucht am 03.04.2014), (zit. BAKOM Info 27)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Internet Domain, <<http://www.bakom.admin.ch/themen/internet/00468/index.html?lang=de>> (besucht am 01.04.2014), (zit. BAKOM Internet Domain)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Faktenblatt 1: Wozu eine Verordnung über die Internet-Domains?, <<http://www.bakom.admin.ch/themen/internet/00468/04168/04638/index.html?lang=de>> (besucht am 02.04.2014), (zit. BAKOM Faktenblatt 1)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Faktenblatt 2: Worin unterscheiden sich ".ch" und ".swiss"?, <<http://www.bakom.admin.ch/themen/internet/00468/04168/04639/index.html?lang=de>> (besucht am 02.04.2014), (zit. BAKOM Faktenblatt 2)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Faktenblatt 4: Wie sieht der rechtliche Rahmen für die Domain-Namen ".swiss" aus?, <<http://www.bakom.admin.ch/themen/internet/00468/04168/04639/index.html?lang=de>> (besucht am 02.04.2014), (zit. BAKOM Faktenblatt 4)

BUNDESAMT FÜR KOMMUNIKATION, Neue Domain-Endungen für das Internet, <<http://www.bakom.admin.ch/dokumentation/medieninformationen/00471/index.html?lang=de&msg-id=39684>> (besucht am 28.03.2014), (zit. BAKOM Neue Domain-Endungen)

EGGIMANN ANNALISE, Vortrag vom BAKOM: Rechtsnatur von Domain-Namen, Domain pulse vom 8. Februar 2007, <<http://www.domainpulse.at/de/programm>> (besucht am 9.04.2014), (zit. EGGIMANN Vortrag)

INTERNET ENGINEERING TASK FORCE (IETF), Memo von 1987, DOMAIN NAMES - IMPLEMENTATION AND SPECIFICATION, <<http://www.ietf.org/rfc/rfc1035.txt>> (besucht am 18.03.2014), (zit. Memo IETF 1987)

IANA, Root Servers, <<http://www.iana.org/domains/root/servers>> (besucht am 20.04.2014), (zit. IANA Root Servers)

IANA, Root Files, <<http://www.iana.org/domains/root/files>> (besucht am 20.04.2014), (zit. IANA Root Files)

ICANN, 2013 Registrar Accreditation Agreement, <<http://www.icann.org/en/resources/registrars/raa/approved-with-specs-27jun13-en.htm#raa>> (besucht am 20.04.2014), (zit. ICANN RAA)

ICANN, Applicant Guidebook, <<http://archive.icann.org/en/topics/new-gtlds/dag-en.htm>> (besucht am 28.03.2014), (zit. ICANN Applicant)

ICANN, General ICANN Factsheet, <<https://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/factsheet-new-gtld-program-oct09-en.pdf>> (besucht am 09.04.2014), (zit. ICANN Factsheet)

ICANN, New gTLD Program, <<https://www.icann.org/en/topics/new-gtlds/factsheet-new-gtld-program-oct09-en.pdf>> (besucht am 09.04.2014), (zit. ICANN New gTLD Program)

ICANN, Trademark Clearinghouse (TMCH), <<http://newgtlds.icann.org/en/about/trademark-clearinghouse>> (besucht am 23.04.2014), (zit. ICANN Trademark)

ICANN, Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy, <<http://www.icann.org/en/help/dndr/udrp?SP=6|svdpz>> (besucht am 23.04.2014), (zit. ICANN UDRP)

IGE, Swissness: Schutz der Bezeichnung «Schweiz» und des Schweizerkreuzes, <<https://www.ige.ch/juristische-infos/rechtsgebiete/swissness.html>> (besucht am 28.03.2014), (zit. IGE Swissness)

HANDELSREGISTER DES KANTONS BERN, Internet Auszug SWITCH, <<http://be.powernet.ch/webservices/inet/HRG/HRG.aspx/getHRGHTML?chnr=0357001278&amt=036&toBeModified=0&validOnly=0&lang=1&sort=0>> (besucht am 20.04.2014), (zit. Handelsregister Auszug)

HITZELBERGER FLORIAN, .axa ist als 1. Unternehmensendung aktiv, <<http://www.domain-recht.de/domain-registrierung/neue-top-level-domains/ntlds-axa-ist-als-1-unternehmensendung-aktiv-63807.html>> (besucht am 13.05.2014), (zit. HITZELBERGER .axa)

HITZELBERGER FLORIAN, US-Anwalt nutzt TMCH-Lücke aus, <<http://www.domain-recht.de/domain-recht/trademark-clearinghouse-tmch/sunrise-grabbing-us-anwalt-nutzt-tmch-lucke-aus-63777.html>> (besucht am 13.05.2014), (zit. HITZELBERGER US-ANWALT)

KAPP JEAN-PIERRE, Neuer Rekord bei Patentanträgen, NZZ Online vom Freitag, 14. März 2014, <<http://www.nzz.ch/wirtschaft/wirtschafts-und-finanzportal/neuer-rekord-bei-patentantraegen-1.18262444>> (besucht am 11.04.2014), (zit. KAPP)

REGISTRAR ALLIANCE, Wie viel Staat braucht die Domainendung.ch?, <<http://registraralliance.ch/de/news/newsdetail/?newsId=10>> (besucht am 18.03.2014), (zit. Registrar Alliance Staat)

SCHULER SAMANTHA, „Wer hat's erfunden?“ – Die neuen Bestimmungen zur Kennzeichnung von Schweizer Produkten und Dienstleistungen, <<https://www.sic-online.ch/>

fileadmin/user_upload/Sic-Online/2013/documents/594.pdf> (besucht am 11.04.2014), (zit. SCHULER)

SETTELE CLAUDE, Das Internet-Adresssystem wird umgekrempelt, NZZ Online vom Donnerstag, 13. Februar 2014, <<http://www.nzz.ch/aktuell/digital/das-internet-adresssystem-wird-umgekrempelt-1.18242204>> (besucht am 21.03.2014), (zit. SETTELE)

STATISTA, Anzahl der Top-Level Domains von 2008 bis 2012 (in Millionen), <<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/236848/umfrage/anzahl-der-top-level-domains/>> (besucht am 19.03.2014), (zit. STATISTA Domains)

STEFAN BETSCHON, Iana ohne USA Der Cyberspace wird internationalisiert, NZZ Online vom 18. März 2014, <<http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/der-cyberspace-wird-internationalisiert-1.18264978>> (besucht am 20.03.2014), (zit. BETSCHON, NZZ ONLINE)

STEIER HENNING, Neue Rechtsgrundlage für Domains «Braucht es eine solche Regulierungstiefe?», NZZ Online vom 20. Februar 2014, <<http://www.nzz.ch/aktuell/digital/interview-nicole-beranek-zanon-registrar-alliance-1.18247799>> (besucht am 20.03.2014), (zit. STEIER, NZZ ONLINE)

SWITCH, Bei SWITCH gehen Erfahrung, Engagement und Erfolg Hand in Hand: SWITCHprocure, <<http://www.switch.ch/de/about/profile/>> (besucht am 09.04.2014), (zit. SWITCH About)

SWITCH Journal Oktober 2013, Schwerpunkt: SWITCHprocure, <https://www.switch.ch/export/sites/default/about/news/journal/_files/SWITCHJournal_Oktob_2013.pdf> (besucht am 18.03.2014), (zit. SWITCH Journal Oktober 2013)

SWITCH, D'ALESSANDRO MARCO, Interview mit Thomas Schneider Mehr Swissness mit .swiss, <http://stories.switch.ch/de/stories/interview_bakom-00001/> (besucht am 22.04.2014), (zit. SWITCH D'ALESSANDRO Interview Schneider)

SWITCH, Wie werde ich Partner, <<https://www.nic.ch/reg/cm/wcm-page/partnerlist/becomepartner.html?lid=de>> (besucht am 15.04.2014), (zit. SWITCH Partnervertrag)

SWITCH, Streitbeilegungsdienst, <<https://www.nic.ch/reg/cm/wcm-page/disputes/overview.jsp?lid=de>> (besucht am 24.04.2014), (zit. SWITCH Streitbeilegung)

SWITCH, Zeitreise: vom "Sputnik-Schock" bis hinauf zum Daten-Highway am Jungfrauojoch
<https://www.switch.ch/de/about/profile/switch_history/> (besucht am 28.03.2014), (zit. SWITCH Zeitreise)

WIPO ARBITRATION AND MEDIATION CENTER - Domain Name Disputes (New gTLDs),
<<http://www.wipo.int/amc/en/center/faq/domains.html#5>> (besucht am 28.03.2014), (zit. WIPO Arbitration)

Interviewpartner und Fragebogen

Interviewpartner

Nr.	Name	Funktion	Interview im Anhang
1	Bähler Konrad	Konrad Bähler ist Rechtsanwalt und arbeitet bei Dr. Widmer & Partner, Rechtsanwälte. Er hat sich in den Bereichen Immaterialgüter-, Technologie- und Informationsrecht spezialisiert.	Bähler Interview 31. März 2014
2	Beranek Zanon Nicole	Nicole Beranek Zanon, ist Rechtsanwältin und Executive MBA HSG, Partnerin und Inhaberin der de la cruz beranek Rechtsanwälte AG, CEO Registrar Alliance Genossenschaft	Beranek Interview 8. April.2014
3	Bondallaz Stéphane, Peter Signer (BAKOM)	Stéphane Bondallaz ist Jurist und Herr Peter Signer ist Ökonom. Beide arbeiten beim BAKOM in Biel.	Bondallaz/Signer Interview 1. Mai 2014
4	Fischer Peter	Prof. Dr. Peter Fischer ist Assistenzprofessor für Marketing an der Universität St. Gallen. Er ist Mitherausgeber von „Swissness Worldwide 2013“.	Fischer Interview 6. Mai 2014
5	Joller Gallus	Gallus Joller ist Rechtsanwalt und Partner von Troller Hitz Troller, Luzern.	Joller Interview 8. Mai 2014

6	Herren Jürg, Leuenberger Lena (IGE)	Herr Jürg Herren ist Leiter des Rechtsdienstes Allgemeines Recht und stellvertretender Leiter der Abteilung Recht & Internationales am IGE. Frau Lena Leuenberger ist im Rechtsdienst Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, Abteilung Recht & Internationales tätig.	Herren/Leuenberger Interview 6. Mai 2014
7	Schubert Yvonne	Yvonne Schubert ist Trainerin und Coach für die Bereiche Marketing und Physiognomie.	Interview Schubert 22. April 2014
8	Winkler Thomas	Thomas Winkler ist Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus und verantwortlich für das Portal Management & eMarketing.	Interview Winkler 30. April 2014

Statistik zur Befragung (Fragebogen)

Ausgeteilte Fragebogen:	27
Eingegangene Fragebogen:	19 (Rücklaufquote 70%), anonyme Teilnahme war möglich
Verwertbare Fragebogen:	19 (nur einzelne Felder wurden nicht ausgefüllt)
Form:	elektronischer Versand und Rückversand
Ablageort:	Alle Fragebogen sind im Anhang dieser Arbeit (nummeriert)

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Aufbau des Domain-Name-Systems	10
Abbildung 2 Geplante rechtliche Situation in Zukunft	25
Abbildung 3 Abweichung von „first come first serve“ sowie Rechtsmittel	39
Abbildung 4 Interesse am Domain Namen .swiss	45
Abbildung 5 Zahlungsbereitschaft für eine .swiss Domain	46

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz/Absätze
AEFV	Verordnung über die Adressierungselemente im Fernmeldebereich, vom 6. Oktober 1997, SR. 784.104
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
AJP/PJA	Aktuelle Juristische Praxis
Art.	Artikel
Aufl.	Auflage
BAKOM	Bundesamt für Kommunikation
Bd.	Band
BGE	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des Bundesgerichts
BGer	Bundesgericht
BGH	Bundesgerichtshof (Deutschland)
bsp.	beispielsweise
Bst.	Buchstabe(n)
BV	Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft vom 18. April 1999, SR 101
ca.	circa
ccTLD	Country Code Top-Level-Domain
CH	Confoederatio Helvetica/Schweizerische Eidgenossenschaft
CORE	Council of Registrars
DENIC	Deutsches Network Information Center
d.h.	das heisst
DNS	Domain-Name-System
E	Entwurf
E.	Erwägung
E-VID	Entwurf der Bundesverordnung über Internet Domains vom 13.02.2014

EGMR	Europäische Gerichtshof für Menschenrechte
et al.	und andere
etc.	et cetera
evtl.	eventuell
f./ff.	und folgende/fort folgende
FR	Frankreich
FMG	Fernmeldegesetz vom 30. April 1997, SR. 784.10
gTLD	generic Top-Level-Domain
Hrsg.	Herausgeber
HSG	Universität St. Gallen, Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften
i.A.	im Allgemeinen
ID	Identity document
i.d.R.	in der Regel
IANA	Internet Assigned Numbers Association
ICANN	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers
IETF	Internet Engineering Task Force
IGE	Institut für Geistiges Eigentum
IP	Internet Protocoll
IPRG	Bundesgesetz über das Internationale Privatrecht vom 18. Dezember 1987, SR 291
i.V.m.	in Verbindung mit
lit.	litera
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
LugÜ	Übereinkommen über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, SR 0.275.12
m.E.	meines Erachtens

MSchG	Bundesgesetz über den Schutz von Marken und Herkunftsangaben, vom 28. August 1992, SR 232.11
N	Randziffer
NL	Niederlande
Nr.	Nummer(n)
NZZ	Neue Zürcher Zeitung
Prof.	Professor
OR	Bundesgesetz betreffend die Ergänzung des Schweizerischen Zivilgesetzbuches vom 30. März 1911 (Fünfter Teil: Obligationenrecht), SR 220.0
RAA	Registrar Agreement
S.	Seite(n)
s.	siehe
SIDN	Stichting Internet Domeinregistratie Nederland
TAV	Technischen und administrativen Vorschriften
TCP/IP	Transmission Control Protocol/Internet Protocol
TLD	Top-Level-Domains
TMCH	Trademark Clearinghouse
UDRP	Uniform Domain-Name Dispute-Resolution
UID	Ursprungsidentifikation
UNO	United Nations Organization
URS	Uniform Rapid Suspension
US	United States
UWG	Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 19. Dezember 1986, SR 241
VID	Verordnung über Internet Domains Entwurf vom 13.02.2014
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

WWW	World Wide Web
Ziff.	Ziffer(n)
zit.	zitiert als

1 Einleitung

Das Internet wird als sechste Informationsrevolution der Menschheit angesehen und dringt immer stärker in alle unsere Lebensbereiche ein.¹ Für Unternehmen ist es unverzichtbar geworden, im Internet eine entsprechende Präsenz zu zeigen. Diese erfolgt über eine Webadresse (www.admin.ch), welche mit der Hilfe von Domain-Name-System (DNS)² Servern angesteuert werden. Das DNS System ist ein komplexes System, welches bei der Lösung rechtlicher Problemstellungen zwingend technisches Verständnis erfordert.³

Der Domain-Name hat im elektronischen Verkehr auch eine Marketing und Kennzeichnungsfunktion. Das Interesse von Unternehmen an einem aussagekräftigen und einmaligen Domain-Namen ist unverkennbar.⁴ Zum aktuellen Zeitpunkt gehören Domainstreitigkeiten zur Tagesordnung und es kann auch der Domain-Name sein, welcher auf ein Unternehmen oder eine Marke aufmerksam macht.⁵

Die meisten Regierungen zeigen heute ebenfalls sehr viel Interesse am Domain-Namen-System.⁶ So überrascht es wenig, dass der Bund beschlossen hat, die Gelegenheit zu nutzen, eine Bewerbung für .swiss bei ICANN einzureichen. Die generischen Domains der ersten Ebene werden von ICANN zugewiesen.⁷ Am Beginn dieses Prozesses, um die Zuteilung von .swiss, stand jedoch die Anfrage einer angelsächsischen Firma, welche nach eigenen Angaben Potential darin sah, mit diesem "Brand/Marke" Geld zu verdienen.⁸

Der Bund hat den Zuschlag für .swiss erhalten. Er will damit die Interessen des Landes wahren und verhindern, dass Dritte diese Endung missbrauchen.⁹ Das Vergabesystem von .swiss Domains soll nicht nach denselben Prinzipien wie .ch Domains erfolgen.¹⁰

Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) vertritt die Meinung, der Bund brauche ein modernes Gesetzgebungsinstrument zur Verwaltung von Domains der ersten Ebene wie beispielsweise .ch und neu auch .swiss.¹¹ Eine Bundesverordnung „Verordnung über Internet Domains VID“, nachfolgend E-VID, wurde dazu verfasst.¹² Diese befand sich vom 13. Februar bis zum 17. April 2014 in der Vernehmlassung.¹³ Mit der Verordnung E-VID

¹ Vgl. KUMAR S. 16; ähnlich auch BAUM S. 33; WEBER E-Commerce S. 12.

² Domain-Namen-System, Zuweisung von IP-Adressen zu Domain-Namen (z.B. www.admin.ch).

³ Vgl. Baum S. 7.

⁴ Vgl. WEBER E-Commerce S. 119; ähnlich auch ALBERINI/GUILLET S. 305.

⁵ KUMAR S. 16f. & 27; Bezüglich Prozessen ähnlich auch WIPO Arbitration.

⁶ Vgl. NG S. 25.

⁷ BAKOM Faktenblatt 2.

⁸ Vgl. BONDALLAZ/SIGNER Interview (BAKOM) Frage 1.

⁹ BAKOM .swiss.

¹⁰ BAKOM Faktenblatt 4; disher „first come first serve“ Prinzip.

¹¹ Vgl. BAKOM Faktenblatt 1.

¹² Verordnung über Internet Domains (VID) Entwurf vom 13.02.2014.

¹³ BAKOM Anpassung Rechtsgrundlage.

verfolgt das BAKOM das Ziel, ein ausreichendes Angebot an Top-Level-Domains (TLDs) sicherzustellen sowie die Überwachung und Einhaltung nationaler Interessen durchzusetzen.¹⁴ Zudem soll gemäss Art. 1 Abs. 2 lit. a E-VID der Zweck sein, eine „effiziente und transparente und umsichtige Nutzung der Domains der Ersten Ebene...“¹⁵ zu gewährleisten. Ausserdem möchte man sicherstellen, dass schweizerisches Recht zur Anwendung kommt und die Interessen der Schweiz im Rahmen der Verwaltung sowie bei der Nutzung von Domains gewahrt werden.¹⁶

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Abschnitte. Im ersten Abschnitt wird kurz auf die geschichtlichen Aspekte eingegangen. Im Anschluss daran folgen die notwendigen technischen Erläuterungen und Begriffserklärungen, die zum Verständnis dieser Arbeit unumgänglich sind. Mit dieser Ausgangslage beginnt im dritten Abschnitt der Arbeit die rechtliche Einordnung des Themas in die aktuelle Gesetzeslage. Ebenfalls werden in diesem Teil ausgewählte Aspekte der zukünftigen rechtlichen Situation bezüglich der Top-Level-Domain .swiss erläutert. Im vierten Abschnitt erfolgt im Kapitel „Herausforderungen der E-VID“ eine detaillierte Auseinandersetzung mit den genannten Aspekten des vorhergehenden Kapitels „Rechtliche Situation in Zukunft“. Dabei werden die folgenden Aspekte genauer betrachtet: Die Kompetenzattraktion beim BAKOM, das geplante Nutzungsrecht, die Frage, ob .swiss Domains als Herkunftsangaben verstanden werden können, die Swissness als Co-Branding und Herausforderungen für die Praxis. Ebenfalls werden Aussagen zu den Erfolgsaussichten der neuen .swiss Domain getroffen. Im fünften und letzten Abschnitt dieser Arbeit werden konkrete Empfehlungen für die Praxis gegeben.

Die Fragestellungen und Zielsetzungen dieser Arbeit sind:

- Welche rechtliche Qualifizierung kommt einem Domain-Namen heute zu?
- Bezüglich E-VID wird betrachtet, was die Herausforderungen am vorgesehenen Nutzungsrecht (Art. 31 E-VID) sind.
- Was die Bedingungen für eine .swiss Domain sind, respektive sein könnten.
- Welche Bedeutung kommt dem Satz in Art. 51 lit. c E-VID zu: [...] *nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden* [...]“.
- Bezüglich Swissness wird angeschaut, welches mögliche Kriterien für eine Zuteilung sein könnten und wie sich diese konkret auf die Praxis auswirken.
- Ob .swiss als taugliche Herkunftsangabe herangezogen werden kann.
- Ebenfalls wird eine Analyse der Erfolgchance der .swiss Domain durchgeführt.

¹⁴ Vgl. BAKOM Erläuterungsbericht S. 6; ähnlich auch BAKOM Anpassung Rechtsgrundlage; BAKOM Faktenblatt 4.

¹⁵ Zitat: Art. 1 Abs. 2 lit. a E-VID.

¹⁶ Art. 1 Abs. 2 lit. c E-VID.

Diese Bereiche werden mit einer ausführlichen Analyse der vorhandenen Literatur in Kombination mit einer Internetrecherche untersucht. Die rechtlichen Grundlagen werden ausgelegt und im Lichte der Literaturrecherche analysiert. Ausserdem werden verschiedene Stellungnahmen, die zur E-VID eingegangen sind, analysiert. Die Resultate der Interviews werden ebenfalls einfließen.

In den Bereichen Swissness, der Frage nach der tauglichen Herkunftsangabe und den Erfolgsaussichten, wird zudem mit einem Fragebogen und dessen Auswertung gearbeitet.

Nicht Teil dieser Arbeit sind weitere rechtliche Aspekte von Domain-Namen (z.B. unlauterer Wettbewerb, markenrechtliche, firmenrechtliche oder kartellrechtliche Aspekte). Der Begriff Swissness wird in dieser Arbeit erläutert und auf die relevanten Punkte eingegangen. Jedoch wird die Swissness-Vorlage nur bezüglich einzelner Aspekte¹⁷ erwähnt. Dies, um den Rahmen dieser Arbeit nicht zu sprengen, denn die Swissness-Vorlage könnte für sich bereits eine Masterarbeit ausfüllen.

¹⁷ Beispielsweise der Aspekt, dass bei industriellen Produkten 60% der Herstellungskosten in der Schweiz liegen müssen.

2 Geschichtliches

Das Internet entwickelte sich in den Anfangsphasen frei von staatlicher Einflussnahme in einem „Bottom-up“ Ansatz.¹⁸ Die zunehmende Verbreitung und somit auch die steigende Wichtigkeit von DNS verursachte in den Neunzigerjahren vermehrt das Erfordernis einer rechtlichen Normierung.¹⁹ DNS wird auch als einer der Grundsteine des Erfolgs des Internets angesehen.²⁰

Die ersten Versuche eines Adressierungssystems basierten auf Textdateien, in welche die Rechner mit einem Namen und der dazugehöriger IP-Adresse²¹ eingetragen wurden. Probleme dieses Verfahrens lagen aber unter anderem darin, dass es nicht skalierbar war und das System rasch an seine Grenzen stiess.²²

1983 wurde durch Paul Mockapetris das DNS erfunden. Später wurde das DNS von Internet Assigned Numbers Authority (IANA) unter der Leitung von Jon Postel weiterentwickelt.²³

Anfänglich beschränkte sich das DNS nur auf die benutzerfreundliche Adressierungsfunktion. Die Nutzer stammten zu dieser Zeit fast ausschliesslich aus dem akademischen Umfeld der Hochschulen. Die ersten Regelungen basierten auf Selbstregulierungsmassnahmen, welche durch private Organisationen erlassen wurden. Beipielsweise durch die Internet Engineering Task Force (IETF). Hier mit einem Auszug aus einem Memorandum von 1987: *„The domain system is a mixture of functions and data types which are an official protocol and functions and data types which are still experimental.“*²⁴

Mit der Kommerzialisierung und Verbreitung des Internets Mitte der Neunzigerjahre wuchsen auch die politischen und wirtschaftlichen Interessen am Internet und es setzte ein Funktionswandel ein. Als wichtige Aufgaben wurden die Durchsetzung des Markenrechts und die Abschaffung des Registermonopols der damaligen Network Solutions Inc. angesehen.²⁵

Die US-Regierung legte verschiedene Vorschläge zur Reform des DNS vor, welche teilweise heftig kritisiert wurden. Kritik erfolgte beispielsweise durch die Europäische Union, welche die US Regierung aufforderte, ihren direkten regulatorischen Einfluss auf das Internet

¹⁸ Vgl. WEBER E-Commerce S. 12 & 10; Ähnlich auch BETTINGER, BETTINGER CH28.

¹⁹ Vgl. WEBER E-Commerce S. 10.

²⁰ BAUM S. 7; LINDSAY S. 11.

²¹ Internet Protocoll.

²² Vgl. LINDSAY S. 7; ähnlich auch LINDSAY S. 11.

²³ Vgl. BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N23; MONTES S. 30f.

²⁴ Internet Engineering Task Force; Memo IETF 1987.

²⁵ Vgl. BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N26f.

einздämmen.²⁶ Auf diese ersten Vorschläge folgte sodann 1998 das „White Paper“ der US Regierung, welches die Aufgabe der neuen Organisation wie folgt umschrieb:²⁷

1. Formulierung von Policies für die Zuteilung von IP-Adressen,
2. Beaufsichtigung des Root-Server,
3. Formulierung von Rahmenbedingungen, unter denen neue TLDs²⁸ erzeugt werden und
4. Koordination der Zuteilung weiterer relevanter Parameter.

Die auf der Grundlage des „White Papers“ neu zu schaffende Institution sollte als eine gemeinnützige Organisation mit internationaler Beteiligung und Sitz in den USA aufgestellt werden.²⁹

Die Vergabe von Domain-Namen oblag zuerst nur der IANA³⁰, welche im Jahre 1998 der ICANN übertragen wurde.³¹ Heute ist ICANN eine privatrechtliche non-profit-organisation, welche keiner direkten staatlichen Kontrolle unterliegt.³²

Jedoch gibt es bis heute immer wieder Kritik an der ICANN. So beispielsweise aufgrund des starken Einflusses der USA oder der unklaren Strukturen, welche zu inkonsistenten Entscheidungen führen würden. Zudem wird bemängelt, dass die ICANN neben ihren technischen Aufgaben auch Regulierungsaufgaben wahrnehme. Letztlich gibt auch die fehlende demokratische Legitimation immer wieder Anlass zu Diskussionen.³³ Die USA bestand jedoch im Jahre 2005 darauf, dass die Regulierungen auf privaten Grundsätzen basieren sollen, denn nur so könne die Sicherheit und die Stabilität des DNS gewahrt werden.³⁴

Die erste Top-Level-Domain war .arpa. Neben .arpa gehörten .gov, .edu, .com, .mil, .org, .int und .net zu den ersten Top-Level-Domains. Im Anschluss folgten die Länderkennungen, wie beispielsweise .ch.³⁵

ICANN ist aufgrund der Liberalisierung des DNS daran, mehrere hundert neue generische TLDs einzuführen.³⁶ Bezüglich dieser Entwicklung zeigt sich die UNO-Organisation über deren mögliche Auswirkungen besorgt. Denn die Zulassung von hunderten von neuen Domain-Namen werde einen durchsetzbaren Schutz von Marken im Internet erschweren und

²⁶ Vgl. BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 32f.

²⁷ Vgl. BAUM S. 17f; BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 37; ähnlich auch MONTES S. 44f.

²⁸ Top-Level-Domain.

²⁹ Vgl. LINDSAY S. 43.

³⁰ Internet Assigned Numbers Association.

³¹ Vgl. WEBER E-Commerce S. 10; ähnlich auch FORGÓ S. 10; BAUM S. 18; MONTES S. 33.

³² BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 48; WEBER/WEBER S. 71.

³³ BROUSSEAU/CURIEN S. 641; vgl. WEBER E-Commerce S. 124.

³⁴ WEBER E-Commerce S. 11.

³⁵ SWITCH Zeitreise; ICANN New gTLD Program S. 1; vgl. RUFF S. 8; LINDSAY S. 9; BAUM S. 10-12.

³⁶ BAKOM Info 27; WEINMANN/MÜNCH/HERREN, IN-ALBON N 0.8.

sei für die Unternehmen mit zusätzlichen Kosten verbunden.³⁷ Ähnlich sehen dies auch die NZZ und Thomas Schneider vom BAKOM. Mit jeder neuen TLD bestehe die Gefahr, dass Fremde die Möglichkeit haben, Marken von bekannten Unternehmen als eigene Domain zu registrieren, wodurch bestehende Markenrechte verletzt werden könnten.³⁸

³⁷ Vgl. KAPP; SWITCH Interview Schneider.

³⁸ VOEGELI S. 31.

3 Grundlagen und technische Einführung

3.1 Begriffe

In diesem Abschnitt werden einige grundlegende Begriffe erläutert, die für das Verständnis der folgenden Arbeit notwendig sind. Die Definitionen orientieren sich dabei an der einschlägigen Literatur und an der Begrifflichkeit der E-VID.

Ein Domain-Name bezeichnet die virtuelle Präsenz im Internet, ein Beispiel dafür ist admin.ch.³⁹ Der Domain-Name ist immer einer TLD untergeordnet. Er ist zugleich ein technisches Adressierungselement, welches nur aus zugelassenen Zeichen bestehen darf. Domain-Namen qualifizieren sich als ein Recht aus einem privatrechtlichen Vertrag zwischen dem Halter und der Registry.⁴⁰ Da es sich entsprechend um ein Recht aus einem Vertrag handelt, sind Domain-Namen handelbar, verwertbar und auch sacheinlagefähig.

Die Registerbetreiberin (Registry) ist die Organisation, welche mit der zentralen Verwaltung und Administration von ihr zugeteilten Top-Level-Domains betraut ist.⁴¹ Solche Aufgaben können der Betrieb der Name-Server, Bereitstellung des Domainregisters und die Abfragedienste (WHOIS-Services) sein.⁴² In der Schweiz übernimmt derzeit SWITCH diese Aufgabe für .ch und .li.⁴³ Für .com übernimmt Verisgin Inc.⁴⁴ diese Aufgabe. Zum heutigen Zeitpunkt übernimmt SWITCH sowohl die Funktion der Registry als auch die des Registrars, was als Registerbetreiberin verstanden wurde. In Zukunft wird jedoch eine Trennung von diesen beiden Tätigkeiten angestrebt.⁴⁵ Es wird daher im Folgenden nur noch von Registry gesprochen, was nur die Tätigkeit der Registry ohne die des Registrars meint.

Bei einem Registrar handelt es sich um eine Organisation, welche befugt ist, bei der Registry, beispielsweise SWITCH, Domain-Namen im Auftrag von Gesuchstellern/Endkunden zu registrieren und zu verwalten.⁴⁶ Second-Level-Domains können somit über verschiedene Firmen, beispielsweise Internetprovider, registriert werden. Unternehmungen, welche eine solche Registrierung anbieten, werden Registrars genannt.⁴⁷

³⁹ BRÖCHER S. 18; vgl. MONTES S.112.

⁴⁰ BERANEK Vortrag F 15; BGE 131 II 162 E. 2.2 (wellness-fuehrer.ch); WEBER E-Commerce S. 127; ähnlich auch BETTINGER, JOLLER CH32; CH39.

⁴¹ Vgl. Art. 3 lit. I E-VID; BAKOM Erläuterungsbericht S. 10.

⁴² Vgl. BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N97.

⁴³ BETTINGER, JOLLER CH34; SWITCH About.

⁴⁴ SCHMID S. 2.

⁴⁵ Vgl. BAKOM Erläuterungsbericht S. 15; Art. 9 E-VID.

⁴⁶ Vgl. Art. 3 lit. m E-VID; BAKOM Erläuterungsbericht S. 11.

⁴⁷ FORREST S. 42.

In der Schweiz werden die verschiedenen Providing Arten bis heute gesetzlich nicht definiert.⁴⁸ In Art. 3 lit. b-c des FMG wird lediglich der Fernmeldedienst beschrieben. Als Provider oder Internet Service Provider wird in dieser Arbeit ein Anbieter technischer Leistungen des Internets verstanden. Dies kann beispielsweise den Zugriff auf das Internet, die Registrierung von Domain-Namen oder das Bereitstellen von Daten und Websites (Hosting) und weitere technische Dienstleistungen beinhalten.⁴⁹

3.2 Technische Funktionsweise Domain-Name-System (DNS)

3.2.1 Das Domain-Name-System (DNS)

Technische Geräte⁵⁰ werden im Internet über eine IP-Adresse (z.B. 176.9.24.49) angesteuert. Da es für den Menschen einfacher und benutzerfreundlicher ist, sich Namen anstatt einer IP-Adresse zu merken, wurde das DNS entwickelt.⁵¹

Ein DNS-Server ist zuständig für die Zuweisung des Domain-Namens zu einer IP-Adresse, mit welcher dann beispielsweise ein Webserver aufgerufen wird. Der DNS-Server enthält somit, ähnlich wie ein Telefonbuch, Informationen, aus welchen ersichtlich ist, welchem Domain-Namen (z.B. www.admin.ch) welche IP-Adresse zugeteilt ist. Erst mit der IP-Adresse kann der Server technisch angesteuert und aufgerufen werden. Ohne die DNS-Server wäre das Internet somit nicht mehr oder nur durch Kenntnis der konkreten IP-Adressen nutzbar. Die Daten bezüglich der Zuteilung eines Domain-Namens zu einer IP-Adresse werden auf dem Name-Server gespeichert.

Das DNS ist hierarchisch aufgebaut und besteht aus tausenden von Name-Servern. Da die Anzahl registrierter Domain-Namen, wie beschrieben, sehr umfangreich ist, kann ein Name-Server nicht alle Informationen aller Domains verwalten.. Ein Name-Server ist somit nur für eine bestimmte Anzahl Domains zuständig.⁵² Hat ein Name-Server eine Information, namentlich die dazugehörige IP-Adresse, nicht gespeichert, verweist er die Anfrage an einen anderen Name-Server, z.B. den nächst höher gelegenen. Die Domain-Namen IP-Abfrage dauert meist weniger als eine Sekunde. Zudem verfügen grundsätzlich immer mindestens zwei Domain-Server über die entsprechenden Daten, ein sogenannter Master- und ein Slave-⁵³ Server. Dies mit dem Hintergrund, dass wenn der Hauptserver (Master) ausfallen würde, noch ein weiterer Server (Slave) alle Daten enthielte und auf diesen zurückgegriffen

⁴⁸ SCHNYDER S. 30.

⁴⁹ Ähnliche Definitionen bei SCHNYDER S. 32-34f.

⁵⁰ Zu denken ist beispielsweise an Mail- oder Webserver.

⁵¹ Vgl. BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N5 & 23; BÜCKING/ANGSTER S. 1; WIPO Arbitration; RUFF S. 11.

⁵² Vgl. LINDSAY S. 18f.; SCHNYDER S. 50f.

⁵³ Master-Server ist der Hauptserver; Slave bedeutet Sklave, damit ist der ist der zweite Server gemeint.

werden könnte. Betreiber von DNS-Servern haben die Aufgabe, alle diese Adressierungsinformationen für die jeweils zuständigen Domains (Zonen) zu pflegen.⁵⁴

3.2.2 Arten von Domains

Es werden Top-Level-, Second-Level- und Third-Level-Domains unterschieden. Diese werden jeweils mit einem Punkt voneinander getrennt. Bei den Top-Level-Domains wird zudem zwischen country code Top-Level-Domains (ccTLD) und generic Top-Level-Domains (gTLDs) unterschieden, welche in den nachfolgenden Kapiteln näher erläutert werden.⁵⁵

Der Domain-Name besteht aus mehreren Teilen, was nun am Beispiel von statistik.admin.ch aufgezeigt wird:

statistik.admin.ch	→ Third-Level-Domain
admin.ch	→ Second-Level-Domain
.ch	→ Top-Level-Domain

Domain-Namen werden nur einmal vergeben, so dass die Second-Level-Domain **admin.ch** nur einmal unter **.ch** vergeben werden kann.⁵⁶

3.2.3 ccTLD Country Code Top-Level-Domains

Wie erwähnt werden zwei Kategorien von Top-Level-Domains unterschieden. Die länderspezifischen Domains somit also country code Top-Level-Domains, bestehen aus einer zweibuchstabigen Zeichenfolge (bsp. **.ch**, **.at**, **.sa**), welche in der Regel auf einen Staat referieren (**.ch** für Schweiz, **.at** für Österreich, **.sa** für Südafrika). Die Vergabe von Second-Level-Domains bei Ländercode Domain-Namen obliegt meist einer nationalen Einrichtung.⁵⁷ Die Verwaltung von den ccTLD liegt somit in der Entscheidungsgewalt der jeweiligen nationalen Regierungen.⁵⁸ So wurde die Verwaltung der Second-Level-Domains **.ch** und **.li** der nationalen Registry SWITCH übertragen.

3.2.4 gTLD Generic Top-Level-Domains

Die zweite Kategorie der Top-Level-Domains bilden sodann die generischen Top-Level-Domains wie beispielsweise **.com** oder **.net**.⁵⁹ Dabei ist **.com** die gTLD, welche am meisten Registrierungen aufweist.⁶⁰ Bei den gTLD werden die sponsored TLDs⁶¹ und die

⁵⁴ LINDSAY S. 19; ähnlich auch BÜCKING/ANGSTER S.5.

⁵⁵ Vgl. BAKOM Internet Domain; FORGÓ S. 5ff.; KUMAR S. 24; WEBER E-COMMERCE S. 121f.

⁵⁶ BAKOM Internet Domain.

⁵⁷ NG S. 26; ähnlich auch FORGÓ S. 9; BAKOM Strategie Domain S. 4; Beispielsweise DENIC für Deutschland oder NIC.AT für Österreich und SWITCH für die Schweiz.

⁵⁸ BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 41; so auch schon RUFF S. 27.

⁵⁹ FORREST S. 42; 49.

⁶⁰ BÜCKING/ANGSTER S. 3.

unsponsored TLDs⁶² unterschieden. Die unsponsored TLDs sind keiner bestimmten Nutzergruppe vorbehalten, während bei den von einer Sponsororganisation verwalteten Domains (wie .swiss) die Registrierungsbedingungen vom jeweiligen Betreiber selbst definiert werden.⁶³

.swiss gilt als gTLD, um welche sich der Bund beworben hat. Diesem Begehren wurde entsprochen und die ersten .swiss Domain-Namen sollten gemäss Aussagen des BAKOM's im Herbst 2014 registriert werden können.⁶⁴ An die Bewerber für einen .swiss Domain-Namen werden erhöhte Anforderungen (wie Sitz in der Schweiz etc.) gestellt.⁶⁵ Dies wird später in der Arbeit noch näher erläutert.

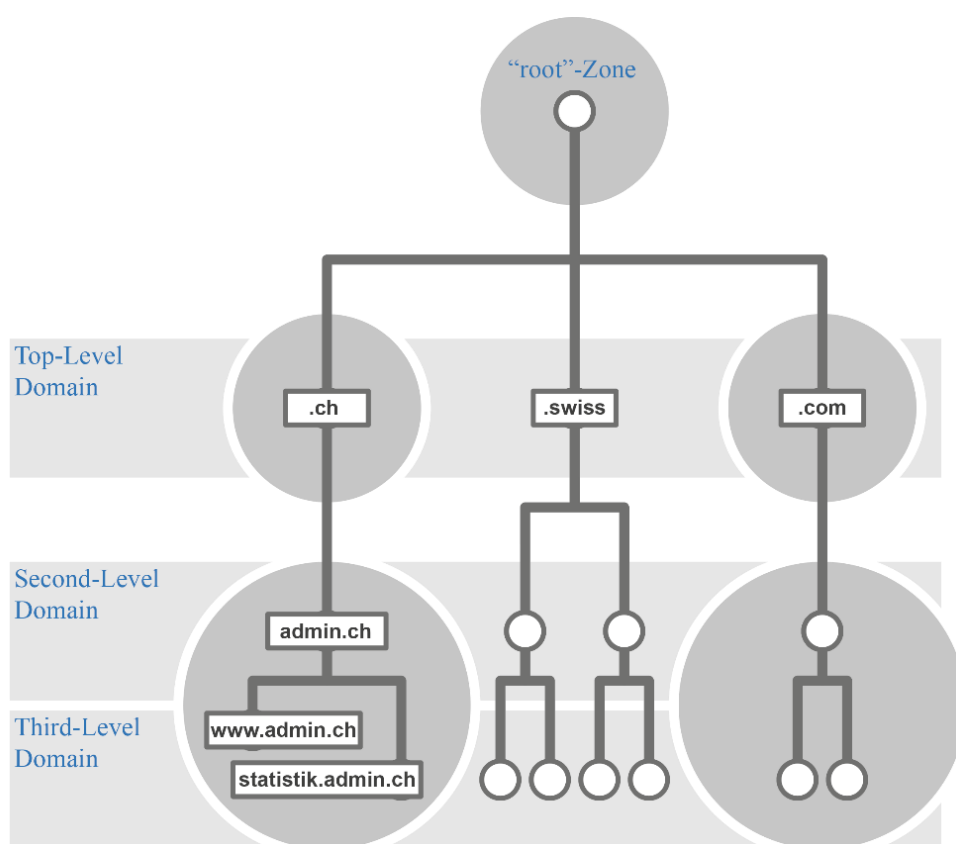


Abbildung 1 Aufbau des Domain-Name-Systems

Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 9

⁶¹ Beispiele hierfür sind .edu, .mil, .gov, .int, .aero, .jobs, .travel.

⁶² Beispiele hierfür sind .com, .org, .net, .info.

⁶³ BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 88-90.

⁶⁴ Admin News Grünes Licht; vgl. BAKOM Strategie Domain S. 5; BAKOM .swiss.

⁶⁵ Art. 51 lit c. i.V.m. Art. 56 E-VID; vgl. BAKOM Strategie Domain S. 5.

3.2.5 Root Zone / Root Server

Die oberste Ebene des hierarchischen DNS bilden die Root Server. Diese gelten als das Herzstück des Internets.⁶⁶ Es existieren 13 Root-Name-Server, welche jedoch effektiv aus hunderten von Servern bestehen. Diese sind weltweit verteilt und synchronisieren die Informationen untereinander.⁶⁷ Die Root-Name-Server beinhalten in ihren Zonen Files⁶⁸ alle Informationen und Verweise bezüglich der jeweils zuständigen Name-Server für alle Top-Level-Domains.⁶⁹ Erst mit dem Eintrag einer Top-Level-Domain in die Root Server von ICANN, in die „root- Zone“, wird die Top-Level-Domain anerkannt.⁷⁰

3.2.6 Übergreifende Koordination erforderlich

Das Internet kennt keine übergreifende organisatorische Verwaltung, dennoch braucht es für die wichtigsten Aufgaben eine Stelle wie ICANN, welche bestimmte Koordinationsfunktionen wahrnimmt.⁷¹ Was zu den Aufgaben von ICANN gehört, wird im nachfolgenden Kapitel erläutert. Zu den wichtigsten Koordinationsaufgaben gehört die Verwaltung von IP-Adressen und deren zugeordneten Domain-Namen.⁷² Das DNS stellt heute mit über 233 Millionen registrierten Domain-Namen die weltweit grösste dezentral organisierte Datenbank dar, welche in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen ist.⁷³

3.3 Aufgaben von ICANN und SWITCH

3.3.1 ICANN

Die höchste Ebene, die Top-Level-Domains, werden durch ICANN verwaltet. Die Hauptaufgaben von ICANN sind die Koordination, Allokation und Vergabe von Domain-Namen im Top-Level-Bereich sowie der Betrieb und die Weiterentwicklung der DNS-Root-Name-Server Systeme. Zudem ist es ihre Aufgabe Regelungen zu entwickeln, welche vernünftig und für den technischen Hintergrund notwendig sowie geeignet sind.⁷⁴

Neue Top-Level-Domains können bei ICANN beantragt werden. Mit der Schaffung neuer Top-Level-Domains soll der Domainknappheit begegnet werden, zumal jede Domain nur

⁶⁶ Vgl. EBERWEIN S. 27.

⁶⁷ Vgl. IANA Root Servers; SCHNYDER S. 51; Eine Liste mit der weltweiten Verteilung der Name-Server ist ersichtlich auf: <http://www.root-servers.org>.

⁶⁸ Diese enthalten die Informationen über die Name-Server. Damit ein Domain-Name benutzt werden kann, muss dieser im Zonenfile mindestens einem Name-Server zugeordnet sein; vgl. BETTINGER, JOLLER CH48.

⁶⁹ Vgl. IANA Root Files; LINDSAY S. 20f.

⁷⁰ Vgl. BETTINGER, BETTINGER N Teil 1 N9f.; ähnlich auch BROUSSEAU/CURIEN S. 5.

⁷¹ Vgl. ICANN Welcome; BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N4.

⁷² BAUM S. 15; vgl. BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N4f.; WEBER E-Commerce S. 124; so auch schon RUFF S. 19.

⁷³ Statista Domains (Stand per 1. Quartal 2012); FORREST S. 43.

⁷⁴ Vgl. ICANN Factsheet S.1; WEBER/WEBER S. 71f.

einmal vergeben werden kann. Der Entscheid zur Schaffung einer neuen Top-Level-Domain liegt dann bei ICANN, welche verschiedene Anforderungen stellt.⁷⁵

ICANN hat das System der Domain-Namen mit dem Ziel liberalisiert, die Anzahl Endungen für Webadressen zu erhöhen. Antragssteller können sich in gewissen Zeitspannen für neue gTLDs bewerben.⁷⁶ Jedoch sind die Anforderungen an die Antragssteller sehr hoch. So müssen die Antragssteller garantieren können, dass sie die längerfristige Verwaltung der TLD garantieren können. Zudem muss die Anmeldegebühr bezahlt werden, die sich zurzeit auf 185'000 US Dollar beläuft.⁷⁷

3.3.2 SWITCH

SWITCH ist eine Stiftung, welche im Jahre 1987 von Bund und 8 Kantonen gegründet wurde. Die Stiftung SWITCH bezweckt, die nötigen Grundlagen für den wirksamen Gebrauch moderner Methoden der Teleinformatik im Dienste der Lehre und Forschung in der Schweiz zu schaffen und zu fördern.⁷⁸ Sie nimmt unter anderem die Zuteilung und Verwaltung der Domain .ch wahr. Gestützt auf die Verordnung über die Adressierungselemente im Fernmeldebereich (AEFV) schloss das BAKOM mit SWITCH einen verwaltungsrechtlichen Vertrag ab, bei welchem diese Aufgabe vom BAKOM an SWITCH übertragen wurde.⁷⁹ Die Aufgaben der Registry werden in Art. 14a Abs. 2 und 14b AEFV aufgelistet.

SWITCH betreut die Domains heute unter einem privatwirtschaftlichen Modell.⁸⁰ SWITCH ist heute auch Registrierungsstelle (Registry) für .li.⁸¹ Sie ist somit die Registrierungsstelle für alle in der Schweiz und Liechtenstein verwalteten Domains. Zudem bietet SWITCH verschiedene Netzwerkdienstleistungen, unter anderem für Hochschulen an.⁸² Die Domain .swiss wird von CORE, dem Internet Council of Registrars mit Sitz in Genf betrieben.⁸³

3.4 Prozess der Domainregistrierung

Unter Registrierung wird der Prozess verstanden, welcher die gesamten technischen und organisatorischen Schritte umfasst, um einen noch freien Domain-Namen unter einer TLD zugeteilt zu erhalten.⁸⁴ Für .ch muss der Antrag auf Zuteilung einer Domain heute

⁷⁵ BAKOM Neue Domain-Endungen; Zum Ganzen auch ICANN Applicant; ICANN New gTLD Program; so auch KOMAITIS S. 185.

⁷⁶ SETTELE; vgl. BAKOM Info 27.

⁷⁷ SETTELE; vgl. ICANN Applicant S. 44; SCHMID S. 3.

⁷⁸ Vgl. Handelsregister Auszug; SCHNEIDER S. 14.

⁷⁹ Vgl. BURI S. 350; Art. 14a AEFV; BGE 131 II 162 E. 2.1 (wellness-fuehrer.ch).

⁸⁰ Vgl. BETTINGER, JOLLER CH29; LINDSAY S. 9; SURY S. 137.

⁸¹ BETTINGER, JOLLER CH34.

⁸² SWITCH About.

⁸³ Vgl. SWITCH D'ALESSANDRO Interview Schneider.

⁸⁴ Vgl. Art. 3 lit. n E-VID.

elektronisch über die Website von SWITCH beziehungsweise www.nic.ch eingereicht werden.⁸⁵

Für gTLDs bieten viele verschiedene Registrars diese Registrierungen weltweit an. Wer jedoch unter einer gTLD Second-Level-Domains vergeben will, muss bei ICANN als Registrar akkreditiert sein und hat mit ICANN das Registrar Accreditation Agreements (RAA) zu unterzeichnen, was im rechtlichen Teil dieser Arbeit noch genauer erläutert wird.

Die Vergabe von länderspezifischen Domains wird jeweils von lokalen Network Information Centers wahrgenommen.⁸⁶ In der Schweiz können verschiedene Registrars (meist Provider) bei SWITCH für ihre Kunden Second-Level-Domains unter .ch und .li Registrierungen vornehmen. Bis zum heutigen Zeitpunkt kann ein Endkunde auch direkt eine Domain bei nic.ch⁸⁷ reservieren. Dabei wird die Berechtigung des Antragstellers auf Zuteilung einer Domain nicht überprüft. Es wird beispielsweise nicht geprüft, ob mit der Eintragung Marken- oder andere Rechte Dritter verletzt werden.⁸⁸ Der deutsche Bundesgerichtshof urteilte diesbezüglich bereits am 17. Mai 2001, dass die Registerstelle nicht effizient arbeiten könnte, wenn sie zuerst die Rechtmässigkeit der Registrierungsanträge prüfen müsste.⁸⁹

3.5 Hauptunterschiede von .ch und .swiss

Nachfolgend werden die wichtigsten Unterschiede der beiden Top-Level-Domains .ch und .swiss beschrieben. Bei .ch gilt der Grundsatz „first come first serve“ und es ist kein Bezug zur Schweiz nötig.⁹⁰ Grundsätzlich erhält somit die Person die Domain, welche diese zuerst registriert. Natürlich ist es möglich, dass in einem Verfahren die Domain später aufgrund von Rechtsverletzungen (Markenrecht, Namensrecht oder ähnlichem) gerichtlich einer anderen Partei zugesprochen wird.

Bei .swiss möchte man nicht nach dem Prioritätsprinzip verfahren und die Vergabe auch an eine „Qualitätsprüfung“ knüpfen. Für .swiss besteht derzeit eine ganze Reihe an Anforderungen.⁹¹ Beispielsweise muss ein Bezug zur Schweiz nachgewiesen werden.⁹² Diese Anforderungen werden später im Kapitel „Bedingungen von .swiss“ näher erläutert. Ein weiteres klares Unterscheidungsmerkmal ist, dass bei .swiss zuerst eine Publikation der Registrierungsgesuche erfolgt. Innerhalb von dreissig Tagen können weitere Gesuche um

⁸⁵ Vgl. BETTINGER, JOLLER CH43.

⁸⁶ Vgl. HOTZ N 17.

⁸⁷ Nic.ch gehört zu SWITCH.

⁸⁸ Art. 14f Abs. 2 AEFV sowie Ziff. 4.1.3 TAV; SURY S. 138; BETTINGER, JOLLER CH45.

⁸⁹ BGH, Urteil vom 17. Mai 2001 -I ZR 251/99.

⁹⁰ BAKOM Strategie Domain S. 4.

⁹¹ Art. 51 lit c. i.V.m. Art. 56 E-VID.

⁹² BAKOM Strategie Domain S. 5; vgl. zum Ganzen auch BAKOM Erläuterungsbericht S. 36.

Zuteilung der gleichen .swiss Domain (Mehrfachgesuche) erfolgen.⁹³ Dies sei bei .swiss die Grundidee, um die Domain-Namen der jeweils „optimalen“ Inhaberschaft zuzuteilen.⁹⁴ Die Überprüfung von .ch beschränkt sich fast ausschliesslich auf technische Aspekte, während bei .swiss eine umfangreiche Prüfung und strikte „Swissness-Bedingungen“ vorgesehen sind. Aufgrund der Bedingungen und der damit zusammenhängenden Überprüfungskosten werden die Betriebskosten von .swiss höher sein, was für .swiss Domains zu einem höheren Preis führen wird.⁹⁵

⁹³ Vgl. BAKOM Erläuterungsbericht S. 41; ähnlich auch BAKOM Strategie Domain S. 5; BGE 131 II 162 E. 2 (wellness-fuehrer.ch).

⁹⁴ Vgl. BAKOM Erläuterungsbericht S. 41; Art. 56 Abs. 1 Bst. e E-VID.

⁹⁵ Vgl. zum Ganzen BAKOM Erläuterungsbericht S. 35f; auch BAKOM Faktenblatt 2.

4 Rechtliche Einordnung

4.1 Was ist ein Domain-Name rechtlich?

Domain-Namen sind Adressierungselemente, die durch das BAKOM reguliert werden.⁹⁶ Die Verwaltung und Zuteilung bestimmter Adressierungselemente kann dabei Dritten übertragen werden, wobei die Aufsicht und weitere Einzelheiten durch das BAKOM zu regeln sind.⁹⁷

Auch wenn die Registry eine öffentlich-rechtliche Aufgabe erfüllt, schliesst sie mit den Inhabern der jeweiligen Domain-Namen privatrechtliche Verträge ab. Der Domain-Inhaber hat somit gegenüber der Registry SWITCH einen Anspruch aus einem privatrechtlichen Vertrag.⁹⁸ Dabei wird von einem echten Vertrag zugunsten von Dritten gesprochen, welcher ein selbständiges, nicht abtretbares Forderungsrecht auf Leistung beinhaltet.⁹⁹ Der Vertrag zwischen SWITCH und dem jeweiligen Domain-Inhaber ist ein Innominatkontrakt und beinhaltet das Recht, einen Namen als Kennzeichnung im Internet zu benutzen.¹⁰⁰

Während bei der Eintragung einer Firma oder einer Marke ein gesetzlicher Anspruch auf Ausschliesslichkeit gegenüber jedermann entsteht, hat man bei der Eintragung eines Domain-Namens nur einen vertraglichen Anspruch gegenüber SWITCH.¹⁰¹ Der Domain-Name verschafft dem Inhaber aber eine faktische Ausschliesslichkeit (Exklusivrecht), da technisch bedingt, ein Domain-Name nur einmal vergeben werden kann.¹⁰² Die Exklusivität entsteht aufgrund technischer Hintergründe und beruht nicht auf einem rechtlichen Konstrukt.

Es besteht kein echtes Eigentum am Domain-Namen, da jedoch auch obligatorische Rechte von der Eigentumsgarantie gemäss Art. 26 BV erfasst sind, ist der vertragliche Anspruch ebenfalls erfasst.¹⁰³ Ein Domain-Name kann Gegenstand von Kaufverträgen oder Lizenzverträgen sein, mit der Ausnahme, dass es bei der Übertragung der Zustimmung von SWITCH bedarf.¹⁰⁴ Diese wird jedoch grundsätzlich erteilt, wenn die Registrierungsvoraussetzungen gegeben sind.¹⁰⁵ Domain-Namen werden seit der neuen AGB Revision vom März 2003 formell nicht mehr übertragen, sondern auf den neuen Halter

⁹⁶ Art. 3 lit. f FMG.

⁹⁷ Art. 28 Abs. 2 FMG.

⁹⁸ BGE 131 II 162 E. 2.2 (wellness-fuehrer.ch); WEBER E-Commerce S. 127; ähnlich auch BETTINGER, JOLLER CH32; CH39; BERANEK Vortrag F 15.

⁹⁹ Art. 112 OR; vgl. SWITCH Partnervertrag Ziff. 5.1.

¹⁰⁰ Vgl. FRICK S. 26; WEBER E-Commerce S. 127.

¹⁰¹ BURI S. 352.

¹⁰² Vgl. FRICK S. 25f.; WEBER E-Commerce S. 128 ; ähnlich auch BERANEK Vortrag F 15.

¹⁰³ Vgl. FRICK S. 26.

¹⁰⁴ TAV Ziff. 5.1 Abs. 1; vgl. FRICK S. 26.

¹⁰⁵ Vgl. Registrar Alliance Stellungnahme S. 28.

neu registriert unter gleichzeitiger Löschung des bisherigen Domain-Inhabers.¹⁰⁶ Ein Domain-Name gehört nicht zu den Kennzeichnungsrechten, er kann nicht Gegenstand absoluter, subjektiver Rechte sein. Jedoch kann das Recht indirekt beispielsweise über das Marken- oder Firmenrecht von der Nutzung durch Dritte geschützt werden.¹⁰⁷ Ein Domain-Name kann als Kennzeichen dienen und ist somit in der Wirkung ähnlich wie eine Marke, ein Name oder eine Firma.¹⁰⁸ Ein Domain-Name (z.B. www.phantasiename.ch) kann des Weiteren, sofern er die Voraussetzungen erfüllt, auch als Marke im Markenregister eingetragen werden.

In Deutschland erwirbt man gegenüber DENIC eine eigentumsfähige Position, welche so zugewiesen ist, wie das Eigentum an einer Sache. Am Domain-Namen bestehe aber weder Eigentum, noch ein anderes absolutes Recht.¹⁰⁹ Wenn die Voraussetzungen nach Deutschem Recht erfüllt sind, kann ein Domain-Name auch dort ins Markenregister eingetragen werden.¹¹⁰

4.2 Rechtliche Grundlagen

Das Fernmeldegesetz (FMG) stützt sich auf Art. 92 der Bundesverfassung.¹¹¹ Das FMG ist seit April 1997 in Kraft. Am 2. Februar 2001 vertrat ein Vertreter des BAKOMs die Ansicht, dass die Vergabe von Domain-Namen seit dem April 1997 durch das BAKOM wahrzunehmen sei.¹¹²

Art. 92 BV räumt dem Bund eine umfassende Kompetenz im Post- und Fernmeldewesen ein.¹¹³ Die Grundversorgung, welche in Art. 92 Abs. 2 BV angesprochen wird, umfasst auch das zentrale Festlegen von Kennungen in Fernmeldenetzen.¹¹⁴ Gemäss Fernmeldegesetz möchte der Bund der Bevölkerung vielfältige, preiswerte und qualitativ hochstehende Fernmeldedienste anbieten. Das BAKOM soll dabei auch Adressierungselemente verwalten.¹¹⁵

Das Fernmeldegesetz regelt diese in Art. 28 bis 30. Dazu zählen die Domain-Namen.¹¹⁶ Die Kompetenz über die Vergabe von Domain-Namen leitet sich aus Art. 28 FMG ab.

¹⁰⁶ BETTINGER, JOLLER CH240.

¹⁰⁷ THOUVENIN/NOTH, MSchG Einleitung, N 95.

¹⁰⁸ BGE 126 III 239 E. 2b (berneroberland.ch); BGE 128 III 353 E. 3 (montana.ch); Bestätigt auch in BGer vom 21. Januar 2005, 4C.376/2004, sic! 2005 (maggi.com); BETTINGER, JOLLER CH3f.; WEBER E-Commerce S. 143.

¹⁰⁹ BRÖCHER S. 27; EGMR, Urteil vom 18.09.2007, 25379/04.

¹¹⁰ TRAUERNICHT S. 110.

¹¹¹ BAKOM Erläuterungsbericht S. 12; ähnlich auch BETTINGER, JOLLER CH 29f.

¹¹² SCHNEIDER S. 15.

¹¹³ BURKERT HERBERT, St. Galler Kommentar zu Art. 92 BV, N 2.

¹¹⁴ BURKERT HERBERT, St. Galler Kommentar zu Art. 92 BV, N 3.

¹¹⁵ Vgl. Art. 3 lit. f und Art. 28 FMG.

¹¹⁶ BGE 131 II 162 E. 2 (wellness-fuehrer.ch).

Die Adressierungselemente selbst werden in der Verordnung über die Adressierungselemente im Fernmeldebereich (AEFV) geregelt. In dieser Verordnung hat der Bundesrat in Art. 14 bis 14i AEFV auch die der Domain ".ch" untergeordneten Domain-Namen geregelt.

Aufbauend auf die Verordnung über die Adressierungselemente im Fernmeldebereich (AEFV), hat das BAKOM mit SWITCH einen verwaltungsrechtlichen Vertrag abgeschlossen.¹¹⁷ SWITCH übt eine öffentliche Aufgabe aus und ist somit an die Grundrechte gebunden.¹¹⁸ Die Registry unterliegt der Aufsicht des BAKOM.¹¹⁹ So muss SWITCH beispielsweise auch die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und die Preise, dem BAKOM unterbreiten.¹²⁰ Die Registry muss mindestens alle 18 Monate überprüfen, ob die Preise den Berechnungskriterien¹²¹ entsprechen und das Resultat dem BAKOM mitteilen.¹²² Für die Preise muss SWITCH weiter Art. 14c^{ter} AEFV (Verwendung von Überschüssen) sowie Art. 14c^{quater} (Grosshandelsangebot) berücksichtigen.

SWITCH und das BAKOM haben gemeinsam die „Technischen und administrativen Vorschriften“ (TAV) ausgearbeitet.¹²³ Die TAV regeln die Rechte und Pflichten von SWITCH und enthalten verschiedene technische Regelungen.¹²⁴ Zusätzlich gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von SWITCH, die ebenfalls vom BAKOM zu genehmigen sind. Diese weisen viele Inhalte auf, welche auch in den TAV geregelt sind. Dies mit dem Hintergrund, dass diverse Regelungen auch im Verhältnis von SWITCH zu den Domain-Inhabern Geltung erhalten sollen.¹²⁵ Die Verträge zwischen den Kunden und SWITCH sind privatrechtlicher Natur, was sich sinngemäss aus Art. 14b Abs. 5 AEFV ergibt.¹²⁶

Nach Art. 14b Abs. 5 AEFV unterstellt SWITCH (vorbehaltlich Abweichungen im IPRG und im LugÜ) Streitigkeiten im Zusammenhang mit der Verwaltung und Zuteilung von bei ihr registrierten Domain-Namen dem schweizerischen Recht und der schweizerischen Gerichtsbarkeit.¹²⁷ Der definitive Entscheid über das bessere Recht an einem Domain-Namen ist gemäss Art. 14g AEFV ausschliesslich Sache der Zivilgerichte.¹²⁸ Ist die Konsequenz aus einem gerichtlichen Entscheid, dass ein Domain-Name übertragen werden

¹¹⁷ BGE 131 II 162 E. 2.1 (wellness-fuehrer.ch); Art. 14a AEFV.

¹¹⁸ BGE 138 I 289 E. 2.3; vgl. Art. 35 Abs. 2 BV.

¹¹⁹ Vgl. Art. 58 ff. FMG & Art. 13i ff. AEFV; VON BÜREN/MARBACH/DUCREY N 820.

¹²⁰ Vgl. TAV Ziff. 3.3.

¹²¹ Statuiert in Art. 14c^{bis} Abs. 1 & 2 AEFV.

¹²² Art. 14c^{bis} Abs. 3 AEFV.

¹²³ BURI S. 350; WEBER E-Commerce S. 125; ähnlich auch EGGIMANN Vortrag; vgl. SURY S.138; Art. 13m Abs. 2 TAV

¹²⁴ WEBER E-Commerce S. 125f.

¹²⁵ Vgl. WEBER E-Commerce S. 126; zum Ganzen auch BURI S. 345f.

¹²⁶ BGE 131 II 162 E. 2.2 (wellness-fuehrer.ch); ähnlich auch WEBER E-Commerce S. 125.

¹²⁷ BGE 131 II 162 E. 2.1 (wellness-fuehrer.ch).

¹²⁸ VON BÜREN/MARBACH/DUCREY N 822.

muss, besteht diesbezüglich ein Übertragungsanspruch.¹²⁹ Vorgelagert ist für .ch und .li Domains das vertraglich vereinbarte, einfache und rasche Streitbeilegungsverfahren von SWITCH.¹³⁰ Die Verpflichtung dazu, muss in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von SWITCH enthalten sein.¹³¹

Nach Art. 14d AEFV schliesst die Registry mit der Dachorganisation (ICANN) für die Verwaltung der Domain-Namen einen Vertrag ab, der vor Unterzeichnung vom BAKOM zu genehmigen ist. Die Registry teilt die Domain-Namen nach der Reihenfolge der eingegangenen Gesuche zu, nach dem sogenannten „first come first serve“ Prinzip.¹³²

Für ccTLD und gTLD werden zwischen dem jeweiligen Betreiber und ICANN privatrechtliche Verträge abgeschlossen. Bezüglich .ch gilt mit ICANN die ccTLD Constituency nur informell und die Schweiz hat damit einen flexiblen Rahmen. Die Domain .swiss als gTLD fällt jedoch vollständig unter das Registry Agreement der Internet Corporation for Assigned Names and Numbers von ICANN.¹³³

4.2.1 ICANN Registry Agreement

Erhält ein Bewerber den Zuschlag für eine neue gTLD wie .swiss muss er als zukünftiger Registry Betreiber mit ICANN ein Registry Agreement abschliessen.¹³⁴ Die Verträge beinhalten umfangreiche technische, finanzielle und administrative Auflagen im Hinblick auf die Leistungen, welche ein Registry erbringen muss.

4.2.2 ICANN Registrar Agreement (RAA)

Wie oben ausgeführt, muss wer eine Second-Level-Domain unter einer Top-Level-Domain vergeben möchte, mit ICANN ein Registrar Agreement (RAA) abschliessen.¹³⁵ Es müssen dabei beispielsweise die entsprechenden Anforderungen bezüglich technische und finanzielle Stabilität erfüllt werden. Es wird unter anderem festgehalten, wie die Handhabung der Zone-Files und die Sicherung der Daten erfolgen soll. Ebenfalls muss der Bewerber ein Streitbeilegungsdienst erstellen und betreiben.¹³⁶ Dieser wird im folgenden Kapitel genauer betrachtet.

4.2.3 Streitbeilegung und Rechtsschutz bezüglich neuer gTLD für Rechtsinhaber

Inhaber von Marken und anderen Rechten müssen sich überlegen, wie sie sich gegen Missbrauch ihrer Marken und Rechte schützen können, damit beispielsweise niemand, der

¹²⁹ 4C.9/2002 Urteil vom 23. Juli 2002 E. 8 (www.luzern.ch); VON BÜREN/MARBACH/DUCREY N 965.

¹³⁰ SWITCH Streitbeilegung; Ziff. 7 TAV.

¹³¹ Vgl. Ziff. 7 TAV.

¹³² BGE 131 II 162 E. 2.1(wellness-fuehrer.ch); Art. 14f AEFV.

¹³³ STEIER, NZZ Online; ähnlich auch BAKOM Erläuterungsbericht S. 35.

¹³⁴ SCHMID S. 3; ähnlich BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 98.

¹³⁵ Zum ganzen KUMAR S. 26; vgl. HOTZ N 16; SCHMID S. 3.

¹³⁶ Vgl. ICANN RAA Ziff. 3 (aktuellste Version 2013); BETTINGER, BETTINGER Teil 1 N 100.

nicht berechtigt ist, nike.sport registriert.¹³⁷ Es bestehen verschiedene Rechtsschutzmechanismen, welche im Folgenden kurz erläutert werden. Alle Betreiber einer neuen Registry (wie beispielsweise .swiss) sind verpflichtet, eine mindestens dreissig-tägige „Sunrise-Period“ für Inhaber von Marken durchzuführen. Während dieser Zeit können Markeninhaber ihre Second-Level-Domains vorab reservieren. Zudem können Markeninhaber ihre Marken in das neu eingeführte Trademark Clearinghouse (TMCH) eintragen lassen. Man wollte dadurch die Rechte von Markeninhabern besser schützen.¹³⁸ Dort können jedoch nur Marken eingetragen werden, welche bereits registriert sind. Alle Marken, welche im TMCH eingetragen sind, müssen vom Registry Betreiber informiert werden, wenn ein Dritter, die von ihnen eingetragene Marke, registrieren möchte. Diese Informationspflicht besteht jedoch nur, wenn die Marke 1:1 eingetragen wird. Wird beispielsweise ricolaa.swiss oder nikel.sports eingetragen, besteht keine Meldepflicht. Die bisherige Uniform Domain-Name Dispute-Resolution (UDRP) bleibt auch bei den neuen gTLD anwendbar.¹³⁹ Alle Registrare müssen sich vertraglich dazu verpflichten, dieser zu folgen.¹⁴⁰ Die UDRP beinhaltet ein aussergerichtliches Schlichtungsverfahren für Domain-Streitigkeiten, welches rasch und kostengünstig ablaufen soll. Jedoch ist es allen Beteiligten möglich, sich vor oder während des Verfahrens an eine zuständige staatliche Stelle zu wenden.¹⁴¹

4.2.4 Sunrise-Period und Rechtsschutz bei ungenügendem Bezug zur Schweiz

Die Autorin begrüsst grundsätzlich eine Sunrise-Period für geschützte Marken. Bei Sunrise-Domains besteht bisher jedoch eine eher tiefe Nachfrage.¹⁴²

Die Sunrise-Period ist eine gute Möglichkeit für Markeninhaber, ihre Rechte besser zu schützen. Dabei darf jedoch nicht vergessen werden, dass auch diese umgangen werden können. So nützte ein US-Anwalt das System aus, indem er Marken in der Schweiz für die Kategorie Kugelschreiber mit den Namen „cloud“ (Registernummer 632530), „direct“ (Registernummer 638127) sowie „social“ (Registernummer 632529) eintragen liess.¹⁴³ Da eine Marke auch effektiv benutzt werden muss, liess er Kugelschreiber herstellen, auf welchen die entsprechenden Namen abgedruckt waren. Diese Kugelschreiber verkaufte er auf einer Website. So sicherte er sich höchst begehrte Domain-Namen schon in der Sunrise-Period.¹⁴⁴

¹³⁷ Vgl. SCHMID S. 3.

¹³⁸ Vgl. ICANN Trademark.

¹³⁹ Zum Ganzen vgl. SCHMID S. 4.

¹⁴⁰ ICANN UDRP.

¹⁴¹ SCHWEIZER S. 972; ähnlich SCHMID S. 4.

¹⁴² Vgl. HITZELBERGER US-Anwalt.

¹⁴³ Vgl. dazu <https://www.swissreg.ch>.

¹⁴⁴ Vgl. HITZELBERGER US-Anwalt.

Damit ist die Sunrise-Period auch kein Garant dafür, dass es keine Konflikte unter verschiedenen Rechteinhabern gibt. Zu verweisen ist auf das Beispiel aus den Interviews mit dem Advokaturbüro Cottinelli und dem Weinhaus Cottinelli. Wenn beide Marken registriert sind, gibt es keine Hierarchie oder Priorisierung.¹⁴⁵ Auch beim Advokaturbüro Cottinelli und dem Weinhaus Cottinelli könnte es zu einem Streit unter den Markeninhabern kommen, sofern das Advokaturbüro ebenfalls eine Marke eintragen lassen würde.¹⁴⁶ Das Weinhaus hat heute eine eingetragene Marke (Nr. 33 für Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere), womit das Advokaturbüro Cottinelli noch eine Marke beantragen könnte. Es müsste dann nach Art. 60 E-VID vorgegangen werden.

Letztlich gilt für den gesamten Bereich der Registrierungen, dass unabhängig davon, wie hoch die Anforderungen angesetzt werden, immer damit gerechnet werden muss, dass es Missbrauch geben kann und wird. Sei dies durch Schlupflöcher wie im Falle des US-Anwalts oder durch andere Vorgehensweisen. Schliesslich ist es auch mit dem grössten Polizeiapparat nicht möglich, jedes Delikt zu verhindern.

Auf die Frage, wie der Rechtsschutz aussieht, wenn der genügende Bezug zur Schweiz noch strittig ist, liefert die E-VID eine Antwort. Erfüllt man die Voraussetzungen gemäss den Vorgaben des BAKOMs nicht, kann man über die Nichtzuteilung eine Verfügung verlangen und diese anfechten.¹⁴⁷

4.2.5 Rechtliche Situation in anderen Ländern

In Spanien, Finnland und Griechenland haben die Regierungen volle Kontrolle über die ccTLDs, womit ein zentraler Ansatz gewählt wurde.

Einen anderen Weg haben Frankreich, Österreich, Irland, Norwegen, Singapur und China gewählt. In diesen Ländern existieren Verträge mit einer Unternehmung der Regierung, um die ccTLD zu verwalten.

In Deutschland, Dänemark und Grossbritannien nimmt die Regierung in der Verwaltung der jeweiligen ccTLD keine formelle Rolle ein.¹⁴⁸ Bei den genannten Ländern spricht man auch von einer Teil- oder Vollprivatisierung.¹⁴⁹

Einige Länder sehen in ihren ccTLD eine Komponente ihrer Souveränität oder eine Art Landesmarke. Ebenfalls wird die ccTLD als eine nationale Plattform für Wirtschaftswachstum

¹⁴⁵ HERREN/LEUENBERGER (IGE) Interview Frage 9.

¹⁴⁶ Siehe dazu mehrfach in den Interviews.

¹⁴⁷ BONDALLAZ/SIGNER Interview (BAKOM) Frage 18; vgl. dazu auch Abschnitt 4 Art. 28-30 E-VID; Bezüglich Verfügung Art. 30 Abs. 4 lit. a E-VID.

¹⁴⁸ Zum Ganzen NG S. 26.

¹⁴⁹ Vgl. Registrar Alliance Stellungnahme S. 6.

gesehen. Wie diese Domains in den jeweiligen Ländern betrachtet werden, beeinflusst die Art und Weise, wie ein System reguliert wird.¹⁵⁰

Wie bereits ausgeführt, ist .swiss keine ccTLD sondern eine gTLD, welche aufgrund ihrer Bezeichnung einen Bezug zur Schweiz herstellen könnte.

4.2.6 Rechtliche Situation in Zukunft

In Zukunft sollen Domain-Namen als Adressierungselemente nicht mehr in der AEFV sondern in der E-VID geregelt werden.¹⁵¹ Dies gilt sowohl für die Domain .swiss als auch für die Domain .ch. Im Zeitpunkt der Abgabe dieser Arbeit ist die neue Verordnung noch nicht in Kraft.

Wie oben ausgeführt, hat SWITCH bisher sowohl die Funktion der Registry als auch des Registrars wahrgenommen. Die E-VID sieht neu eine Trennung dieser beiden Funktionen vor. Diese Änderung wird weitgehend begrüsst und basiert auch auf dem Modell, welches sich international durchgesetzt hat.¹⁵² Dieser Aspekt der E-VID wird daher nicht weiter behandelt.

Einer der Hauptänderungen durch die zukünftige rechtliche Regelung ist des Weiteren, dass zum aktuellen Zeitpunkt ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht vorgesehen ist.¹⁵³ Diese Regelung würde sich stark von der bisherigen (Recht aus privatrechtlichem Vertrag gegenüber SWITCH) unterscheiden. Nachfolgend wird dieser Aspekt genauer betrachtet und dazu werden auch die Standpunkte in den verschiedenen Stellungnahmen zur E-VID analysiert.

Im Gegensatz zu .ch wird .swiss nicht nach dem „first come first serve“ Prinzip vergeben. .swiss ist eine sponsored gTLD. Wie im Kapitel „Bedingungen von .swiss“ erwähnt, müssen verschiedene „Swissness-Kriterien“ erfüllt werden, um eine .swiss Domain zu erhalten

Wesentlich für eine rechtliche Diskussion ist auch, ob und welche Erfolgsaussichten die Domain .swiss hat. Daraus kann abgeleitet werden, welche Regelungstiefe sich für diese Domain rechtfertigt. Dieser Themenbereich wird im Kapitel „Erfolgsaussichten von .swiss“ genau betrachtet.

¹⁵⁰ NG S. 26.

¹⁵¹ BAKOM Revision FMG S. 16.

¹⁵² Vgl. Registrar Alliance Staat; Universität Zürich Stellungnahme S. 2; cyon Stellungnahme S. 2; Swisscom Stellungnahme S. 16.

¹⁵³ BAKOM Erläuterungsbericht S. 11 & 29f.

5 Herausforderungen der E-VID

In diesem Kapitel werden Herausforderungen der E-VID beschrieben und wie sich mögliche Probleme auf die Praxis auswirken könnten. Im Anschluss werden im Kapitel „Empfehlungen“ Lösungsvorschläge dazu erarbeitet. Die genannten Herausforderungen in diesem Kapitel basieren auf eigenen Erkenntnissen aus der vorangehenden Recherche, aus den zahlreichen Stellungnahmen, welche beim BAKOM eingegangen sind sowie den durchgeführten Interviews.

Zuerst wird dabei die häufig kritisierte Kompetenzattraktion beim BAKOM betrachtet, gefolgt von der ebenfalls zahlreich genannten öffentlich-rechtlichen Nutzungsrechtsproblematik.¹⁵⁴ Dabei werden die Stellungnahmen zusammengefasst, um anschliessend eine Abwägung zu machen, ob eine dieser Aufgaben dem öffentlichen oder dem privaten Recht zuzuordnen ist.

Danach wird eruiert ob eine genügende gesetzliche Grundlage für ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht vorhanden ist.

Im Anschluss daran werden die generellen Bedingungen, welche an einen Nutzer einer .swiss Domain gestellt werden, beschrieben. Darauf aufbauend wird erläutert, was Swissness-Kriterien bedeuten, respektive in diesem Zusammenhang bedeuten könnten. Dabei wird auch aufgezeigt, welche konkreten Probleme sich daraus für die Praxis ergeben könnten.

Dieses Kapitel schliesst mit der Beurteilung der Erfolgsaussichten der .swiss Domain.

5.1 Kompetenzattraktion beim BAKOM

Es ist vorgesehen, dass das BAKOM (der Bund) die Domain .swiss betreibt.¹⁵⁵

*„Die Domain weist die folgenden Eigenschaften auf:
a. sie wird vom Bund betrieben;“¹⁵⁶*

In den Stellungnahmen wird aktuell die vorgesehene Kompetenzattraktion beim BAKOM von verschiedenen Seiten kritisiert.¹⁵⁷ So führt Swisscom in seiner Stellungnahme aus, dass es eine Kompetenzattraktion beim BAKOM gebe, obwohl diese Funktion ebenso gut durch Private (wie beispielsweise SWITCH) wahrgenommen werden könnte.¹⁵⁸ Die vorgesehene Lösung führe zu einer teuren und unnötigen Bürokratie. Es reiche, wenn das BAKOM sich

¹⁵⁴ Universität Zürich Stellungnahme S. 2; Kanton Zug Stellungnahme S. 2; Swisscom Stellungnahme S. 15; BERANEK Interview Fragen 1 & 18; Registrar Alliance Stellungnahme S. 7; und viele weitere.

¹⁵⁵ Vgl. dazu auch „Abbildung 2 Geplante rechtliche Situation in Zukunft“ auf S. 25.

¹⁵⁶ Art. 51 lit. a E-VID.

¹⁵⁷ Swisscom Stellungnahme S. 13; Universität Zürich Stellungnahme S. 1; Registrar Alliance Stellungnahme S. 7f.

¹⁵⁸ Swisscom Stellungnahme S. 13.

als Fall-Back-Registry zur Verfügung stelle, für den Fall, dass niemand im Markt bereit sei, diese Funktion zu übernehmen.¹⁵⁹ Die Kompetenzattraktion (teilweise Kompetenzkumulierung genannt) wird auch von asut kritisiert. Die Gefahr von Interessenskonflikten wird ebenfalls erwähnt. Asut vertritt die Meinung, das BAKOM solle sich auf die Funktion der Aufsichtsbehörde und des Ausführungsgesetzgebers beschränken.¹⁶⁰ Auch erachtet asut die bestehenden Rechtsmittel als ausreichend und ist sogar der Meinung, dass die neu geschaffenen Rechtsmittel in Art. 30 und 34 E-VID keine Existenzberechtigung hätten und das bisherige Rechtssystem sich bewährt habe.¹⁶¹

Andere führen aus, dass es befremdend erscheine, dass der Regulator bei .swiss eine Dreifachrolle einnehme, als Regulator, als Betreiber der Domain .swiss sowie allenfalls noch als Registrar.¹⁶² Auch wird die Meinung vertreten, dass diese Aufgabe weiterhin vollumfänglich ausgelagert werden kann, und dass das vorgesehene Modell die Gefahr von Überregulierung beinhalte.¹⁶³ Sehr klar drückt sich die Universität Zürich in ihrer Stellungnahme aus. Sie sagt, dass das BAKOM sich in der Vorbereitung der neuen Rechtsgrundlagen selber mehr Aufgaben und Funktionen zuordnen wolle, was den Erkenntnissen der allgemeinen Regulierungstheorie entspreche. Ordnungspolitisch müsse man sich aber in einer liberalen Wirtschaftsordnung fragen, welche Funktionen zwingend durch den Staat zu erbringen seien und welche eben auch durch Private wahrgenommen werden könnten. Die bisherige Lösung sei angemessen gewesen.¹⁶⁴ Die vorgesehene Kompetenzattraktion von Funktionen beim BAKOM beinhalte zudem das Risiko von Interessenkonflikten.¹⁶⁵

Auf die Frage, was die Hauptgründe für den Betrieb der Registry seien, antworteten Bondallaz/Signer, dass das BAKOM verantwortlich für .swiss sei, jedoch nicht plane, selbst die Registry zu betreiben. Art. 51. lit. a E-VID solle bedeuten, dass die Domain dem Bund gehört und nicht, dass er selbst als Registry auftrete. Der technische und operationelle Betrieb einer Registry gehöre nicht zu den Kernaufgaben des BAKOM.¹⁶⁶

Abwägung

Stellt man diese beiden Punkte einander gegenüber, wird deutlich, dass noch Klärungsbedarf besteht, welche Funktionen das BAKOM genau übernimmt und welche an Dritte vergeben werden.

¹⁵⁹ Swisscom Stellungnahme S. 14.

¹⁶⁰ Vgl. asut Stellungnahme S. 4.

¹⁶¹ Vgl. asut Stellungnahme S. 5f.

¹⁶² Registrar Alliance Stellungnahme S. 7.

¹⁶³ Vgl. Infomaniak Stellungnahme S. 1; Registrar Alliance Stellungnahme S. 7f.

¹⁶⁴ Vgl. Universität Zürich Stellungnahme S. 1.

¹⁶⁵ Universität Zürich Stellungnahme S. 2.

¹⁶⁶ BONDALLAZ/SIGNER Interview (BAKOM) Frage 2.

Aus welchen Gründen jedoch eine grundsätzlich neue Regelung bei .swiss vorgesehen ist, ist aus Sicht der Autorin nicht nachvollziehbar. Es ist nicht erkennbar, warum von der bisher gut funktionierenden Lösung abgewichen werden soll.

Eine Übertragung des Registrierungssystems auf den staatlichen Bereich führt ausserdem zu keiner Entschärfung von Domainstreitigkeiten.¹⁶⁷ Die Autorin ist daher der Ansicht, dass zur Vermeidung von Interessenkonflikten vielmehr die Funktionen des Registry Verantwortlichen von denjenigen der Überwachung der Registrare zu trennen wären.

Die Thematik des Nutzungsrechts geht in eine ähnliche Richtung, wird jedoch ausführlich im nächsten Kapitel behandelt.

5.2 Geplantes Nutzungsrecht (Art. 31 E-VID)

Wenn man sich generell einen rechtlichen Rahmen für Internetbereiche erstellen möchte, muss man sich im Klaren sein, welches Model an Regulationen man implementieren will. Mögliche Optionen könnten „keine Regulierung“, „Regierungsregulationen“, „internationale Übereinkommen“ oder „Selbstregulationen“ sein.¹⁶⁸ Die Befragung verschiedener Experten hat ergeben, dass die E-VID noch zahlreiche Herausforderungen beinhaltet und dass viele Punkte noch unklar sind.¹⁶⁹ Die Einordnung der Domain in einen rechtlichen Rahmen zieht gravierende rechtliche Folgen in allen Bereichen mit sich.¹⁷⁰ Deshalb wird hier das vorgesehene öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht näher betrachtet.

Die geplante Regelung gemäss E-VID ist wie folgt (Abbildung 2 Geplante rechtliche Situation in Zukunft).

¹⁶⁷ EBERWEIN S. 35.

¹⁶⁸ WEBER/WEBER S. 23.

¹⁶⁹ So beispielsweise klar in: Universität Zürich Stellungnahme S. 1; Interview BERANEK Fragen 1 & 18; BONDALLAZ/SIGNER Interview (BAKOM) Frage 15.

¹⁷⁰ TRAUERNICHT S. 101.

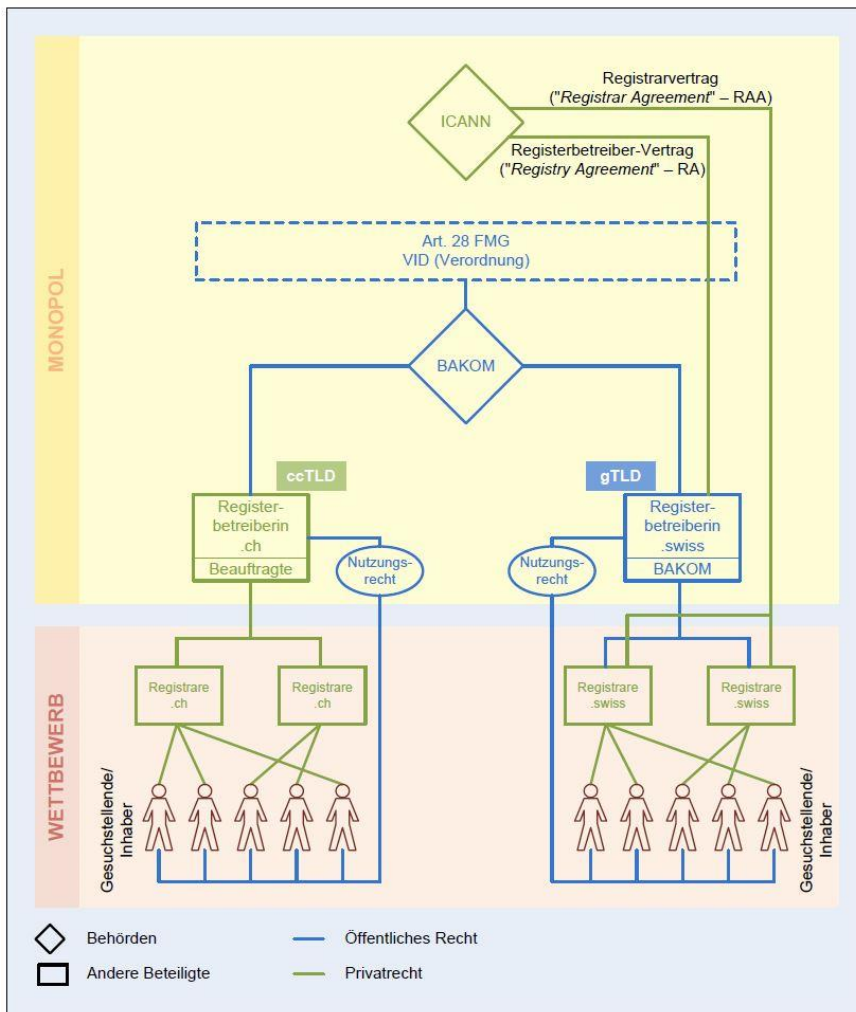


Abbildung 2 Geplante rechtliche Situation in Zukunft

Quelle: BAKOM Erläuterungsbericht S. 45

Zu sehen ist in dieser Abbildung, dass sowohl für die gTLD .swiss als auch für die ccTLD .ch neu ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht vorgesehen ist. Im Kapitel „Was ist ein Domain-Name rechtlich?“ wurde ausgeführt, dass es sich heute, sowohl nach der herrschenden Lehre als auch gemäss den Erwägungen des Bundesgerichts, um ein Recht aus Vertrag zwischen SWITCH und dem Domain-Inhaber handelt.

Viele Stellungnahmen äussern sich nicht bezüglich des vorgesehenen Nutzungsrechts. Insbesondere in kurzen Stellungnahmen, welche nicht von Fachverbänden sind, findet sich diesbezüglich nichts. Jedoch findet man in anderen Stellungnahmen deutlich negative Ausführungen. Dieses geplante öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht ist hoch umstritten.¹⁷¹ In den Stellungnahmen wird häufig genannt, dass es unverständlich sei, warum die bisher gut funktionierende privatrechtliche Lösung plötzlich öffentlich-rechtlich sein solle und somit dem

¹⁷¹ Registrar Alliance Stellungnahme S. 7; Universität Zürich Stellungnahme S. 2; Kanton Zug Stellungnahme S. 2; Swisscom Stellungnahme S. 15.

Verwaltungsrecht zugewiesen werde.¹⁷² Beim BAKOM hätte man zu wenig bedacht, dass durch die neue Regelung Beschwerden entweder den Zivilgerichten oder dem Bundesverwaltungsgericht zuzuordnen seien und diese Parallelität nicht überzeuge. So sei es auch materiell nicht nötig, eine öffentlich-rechtliche Beziehung zu begründen. Zudem würde ein weitgehendes Abstellen auf das bisherige Privatrecht mit staatlicher Überwachung zu einer wesentlichen Verschlankung der E-VID beitragen.¹⁷³

Kritisiert wird unter anderem auch, dass für ein ausschliessliches Nutzungsrecht (welches wie eine Konzession vergeben wird) ein Gesetz im formellen Sinn benötigt wird. Vorliegend möchte man jedoch das Nutzungsrecht auf Verordnungsstufe zusprechen, was nicht ausreichend sei.¹⁷⁴ Ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht verkompliziere zudem das System und die Übertragung. Die Handelbarkeit von Domain-Namen würde dadurch eingeschränkt. Zusätzlich habe keines der Nachbarländer ein vergleichbares System vorgesehen.¹⁷⁵ Ausserdem sei die Tätigkeit als Registry keine hoheitliche, wodurch den Domain-Namen-Inhabern auch keine Nutzungsrechte erteilt werden könnten. Zudem, würde man dem verwaltungsrechtlichen Ast folgen, würde man auch in den Bereich der wohlerworbenen Rechte kommen und müsste bei einem Widerruf eine materielle Entschädigung bezahlen. Ausserdem stelle der Widerruf dann einen Eingriff in die Grundrechte dar, wozu wiederum eine gesetzliche Grundlage benötigt und die Verordnungsstufe nicht ausreichen würde.¹⁷⁶ Letztlich wird bemängelt, dass nicht ersichtlich ist, warum man das System in der Schweiz so verkomplizieren möchte und die Nutzungsdauer von 1-10 Jahren sämtlicher Konzeption der Domain-Namen-Branche widerspreche.¹⁷⁷ In den Nachbarländern sei der Domain-Name eine Forderung aus einem Vertrag und die Übertragbarkeit eines Domain-Namens sei gegeben.¹⁷⁸

So haben auch die Interviewpartner das Nutzungsrecht kritisiert und beispielsweise ausgesagt, dass es *„absolut neu wäre, wenn man absolutes Recht auf Verordnungsstufe zusprechen könne“*. Vermutungsweise sei das Wort Nutzungsrecht vom BAKOM hier nur als Worthülse zu verstehen.¹⁷⁹

¹⁷² Kanton Zug Stellungnahme S. 2; Universität Zürich Stellungnahme S. 2; vgl. Interview BERANEK Frage 1.

¹⁷³ Universität Zürich Stellungnahme S. 2.

¹⁷⁴ BÄHLER Interview Frage 2; Registrar Alliance Stellungnahme S. 6f.; Infomaniak Stellungnahme S. 3.

¹⁷⁵ Registrar Alliance Stellungnahme S. 7.

¹⁷⁶ Vgl. Registrar Alliance Stellungnahme S. 13.

¹⁷⁷ Vgl. zum Ganzen Registrar Alliance Stellungnahme S. 28.

¹⁷⁸ Vgl. Interview BERANEK Frage 1.

¹⁷⁹ Zitat: Interview BÄHLER Frage 2.

5.2.1 Privatrechtliche oder öffentlich-rechtliche Aufgabe?

Die Schweiz hat eine liberale Wirtschaftsordnung. Es stellt sich dabei immer die Frage, welche Funktionen zwingend der Staat wahrnimmt und welche durch Private ausgeführt werden können.¹⁸⁰ Auch wenn in der Bundesverfassung eine entsprechende Kompetenz (Art. 92 BV) zur Abweichung von der Wirtschaftsfreiheit vorhanden ist¹⁸¹, kennt die Schweiz den Grundsatz der Wirtschaftsfreiheit und hat einen „Grundentscheid zugunsten einer freiheitlich-marktwirtschaftlichen Wirtschaftsordnung“ getroffen.¹⁸² Trotz der umfassenden Bundeskompetenz war der Domain-Name bis heute dem Privatrecht zugeordnet und systematisch korrekt auch dort geregelt. Dieses Konstrukt hat sehr gut funktioniert.

Bondallaz/Signer führen aus, dass es heute „dogmatisch nicht so klar ist“, weil Adressierungselemente öffentliches Gut seien. Man nennt die E-VID eine gute Gelegenheit, das jetzige System anzupassen.¹⁸³

Auch die Experten sind sich nicht einig, was das BAKOM mit dem öffentliche-rechtlichen Nutzungsrecht genau bezwecken möchte.¹⁸⁴ Einigkeit herrscht jedoch dahingehend, dass, wenn es ein öffentliche-rechtliches Nutzungsrecht sein soll, es dafür eine genügende gesetzliche Grundlage benötigt. Dies wird im nachfolgenden Kapitel „Genügende Gesetzliche Grundlage?“ behandelt.

Abwägung

Bezüglich des Standpunkts, dass keines unsere Nachbarländer ein ähnliches System wie das jetzige vorgesehen habe, ist festzuhalten, dass primär noch Unklarheiten darüber bestehen, welches System in der Schweiz nun effektiv vorgesehen ist.

In Frankreich begründet ein Domain-Name, bei tatsächlicher Nutzung, ein Geschäftskennzeichen. Ist somit ein Domain-Name schon länger eingetragen und als eine eingetragene Marke in effektivem Gebrauch, geniesst der Domain-Name gegenüber der jüngeren Marke oder Kennzeichen den Vorrang. Gegen die jüngere Marke oder ein anderes jüngeres Kennzeichen kann eine Unterlassungs- oder Löschungsklage geführt werden.¹⁸⁵ Wie oben ausgeführt, ist es in Deutschland eine eigentumsfähige Position, welche so zugewiesen wird wie Eigentum an einer Sache. Am Domain-Namen selbst besteht weder

¹⁸⁰ Ähnlicher Meinung Universität Zürich Stellungnahme S. 1; Art. 94 Abs. 1 & 4 BV.

¹⁸¹ Gemäss Art. 94 Abs. 4 BV notwendig.

¹⁸² VALLENDER, St. Galler Kommentar zu Art. 94 BV, N5; ähnlich auch BGE 116 Ia 240 E. 2d. „Grundentscheidung für ein System des freien Wettbewerbs“.

¹⁸³ BONDALLAZ/SIGNER (BAKOM) Interview Frage 11.

¹⁸⁴ JOLLER Interview Frage 2; BÄHLER Interview Frage 2; vgl. BERANEK Interview Frage 1.

¹⁸⁵ Vgl. BETTINGER, BRÜNING FR178-181.

Eigentum noch ein anderes absolutes Recht.¹⁸⁶ Weder in Deutschland noch im US-Recht existieren spezielle Gesetze für Domains.¹⁸⁷

Betrachtet man die Situation in den Niederlanden, gibt es dort zwei verschiedene Meinungen. Erstens begründet ein Domain-Name ein relatives Recht gegenüber dem Vertragspartner, somit gegen den niederländischen Registry SIDN. Demzufolge besteht also ein Recht, das nur gegenüber dem Vertragspartner der SIDN Rechte begründet. Die zweite vertretene Ansicht ist, dass ein Domain-Name ein „anderes Produkte des menschlichen Geistes“ und damit vergleichbar mit dem Urheberrecht ist. Daraus würde ein absolutes Recht entstehen, dass gegenüber jedermann wirkt.¹⁸⁸

Das Argument, dass etwas „dogmatisch nicht so klar ist“, weil Adressierungselemente unter anderem ein öffentliches Gut seien¹⁸⁹, ist kein Grund das ganze System umzustellen. Auch teilt die Autorin nicht die Meinung, dass es dogmatisch nicht klar wäre. So ist ein Nutzungsrecht nicht per se „öffentliches Recht“.¹⁹⁰ Auch ist der Wunsch nach einer direkten Einflussnahme für den Widerruf von Domain-Namen aus Sicht der Autorin kein Grund für eine derartige Anpassung. Es ist korrekt, dass die neue Verordnung „eine gute Gelegenheit“¹⁹¹ bietet das System anzupassen; jedoch sollte dies nur vollzogen werden, wenn eine entsprechende Notwendigkeit und ein Mehrwert bestehen. Diesen Mehrwert sieht die Autorin hier keinesfalls als gegeben. Es gäbe andere und effizientere Mittel, um das System bezüglich der gewünschten Kontrollmöglichkeiten anzupassen.¹⁹²

Durch die geplante Regelung entstehen hohe Kosten, da verschiedene Prozesse umgestaltet werden müssten. Zu denken ist hier beispielsweise an den Rechtsweg oder die Wertungsfrage unter den einzelnen Kennzeichnungsrechten.¹⁹³ Die Autorin ist ausserdem der klaren Überzeugung, dass diese Umgestaltung auch grosse technische Auswirkungen hätte, welche bisher beim BAKOM nicht bedacht wurden. Die technischen, äusserst komplexen Hintergründe des DNS gehören operativ nicht zu den Kernkompetenzen des BAKOMs und werden vermutlich unterschätzt.

Es ist daher aus Sicht der Autorin auch wirtschaftlich nicht sinnvoll, diese heute sehr gut funktionierende Regelung gänzlich abzuändern mit noch unklaren Folgen und

¹⁸⁶ BRÖCHER S. 27; EGMR, Urteil vom 18.09.2007, 25379/04.

¹⁸⁷ TRAUERNICHT S. 38.

¹⁸⁸ BETTINGER, VISSER et. al. NL143.

¹⁸⁹ Dazu BONDALLAZ/SIGNER (BAKOM) Interview Frage 10.

¹⁹⁰ BONDALLAZ/SIGNER (BAKOM) Interview Frage 10, sind der Meinung, dass ein Nutzungsrecht grundsätzlich öffentlicher Natur sei; gegenteilige Meinungen in BÄHLER Interview Frage 2; JOLLER Interview Frage 2.

¹⁹¹ BONDALLAZ/SIGNER (BAKOM) Interview Frage 11.

¹⁹² Dazu die Frage an BONDALLAZ/SIGNER (BAKOM) Interview Frage 12.

¹⁹³ Vgl. JOLLER Interview Frage 2.

entsprechenden Risiken. Die Rechtssicherheit würde bei dieser Ausgangslage ebenfalls leiden. Die bisherige privatrechtliche Lösung wird daher klar bevorzugt.

5.2.2 Genügende Gesetzliche Grundlage?

Unabhängig vom obigen Resultat, hat das BAKOM ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht vorgesehen. Es stellt sich somit die Frage, ob Art. 28 FMG eine genügende gesetzliche Grundlage liefert. Der Wortlaut von Art. 28 FMG lautet wie folgt:

„Art. 28 Verwaltung und Zuteilung

¹ Das Bundesamt verwaltet die Adressierungselemente unter Beachtung der internationalen Normen. Es ergreift die geeigneten Massnahmen zur Gewährleistung einer genügenden Anzahl von Nummerierungselementen und Kommunikationsparametern. Es kann den Inhaberinnen und Inhabern von Basiselementen das Recht gewähren, untergeordnete Adressierungselemente zuzuteilen.“

Es kann die Meinung vertreten werden, dass mit Art. 28 FMG eine genügende gesetzliche Grundlage für ein öffentliches Nutzungsrecht besteht.¹⁹⁴ So räumt Art. 92 BV dem Bund eine umfassende Bundeskompetenz ein. Zweifelsfrei wurden Domain-Namen gemäss aktueller Rechtsprechung den Adressierungselementen zugeordnet.¹⁹⁵ Aus Art. 28 FMG ergibt sich, dass das Bundesamt eine genügende Anzahl Nummerierungselemente gewährleisten muss, jedoch kein Anspruch auf eine exklusive Nutzung eines bestimmten Adressierungselementes durch einzelne Nutzer besteht.¹⁹⁶

Abwägung

Die Autorin gewann den Eindruck, dass man beim Verordnungsersteller darauf bedacht ist, dass Domain-Namen Adressierungselemente ähnlich wie die Telefonnummern zu regeln sind. Während Telefonnummern und IP-Adressen eher verglichen werden können, sind Telefonnummern und Domain-Namen nicht das Gleiche und somit auch nicht direkt miteinander vergleichbar. Im Gegensatz zur Verwaltung von Internet-Adressierungen wurde das Telefonsystem traditionell durch nationale Post- oder Telefonmonopole kontrolliert, dies selbst bei stark marktwirtschaftlich ausgerichteten Volkswirtschaften wie der USA oder Grossbritannien.¹⁹⁷ Seit der Telekommunikationsbereich aufgrund der grossen technologischen Entwicklung liberalisiert wurde, wurde auch der freie Wettbewerb in diesem Markt eingeführt. Das Adressierungssystem des Internets hat sich jedoch komplett anders

¹⁹⁴ BONDALLAZ/SIGNER Interview (BAKOM) Frage 9.

¹⁹⁵ BGE 131 II 162 E. 2 (wellness-fuehrer.ch).

¹⁹⁶ Art. 4a Abs. 1 AEFV; Urteil des Bundesgerichts vom 12. Dezember 2011 2C-587/2011 Touring Club Schweiz (TCS) gegen Mondial Assistance (Schweiz) AG.

¹⁹⁷ VOEGELI S. 40f.

entwickelt. Von Beginn an wurde der Adressraum von privaten, akademischen und gemeinnützigen Organisationen verwaltet. Es war schon damals für eine weltweite Anwendung konzipiert und es wurde international ein einheitlicher Adressraum anerkannt; dies ganz im Gegensatz zur Telefonie. So sind auch IP-Adressen im Grundsatz geografisch völlig unabhängig.¹⁹⁸ Das Internet als zentraler Wirtschaftsfaktor ist denn auch von Offenheit geprägt.¹⁹⁹

Die meisten Kunden identifizieren zudem eine Firma nicht mit einer Nummer, sondern mit dem viel leichter einprägsamen Namen. Ausserdem kann man Domain-Namen, wie im Falle der Kurznummer 140²⁰⁰, nicht mehreren Marktteilnehmern gleichzeitig zuordnen.²⁰¹ Zu den Domain-Namen können auch andere Rechte wie Marken oder Firmenrechte in direktem Bezug stehen.²⁰² Das FMG trat im Jahr 1998 in Kraft. Seit diesem Zeitpunkt ist das BAKOM der Auffassung, dass es gestützt auf Art. 28 FMG für die Vergabe von Domain-Namen zuständig sei.²⁰³ Domain-Namen waren jedoch schon vorher in Gebrauch und konnten auch schon vorher reserviert werden. Der Begriff Adressierungselemente wurde somit auf die Domain-Namen ausgeweitet.²⁰⁴

Aus diesen Gründen ist es für die Autorin falsch, beide Adressierungselemente als „gleiche Adressierungselemente“ anzusehen und beide im gleichen Stil regeln zu wollen, weil sie doch grundsätzlich andere Bedürfnisse und Gebiete abdecken. Dies auch dann, wenn beide formell den Adressierungselementen angehören.

Zudem sei darauf hingewiesen, dass in Art. 28 FMG lediglich von einem Recht und nicht einem öffentlich-rechtlichen Nutzungsrecht gesprochen wird. Bisher war dieses „Recht“, bundesgerichtlich bestätigt, klar dem Privatrecht zugeordnet.²⁰⁵ Es ist kein direkter Hinweis auf eine öffentlich-rechtliche Regelung zu entnehmen. Aus Sicht der Autorin müssten mindestens die Grundzüge der Zuteilung sowie der Widerruf im formellen Gesetz geregelt sein. Ansonsten ist keine genügende gesetzliche Grundlage für ein solches öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht vorhanden.

¹⁹⁸ Zum Ganzen VOEGELI S. 41.

¹⁹⁹ EBERWEIN S. 27.

²⁰⁰ Urteil des Bundesgerichts vom 12. Dezember 2011 2C-587/2011 Touring Club Schweiz (TCS) gegen Mondial Assistance (Schweiz) AG.

²⁰¹ Die Lösung von www.winterthur.ch wird für direkte Konkurrenten nicht als gangbare Lösung angesehen.

²⁰² Möglich wäre dies auch bei Telefonnummer, wie beispielsweise 1818 oder bekannten Nummernfolgen wie 4711, jedoch sind dies Ausnahmen.

²⁰³ BETTINGER, JOLLER CH29; bestätigt später in: BGE 131 II 162 E. 2 (wellness-fuehrer.ch).

²⁰⁴ Ähnlich dazu BETTINGER, JOLLER CH28 i.V.m. CH29.

²⁰⁵ BGE 131 II 162 E. 2.2 (wellness-fuehrer.ch).; WEBER E-Commerce S. 127; ähnlich auch BETTINGER, JOLLER CH32; CH39.

Die Autorin vertritt daher die Meinung, dass für ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht, wie hier vom BAKOM vorgesehen, Art. 28 FMG als gesetzliche Grundlage nicht ausreicht.²⁰⁶

5.3 Bedingungen von .swiss

Hier werden nun die Bedingungen von .swiss erläutert, welche der E-VID zu entnehmen sind. In Art. 51 E-VID sind folgende relevanten Merkmale (kumulative Erfüllung) genannt, wobei wichtige Teilaspekte hier durch die Markierung „fett“ hervorgehoben werden.

„Art. 51 Eigenschaften

Die Domain weist die folgenden Eigenschaften auf: [...]

*b. die Domain und die ihr untergeordneten Domain-Namen sollen **der schweizerischen Community, dem Image sowie den politischen, wirtschaftlichen, rechtlichen und kulturellen Interessen der Schweiz dienen und diese weltweit fördern**;*

*c. die untergeordneten Domain-Namen können **nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden**; [...]*

*e. die Politik der Zuteilung von Domain-Namen hat umsichtig und sorgsam, unter Berücksichtigung der **Interessen der schweizerischen Community** zu erfolgen; **sie kann eine stufenweise Öffnung** der zugeteilten Bezeichnungskategorien oder der Personen, die eine solche Zuteilung beantragen können, **vorsehen**;*

Zusätzlich werden in Art. 56 E-VID zahlreiche weitere Kriterien genannt. Sie konkretisieren die Anforderungen, welche in Art. 51 E-VID aufgeführt werden. Nachfolgend werden jedoch nicht alle im Detail betrachtet und behandelt. Auch die Kriterien in Art. 56 E-VID müssen kumulativ erfüllt sein.²⁰⁷ Wichtige Teilaspekte sind auch hier durch die Markierung „fett“ hervorgehoben.

„Art. 56 Sonderbestimmungen betreffend die Zuteilung

1 Ein Domain-Name wird zugeteilt, wenn die in Art. 28 vorgesehenen allgemeinen Voraussetzungen erfüllt sind, und wenn:

*a. die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller eine ausreichende Verbindung mit der Schweiz darlegen kann; dies ist insbesondere dann der Fall, wenn sich der **Sitz einer Gesellschaft und deren physischer Verwaltungssitz oder der Wohnsitz in der Schweiz befinden**, oder wenn die betreffende Person über die **Schweizer Staatsangehörigkeit** verfügt; [...]*

²⁰⁶ Ähnlich dazu JOLLER Interview Frage 4.

²⁰⁷ Vgl. Art. 56 E-VID.

d. die vorgesehene Nutzung Schweizer Recht entspricht; ein **Sitz und eine physische Verwaltung in der Schweiz sind unabdingbar, wenn der Domain-Name zum Anbieten von Waren, Leistungen oder eigene Werbung verwendet werden soll;**

e. die beantragte Bezeichnung berechtigterweise einen **objektiven Bezug zwischen der Gesuchstellerin oder dem Gesuchsteller und der vorgesehenen Nutzung des Domain-Namens aufweist;** dies ist insbesondere dann der Fall, wenn der Domain-Name:

1. sich **ableitet** von einer Bezeichnung, auf welche die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller einen Anspruch aus dem Immaterialgüterrecht hat; [...]

4. sich von einer Bezeichnung **ableitet**, an welcher die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller ein legitimes Interesse hat oder die von der Öffentlichkeit mit der Gesuchstellerin oder dem Gesuchsteller in Verbindung gebracht wird;“

Zusammengefasst sind die ausgewählten Kriterien aus der E-VID somit: die beantragende Person muss in der Schweiz ansässig sein, ihren Sitz (physischer Verwaltungssitz) bzw. Wohnsitz in der Schweiz haben oder die Schweizer Staatsangehörigkeit besitzen. Die beantragte Bezeichnung muss einen objektiven Bezug zur vorgesehenen Nutzung aufweisen und die Nutzung muss Schweizer Recht entsprechen. Mit der vorgesehenen Nutzung von Schweizer Recht (Art. 56 Abs. 1 lit. d E-VID) verpflichtet sich der Gesuchsteller, auch die geplante Nutzung bekannt zu geben.²⁰⁸ Ausserdem kann eine .swiss Domain erhalten, wer einen besonderen Bezug zur Schweiz hat. Dabei hat die Zuteilungspolitik nach den Interessen der Schweizer Community zu erfolgen.

Es stellt sich nun die Frage, was „besonderer Bezug zu Schweiz“ bedeutet. Laut Erläuterungsbericht möchte man bei .swiss an strikte „Swissness-Bedingungen“ anknüpfen.²⁰⁹ Gemäss Aussage des BAKOM ist heute noch nicht klar, was diese Kriterien bedeuten, dies werde die Praxis weisen müssen.²¹⁰ Das IGE geht davon aus, dass die Kriterien, welche gemäss Swissness-Vorlage gelten (beispielsweise 60% der Herstellungskosten in der Schweiz bei industriellen Gütern) auch für .swiss verwendet werden sollen.²¹¹ Bereits bei der .ch Domain erwog das BAKOM eine Überprüfung dieser Domain-Namen. Allerdings wurde eine solche Überprüfung als nicht praktikabel erachtet.²¹²

²⁰⁸ BAKOM Erläuterungsbericht S. 38.

²⁰⁹ BAKOM Erläuterungsbericht S. 36.

²¹⁰ BONDALLAZ/SIGNER (BAKOM) Interview Frage 15.

²¹¹ HERREN/LEUENBERGER (IGE) Interview Frage 3.

²¹² SCHNEIDER S. 16.

Bezüglich Überprüfung ist zu erwähnen, dass die Registry nur eine summarische Prüfung von Kennzeichnungsrechten Dritter vornehmen möchte. Privatrechtlich begründet Streitigkeiten werden explizit den Zivilgerichten zugewiesen.²¹³

5.4 Was bedeutet Swissness-Kriterien? (Art. 51 lit. c E-VID)

Ist eine .swiss Domain als Herkunftsangabe zu verstehen? Das IGE sagt dazu klar „ja“ und der Erläuterungsbericht lässt aufgrund des klaren Bezuges zu den Swissness-Kriterien ebenfalls darauf schliessen.²¹⁴ Somit müssten für .swiss Domains die gleichen Voraussetzungen gelten wie sie in den der aktuellen Fassung des Markenschutzgesetzes in den Artikeln 47-51 statuiert sind.

Der Erläuterungsbericht der E-VID sowie das IGE gehen davon aus, dass .swiss Domains an Swissness-Kriterien knüpfen sollen und auch Herkunftsangaben entsprechend berücksichtigen werden müssen.²¹⁵ Dies wiederum führt zur Frage, was Swissness und auch Swissness-Kriterien genau bedeuten.

Nachfolgend wird kurz darauf eingegangen, was unter Herkunftsangaben verstanden wird und was die Voraussetzungen diesbezüglich sind. Dabei wird auch anhand von Urteilen aufgezeigt, was unter täuschungsfreiem Gebrauch von Herkunftsangaben verstanden wird. Danach wird der Begriff Swissness eingehend erklärt.

Darauf aufbauend wird aufgezeigt, was ein Anknüpfen an die geplanten Voraussetzungen für die Praxis von .swiss bedeuten könnte. Ebenfalls wird auf Aspekte der Resultate bezüglich Swissness aus dem Fragebogen eingegangen.

5.4.1 Herkunftsangaben

Die geografischen Herkunftsangaben gehören nicht zum Kennzeichnungsrecht, sie sollen jedoch den täuschungsfreien Gebrauch von Herkunftsangaben bei Waren und Dienstleistungen bezwecken.²¹⁶ Herkunftsangaben sind direkte oder indirekte Hinweise auf den geografischen Ursprung von Waren oder Dienstleistungen, diese müssen bei massgeblichen Verkehrskreisen auch als solche Hinweise auf die geografische Herkunft verstanden werden.²¹⁷ Damit eine geografische Angabe als solche verstanden werden kann, muss nach der allgemeinen Lebenserfahrung beim Konsumenten die Vorstellung geweckt werden, das betreffende Erzeugnis stamme aus dem Land, auf das die Angabe hinweist.²¹⁸

²¹³ Art. 56 Abs. 2 lit. b E-VID.

²¹⁴ Vgl. BAKOM Erläuterungsbericht S. 36 & 38; HERREN/LEUENBERGER (IGE) Interview Frage 1.

²¹⁵ Vgl. BAKOM Erläuterungsbericht S. 36 & 38; HERREN/LEUENBERGER (IGE) Interview Fragen 3 & 4.

²¹⁶ THOUVENIN/NOTH, MSchG Einleitung, N 95; vgl. GLOOR S. 5.

²¹⁷ Vgl. GLOOR S. 4; HOLZER, MSchG Art. 47, N 1 & 2 & 17; BGE 132 III 770 E. 2.1 (Colorado); Art. 47 MSchG Abs. 1.

²¹⁸ BGE 135 III 416 E. 2.2 und 2.6 (Calvi).

Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichts ist eine Marke dann irreführend,²¹⁹ wenn sie geografische Angaben beinhaltet, anhand welcher der Käufer zur falschen Annahme verleitet wird, die Ware stamme aus dem Land oder dem Ort, auf welche die Bezeichnung hinweist.²²⁰

Zeichen, die von Verkehrskreisen hingegen nicht als Hinweis auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen verstanden werden, sind nicht als Herkunftsangaben im Sinne von Art. 47 Abs. 2 MSchG zu verstehen.²²¹ Irreführend ist eine Marke unter anderem dann, wenn sie eine geografische Angabe enthält, welche den Käufer zur Annahme verleitet, die Ware stamme aus der Gegend, auf welche die Angabe hinweisen, wenngleich dies in Wirklichkeit nicht zutreffend ist.²²² Keine Gefahr der Irreführung besteht, wenn die geografische Angabe erkennbar einen Fantasiecharakter hat.²²³

In Art. 48 MSchG wird bestimmt, nach welchen Kriterien die effektive geografische Herkunft von Waren zu ermitteln ist.²²⁴ Es sind grundsätzlich zwei alternative Anknüpfungspunkte möglich. Entweder der Herstellungsort der Ware oder der Ursprungsort der verwendeten Rohstoffen bzw. der Bestandteile.²²⁵ Es kann zusätzlich die Erfüllung weiterer Voraussetzungen gefordert werden, wenn diese ortsüblich sind oder vorgeschriebene Herstellungsgrundsätze und Qualitätsanforderungen darstellen.²²⁶ Wobei diese Kriterien im Einzelfall nach Massgabe des Einflusses auf die betreffende Ware zu bestimmen sind.²²⁷ Eine geografische Herkunftsangabe ist grundsätzlich zutreffend, wenn sie mit dem Ort, an welchem die Herstellung der Ware erfolgt oder dem Herkunftsort der Ausgangsstoffe, übereinstimmt.²²⁸

In Art. 49 MSchG wird analog zu Art. 48 geregelt, nach welchen Gesichtspunkten sich die Herkunft von Dienstleistungen richten muss, damit eine Herkunftsangabe für eine Dienstleistung benutzt werden darf.²²⁹ Sie bestimmt sich nach dem Geschäftssitz derjenigen Person, welche die Dienstleistung erbringt²³⁰, nach der Staatsangehörigkeit der Person, welche die tatsächliche Kontrolle über die Geschäftsführung ausübt²³¹ oder dem Wohnsitz

²¹⁹ Art. 2 lit. c MSchG i.V.m. Art. 47 MSchG.

²²⁰ BGE 135 III 416 E. 2.1 (Calvi); BGE 132 III 770 E. 2.2 (Colorado); Urteil des Bundesgerichts vom 10. März 2009 4A_508/2008 E. 3.2 (AFRI-COLA).

²²¹ BGE 128 III 454 E. 2.1 (YUKON).

²²² BGE 132 III 770 E. 2.1 (Colorado); BGE 128 III 454 E. 2.2 (YUKON).

²²³ BGE 117 II 327 E. 1a (MONTPARNASSE); bestätigt in: BGE 132 III 770 E. 2.1 (Colorado).

²²⁴ GLOOR S. 6; HOLZER, MSchG Art. 48, N 1.

²²⁵ HOLZER, MSchG Art. 48, N 2; Art. 48 Abs. 1 MSchG.

²²⁶ Vgl. Art. 48 Abs. 2 MSchG.

²²⁷ Vgl. Art. 48 Abs. 3 MSchG.

²²⁸ HOLZER, MSchG Art. 48, N 14.

²²⁹ HOLZER, MSchG Art. 49, N 1 & 2 & 5.

²³⁰ Art. 49 Abs. 1 lit. a MSchG.

²³¹ Art. 49 Abs. 1 lit. b MSchG.

der Person, welche die tatsächliche Kontrolle über die Geschäftsführung ausübt.²³² Man kann auch an die Erfüllung weiterer Kriterien anknüpfen, wenn die Einhaltung für das Erbringen der Dienstleistung üblich ist.²³³ Die Beziehung zwischen Dienstleistung und ihrem Ursprungsort ist nicht so eng wie jene bei Produkten und deren Ort der Herstellung, weshalb eine Spezialnorm für Dienstleistungen geschaffen wurde. Der Herkunftsbegriff ist bei Dienstleistungen diffuser.²³⁴

Herren/Leuenberger vom IGE sagten im Interview aus, dass .swiss als Herkunftsangabe verstanden werden kann. Damit falle der Gebrauch von .swiss im Internet unter die Swissness-Vorlage.²³⁵ Auch wenn englische Bezeichnungen „swiss“ aufgrund der Verbreitung von einer Vielzahl von Personen als „Schweiz“ oder „Schweizerisch“ verstanden wird, so ist „swiss“ nicht eindeutig als Herkunftsangabe zu verstehen.²³⁶ Im Kapitel „.swiss als taugliche Herkunftsangabe?“ werden weitere Argumente aufgeführt, welche klar gegen eine solche Regelung sprechen.

In diesem Zusammenhang ist die aktuelle Swissness-Vorlage kurz zu betrachten. Mit dieser möchte man mehr Klarheit schaffen, wie viel Schweiz in einem Produkt oder einer Dienstleistung stecken muss, damit „Schweiz“ oder das Schweizerkreuz darauf prangen darf. Dies, um das hohe Potenzial, welches der Mehrwert „Schweiz“ bringe, langfristig und nachhaltig zu sichern.²³⁷ Ausserdem möchte man die Rechtsdurchsetzung verbessern. Dies damit von Swissness all jene Unternehmen profitieren können, welche die entsprechenden Voraussetzungen erfüllen.²³⁸ Die missbräuchliche Verwendung der Bezeichnung „Schweiz“ werde in der Schweiz selten strafrechtlich verfolgt und international auch nicht genügend bekämpft.²³⁹

5.4.2 Swissness als Co-Branding

Swissness bedeutet ein Co-Branding mit der Schweiz. Somit wird die eigene Marke mit einer zweiten Marke, hier der „Marke Schweiz“, kombiniert.²⁴⁰ Rechtlich gesehen ist die „Marke Schweiz“ jedoch keine Marke sondern eine Herkunftsangabe.²⁴¹

Was wird bezüglich Swissness mit der neuen Domain .swiss bezweckt? Laut Schneider vom BAKOM wollte man damit einerseits verhindern, dass mit .swiss Missbrauch betrieben wird

²³² Art. 49 Abs. 1 lit. c MSchG.

²³³ Art. 49 Abs. 2 MSchG; HOLZER, MSchG Art. 49, N 2 & 12.

²³⁴ Botschaft Marken 1991 S. 39f.

²³⁵ HERREN/LEUENBERGER (IGE) Interview Frage 1.

²³⁶ Vgl. dazu auch Urteil vom 26. Februar 2008 des Bundesverwaltungsgerichts B-1759/2007 E. 6 (PIRATES OF THE CARIBBEAN).

²³⁷ Botschaft Swissness S. 2 & 3; IGE Swissness.

²³⁸ Vgl. ADDOR S.76.

²³⁹ Botschaft Swissness S. 3.

²⁴⁰ Vgl. FEIGE et al. S. 8.

²⁴¹ ADDOR S.73 ; ähnlich THOUVENIN/NOTH, MSchG Einleitung, N 95.

und andererseits möchte man die .swiss Domain Unternehmen und gemeinnützigen Institutionen zur Verfügung stellen, welche einen Bezug zur Schweiz haben. Genügend Bezug zur Schweiz haben Schweizer Unternehmen und jene Organisationen, welche über „Swissness verfügen und sie mitprägen“.²⁴²

In einer breit angelegten Studie mit dem Namen „Swissness Worldwide“ vom Institut für Marketing der Universität St. Gallen in Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern wurden insgesamt 4041 Teilnehmern aus 14 verschiedenen Ländern zum Thema Swissness befragt. Die Studie aus dem Jahr 2013 hat ergeben, dass es keinen generellen Mehrwert durch Swissness gibt. Die Zahlungsbereitschaft unterscheidet sich jedoch stark nach Produktkategorie und Markt. In Ländern wie China, Japan oder Indien löst der Zusatz „Schweiz“ die höchste Zahlungsbereitschaft aus. Für Schokolade lässt sich sogar weltweit ein Preispremium auslösen. Jedoch sollte man den Zusatz Swissness in Frankreich im Zusammenhang mit Kosmetikprodukten und in England im Zusammenhang mit IT Produkten eher weglassen.²⁴³ Die Schweiz steht im Ausland für schöne Landschaften, hohe Lebensqualität, Zuverlässigkeit sowie Vertrauenswürdigkeit. Schweizer Produkte und Dienstleistungen werden als vertrauenswürdig, exklusiv, luxuriös sowie traditionell und auch als etwas teurer wahrgenommen.²⁴⁴ Schweizer Produkte belegen im Gesamteindruck denn auch den ersten Rang vor Deutschland.²⁴⁵ Konsumenten schätzen die Marke Schweiz somit besonders.²⁴⁶

Immer mehr Firmen scheinen für sich den Mehrwert am Bezug zur Schweiz zu erkennen.²⁴⁷ So sind beim Institut für Geistiges Eigentum die Anträge für neu Anmeldungen mit dem Co-Brand „Swiss“ von 1331 (April 2000) auf 5688 (April 2010) gestiegen. Nicht mitgerechnet sind dabei Dienstleistungen, welche nicht angemeldet wurden. Ebenfalls nicht berücksichtigt sind Produkte, die kaum etwas mit der Schweiz zu tun haben, welche sich aber als solche ausgeben. Diese Produkte können dazu führen, dass der Wert der „Marke Schweiz“ abnimmt, wenn sich die Produkte als „Mogelpackung“ erweisen oder Konsumenten bewusst getäuscht werden.²⁴⁸

Grundsätzlich kann somit gesagt werden, dass mit .swiss ein Mehrwert für Produkte und deren Unternehmen hergestellt werden könnte, sofern es .swiss gelingt einen direkten Bezug zur Schweiz herzustellen und somit ein Co-Branding mit einer .swiss Domain gelingt. Auch

²⁴² SWITCH Interview Schneider.

²⁴³ Vgl. FEIGE et al. S. 7.

²⁴⁴ FEIGE et al. S. 12; vgl. MÜLLER et al. S. 1744; ähnlich auch Botschaft Swissness S. 2.

²⁴⁵ Vgl. FEIGE et al. S. 25f.

²⁴⁶ ADDOR S.73; Botschaft Swissness S. 2.

²⁴⁷ Vgl. MÜLLER et al. S. 1744; ähnlich auch Botschaft Swissness S. 2; ähnlich auch IGE Swissness.

²⁴⁸ Vgl. ADDOR S.73; ähnlich auch MÜLLER et al. S. 1744.

ein Mehrwert entsteht, wenn die missbräuchliche Verwendung von .swiss verhindert werden kann.²⁴⁹

5.4.3 Resultate der Vernehmlassung und andere Meinungen zu Swissness

In der Vernehmlassung haben sich zahlreiche Unternehmen bezüglich des Art. 51 E-VID (i.V.m. Art. 56 E-VID) geäußert. Die Äusserungen sind dabei sehr unterschiedlich. So beschränkt sich ein Teil der Vernehmlassenden in ihren Stellungnahmen darauf, zu begrüssen, dass eine „Qualitätsprüfung“ vorgesehen ist, ausserdem wird begrüsst, dass mit .swiss die Interessen der schweizerischen Gemeinschaft gefördert werden sollen. Es wird teilweise auch positiv gewertet, dass bei .swiss vom „first come first serve“ Prinzip abgewichen wird.²⁵⁰

Andere Vernehmlassungsteilnehmer nehmen vertiefter Stellung und hinterfragen auch, wie sich beispielsweise mögliche Swissness-Kriterien (oder Schweizer Community) überprüfen lassen können.²⁵¹

Klare Kritik an der Abweichung vom „first come first serve“ Prinzip äussert auch Beranek. Sie führt im Interview aus, die heutigen Rechtsmittel würden ausreichen.²⁵² Ausserdem stelle sich die Frage, wie denn die genannten Kriterien in Art. 56 E-VID faktisch überhaupt überprüfbar seien.²⁵³ Bähler äusserte sich im Interview dahingehend, dass alle anderen Kriterien abgesehen von Sitz/Wohnsitz oder Nationalität problematisch in der Abgrenzung seien und Schwierigkeiten bei der Überprüfung bereiten würden. Dadurch werde die Angelegenheit sehr kompliziert und man würde sich die „Augen reiben“, was dies alles für Konsequenzen mit sich bringen würde.²⁵⁴ Auch er erachtet die heutigen Rechtsbehelfe als recht gut.²⁵⁵ Joller empfiehlt auf Sitz in der Schweiz oder die Schweizer Nationalität abzustellen. Bei allem anderen wäre es schwer, die Einhaltung überprüfen zu können, zumal auch keine Nutzungspflicht für einen Domain-Namen bestehe.²⁵⁶ Bondallaz/Signer sind der Meinung, dass taugliche Kriterien Sitz, Staatsangehörigkeit und effektiver Verwaltungssitz sein könnten.²⁵⁷

SWITCH, welche seit Jahren erfolgreich die Registry für .ch und .li ist, gibt in ihrer Stellungnahme zu bedenken, dass neu zahlreiche materielle Prüfungspflichten vorgesehen sind, welche für eine Registry nicht umsetzbar seien. SWITCH geht sogar noch weiter und

²⁴⁹ Bezüglich möglicher Kriterien für .swiss siehe nachfolgendes Kapitel.

²⁵⁰ Beispielsweise zum Ganzen Kanton Thurgau Stellungnahme S. 2.

²⁵¹ SWITCH Stellungnahme S. 2; Kanton Zürich Stellungnahme S. 2; asut Stellungnahme S.4.

²⁵² Vgl. BERANEK Interview Frage 12.

²⁵³ BERANEK Interview Fragen 5 & 12.

²⁵⁴ BÄHLER Interview Fragen 8 & 9 & 10; ähnlich auch BERANEK Interview Fragen 8 & 9.

²⁵⁵ BÄHLER Interview Frage 15.

²⁵⁶ JOLLER Interview Frage 5.

²⁵⁷ BONDALLAZ/SIGNER Interview (BAKOM) Frage 21.

schätzt diese materiellen Prüfpflichten als existenzbedrohend für die Registry ein.²⁵⁸ Auch Beranek äusserte sich in diese Richtung und weist darauf hin, dass so Rechtsfälle „vorprogrammiert“ seien.²⁵⁹

Die Interviewten Experten wurden auch gefragt, was Sie vom Vorschlag halten würden, wenn eine Unternehmung „mindestens 60% Schweiz“²⁶⁰ enthalten müsste. Zwei Rechtsexperten äusserten sich dahingehend, dass dies äusserst schwierig zu kontrollieren wäre.²⁶¹ Ein Experte ist sogar der Meinung, dass dies „höchstens gute Honorare für eine Reihe von Beratern“ gebe.²⁶² Auch Joller gibt zum Ausdruck, dass solche Kriterien nicht überprüfbar wären.²⁶³ Der Revisionsentwurf der Swissness-Vorlage sieht Ausnahmen von diesem 60%-Kriterium vor.²⁶⁴

Auch die Teilnehmer des Fragebogens wurden danach befragt, ob sie es für gerechtfertigt halten vom „first come first serve“ Prinzip abzuweichen. Die statistischen Hintergründe des Fragebogens werden im Kapitel „Erfolgsaussichten von .swiss“ erläutert. Die Befragten konnten auf einer Skala von 1 bis 6 angeben, ob Sie eine Abweichung für gerechtfertigt halten oder nicht. Wobei 1 „überhaupt nicht gerechtfertigt“ und 6 „auf jeden Fall gerechtfertigt“ bedeutete. In der Grafik „Abbildung 3 Abweichung von „first come first serve“ sowie Rechtsmittel“ werden die Firmen nach Anzahl Mitarbeiter (die kleinste Unternehmung zuerst) aufgeführt. Mit einem Median von 3.83 wurde ein relativ hoher Wert erreicht. Die Teilnehmer halten ein Abweichen von diesem Grundsatz also für eher gerechtfertigt.

Von Interesse war in diesem Zusammenhang auch, ob die Unternehmen den heutigen Rechtsschutz als genügend erachten oder nicht und ob daraus abgeleitet, der Rechtsschutz bei .swiss allenfalls erhöht werden müsste. Wobei 1 bedeutete, dass der Rechtsschutz nicht ausreicht und 6, dass der Rechtsschutz ausreicht. Der Median dieser Antwort lag bei 4.28 was der höchste Median aller ausgewerteten Fragen ist. Auffallend ist dabei auch, dass die drei befragten Anwaltskanzleien hier einen Median von 5.33 aufwiesen, welcher somit nochmals deutlich höher liegt. Es wurden dabei nur Kanzleien befragt, welche sich mit der Rechtsthematik der Domain-Namen auskennen. Die Juristen dieser befragten Kanzleien gehen also davon aus, dass der Rechtsschutz für Domain-Namen heute ausreichend ist und erachten eine Verschärfung nicht als notwendig.²⁶⁵ Grafisch lassen sich diese beiden Fragen

²⁵⁸ SWITCH Stellungnahme S. 2.

²⁵⁹ BERANEK Interview Frage 6.

²⁶⁰ Analog den 60% Herstellungskosten für industrielle Produkte. Vgl. dazu Botschaft Swissness S. 4; Art. 48c MSchG Änderungen.

²⁶¹ BÄHLER Interview Frage 10; BERANEK Interview Frage 9.

²⁶² BERANEK Interview Frage 9.

²⁶³ JOLLER Interview Frage 7.

²⁶⁴ Beispielsweise wenn es ein Produkt in der Schweiz nicht gibt oder Produkte die temporär nicht verfügbar sein können. Vgl. dazu Botschaft Swissness S. 4.

²⁶⁵ Vgl. Fragebogen im Anhang.

wie folgt darstellen (Abbildung 3 Abweichung von „first come first serve“ sowie Rechtsmittel“).

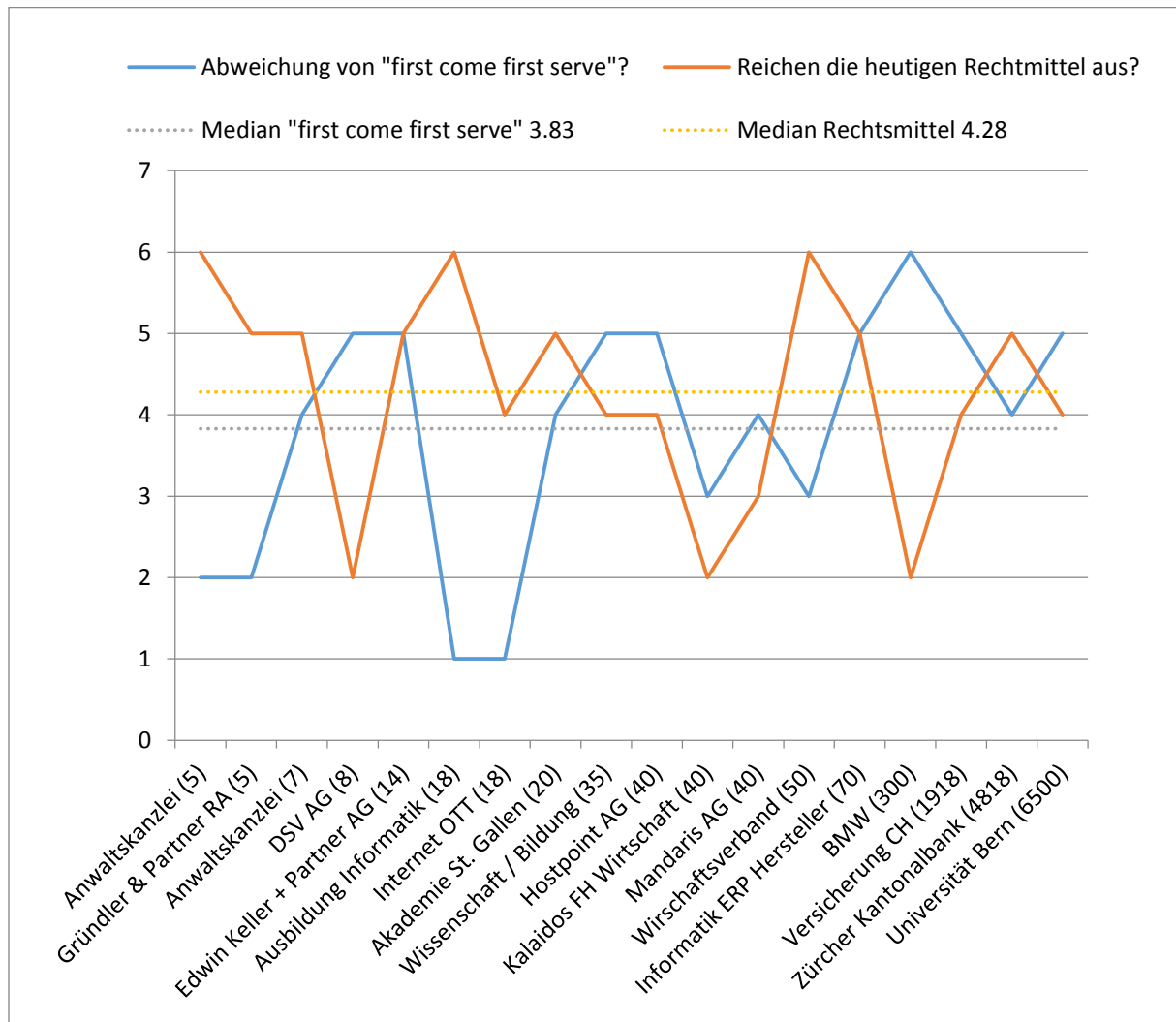


Abbildung 3 Abweichung von „first come first serve“ sowie Rechtsmittel

Quelle: Eigene Darstellung (Auswertung des Fragebogens)

Es kann somit gesagt werden, dass die befragten Unternehmen grundsätzlich eine Abweichung vom „first come first serve“ Prinzip begrüßen. Zwei Unternehmen haben diese Frage mit 1 beantwortet und sind daher der Meinung, dass diese geplante Abweichung überhaupt nicht gerechtfertigt sei. Diese beiden Unternehmen sind aus der Informatikbranche. Bei den Rechtsmitteln wurde mit einem Median von 4.28 sogar ein deutlicher Wert dahingehend festgestellt, dass diese als sehr ausreichend empfunden werden. Es wird also bei den Befragten kein Handlungsbedarf festgestellt, um einen besseren Schutz für Domain-Namen zu etablieren.

Unabhängig von den hier vorliegenden Resultaten wäre es aus Schweizer Sicht sehr begrüßenswert, wenn der Wettbewerbsvorteil mit der „Marke Schweiz“ erhalten oder sogar weiter ausgebaut werden könnte. Es stellt sich jedoch die Frage, wie dies in der Praxis

erreicht und umgesetzt werden kann. Es stellt sich auch die Frage, ob .swiss überhaupt Swissness auszulösen vermag und welche Probleme mit der geplanten Umsetzung der Swissness-Vorlage auf die .swiss Domain entstehen könnten.

5.4.4 Herausforderungen in der Praxis

Ein Blick in die bestehende Rechtsprechung und Lehre zeigt, dass es für die Praxis eine Herausforderung darstellt, den effektiven Herkunftsanteil zu beurteilen. Bei Produkten oder Dienstleistung mit einer gewissen Komplexität kann nicht immer eine exakte Zuordnung gemacht werden.²⁶⁶

Vergleicht man diese Probleme mit der .swiss Domain, stellen sich die gleichen Probleme bei der Beurteilung, ob ein Unternehmen oder seine Produkte genügend „Swiss“ sind und wieviel Swissness in ihnen steckt. Es stellt sich ausserdem die Frage, ob .swiss wirklich als klassische Herkunftsangabe verstanden werden kann.

Während ein Firmensitz relativ klar und einfach nachweisbar ist, wäre ein Beteiligungsverhältnis oder die Herstellungskosten schon wesentlich schwieriger bestimmbar. Was passiert, wenn sich ein Beteiligungsverhältnis ändert? Was geschieht, wenn die Herstellungskosten aufgrund grösserer Stückzahlen (z.B. aufgrund höherer Nachfrage) ändern? Zudem ist ein Internetauftritt aufgrund der Dynamik häufigen Änderungen unterworfen. Die geplanten Swissness-Vorgaben könnten Unternehmen auch darin einschränken, welche Produkte und Dienstleistungen sie auf ihrer Website anpreisen könnten. Das IGE sieht vor, dass für sämtliche angebotenen Produkte und Dienstleistungen die Swissness-Kriterien erfüllt sein müssen.²⁶⁷ In Anbetracht der Dynamik des Internets ist diese Vorgabe schwer erfüllbar.

Wenn man zum Schluss kommt, dass .swiss als Herkunftsangabe zu verstehen und somit die Vorgaben von Art. 47-51 MSchG effektiv zu erfüllen sind, muss in logischer Konsequenz auch eine periodische Überprüfung von .swiss Domains stattfinden. Ausserdem müsste bei späterer Nicht- (oder nicht mehr) Erfüllung der Vorgaben, die Domain konsequenterweise entzogen werden können.²⁶⁸ Der entsprechende Hinweis in der Verordnung findet sich in Art. 53 lit. b E-VID:

„In der Ausübung ihrer Funktion hat die Registerbetreiberin²⁶⁹ folgende Sonderaufgaben:

[...]

²⁶⁶ Vgl. dazu auch MÜLLER et al. S. 1751; ähnlich auch SCHULER S.4.

²⁶⁷ HERREN/LEUENBERGER (IGE) Interview Frage 3.

²⁶⁸ So vorgesehen in Art. 53 E-VID.

²⁶⁹ Es müsste in der E-VID eigentlich der neue Terminus (Registry) verwendet werden.

b. Kontrolle mittels Untersuchungen, ob die zugeteilten Domain-Namen die Zuteilungsbedingungen tatsächlich erfüllen oder ob ihre Nutzung keine widerrechtlichen oder gegen den Ordre public verstossende Merkmale aufweist;“

Wie SWITCH in seiner Stellungnahme festgehalten hat, ist es einer Registry aber unmöglich, solche Punkte automatisch zu überprüfen, mehr noch, die Registry hätte keinerlei Kontrolle über die Verwendung des Domain-Namens.²⁷⁰ Manuelle Überprüfungen können somit nicht von der Registry selbst wahrgenommen werden.

Somit ergeben sich ähnliche Probleme bezüglich Herkunftsangaben für Produkte als auch für die Domain .swiss. Inhaber einer .swiss Domain müssten sich entscheiden, ob sie vom möglichen positiven Effekt der Herkunftsbezeichnung .swiss profitieren wollen oder ob sie das Risiko tragen möchten, allenfalls nicht mehr den gesetzlichen Normen zu entsprechen und die Domain .swiss nicht mehr besitzen zu dürften.²⁷¹ Das ist ein Risiko, welches für Unternehmen zu massiven Kosten führen könnte. Zu denken ist hier beispielsweise an die Anpassung der Unternehmensunterlagen wie Briefpapier oder Logo sowie den Reputationsschaden und den Kundenverlust durch die nicht mehr verfügbare Website und damit dem Verlust der Wahrnehmbarkeit des Unternehmens im Internet.

Auch teilt die Autorin die Einschätzung verschiedener Stellungnahmen und Interviews, dass die materiellen Prüfungspflichten sowohl technisch als auch organisatorisch nicht umsetzbar sind. Je mehr Kriterien aufgestellt werden, die nicht klar abgegrenzt werden können, desto intransparenter wird der Zuteilungsprozess.²⁷² Die Einschätzung der Autorin diesbezüglich ist, dass Antragssteller dies als unfair empfinden könnten und so von einem aktiven Gebrauch von .swiss absehen. Ausserdem stellt sich die Frage, wie mit dem Fall verfahren wird in dem eine Unternehmung eine .swiss Domain registriert und einen redirect²⁷³ auf ihre bisherige .ch (oder .com etc.) macht? Müssen dann die Swissness-Kriterien für die .ch Domain gelten? Wie bereits ausgeführt, stand man der Überprüfung von Domain-Namen bei der .ch Domain schon damals (2001) nicht positiv gegenüber. Man erachtete eine solche Lösung (2001) als nicht praktikabel.²⁷⁴

Noch gänzlich unklar ist zum heutigen Zeitpunkt auch, aufgrund welcher Rechtsgrundlage ein Entzug der Website erfolgen sollte. Denn das vorgesehene öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht sowie der Widerruf einer Domain sind derzeit heftig umstritten.²⁷⁵

²⁷⁰ Vgl. SWITCH Stellungnahme S. 2.

²⁷¹ Vgl. MÜLLER et al. S. 1752.

²⁷² Interview BERANEK Fragen 8 & 9.

²⁷³ Umleitung/Webforward.

²⁷⁴ SCHNEIDER S. 16.

²⁷⁵ Registrar Alliance Stellungnahme S. 7; Universität Zürich Stellungnahme S. 2; Kanton Zug Stellungnahme S. 2.

Unabhängig davon, welche Position man vertreten möchte, stellt sich die Frage, in wie weit ein Internetnutzer mit einem Domain-Namen wie .swiss eine direkte Assoziation zur Schweiz macht. Wenn mit .swiss durch den Internetnutzer kein Bezug zur „Marke Schweiz“ geschieht, können auch die positiven Effekte der Swissness nicht genutzt werden.

5.4.5 .swiss als taugliche Herkunftsangabe?

Nach Meinung der Autorin ist es nicht sachgerecht .swiss als Herkunftsangabe im klassischen Sinne von Art. 47, 48 und 49 MSchG zu sehen. Zudem wird davon ausgegangen, dass ein Co- Branding mit einer .swiss Domain nicht erreicht werden kann. Dies wird nachfolgend genauer erläutert.

Es ist wohl zutreffend, dass teilweise im Ausland mit .swiss ein höherer Bezug zur Schweiz entsteht als mit .ch.²⁷⁶ Aber selbst wenn mit .swiss allenfalls ein höherer Bezug zur Schweiz hergestellt würde, weiss der durchschnittliche Internetnutzer mit Sicherheit nicht, welche Kriterien hinter .swiss stehen. Er macht vielleicht, aber auch nur vielleicht, einen höheren Bezug zur Schweiz, aber er weiss nicht, dass diese Website nur von Schweizer Firmen unter Erfüllung weiterer Zuteilungskriterien betrieben werden darf. Dies müsste äusserst intensiv, kostspielig und aktiv bei den jeweiligen Nutzern im In- und Ausland beworben werden.²⁷⁷

Zu erwähnen ist ausserdem, dass der Autorin, als sehr versierte Internetnutzerin²⁷⁸ die Bedingungen von .eu nur bekannt waren, weil sie sich explizit für eine .eu Domain interessierte. Ausserdem gilt zu erwägen, dass in Europa .ch nicht unbekannt ist und die Bekanntheit sich auch daraus ergibt, dass man sich an .ch in der Zwischenzeit gewöhnt hat.²⁷⁹ Ausserdem weiss der User aufgrund des mobilen Netzwerkcharakters des Internets, dass ein Server und sein Inhalt immer „überall stehen“ kann und auch von „überall betrieben“ werden kann. Das Internet ist klar von Offenheit geprägt.²⁸⁰ Da das Internet keine Territorialität kennt, ist dies meines Erachtens der Hauptgrund, warum .swiss Domains (im klaren Gegensatz zu Produkten und Dienstleistungen) keine Swissness (Co-Branding) auslösen können.

Domain-Namen, somit auch .swiss, welche aufgrund des „grenzenlosen Netzes“ von überall auf der Welt aufgerufen werden können, würden mit einer Anbindung an Herkunftsangaben dem Wesen des Internets nicht gerecht. So ist auch eine Website vielfältiger und viel dynamischeren Änderungen unterworfen als beispielsweise ein Produkt oder eine Dienstleistung.

²⁷⁶ FISCHER Interview Frage 4; WINKLER Interview Frage 3.

²⁷⁷ Vgl. Interview FISCHER Fragen 3 & 5; Interview SCHUBERT Fragen 3 & 5; zum Preis auch Interview BÄHLER Frage 1.

²⁷⁸ Die Autorin ist Dipl. Informatikerin und hat viele Jahre im Informatikbereich gearbeitet.

²⁷⁹ Ähnliche Meinung dazu auch in Interview SCHUBERT Frage 4.

²⁸⁰ EBERWEIN S. 27.

Ein weiteres Argument, dass gegen die klassische Herkunftsangabe nach MSchG spricht, ist, dass der Benutzer möglicherweise eine Verbindung mit der Fluggesellschaft Swiss International Airlines macht oder die Buchstaben .swiss nicht als Ganzes wahrnimmt sondern als einzelne Buchstabenfolge „s“ „w“ „i“ „s“ „s“ und damit auch keinen Bezug zur Schweiz erkennt.

Somit kann aufgrund der zuvor genannten Gründe zu Recht hinterfragt werden, wie geeignet der Domain-Name .swiss ist, um beim durchschnittlichen Internetnutzer effektiv einen Bezug zur Schweiz herzustellen und diesen gleichzeitig auch noch mit den typischen (positiven) Eigenschaften der Schweiz zu verbinden.

In diesem Sinne wird die Herkunftsangabe von .swiss Domains klar als nicht gegeben betrachtet. Es muss dem spezifischen Charakter des Internets Rechnung getragen werden. Nicht vergessen werden darf zudem, dass die Swissness-Kriterien für alle Produkte oder Dienstleistungen, welche sich „Swiss Made“ nennen möchten, natürlich weiterhin gelten. Dies unabhängig davon, auf welcher Plattform sie angeboten werden.

Die Autorin vertritt auch die Meinung, dass die Domain .swiss sich für eine breite Kommunikation durchsetzen muss. Mit „durchsetzen“ ist eine weite Verbreitung der Domain, eine effektive Nutzung und die entsprechende Kommunikation der nutzenden Unternehmen gemeint. Die Erfolgsaussichten der Domain .swiss werden eingehend im folgenden Kapitel behandelt.

5.5 Erfolgsaussichten von .swiss

Ob die neue TLD .swiss ein Erfolg wird, hängt unter anderem davon ab, wie teuer sie sein wird, wie stark sie sich verbreitet und ob sie sich durchsetzen kann. Zudem ist relevant, wie die Kommunikationsmassnahmen durchgeführt werden, wie einfach das Verfahren der Registrierung ist und auch ob die Domain auf Interesse stösst.²⁸¹

Als erster Erfolg der neuen TLD wird in dieser Arbeit eine weite Verbreitung von .swiss verstanden und damit einhergehend zahlreiche Registrierungen, die effektiv benutzt werden. In diesem Zusammenhang wäre es wichtig, ob mit .swiss wirklich ein engerer Bezug zur Schweiz hergestellt werden kann.

Als zweiter Teil des Erfolgs wird betrachtet, dass mit .swiss tatsächlich die positiven Effekte von „Swiss Made“ (oder dem Schweizer Kreuz) genutzt werden können. Dies, da die Domain, wie oben ausgeführt, an konkrete Swissness-Kriterien anknüpfen möchte.

Um die Erfolgsaussichten von .swiss abschätzen zu können, hat die Autorin eine Befragung mittels Fragebogen durchgeführt. Dabei wurde unter anderem nach dem eigenen Interesse

²⁸¹ Vgl. Interview BÄHLER Fragen 1 & 14; ähnlich auch Interview BERANEK Fragen 1 & 2 & 5.

an einer .swiss Domain gefragt und wie die Befragten generell die Nachfrage nach .swiss einschätzen. Es wurde auch gefragt, wie viel die Teilnehmer einmalig und auch jährlich für eine .swiss Domain zu bezahlen bereit wären. Wobei wenige Firmen teilweise keine Angaben gemacht haben. Der Fragebogen enthielt auch offene Fragen, welche den Teilnehmern die Möglichkeit gaben, weitere Bemerkungen anzubringen. Es wurden ebenfalls Fragen gestellt, welche Aussagen zu Themen in anderen Kapiteln dieser Arbeit geben können und daher dort behandelt werden. Insgesamt wurden 27 Firmen aus verschiedenen Branchen und verschiedener Grösse (Anzahl Mitarbeiter) angefragt. Dabei wurden 19 Fragebogen ausgefüllt und retourniert. Dies entspricht einer sehr hohen Rücklaufquote von 70%. Die Firmengrösse variierte dabei von 5 bis 6500 Mitarbeiter. Es wurden eher kleinere bis mittelgrosse Betriebe (5-70 Mitarbeiter) befragt, welche 14 Fragebogen (73%) ausmachen. Dies wurde bewusst so ausgewählt, da verschiedene Interviewpartner ausgesagt haben, dass sie davon ausgehen, dass eher kleinere Betriebe und Startups Interesse an einer .swiss Domain haben würden.²⁸² Alle angefragten Unternehmen der Uhrenindustrie haben den Fragebogen nicht retourniert.

Nachfolgend in „Abbildung 4 Interesse am Domain Namen .swiss“ sind die Firmen nach Firmengrösse geordnet (kleinste zuerst). In der Grafik ist ersichtlich, wie die Unternehmen auf die Frage nach dem Interesse an einer .swiss Domain geantwortet haben. Die Zahl 1 bedeutet „überhaupt nicht interessiert“ und die Zahl 6 „sehr interessiert“. Das eigene Interesse wurde mit einem relativ tiefen Median von 2.78 angegeben und die Einschätzung des generellen Interesses mit einem höheren Median von 3.28 bewertet.

²⁸² Vgl. Interview WINKLER Fragen 1 & 2; Interview SCHUBERT Frage 1.

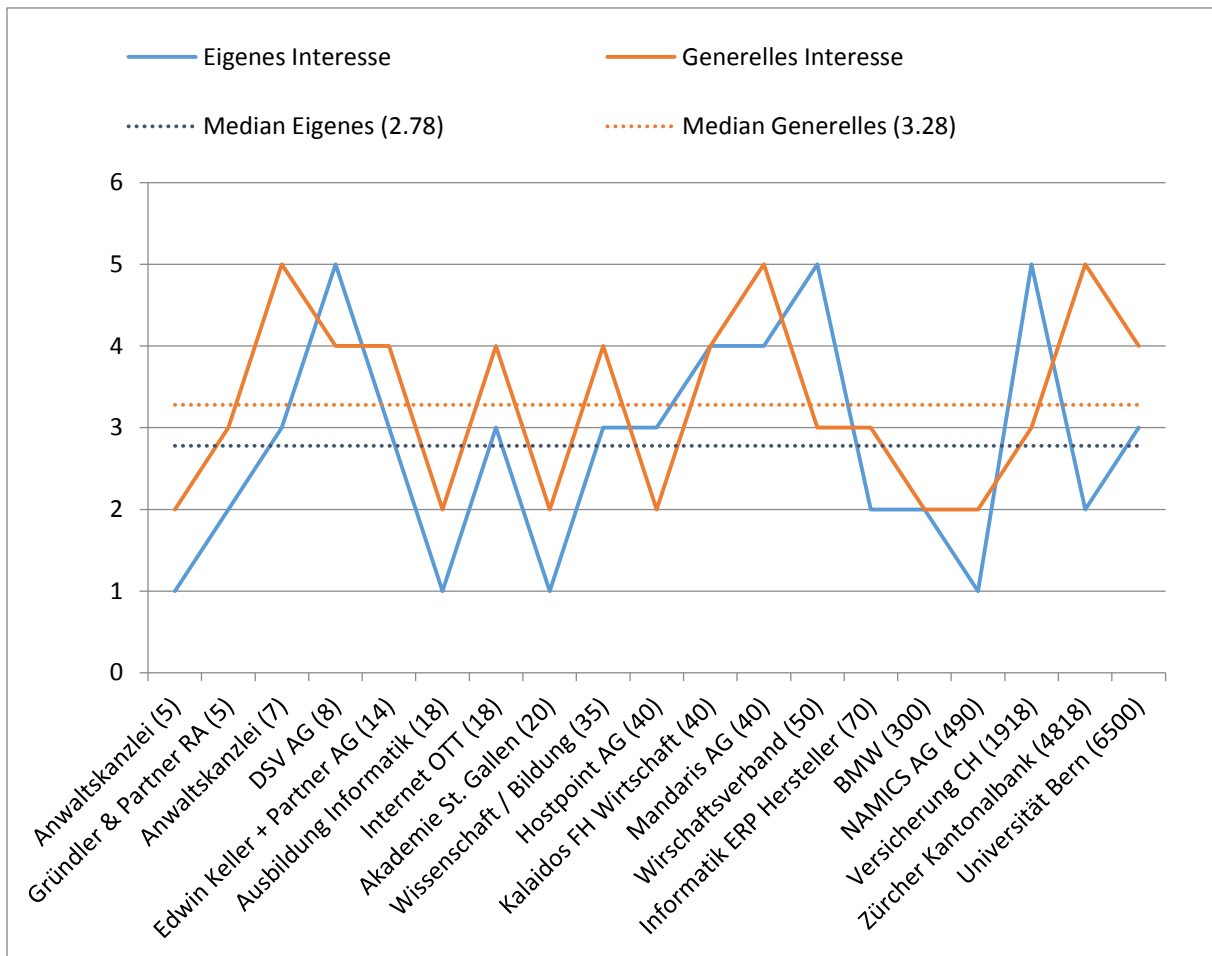


Abbildung 4 Interesse am Domain Namen .swiss

Quelle: Eigene Darstellung (Auswertung des Fragebogens)

Die Auswertung des Fragebogens brachte ein eher tiefes bis mittleres Interesse (2.78) am Domain-Namen .swiss hervor und bezüglich des generellen Interesses einen mittleren Wert (3.28). Es ist keine von der Firmengrösse abhängige Tendenz bezüglich des Interesses erkennbar.

Vom Erfolg von .swiss hängt auch ab, wie hoch der Preis für eine solche Domain sein wird.²⁸³ Wie in der nachfolgenden Grafik „Abbildung 5 Zahlungsbereitschaft für eine .swiss Domain“ ersichtlich, wurden die Firmen danach befragt, wie viel sie bereit wären, für eine .swiss Domain jährlich und wie viel für die einmalige Registrierungsgebühr zu bezahlen. Dabei fällt auf, dass grössere Firmen eher bereit sind einen höheren Beitrag zu bezahlen. Ebenfalls fällt deutlich auf, dass der Median für die einmalige Registrierung (durch die Überprüfung) deutlich höher ausfällt (Median CHF 214) als die jährlich Gebühr (Median CHF

²⁸³ Vgl. Interview BÄHLER Frage 1.

81). Der Median der jährlichen Kosten von .ch (derzeit CHF 15.50) wurde somit deutlich überstiegen.

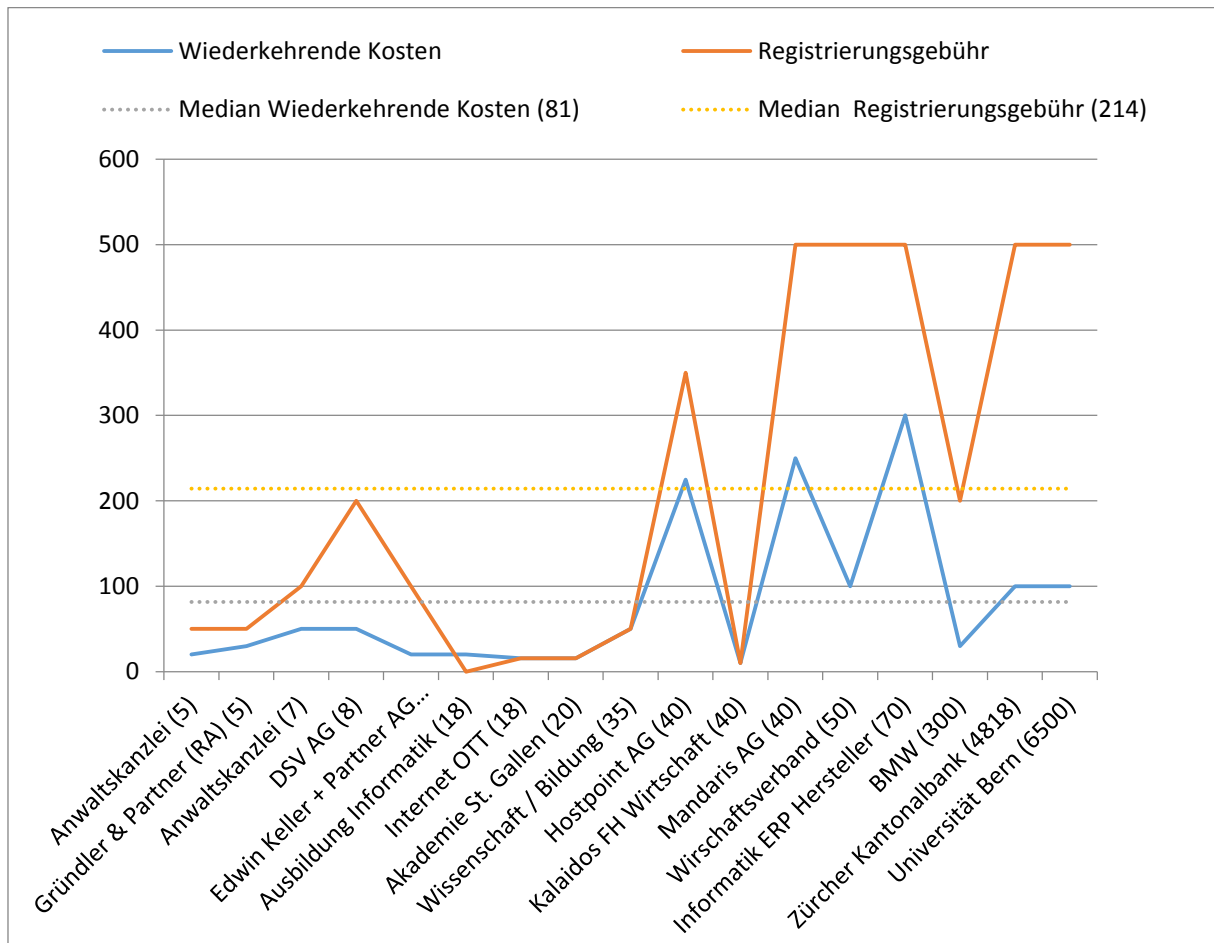


Abbildung 5 Zahlungsbereitschaft für eine .swiss Domain

Quelle: Eigene Darstellung (Auswertung des Fragebogens)

Zusammenfassend kann bezüglich Befragung gesagt werden, dass die Erfolgsaussichten bei den Befragten eher tief bis mittel eingeschätzt werden und sich die Kosten im Rahmen von CHF 80 bei den wiederkehrenden Kosten und bei der einmaligen Gebühr im Bereich von CHF 200 bewegen sollten.

Die befragten Marketingexperten äussern sich auch eher zurückhaltend und gehen davon aus, dass die Erfolgsaussichten sehr schwer einschätzbar sind und von verschiedenen Faktoren abhängig seien.²⁸⁴ So führt Schweiz Tourismus aus, dass sich .travel nicht durchgesetzt habe und man glaube nicht, dass man sich mit neuen TLDs markante Marktvorteile verschaffen könnte. Denn die grösste Anzahl der Besucher (über 60%) komme über die Suchmaschinen. Man werde zwar myswitzerland.swiss registrieren, jedoch einen redirect²⁸⁵ auf die bestens bekannte .com Adresse machen. Das Suchmaschinen-Ranking

²⁸⁴ Vgl. Interview FISCHER FRAGE 1; Interview WINKLER Frage 1.

²⁸⁵ Direkte Umleitung auf eine andere Website.

sei sehr wichtig und bei einer Änderung des Domain-Namens habe man auch Bedenken bezüglich des wichtigen Rankings. Nach Rücksprache mit Google hätten diese zudem momentan nicht vor, dies in deren Algorithmen anzupassen, wäre dies doch noch der Fall, könnte es für .swiss einen sehr positiven Effekt haben.²⁸⁶ Andere schätzen .swiss sogar als eine „modische Spielerei, welche nicht dauerhaft sein wird“ ein.²⁸⁷

Für den Erfolg ist auch wichtig, ob mit .swiss ein besserer Bezug zur Schweiz hergestellt werden kann als mit .ch. Winkler von Schweiz Tourismus und Fischer von der Universität St. Gallen sind der Meinung, dass .swiss international eher mit der Schweiz verbunden wird und darin „mehr Swissness“ stecke.²⁸⁸ Anderer Meinung ist Schubert, welche der Überzeugung ist, dass CH international anerkannt ist, so denn auch bei den Autokennzeichen.²⁸⁹ Fischer sagt aus, dass sich eine .swiss Domain dann lohnen könnte, wenn es eine klare Differenzierung zu .ch gebe und klar kommuniziert und bekannt sei, welche hohe Anforderungen an .swiss gestellt würden. Dann könnten sich die Kosten der Kommunikation (Printmedien, Werbung etc.) auch lohnen.²⁹⁰

Im Internetbereich gilt: der Grad, wie offen etwas ist, ist ein wichtiger Faktor dafür, wie effektiv ein Markt sein wird.²⁹¹ Daher, je restriktiver .swiss ausgestaltet wird, desto ineffektiver könnte „der Markt“ .swiss sein. Die Autorin ist auch der Meinung, dass die materiellen Prüfpflichten technisch nicht umsetzbar sind (nicht automatisiert) und der manuelle Aufwand derart gross wäre, dass die Kosten viel zu hoch wären. Für eine Differenzierung der .swiss Domain ist die Autorin aber der Meinung, dass es Sinn machen kann, als Voraussetzung an einen Schweizer Sitz und die Schweizer Nationalität anzuknüpfen.

Aufgrund der beschriebenen Argumente ist die Autorin der Meinung, dass die aktuell geplanten Zuteilungskriterien zu restriktiv sind, um bei einem breiteren Publikum auf Nachfrage zu stossen. Dies ist insbesondere von Bedeutung, wenn man Überprüfungskriterien wählen möchte, welche technisch nicht automatisiert und nur manuell und somit nur sehr aufwendig überprüfbar sind. Aus Sicht der Autorin wird dadurch der potenzielle Erfolg in zweifacher Hinsicht gefährdet: Einerseits treibt die manuelle Überprüfung die Kosten in die Höhe und andererseits wird dadurch die Anzahl Unternehmungen, welche sich für .swiss qualifizieren, stark eingeschränkt.

²⁸⁶ Zum Ganzen Interview WINKLER Frage 1.

²⁸⁷ Vgl. Interview SCHUBERT Frage 2.

²⁸⁸ Vgl. Interview WINKLER Frage 3; Interview FISCHER Frage 4.

²⁸⁹ Vgl. Interview SCHUBERT Frage 4.

²⁹⁰ Interview FISCHER Frage 2.

²⁹¹ WEBER/WEBER S. 93.

Um die Erfolgsaussichten von .swiss zu fördern, könnte mit spezifischen Kommunikationsmassnahmen gearbeitet werden. Zu denken wäre dabei, dass besonders Start-ups beworben werden, beispielsweise durch die Auswertung des Handelsregisters oder durch Anbieter im IT-Bereich.²⁹²

²⁹² Vgl. Interview SCHUBERT Frage 6.

6 Empfehlungen

6.1 Ist ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht sinnvoll?

Gerade dadurch, dass die technologische Entwicklung schnell vor sich geht und damit auch die rechtlichen Rahmenbedingungen rasch ändern können, scheint eine privatrechtliche Regelung flexibler, effizienter und angemessener.²⁹³ Zudem sei erwähnt, dass mit Anpassungen im DNS gerechnet werden muss und das Privatrecht hier einfacher und schneller angepasst werden kann.

Die Autorin ist zudem der Meinung, dass es schlicht an einer gesetzlichen Grundlage für die Vergabe von öffentlich-rechtlichen Nutzungsrechten fehlt. Ein solches müsste mindestens in den Grundzügen im formellen Gesetz geregelt sein. Im FMG ist nach Meinung der Autorin sowie auch nach der Meinung von zahlreichen namhaften Autoren der Stellungnahmen, diesbezüglich momentan keine genügende gesetzliche Grundlage zu finden. Mit dem Entscheid *wellness-fuehrer.ch*²⁹⁴ hat das Bundesgericht klar entschieden, dass ein Domain-Namen ein Recht aus einem privatrechtlichen Vertrag ist und das BAKOM keine Verfügungskompetenz hat. Das vorgesehene öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht könnte auch dahingehend interpretiert werden, dass versucht wird, die aktuelle bundesgerichtliche Rechtsprechung auszuhebeln.

Selbst wenn das BAKOM als Registry auftritt, müssen die Verträge mit den Endkunden nicht öffentlich-rechtlich sein. Viele Ämter erbringen Dienstleistungen privatrechtlicher Natur. Einer privatrechtlichen Regelung steht zudem nicht entgegen, dass dem BAKOM ein Rechtsdurchsetzungsorgan vorbehalten sein kann.

Empfehlung:

Aus diesen oben genannten Gründen wird von der öffentlich-rechtlichen Regelung abgeraten. Es wird empfohlen, das bisherige, gut funktionierende privatrechtliche Modell beizubehalten.

6.2 Ist die Kompetenzattraktion beim BAKOM zu empfehlen?

Um Interessenskonflikte zu vermeiden, ist es zwingend notwendig, dass das BAKOM nicht alle Funktionen in sich vereinigt. Folglich nicht gleichzeitig die Funktion des Richters, des Regelungssetzers/Rechtsetzungsorgans und des Marktteilnehmers wahrnimmt. Zum

²⁹³ Ähnlich dazu auch JOLLER Interview Frage 5.

²⁹⁴ BGE 131 II 162 (*wellness-fuehrer.ch*).

Vergleich, das BAKOM regelt zwar die Grundzüge der Telefonie, ist jedoch nicht gleichzeitig ein Telekommunikationsanbieter wie Orange oder Swisscom. Die Argumente des BAKOMs weshalb das BAKOM selbst als Registry .swiss auftreten soll, überzeugen, wie oben ausgeführt, nicht.

Für die Autorin erscheint es nicht sachgerecht, die Domains .ch und .swiss bezüglich der Governance der Registry-Tätigkeit unterschiedlich regeln zu wollen. Es ist denn auch möglich, erhöhte Anforderungen an .swiss zu stellen, ohne dabei die Registry Tätigkeit grundsätzlich anders regeln zu müssen. Eine ähnliche Meinung vertritt die Informatik Network SA.²⁹⁵ Ebenfalls in eine ähnliche Richtung geht die Meinung von Beranek, sie wies im Interview darauf hin, dass die Regulierung der Registry über eine Domain durchaus eine öffentliche Aufgabe sei, diese jedoch nicht von der Zentralverwaltung selbst erbracht werden müsse.²⁹⁶

Es wird daher empfohlen, dass die Registry nicht vom BAKOM selbst wahrgenommen wird, zumal dies auch heute nicht zu den Kernkompetenzen des BAKOMs gehört und diese Aufgabe auch sehr gut ausgelagert werden kann. Da das BAKOM bis heute in keinem solchen Tätigkeitsfeld aktiv war, fehlt es nach Meinung der Autorin auch am entsprechenden notwendigen Expertenwissen.

Würde das BAKOM als Registry (und in den anderen Funktionen gleichzeitig) auftreten, kann es aufgrund der äusserst komplexen Materie zu technischen und organisatorischen Fehlern kommen, welche für den Betrieb von .swiss mit Sicherheit nicht förderlich wären.²⁹⁷

Es wäre natürlich möglich, zu gegebener Zeit, auch weitere Mitbewerber ausser SWITCH (und CORE) im Rahmen einer Ausschreibung zu berücksichtigen.

Empfehlung:

Es wird aus den erwähnten Gründen empfohlen, für .swiss nach dem bisherigen bewährten Modell von .ch zu verfahren und eine Kompetenzattraktion zu vermeiden.

6.3 Was können Markeninhaber bei Verletzungen durch neue gTLD tun?

Für Rechteinhaber stellt sich die Frage, ob sie nicht selbst z.B. ihre eigene Marke als Top-Level-Domain registrieren möchten. Dies kommt allerdings nur für sehr grosse Unternehmen in Frage, da es, wie bereits ausgeführt, ein kostspieliges Verfahren ist.

²⁹⁵ Vgl. Infomaniak Stellungnahme S. 1.

²⁹⁶ BERANEK Interview Frage 1.

²⁹⁷ Risiken z.B. dadurch, dass aufgrund unklarerer Prozesse die Technik ausfallen würde, wodurch Möglicherweise alle .swiss Domains nicht mehr aufrufbar wären.

Der Markeninhaber könnte seine eigene Registry betreiben und sich beispielsweise für .nike bewerben und unter .nike selbständig Second-Level-Domains vergeben.²⁹⁸ So hat AXA bereits als erste Firma ihre eigene Top-Level-Domain beantragt und ist die erste Unternehmung mit eigener Top-Level-Domain.²⁹⁹

Empfehlung:

Wer seine firmeninterne Kommunikation auf eine eigene Top-Level-Domain ausrichten möchte (z.B. schaden.axa, leben.axa, personal.axa etc.) und über die nötigen finanziellen und technischen Ressourcen verfügt, dem kann die Reservation der eigene Top-Level-Domain empfohlen werden.

Von einer Reservierung der eigenen TLD Domain, nur um möglichen Missbrauch zu verhindern, wird hier abgeraten. Denn die Kosten³⁰⁰ für eine TLD sind, wie erwähnt sehr hoch, was den Kreis der Missbrauchstäter stark einschränkt.

6.4 Wie könnten Erfolgsaussichten erhöht werden?

Um die Erfolgsaussichten von .swiss zu erhöhen, wird empfohlen, die Vergabe von .swiss Domains nicht an zu strenge Kriterien zu knüpfen. Dies könnte einerseits den potenziellen Markt einschränken und zudem die Kosten für Überprüfungen übermässig und unverhältnismässig verteuern.

Empfehlung:

Preislich wird empfohlen für die erstmalige Überprüfung einen Preis nicht höher als CHF 250.- anzusetzen. Die jährliche Gebühr sollte nicht höher als CHF 100.- sein.

Es wird auch empfohlen, nur wenige Anforderungen und einfach zu überprüfende Kriterien an eine .swiss Domain zu stellen.

Es wird empfohlen in der Kommunikation vor allem auch Start-ups anzusprechen, welche noch über keine Domain-Strategie verfügen und bei welchen ein neuer Domain-Name nicht mit enormen Kosten verbunden ist.

6.5 Ist .swiss eine taugliche Herkunftsangabe?

Die Autorin ist der Meinung, dass es bei Produkten und Dienstleistungen durchaus sinnvoll sein kann, wenn man die Verwendung von „Swiss Made“ oder dem Schweizer Kreuz von

²⁹⁸ Vgl. SCHMID S. 3, 5.

²⁹⁹ HITZELBERGER .axa.

³⁰⁰ Über 185'000 US-\$.

konkreten Kriterien abhängig macht. Dabei ist es natürlich auch wichtig, einen effektiven Rechtsschutz für die Durchsetzung und für den Schutz der „Marke Schweiz“ sicherzustellen.

Jedoch bezweifle ich stark, dass mit der Domain .swiss die gleichen Emotionen und positiven Effekte hergestellt werden können, wie wenn ein Produkt mit „Swiss Made“ oder dem Schweizer Kreuz wirbt. Dies vor allem deshalb, weil der durchschnittliche Internetnutzer (insbesondere nicht in der Schweiz wohnhafte) nicht weiss, was die Bedingungen von .swiss Domains sind und dies auch in Zukunft nicht wissen wird.³⁰¹ Ob die Internetnutzer, welche grösstenteils über Suchmaschinen direkt auf eine Website gelangen (insbesondere für neue noch unbekannte Internetadresse, wie es bei .swiss ja meist der Fall wäre), überhaupt einen Unterschied in der Adresszeile bemerken würden, ist fraglich.

Nach der Meinung der Autorin erfolgt das Swissness-Co-Branding über die Firma und ihre Produkte und Dienstleistungen selbst und nicht über den Domain-Namen. Der Inhalt der Website vermag mehr Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen als die Adresszeile.

Im Übrigen müssen Produkte oder Dienstleistungen, welche auf der Website „Swiss Made“ angeboten werden, natürlich unabhängig vom Domain-Namen die entsprechenden Swissness-Kriterien erfüllen, um rechtlich korrekt angeboten zu werden.

Das Internet ist aufgrund seiner faktisch nicht vorhandenen Landesgrenzen nicht an ein Land gebunden. Nur weil .swiss ein höherer Bezug als .ch zur Schweiz haben könnte, kann .swiss nicht als Herkunftsangabe verstanden werden. Sonst müssten für .ch die strengen Regeln der Herkunftsangaben auch gelten, denn ein Teil der Internetnutzer verbindet mit .ch sehr wohl die Schweiz. Es gibt aus Sicht der Autorin somit keinen Grund, .swiss Domains als Herkunftsangabe im Sinne des Markenschutzgesetzes zu interpretieren.

Es stellen sich zudem auch ganz praktische Probleme. Ein Internetauftritt ist sehr dynamisch und enthält sehr wahrscheinlich auch Produkte und Dienstleistungen, die länderübergreifend sind. Zu denken wäre an eine Plattform zum Verkauf von Kleidern, Wein, Uhren oder Schokolade, welche Produkte aus aller Welt anbietet, aber den Firmensitz in der Schweiz hat. Zu denken wäre dabei auch an eine Anwaltskanzlei mit Schweizer Sitz, welche aber in spezifischen Gebieten länderübergreifende Rechtsdienstleistungen (somit nicht nur „Schweizer Recht“) anbietet.

Aus den genannten Gründen wäre es schlicht nicht praktikabel, wenn die Unternehmen immer auf die entsprechenden Vorgaben des Markenschutzgesetzes achten müssten. Dies insbesondere im Hinblick auf die strengeren Vorgaben, welche Teil der Swissness-Vorlage sind. Dies würde die Nachfrage an .swiss Domains stark einschränken.

³⁰¹ Die Autorin geht davon aus, dass es mit sinnvollem finanziellem Aufwand nicht möglich sein wird, dies grenzüberschreitend bekannt zu machen.

Empfehlung:

Es wird aufgrund der vorstehenden Ausführungen klar davon abgeraten, .swiss als Herkunftsangabe zu interpretieren. Die faktische Situation des globalen Internets und das Verständnis des durchschnittlichen Users rechtfertigen dies nicht.

6.6 Materielle Prüfung und mögliche Swissness Kriterien

Die Autorin ist der Meinung, dass es sinnvoll ist, wenige und konkrete Anforderungen an eine .swiss Domain zu stellen. Taugliche Kriterien sind sowohl Sitz, Nationalität oder Wohnsitz in der Schweiz. Denn dies sind Kriterien, die rasch und grundsätzlich automatisiert überprüft werden können. Sie sind auch klar abschätzbar und bieten somit mehr Rechtssicherheit.

Eine „summarische Prüfung“ soll nicht durch das BAKOM wahrgenommen werden und soll weiterhin Aufgabe der Privatwirtschaft sein. Wenn Private ihre Rechte verletzt sehen, können sie sich mit den bewährten Rechtsmitteln dagegen wehren.

Dadurch, dass geringe Mindestanforderungen an .swiss gestellt werden, wäre dies eine mögliche Massnahme, mit welcher sich .swiss tatsächlich von .ch abheben könnte. Ein Fakt, welcher Unternehmen für die Marketing Kommunikation nutzen könnten.

Mit dieser Variante besteht zudem mehr Rechtssicherheit über die Kriterien. Wer einen Antrag stellt, weiss schon im Vorfeld klar, welche Kriterien zu erfüllen sind. Bei anderen Kriterien wie beispielsweise 60% Schweiz wäre völlig unklar, was darunter genau zu verstehen ist. Solche materiellen Prüfpflichten generieren nach Meinung der Autorin Rechtsunsicherheiten und sind nicht förderlich für den Vertrieb von .swiss Domains.

Es sollte daher auf keine weiteren Punkte als auf Sitz, Nationalität oder Wohnsitz abgestellt werden. Sollte die Praxis zeigen, dass diese Kriterien nicht ausreichen³⁰², kann man diese zu einem späteren Zeitpunkt noch immer ausdehnen. Dies jedoch nur, sofern man sich im Klaren ist, wie diese Punkte in der Praxis effektiv überprüft werden können.

Die Autorin erachtet es als zielführend, wenn die Beteiligten (BAKOM sowie CORE), gegenseitig diesen Prozess (Überprüfung der Kriterien) sowohl technisch als auch rechtlich genau aufzuzeichnen. Dies kann beispielsweise mit Use-Cases oder mit einem Prozessmodellierungstool geschehen.

Aus Sicht der Autorin sind sich heute nicht alle Beteiligten im Klaren, wie wichtig der reibungslose Ablauf im Hintergrund ist. Funktioniert dieser nicht einwandfrei, ist dies nicht nur für die Verbreitung von .swiss äusserst hinderlich, sondern es könnte auch die weitere Infrastruktur in ihrer Stabilität gefährden.

³⁰² Die Autorin geht davon aus, dass diese Kriterien auch für die Zukunft ausreichend sind.

Bezüglich der Überprüfung von materiellen Kriterien, teilt die Autorin somit in weiten Teilen die technische Einschätzung von SWITCH. Es kann aus Sicht der Autorin nicht Aufgabe der Registry sein, die Rechte eines potenziellen Domain-Name Halters zu überprüfen. Würde man diese Aufgabe splitten, würden technische Abläufe unnötig erschwert und verteuert. Es würden sowohl technische als auch organisatorische Schnittstellen entstehen, die für den relativ kleinen Markt Schweiz sehr teuer sind.³⁰³

Empfehlung:

Aus diesen Gründen ist zu empfehlen, nur auf automatisch und einfach überprüfbare Kriterien abzustellen (Sitz, Nationalität oder Wohnsitz).

³⁰³ Und im kleinen Markt Schweiz kommt die Domain .swiss auch nur für einen Teil der Unternehmen in Frage.

7 Fazit und Zielerreichung

Nach den Interviews mit zahlreichen Fachpersonen sowie der Auslegung und Auswertung der Literatur und weitere Quellen ist eines sicher: Noch sehr viele Punkte sind unklar und es bestehen grosse Meinungsunterschiede.

Es scheint der Autorin, dass der vorliegende Entwurf der Verordnung in einigen Punkten nicht vollständig durchdacht wurde. Begriffliche Inkonsistenzen lassen zudem darauf schliessen, dass man sich des genauen Terminus nicht bewusst war.

Aufgrund der in den vorhergehenden Kapiteln beschriebenen Interessenkonflikte und den fehlenden Kernkompetenzen beim BAKOM wird klar davon abgeraten, dass das BAKOM die angedachten Funktionen alle übernimmt. Das DNS System der Schweiz ist heute hauptsächlich nach privatrechtlichen Strukturen organisiert und funktioniert sehr gut. Das öffentlich-rechtlich geplante Nutzungsrecht hat aus Sicht der Autorin keine Vorteile. Es wird daher empfohlen, die bisherige Lösung beizubehalten, zumal dies auch der aktuellen bundesgerichtlichen Rechtsprechung entspricht. Das öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht würde zudem die aktuelle Praxis des Bundesgerichts aushebeln. Ausserdem fehlt es schlicht an einer genügenden gesetzlichen Grundlage für das geplante öffentlich-rechtliche Nutzungsrecht.

Wenn .swiss zu einem Erfolg werden soll, müssten in jedem Fall die aktuell angedachten manuellen Überprüfungen überdacht werden. Eine grosse Anzahl an Reservierungen ist in einem vernünftigen Zeitraum ohne automatisiert überprüfbare Kriterien nicht möglich.³⁰⁴ Es ist von allen Kriterien abzuraten, welche nicht einfach und klar zu überprüfen sind. Dies aus Gründen der Rechtssicherheit und der Kosten einer allfälligen manuellen Überprüfung. Die Resultate des Fragebogens gehen von einem Median von CHF 214.- für die Registrierungsgebühr aus. Das bedeutet mit diesem Geld müssten sämtliche Überprüfungskosten abgedeckt sein. Zu hohe Kosten schmälern zudem die Erfolgsaussichten von .swiss. Taugliche Kriterien, welche effizient zu überprüfen wären, sind aus Sicht der Autorin Sitz, Nationalität oder Wohnsitz. Die angedachten (unklaren) Kriterien erachtet die Autorin als grosses Risiko für den Erfolg von .swiss.

Für einen Erfolg von .swiss wäre eine entsprechende zielgruppenorientierte Kommunikation (z.B. Start-ups) zu empfehlen.

Die Autorin verneint klar, dass mit .swiss ein besonderer Bezug zur Schweiz hergestellt wird. Noch mehr ist sie davon überzeugt, dass es einem Domain-Namen nicht gelingen wird, die positiven Effekte von „Swiss-Made“ herzustellen. Ob der durchschnittliche User den

³⁰⁴ Ähnlich auch BERANEK Interview Frage 8.

Unterschied in der Adresszeile überhaupt bemerken wird, ist fraglich. Selbst wenn er diesen Unterschied wahrnimmt, sind dem User die Zuteilungskriterien hinter .swiss nicht bekannt. Dies wäre jedoch eine der Voraussetzungen, um mit .swiss die positiven „Swiss-Made“ Effekte der Schweiz auszulösen. Natürlich ist nicht ausgeschlossen, dass mit den angebotenen Produkten auf der Website selbst (Schokolade, Uhren etc.) von den positiven Effekten von „Swiss-Made“ profitiert werden kann. Wie im Kapitel „Swissness als Co-Branding“ ausgeführt, glaubt die Autorin grundsätzlich an solche positiven Effekte. Solche Effekte ergeben sich jedoch unabhängig von der Adresszeile im Browser.

Die Autorin geht weiter davon aus, dass .swiss nicht als Herkunftsangabe verstanden werden kann. Das Internet kennt keine Territorialität und so weiss der durchschnittliche Internetnutzer, dass die aufgerufene Website „überall auf der Welt“ stehen und betrieben werden kann. Um als Herkunftsangabe zu gelten, müsste .swiss zudem effektiv wahrgenommen, direkt mit der Schweiz in Verbindung gebracht werden und die Unterschiede von .ch müssten dem Besucher ebenfalls bekannt sein. Diese Wissenskonstellation schliesst die Autorin beim durchschnittlichen User aus. Zudem, nur weil mit .swiss allenfalls mehr Bezug zur Schweiz hergestellt werden kann als mit .ch, kann .swiss noch lange nicht als Herkunftsangabe verstanden werden. Des Weiteren geht die Autorin davon aus, dass viele Unternehmen wohl eine .swiss Domain reservieren, diese jedoch nicht effektiv in Gebrauch nehmen werden. Gelöst würde dies indem technisch eine Umleitung (Redirect) auf die bestehende Internetadresse des jeweiligen Unternehmens gemacht wird. Ähnlich wie dies heute Schweiz Tourismus mit www.switzerland.com (zu www.myswitzerland.com) macht.

Aus diesen Gründen wird Unternehmen derzeitig nur bedingt empfohlen eine .swiss Domain als neuen Auftritt (inkl. neuer Kommunikation) zu benutzen.

Für Start-ups, welche sowieso eine neue Internetadresse benötigen und keine Anpassungen im Firmenauftritt (Briefpapier etc.) vorzunehmen hätten, kann eine .swiss Domain lohnenswert sein. Dies allerdings nur dann, wenn die Zuteilungskriterien klar sind, da die Unternehmung ansonsten in Gefahr läuft, die undurchsichtigen Kriterien nicht mehr zu erfüllen. Damit würden hohe Kosten durch eine neue Kommunikation (Information an Kunden, Anpassung Briefpapier, Neuorganisation des Internetauftritts etc.) auf die Unternehmung zukommen.

Für bestehende Unternehmen empfiehlt sich die Domain .swiss nur insoweit, als man damit einen neuen separaten Auftritt (z.B. eines einzelnen neuen Produktes) lanciert. Dies mit dem Hintergrund, dass ein Wechsel der Domain-Strategie (von .ch und .com Adressen zu .swiss) mit hohen Kosten (Kommunikation, Suchmaschinen-Ranking, etc.) verbunden ist.

Dabei muss beachtet werden, dass sich .swiss durchsetzen muss und wenn sich .swiss nicht durchsetzt, hohe Kosten entstanden sind und sogar noch ein zweites Mal (erneute Anpassungen, erneute Kommunikation etc.) entstehen. So hat sich, wie das Beispiel von Schweiz Tourismus aufzeigt, .travel nicht durchgesetzt.

Wenn man Missbräuchen vorbeugen möchte, kann es für Unternehmen sinnvoll sein, die .swiss Domain analog der bestehenden Internetadressen (beispiel-unternehmen.com, beispiel-unternehmen.ch) zu reservieren, jedoch nicht aktiv in die Kommunikation einzubinden.

Zielerreichung

Zu Beginn dieser Arbeit wurde gefragt, wie ein Domain-Name heute rechtlich zu qualifizieren ist. Dies konnte mit zahlreicher Literatur aus der herrschenden Lehre, Urteilen sowie Fachvorträgen aufgezeigt werden. Dieses Ziel wurde daher eindeutig erreicht.

Es konnte unter anderem mit den zahlreichen Stellungnahmen aufgezeigt werden, was die Kritik- und Schwachpunkte am vorgesehenen Nutzungsrecht sind. Durch Auslegung der relevanten gesetzlichen Grundlagen wurde ausgeführt, dass die Autorin der Meinung ist, dass einerseits die das Nutzungsrecht dem Privatrecht zuzuordnen ist und die vorhandenen gesetzlichen Grundlagen nicht für ein öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht ausreichen. Dieses Ziel konnte somit auch erreicht werden.

Mit Hilfe des Verordnungsentwurfes, Interviews und dem Erläuterungsbericht konnte ebenfalls, soweit zum heutigen Zeitpunkt jedenfalls bekannt, aufgezeigt werden, was die Voraussetzungen für eine Zuteilung einer .swiss Domain sein werden. Mit den Interviews und natürlich den vorhandenen Materialien wurde versucht aufzuzeigen, was ein besonderer Bezug zur Schweiz bedeutet, respektive bedeuten könnte. Ausserdem wurde betrachtet was mögliche „Swissness-Kriterien“ sein könnten, wobei auch aufgezeigt wurde, was ein abstellen auf verschiedene Kriterien für die Praxis bedeutet. Diese beiden Ziele konnten daher auch erreicht werden.

Auch wurde behandelt, ob .swiss als taugliche Herkunftsangabe herangezogen werden kann. Die Gründe, warum ein Domain-Name alleine dafür nicht herangezogen werden kann, wurden ausführlich erläutert und die Autorin verneint dies klar. Auch dieses Ziel konnte somit erreicht werden.

Erfolgreich konnten mit dem Fragebogen und der Befragung verschiedener Experten Aussagen über die möglichen Erfolgsaussichten zu .swiss getroffen werden. Somit konnten alle gesetzten Ziele, soweit zum heutigen Zeitpunkt darüber Aussagen mögliche sind, vollständig erreicht werden.

Anhang

Beilagenverzeichnis

	Seite
1) Interview Bähler Konrad	2
2) Interview Beranek Zanon Nicole	10
3) Interview Bondallaz Stéphane, Peter Signer (BAKOM)	19
4) Interview Fischer Peter (Universität St. Gallen)	26
5) Interview Gallus Joller	28
6) Interview Herren Jürg, Leuenberger Lena (IGE)	32
7) Interview Schubert Yvonne	37
8) Interview Winkler Thomas (Schweiz Tourismus)	39

Interview Konrad Bähler vom 31. März 2014

Konrad Bähler ist Rechtsanwalt und arbeitet bei Dr. Widmer & Partner, Rechtsanwälte. Er hat sich in den Bereichen Immaterialgüter-, Technologie- und Informationsrecht spezialisiert.

1. In Zukunft dürfte die Verwaltung der Internet-Domain-Namen ".ch" und ".swiss" in einer separaten Verordnung geregelt werden. Die Verordnung über Internet-Domains (E-VID) befindet sich bis zum 17. April 2014 in der Vernehmlassung. Was sind Ihrer Meinung nach die kritischsten Punkte der E-VID?

Die neue Strukturierung, ob sich diese bewähren wird. Ich glaube, die Situation hat sich im Vergleich zu früher entwickelt. Es gibt heute mehr Registrare.

Es stellt sich auch die Frage, wie sich .swiss entwickeln wird. Es soll ja gestuft vorgegangen werden, so dass eingetragene Marken ein Vorrecht zur Reservierung erhalten. Auch stellt sich die Frage, wer sich alles für .swiss qualifiziert. Noch offen sind auch die Preise. Vom Preis hängt denn auch ab, wie viele Registrierungen es geben wird.

Sonst ist in der Verordnung nicht wahnsinnig viel Neues. Heute gibt es ja FMG, AEUV und der allgemeine Teil. Dieser findet auch auf Domain Namen wie .ch Anwendung und natürlich noch der spezielle Teil, welcher auch gilt. Dann gibt es noch die TAV. Was nicht geregelt war, ist das Verhältnis zu den Registraren. Das war in den AGBs der SWITCH. Wenn man diese Punkte nun alle zusammen nimmt, ist nicht so viel Neues drin.

Neu ist aber die strikte Trennung von Registry und Registraren (und die neue .swiss Domain). Das wollte man schon ganz früher, in den 90er Jahren, machen, aber alle Parteien haben gesagt, „hört auf damit“, denn die SWITCH hätte das bisher gut gemacht, lasst das die SWITCH weiterhin ausführen. Das hat damals z.B. auch die Swisscom gesagt.

Grundsätzlich ist es kein grosses Business, alleine Registrar zu sein, da macht man nur Geld, wenn man es im grossen Stil, also nicht nur für den Schweizer Markt betreibt. Ausser man macht es weltweit oder in Bundles. Möglich sind natürlich Bundle Angebote, wenn man dem Kunden alles aus einer Hand bieten möchte. Aber Domain-Namen selbst sind kein „big business“.

2. Sie haben das Nutzungsrecht nicht erwähnt. Ist das Ihrer Meinung nach nicht neu?

Heute ist es eine „Exklusivposition“, aber kein Exklusivrecht wie ein Patent- oder ein Designrecht. Das Wort „Nutzungsrecht“ lässt auf ein absolutes Recht schliessen. Die Frage ist aber, was man darunter versteht. Ich gehe davon aus, dass es nichts anderes ist, als ein technisches Exklusivrecht im Kontext des DNS Systems. Analog dem, wenn sich ein Name im Wettbewerb durchgesetzt hat.

Es wäre mir zudem absolut neu, dass man absolutes Recht auf Verordnungsstufe zusprechen kann. Ich sehe es also nicht im Sinne eines schweizerischen Nutzungsrechts, sondern als eine Art Exklusivrecht im DNS Bereich.

Wenn man an eine „Nutzungsmöglichkeit“ denkt, will man damit evtl. nur sagen, dass es ein Nutzungsrecht gibt und nicht mehr. Vermutlich ist „Nutzungsrecht“ nur als Worthülse gemeint.

Es wäre evtl. zu prüfen, ob ich gegenüber dem BAKOM oder der Registerbetreiberin einen Rechtsanspruch habe, den Domain-Namen durchzusetzen. Aber das hatte ich heute auch nicht und wenn ich den Domain-Namen habe, dann habe ich den Anspruch. Somit also eine faktische Exklusiv Position.

3. Würden Sie eine andere Regelung anstreben und wenn ja, warum?

Nein, es ist mir noch nichts ins Auge gestochen. Allenfalls ist man bei den Formulierungen etwas überbordet, wie auch bei den Definitionen.

Mein Eindruck ist, dass das BAKOM versucht hat, das festzuhalten, was heute schon Praxis ist. Ins Auge gestochen ist mir aber:

n

Art. 19 Registrarvertrag

¹ Ein Registrar darf Registrierungsdienstleistungen anbieten, wenn er:

- a. den Abschluss eines Registrar-Vertrags mit der ICANN vorlegen kann, falls dies von den international anwendbaren Normen für die betreffende Domain so vorgeschrieben ist;

Da frage ich mich, wieso das BAKOM dies regeln will. Ich finde, das geht das BAKOM nichts an und ich bin mir sicher, dass es noch den einen oder anderen solchen Inhalt gibt. Dieser ganze Abschnitt ist neu. Ich frage mich grundsätzlich, ob es diesen Artikel braucht.

Auch sehe ich nicht ein, warum ein Provider (Registrar) dies nicht im Bundle anbieten darf. Ich finde, der Markt spielt hier schon gut und es werden verschiedene Provider vor die Entscheidung gestellt, entweder die Prozesse (teilweise) einschneidend und kostspielig zu ändern (bei einem Produkt, das sich als alleiniges Angebot nicht lohnt) oder es nicht anzubieten.

Art. 22 Pflichten

¹ Die Registrare müssen ein entbündeltes Angebot machen, das ausschliesslich die Zuteilung eines Domain-Namens beinhaltet.

Das war vorher alles privatrechtlich geregelt (AGB SWITCH; diese AGBs mussten dem BAKOM vorgelegt werden) und ist jetzt neu öffentlich-rechtlich geregelt. Ob man das braucht, darüber kann man wirklich diskutieren.

4. Denken Sie, es könnten Konsumentenschutz-Überlegungen (Preise etc.) bei der Gestaltung von Art. 22 eine Rolle gespielt haben?

Dies könnte schon sein, jedoch gibt es hier die Wettbewerbskommission, die eingreifen würde, wenn es zu Absprachen oder ähnlichem kommen würde. Ausserdem spielt hier der Markt heute schon relativ gut.

5. Werden Sie ebenfalls eine Stellungnahme einreichen?

Wir, von uns aus, nicht.

6. Die Verordnung über Internet-Domains ist sehr umfangreich und regelt sowohl .ch als auch .swiss. Sehen Sie darin Probleme (einerseits bezüglich Umfang, andererseits bezüglich der Regelung der unterschiedlichen Domains in der gleichen Verordnung), wenn ja, welche?

Mir spielt es generell keine Rolle, ob es in einer oder in zwei geregelt ist. Die beiden haben einen gewissen Konnex. Für mich ist das nur eine Geschmacksfrage. Für mich kommt es mehr darauf an, was drin steht. Ich finde, es spielt keine grosse Rolle.

7. Welche Bedeutung kommt Ihrer Meinung nach Satz X in Art. 51 lit. c E-VID [diesen habe ich Ihnen vorgängig zukommen lassen] zu?

X: „[...] nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden; [...]“.

Aus meiner Sicht gelten für Art. 51 die statuierten kumulativen Bedingungen von Art. 56. Somit grundsätzlich jede Firma oder Person, welche in der Schweiz einen Sitz hat oder hier wohnt oder auch die Schweizer Nationalität hat. Momentan läuft das für mich nur darauf hinaus.

8. Zusatzfrage: Wenn es nur auf dieses Kriterium beschränkt ist, ist es berechtigt einen solchen Aufwand für .swiss zu betreiben und eine solche Abgrenzung zu machen? Denn .swiss soll gemäss aktuellem Art. 51 E-VID „dem Image [...] und [...] Interessen der Schweiz dienen und diese weltweit fördern“ und die Zuteilung soll „unter Berücksichtigung der Interessen der schweizerischen Community [...] erfolgen“.

Es ist so, dass es, wenn man andere Kriterien definiert, bei Abgrenzungen sehr kompliziert und bei möglichen Zuteilungsentscheidungen schwierig wird. Man wird sich sonst die Augen reiben, was dies für Konsequenzen haben wird.

9. Was sind Ihrer Meinung nach taugliche Kriterien, um den besonderen Bezug zur Schweiz herzustellen? Wie würden Sie den obigen Satz (in Frage 6) auslegen?

Darüber habe ich mir bisher noch keine Gedanken gemacht. Aber ganz bestimmt nur Kriterien, die einfach zu überprüfen sind. Diese wären z.B. Sitz oder Nationalität Schweiz. Sobald man auf materielle Kriterien geht, wird es wahnsinnig schwierig.

10. Was meinen Sie zum Vorschlag, dass eine Firma „mindestens 60% Schweiz“ sein muss, um eine .swiss Domain zu erhalten? (Analog dazu, dass beispielsweise für den „Stempel mit dem Schweizer Kreuz“/Swissness mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen müssen)

Das halte ich für sehr schwierig, wie würde man das kontrollieren wollen? Nehmen wir einmal die Verschärfung der lex Koller. Das Gesetz, welches vorsehen würde, dass ausländisch beherrschte Unternehmen als Ausländer behandelt würden. Der

Effekt wäre, dass z.B. Nestle als ausländisch beherrscht gelten würde, denn sie befinden sich kapitalmässig in ausländischer Hand. Zudem, fast alle Firmen, die gross und börsennotiert sind, sind dann ausländisch beherrscht. Ob sie nun für .swiss als ausländisch betrachtet werden müssen, sei dahingestellt.

11. Bezugnehmend auf Frage 7: Was glauben Sie, wie der Rechtsschutz aussehen sollte, wenn der genügende Bezug zur Schweiz noch strittig ist?

Dafür gibt es überhaupt keine Kriterien. Hier sind wir nicht im Bereich des Kennzeichnungsrechts, hier muss einer behaupten, ich bin schweizerischer als der andere. Also etwas, das nicht kennzeichnungsrechtlich gelöst werden kann.

Es stellt sich die Frage, wer auf einen Phantasienamen das bessere Recht haben soll.

Aber ich glaube, das ist ein sehr seltener Fall. Die Kriterien in der Verordnung lassen ja Tür und Tor offen. Es wäre beim Gericht eine Einzelfallentscheidung zu treffen. Es müsste, ähnlich wie bei anderen markenrechtlichen Streitigkeiten, eine Interessensfallabwägung vorgenommen werden. Das ist bis heute völliges Neuland. Es müsste dann vermutlich ähnlich vorgegangen werden wie im Fall *rytz.ch* (BGE 125 III 91).

Über Kollisionen zwischen Namensrecht oder Firmen- und Markenrecht ist somit nicht schematisch zu entscheiden, sondern durch möglichst gerechte gegenseitige Interessensabwägung.

Ich finde zudem, nur weil einer eine Marke eingetragen hat, hat er nicht das bessere Recht an einem Domain-Namen. Zu denken ist da beispielsweise an eine Privatperson, die den gleichen Namen wie eine bekannte Marke hat.

12. Bereits im Erläuterungsbericht wird angedeutet, dass aufgrund der ersten Prüfung die .swiss Domain teurer sein wird. Glauben Sie, diese Prüfung rechtfertigt sich grundsätzlich und rechtfertigen sich demnach auch die höheren Kosten?

Wenn eine Stelle mehr prüfen muss, generiert das natürlich auch Mehrkosten. Es stellt sich die Frage, welche Kriterien überhaupt überprüfbar sind.

13. Also gehen wir die Kriterien durch:

Art. 28 (allgemeine Bedingungen), die sind vermutlich kaum ein Thema.

Ja, davon ist auszugehen.

Art. 56 a-d

Sicher leicht überprüfbar. Und bei lit. c kann man einfach die Liste mit Gemeindennamen heranziehen.

Art. 56 e (Objektiven Bezug....)

Hier könnte es viel Aufwand geben und bei der Prüfung kompliziert werden. Man kann hier natürlich unterschiedlichster Auffassung sein. Insbesondere bei Ziffer 3. Da erinnere ich an den Fall Luzern, in dem umfangreich abgeklärt wurde, ob der Kanton oder die Stadt Luzern zuständig ist.

Art. 56 Abs. 2

Es könnte ein Problem sein, wenn die Registerbetreuung eine materielle Prüfung durchführen muss. Das wollte man bisher nicht. Das ist ein neuer Faktor von .swiss.

14. Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten der neuen .swiss Domain ein?

Grundsätzlich, je schwieriger ein Verfahren ist, desto weniger Personen wollen eine .swiss Domain. Zum jetzigen Zeitpunkt ist es sehr schwierig, die Erfolgsaussichten von .swiss abzuschätzen.

15. Glauben Sie, dass grosse Schweizer Firmen sich verpflichtet fühlen, eine .swiss Domain zu reservieren, damit ihnen (abgesehen von den markenrechtlichen Ansprüchen etc.) niemand anderes zuvorkommt? [Der Erläuterungsbericht geht davon aus, dass sich die beiden Domains nicht konkurrenzieren, sondern ergänzen. vgl. Art. 51 auf Seite 36].

Mittlerweile sind die Rechtsbehelfe gegen Domaingrabbing etc. recht gut. Die Domaingrabbing-Aspekte bei .swiss sind daher aus meiner Sicht kein wahnsinniges Kriterium mehr.

16. Angenommen, Firmen mit bereits registrierter .ch Domain fühlen sich verpflichtet, eine .swiss Domain zu registrieren (z.B. um damit die Verwechslungsgefahr zu vermeiden und ihre Marke und Unternehmung zu schützen). Bringt uns die .swiss Domain wirklich mehr Auswahl der Domain-Namen? (Auch im Hinblick auf den Zweck der Verordnung Art. 1 „[...] der Schweiz ein ausreichendes, qualitativ hochstehendes und bedarfsgerechtes Angebot an Internet-Domain-Namen angeboten wird“).

Ich weiss nicht. Heute fühlen sich viele Unternehmen nicht mehr verpflichtet, überhaupt eine Registrierung vorzunehmen.

17. Es ist vorgesehen, dass Inhaber von Marken ein Vorrecht erhalten bei der Reservierung von Domainnamen .swiss. Nehmen wir nun das Beispiel von Cottinelli Weinen (www.cottinelli.ch) und dem Advokaturbüro Cottinelli in St. Gallen (www.cottinelli-law.ch). Im Markenregister ist derzeit nur folgende Marke (des Weinhauses Cottinelli) eingetragen (Nr. 33 für Alkoholische Getränke (ausgenommen Biere):

COTTINELLI

Das Advokaturbüro hat folgendes (nicht eingetragenes) Logo:

COTTINELLI advokatur
& notariat

Nehmen wir an, das Advokaturbüro trägt nun ebenfalls eine Marke ein. Und zwar nur mit dem Namen Cottinelli. Wer hat Ihrer Meinung nach nun Vorrang und weshalb?

Das müsste dann eben das Gericht nach Einzelfall und Interessensabwägung entscheiden.

18. Welches sind Ihre konkreten Vorschläge für die Umsetzung der E-VID (und .swiss) für die Praxis?

[Überlegt] Bevor man nicht im Detail weiss, wie die Verordnung aussieht, ist es schwierig mit Tipps. Ein wichtiger Punkt wird sein, wie man mit Kunden umgeht, die von SWITCH zu einem Registrar wechseln müssen.

Besten Dank für die Beantwortung der Fragen!

Interview Nicole Beranek Zanon vom 8. April 2014

Nicole Beranek Zanon, RA lic. iur., Executive MBA HSG, Partnerin und Inhaberin der de la cruz beranek Rechtsanwälte AG, www.delacruzberanek.com

Nach einem zweisprachigen Studium (d/f) der Rechte an der Universität Fribourg mit Auszeichnung Europarecht folgte eine Spezialisierung in Immaterialgüterrecht im Rahmen des LL.M. European Business Law der Universität Zürich sowie einem Executive MBA HSG. Nicole Beranek Zanon arbeitete in ihrer Vergangenheit bei PwC, einer mittleren Anwaltskanzlei in Zürich und als Head Legal von SWITCH, der Registerbetreiberin für .ch/.li und der Betreiberin des Hochschulnetzwerkes.

1. In Zukunft dürfte die Verwaltung der Internet-Domain-Namen ".ch" und ".swiss" in einer separaten Verordnung geregelt werden. Die Verordnung über Internet-Domains (E-VID) befindet sich bis zum 17. April 2014 in der Vernehmlassung. Was sind Ihrer Meinung nach die kritischsten Punkte der E-VID?

Am kritischsten erscheint mir die Governance. Für .swiss soll das BAKOM Registry sein und sie behalten sich vor, zusätzlich Registrar zu sein. Zudem sollen Sie dann auch noch die Beschwerdeinstanz sein. Das ist eine Kompetenzattraktion und widerspricht den Rechtsstaatlichkeitsprinzipien.

Zur Governance Frage gehört auch die grundlegende Frage, ob es sich denn tatsächlich um eine öffentliche Aufgabe handelt, die von der Zentralverwaltung zu erbringen ist. Ich bin der Ansicht, dass die Regulierung der Registry über einen Domain sehr wohl eine öffentliche Aufgabe ist, jedoch muss diese nicht zwingend von der Zentralverwaltung erbracht werden. Ich bin der Meinung, dass das BAKOM die Aufgaben rund um .ch und .swiss ausgliedern und nur für die kritischen Funktionen des Betriebes Lenkungsinstrumente vorsehen sollte. Solche Lenkungsinstrumente könnten z.B. sein: Regelung von Sicherheitsaspekten, Gleichbehandlung, Transparenz und Reporting. Hier könnte man grundsätzliche Vorgaben an die Registry machen.

Eingriffe in die administrativen oder organisatorischen Tätigkeiten der Registry sollte man bewusst weglassen. Die Tätigkeit von Registraren ist schon gar nicht zu regeln. Eine Branchenregelung wird nicht gewünscht.

Zudem, der Preis wird nach dem jetzigen Entwurf für die ganze Delegationsperiode fix mit dem Beauftragten vereinbart. Es sollte m.E. jedoch die Möglichkeit offen gelassen werden, dass die Registry den Preis trotzdem noch senken kann.

Auch in die Kategorie Governance gehört für mich das Thema rund um das Nutzungsrecht. Es ist für mich nicht nachvollziehbar, warum man hier ein Nutzungsrecht vorsieht. Dieses bietet nur Nachteile. Zum einen kann ein Nutzungsrecht nicht Bestandteil eines privatrechtlichen Vertrags sein (wie bei .ch), zum anderen führt es zu weiteren Problemen wie der zeitlichen Beschränkung, um nicht in die Problematik des wohlerworbenen Rechts hineinzulaufen. In unseren Nachbarländern Deutschland und Österreich ist der Domain-Name eine Forderung aus einem Vertrag. Dies sollte auch in der Schweiz so gehandhabt werden. Damit wird die Übertragbarkeit eines Domain-Namens gewährleistet.

Ein weiterer Kritikpunkt ist für mich die Parallelitätsregelung .ch und .swiss. Es sind zwar zwei unterschiedliche spezielle Teile in der Verordnung vorgesehen, aber die allgemeinen Regeln für .ch und für .swiss sind gleich. Dies, obwohl ja beide einen ganz anderen Ansatz haben. Für .swiss muss ein Registry Agreement mit ICANN abgeschlossen werden und Registrar kann nur sein, wer bei ICANN akkreditiert ist. Die gesamten Vorgaben sind entsprechend zu übernehmen, dies auch für zukünftige, neue Anforderungen von ICANN. Bei .ch hingegen bestehen keine solchen Einschränkungen. Registrar kann werden, wer die Vorgaben des ccTLD's erfüllt. Deshalb lassen sich m.E. die beiden Domains (.swiss als gTLD und .ch als ccTLD) nicht in einem gemeinsamen allgemeinen Teil regeln.

Meiner Meinung nach hat .swiss heute ein „enges Korsett“. Ich glaube, .swiss wird so nicht zu einer grossen Nachfrage führen. Es sind zu viele Vorgaben, die man für .swiss erfüllen muss, deren Überprüfung manuell erfolgt und damit auch einen Aspekt der Willkür beinhalten.

Und auch die gewählte Terminologie in der E-VID ist nicht korrekt. So wird z.B. nebst der Top-Level-Domain auch vom Domain bzw. Internet Domain gesprochen. Sollte bei letzterem der Top-Level-Domain und der Second-Level-Domain zusammen gemeint sein, so wäre in der Folge die Verwendung Domain jeweils nicht korrekt, da z.B. die Registry betreffend der Top-Level-Domain nur einen eingeschränkten Handlungsspielraum hat.

Das sind die wichtigsten, die mir einfallen. Sie haben sich im Vorfeld ja bereits nach unserer Stellungnahme erkundigt, diese wird ab dem 17. April 2014 verfügbar sein und darin werden diese Punkte noch detaillierter aufgeführt sein.

2. Würden Sie eine andere Regelung anstreben und wenn ja, warum?

Ich finde für den Betrieb des Registries braucht es keine Branchenregulierung, welche auch die Registrare und sogar die Inhaber umfasst.

Gewisse Grundvorgaben bezüglich Sicherheit insbesondere im Hinblick auf die kritische Infrastruktur und die Preise sind sinnvoll, aber man sollte den Registraren kein Korsett anlegen. Das Gleiche gilt auch für die Registry. Diese muss noch einen gewissen Handlungsspielraum haben. Lässt man der Registry diesen nicht, treibt dies die Kosten für Domain-Namen in die Höhe und es ist für die Registry kein Geschäft mehr. Die Registry übernimmt den Auftrag entweder nicht oder nicht mehr oder nur noch sehr viel teurer.

3. Im NZZ-Interview wurde erwähnt, dass Sie beim BAKOM bereits vorgesprochen haben. Wie muss ich mir das vorstellen?

Wir hatten ein Austauschgespräch mit dem BAKOM, in welchem wir darauf hingewiesen haben, dass es für das BAKOM für den Betrieb der Registry durchaus auch Alternativen zu SWITCH gebe. Damit wollten wir aufzeigen, dass das BAKOM mit der Registrar Alliance auch Optionen hat. Aus unserer Sicht sollte man eine Option wählen, welche die Community mit einbezieht. Mit Community meine ich die Branche, also konkret die Registrare und Internetbetreiber, welche diese Aufgaben in dem Bereich heute schon als daily business betreiben.

4. Glauben Sie, ist es nicht schwer, das BAKOM überhaupt von SWITCH wegzubringen, denn schliesslich kennt man sich dort seit Jahren?

[Überlegt lange.] Das BAKOM wird den Prozess der Auswahl eines Registries transparent gestalten, da bin ich mir sicher. Das heisst, das BAKOM muss die Vor- und Nachteile der möglichen Partner für ein Registry gegeneinander abwägen. Dass dabei ein Incumbent Provider gewisse Vorteile hat, ist erfahrungsgemäss einfach so. Wir sind aber davon überzeugt, dass das BAKOM diesen Prozess fair und transparent gestaltet, und dass durch unseren Input im Rahmen der Stellungnahme das System nur besser werden kann.

5. Welche Bedeutung kommt Ihrer Meinung nach Satz X in Art. 51 i. V. m. Art. 56 lit. c E-VID zu? [Diese habe ich Ihnen vorgängig zukommen lassen]

X: „[...] nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden; [...]“.

Die Frage, die sich mir hier stellt, ist wie sich das faktisch überprüfen lässt. Es ist nur mit grossem Aufwand manuell möglich. Es bräuchte aus meiner Sicht einen klaren Kriterienkatalog, welcher vermutungsweise in der TAV zu bestimmen wäre und vom BAKOM jederzeit abänderbar wäre. Die Zuteilungskriterien gemäss dem vorliegenden Entwurf für .swiss sind zu restriktiv.

Meiner Meinung nach, sollte jedermann .swiss registrieren können und erst im Beschwerdefall sollten Überprüfungen stattfinden. Das BAKOM hat einen anderen Weg gewählt: erst restriktiv beginnend, um später die Zuteilungskriterien zu lockern. Das ist auch ein Ansatz, nur glaube ich nicht, dass dieser Ansatz ein wirtschaftlicher ist. .swiss muss im Gesamten betrachtet zumindest kostendeckend und nach dem Äquivalenzprinzip ausfallen.

6. Für mich stellen sich auch Verantwortlichkeitsfragen. Was wenn sich nachträglich herausstellt, dass bei der manuellen Überprüfung Fehler passiert sind und ein Domain-Name dem Falschen zugeteilt worden ist? Wer ist dann gestützt auf welche Grundlage haftbar? Was meinen Sie dazu?

Diese Frage hat sich das BAKOM wohl kaum überlegt. Rechtsfälle sind so vorprogrammiert und dann müsste der Inhaber von .swiss bzw. der abgewiesene Antragsteller ein verwaltungsrechtliches Verfahren anstreben.

7. Was würden Sie zu einer Regelung meinen, ähnlich wie es heute das Markenschutzgesetz vorsieht, dass das Amt nur „absolute Ausschlussgründe“ prüft?

Das wäre wohl denkbar, und dann könnte es ein Widerspruchsverfahren geben.

8. Was sind Ihrer Meinung nach taugliche Kriterien, um den besonderen Bezug zur Schweiz herzustellen? Wie würden Sie den obigen Satz (in Frage 5) auslegen?

Ich würde nur Kriterien nehmen, die automatisch (also maschinell) überprüfbar sind. Das könnte z.B. die Marke, der Handelsregisterauszug bzw. die UID oder die Staatsangehörigkeit sein. Aber bereits bei der Staatsangehörigkeit müsste man ein

System aufsetzen, welches die eingeschickten Pass- und ID-Kopien automatisch bearbeiten könnte. Oder zumindest Kriterien, die manuell ganz schnell überprüfbar sind, was bei der Staatsangehörigkeit ja der Fall wäre. Bis zu ca. 50'000 Domain-Namen sind im manuellen Verfahren noch möglich, darüber hinaus sind Automatisierungen unumgänglich.

9. Was meinen Sie zum Vorschlag, dass eine Firma „mindestens 60% Schweiz“ sein muss, um eine .swiss Domain zu erhalten? (Analog dazu, dass beispielsweise für den „Stempel mit dem Schweizer Kreuz“/Swissness mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen müssen)

Wie soll man das überprüfen? Das wird sehr schwierig und ist i.d.R. auch nur eine Momentaufnahme. Es bräuchte sodann eine periodische Überprüfung, ob die Kriterien eingehalten werden. Das gibt höchstens gute Honorare für eine Reihe von Beratern.

10. Bezugnehmend auf die Frage 5: Was glauben Sie, wie der Rechtsschutz aussehen sollte, wenn der genügende Bezug zur Schweiz noch strittig ist?

Das ist eben auch schwierig, wenn das BAKOM nebst Registrar und Registry auch noch Beschwerdeinstanz ist. Das geht auch in die Thematik Governance hinein und ist heute natürlich m.E. völlig ungenügend abgedeckt. Grundsätzlich kann man ja über eine Zuteilung/Nichtzuteilung vom BAKOM eine Entscheidung verlangen, welcher dann eine anfechtbare Verfügung ist.

11. Anschlussfrage: Wie könnte der Rechtsschutz Ihrer Meinung nach bei .swiss mit dem heutigen Wissensstand am besten aussehen? Ich denke da auch an Art. 60 Abs. 1 E-VID. Nach diesem erfolgt nach der summarischen Prüfung eine Publikation des Gesuches. Innerhalb von 30 Tagen nach Veröffentlichung kann ein weiteres Registrierungsgesuch für denselben Domain-Namen gestellt werden (sogenannte Mehrfachgesuche). Denken Sie damit wäre genügend Rechtsschutz bei strittigem Bezug zur Schweiz hergestellt? (Zur Behandlung von Mehrfachgesuchen Art. 60 Abs. 3 E-VID)

Das entspricht ein wenig den Markenregistrierungsgesuchen. Dies ist m.E. bei Domain-Namen nicht die geeignete Möglichkeit und führt zu einem langen und starren Vergabeverfahren.

12. Bezugnehmend auf die vorherigen Fragen, was halten Sie konkret von den aktuellen Zuteilungskriterien in der E-VID (Art. 56 E-VID)?

Wie oben ausgeführt, bin ich der Meinung, dass es eigentlich fast keine Gründe gibt, vom Prinzip „first come first serve“ abzuweichen. Die einzelnen in Art. 56 aufgeführten Punkte machen für mich daher keinen Sinn. Man kann sich nachträglich beschweren und seine Rechte durchsetzen. Die heutigen Rechtsmittel reichen dazu aus.

13. Anschlussfrage: Bei .swiss wird ja eine schrittweise Öffnung für registrierte Markennamen gemacht (das ist eine Vorgabe von RA ICANN). Sehen Sie darin ein Problem? Und ist dies aus Ihrer Sicht fair?

Nein, das ist nicht fair und für das Internet nicht traditionell. Es gibt ganz wenige Gründe, warum man das „first come first serve“ Prinzip durchbrechen sollte. Warum sollen Markeninhaber vor Firmen- oder Namensrechtsinhaber einen Vorrang geniessen? Es sind gleichwertige Kennzeichenrechte. Gerechtfertigt ist dies für mich nur beispielsweise bei im öffentlichen Interesse stehenden Bezeichnungen wie bundesgericht.swiss oder zürich.swiss oder bundesrat.swiss.

14. Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten der neuen .swiss Domain ein?

Ich denke, es wird zu relativ wenigen Registrierungen kommen.

15. Glauben Sie, dass grosse Schweizer Firmen sich verpflichtet fühlen werden, eine .swiss Domain zu reservieren, damit ihnen (abgesehen von den markenrechtlichen Ansprüchen etc.) niemand anderes zuvorkommt? [Der Erläuterungsbericht geht davon aus, dass sich die beiden Domains nicht konkurrieren sondern ergänzen. vgl. Art. 51 auf Seite 36]

Das hängt von der Domain-Namen- (Schutz-) Strategie eines Unternehmens ab. Wenn dieses nur die wichtigsten Domain-Namen registriert und sich die übrigen erstreitet, dann reicht ein Eintrag im Trade Mark Clearing House. Damit erhält der

Antragsteller eine Benachrichtigung und wenn er dann trotzdem unberechtigt registriert, ist er bösgläubig. Ein URS oder ein UDRP sind dann schnell gemacht.

16. Es ist vorgesehen, dass Inhaber von Marken ein Vorrecht erhalten bei der Reservierung von Domain-Namen .swiss. Nehmen wir nun das Beispiel von Cottinelli Weinen (www.cottinelli.ch) und dem Advokaturbüro Cottinelli in St. Gallen (www.cottinelli-law.ch). Im Markenregister ist derzeit nur folgende Marke (des Weinhauses Cottinelli) eingetragen (Nr. 33 für Alkoholische Getränke (ausgenommen Biere):

COTTINELLI

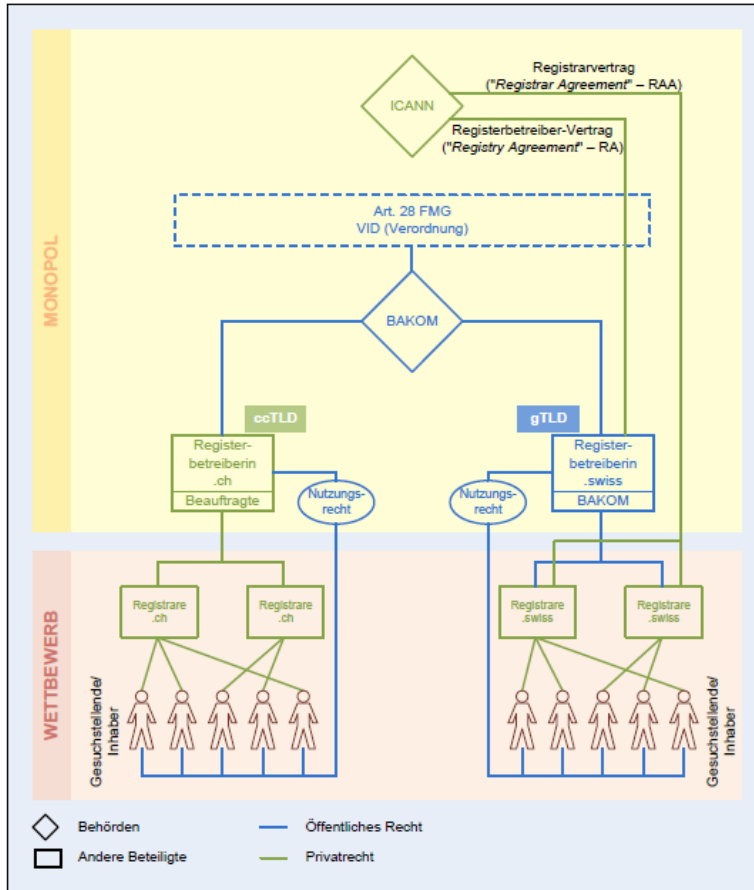
Das Advokaturbüro hat folgendes (nicht eingetragenes) Logo:

COTTINELLI advokatur
& notariat

Nehmen wir an, das Advokaturbüro trägt nun ebenfalls eine Marke ein. Und zwar nur mit dem Namen Cottinelli. Wer hat Ihrer Meinung nach nun Vorrang und weshalb?

Das lässt sich mit diesen Informationen nicht beurteilen. Wenn das Advokaturbüro nachweisen kann, dass es Ansprüche aus UWG, Namen- oder Firmenrecht hat, die älter sind als die eingetragene Marke und allenfalls die anderen Kennzeichenrechte des Weinhauses, besteht in einem Verfahren Aussicht auf Erfolg.

17. Unten sehen Sie eine Darstellung der neu geplanten Regelung der .ch und .swiss Domain. Wo sehen Sie die Hauptprobleme? Und sehen Sie Problematiken in der öffentlich-rechtlichen Regelung?



Die Beziehung BAKOM zum Registry kann öffentlich-rechtlicher Natur sein. Der Rest ist dem Zivilrecht zuzuweisen.

18. Glauben Sie die Wichtigkeit von Domainnamen wird zu- oder abnehmen?

Durch die neuen TLD's wird der Namensraum erweitert. Die Bedeutung von Länderspezifischen Domains wie .ch wird damit an Bedeutung abnehmen. Solange Suchmaschinen auch auf Domains bzw. Domain-Namen ihren Algorithmus programmieren, wird die Bedeutung der Domain-Namen und Domains i.A. bleiben.

19. Die allerersten .swiss-Domain-Namen sollten ab Herbst 2014 registriert werden können. Glauben Sie dieser Zeitplan ist noch realistisch?

Nein, es wird aus meiner Sicht aufgrund der Stellungnahmen viel Arbeit auf das BAKOM zukommen. Dies insbesondere in konzeptioneller Hinsicht. Vor 1.1.2015 ist damit nicht zu rechnen.

Besten Dank für die Beantwortung der Fragen!

Interview Stéphane Bondallaz und Peter Signer (BAKOM) vom 1. Mai 2014

Stéphane Bondallaz ist Jurist und Herr Peter Signer ist Ökonom. Beide arbeiten beim BAKOM in Biel.

[Bei den nachfolgenden Äusserungen handelt es sich um die persönliche Auffassung des Verfassers und nicht um die offizielle Position des BAKOM.]

1. Möchte man mit .swiss der Schweiz im Internet einen repräsentativen Auftritt verleihen? Oder möchte man mit .swiss die Swissness der Firmen stärken, also ein sogenanntes Co-Branding betreiben? (Swissness bedeutet ja ein Co-Branding mit der Schweiz. Das bedeutet, die eigene Marke wird mit einer zweiten Marke, hier der Schweiz, kombiniert). Oder verfolgt man eine andere Strategie?

Um diese Frage zu beantworten, muss der Hintergrund dazu erst erläutert werden. Zuerst wollte man die Schweizer Interessen bei ICANN vertreten und die potentiell Betroffenen in der Schweiz über die neue Entwicklung in Bezug auf die gTLD aufklären. Dann kam aber eine angelsächsische Firma und sagte, sie möchte gerne .swiss haben, das wäre ein guter Brand, um damit Geld zu verdienen. Dann hat sich das BAKOM um .swiss beworben, um auch Missbrauch zu verhindern. Dies, um beispielsweise Schutz für Schweizer Unternehmungen, Marken und den Schweizer Tourismus (regional und national) zu bieten. Zuerst war also der Schutzgedanke. Mit .swiss möchte man nun aber der Schweiz auch ein internationales Fenster im Internet verleihen. Die Kompetenz daraus leitet sich aus Art. 28 FMG ab.

2. Was sind die Hauptgründe dafür, warum das BAKOM als Registry für .swiss auftreten möchte?

Das BAKOM ist verantwortlich für .swiss. Aber das BAKOM hat nicht vor, selbst die Registry zu betreiben. Art. 51. lit. a. soll bedeuten, dass die Domain dem Bund gehört, nicht, dass er selbst als Registry auftritt. Der technische und operationelle Betrieb einer Registry gehörte bis heute nicht zu den Kernaufgaben des BAKOM.

3. Was meinen Sie, möchte man .schweiz (oder ähnliches) auch noch reservieren? (Bezugnehmend auf die Strategie des Bundes im Umgang mit Internet-Domain-Namen, Ziffer 4.2.3)

Das ist momentan gar nicht möglich. Denn ICANN hat diese Länderbezeichnungen gesperrt, sie sind somit sowieso vor Missbrauch geschützt. Beispielsweise kann man .deutschland auch nicht reservieren. Die amtlichen Bezeichnungen der Länder sind gesperrt. Aber .swiss ist ein englisches Adjektiv und nur Teil der amtlichen, englischen Bezeichnung (Swiss Confederation).

4. Wurde eine Studie gemacht, wie viele Schweizer Firmen, die öffentliche Hand oder auch kulturelle Organisationen (welche sich für .swiss qualifizieren) Interesse an einer TLD .swiss hätten? Was glauben Sie, welche Branchen hätten am meisten Interesse an .swiss?

Es wurde eine Studie gemacht, ich überreiche Ihnen die Zusammenfassung der Ergebnisse.

5. Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten der neuen .swiss Domain ein?

Der erste grosse Erfolg ist, dass die Eidgenossenschaft .swiss von ICANN erhalten hat, denn dies verhindert Missbrauch. Zudem soll .swiss für die Schweizer Community etwas bringen. Sie soll einen Mehrwert für die Schweiz in der Welt bringen. Ein Fenster, um Schweizer Produkte, Unternehmen, Organisationen, Ideen und die Schweiz „gut zu verkaufen“ und zu positionieren. Es ist ein Erfolg, wenn es einen Zusatznutzen für die Schweiz und ihre Gemeinschaft stiftet.

6. Glauben Sie die Wichtigkeit von Domain-Namen wird zu- oder abnehmen? (Und warum?) (Die Frage ist im Zusammenhang mit dem User-Verhalten im Internet und den Suchmaschinen zu verstehen)

Jede Internet Domain ist ein immaterielles Territorium und deshalb bleibt die Domain als Anknüpfungspunkt für die Rechtsanwendung sicher wichtig.

Es ist offen, ob weiterhin alles nur über Suchmaschinen gehen muss, es hängt also entscheidend vom Nutzerverhalten ab: Es könnte durchaus möglich sein, dass man, wenn man nach Berlin geht und ein Hotel sucht, im Browser hotel.berlin eingibt (oder taxi.berlin) und dafür nicht eine Suchmaschine nutzt. Auch kommt es darauf an,

welche neuen gTLDs sich durchsetzen können. Je mehr Anbieter einer neuen gTLD, desto mehr wird sich eine solche durchsetzen können. Man weiss es nie genau. Technologische Entwicklungen sind immer schwer einzuschätzen.

7. Die Vernehmlassung ist abgeschlossen. Konnten Sie schon einen Blick in die Stellungnahmen werfen?

Ja, aber unsere Auswertung ist noch nicht abgeschlossen.

8. Vermutlich ist diese Frage etwas heikel, aber ich stelle sie dennoch: Wie viel hat die Bewerbung .swiss und der Ablauf dahinter bis heute gekostet?

Das BAKOM erhält vom Parlament ein Globalbudget zugesprochen. Damit muss das BAKOM seine Ausgaben bestreiten, die im Zusammenhang mit der vorgegebenen Aufgabenerfüllung stehen. Zu einzelnen Projekten werden jedoch keine Detailzahlen veröffentlicht. Das Budget ist zu finden auf:

http://www.efv.admin.ch/d/downloads/finanzberichterstattung/budget/2014/VA14_Band_2A_d.pdf S. 185

9. Wenn man den Entwurf der Verordnung ansieht, fällt unter Art. 31 E-VID auf, dass die Domain-Namen neu ein Nutzungsrecht mit einer Dauer von 1 bis 10 Jahren (mit der Möglichkeit zur Verlängerung) haben. Was muss ich unter diesem Nutzungsrecht genau verstehen?

Das kommt von Art. 28 FMG und hat mit den „schweizerischen“ Adressierungselementen zu tun. Denn .swiss gehört als Domain zu den Adressierungselementen im Sinne des FMG und ist somit ein öffentliches Gut. In dieser Konstellation kann man grundsätzlich nur ein Nutzungsrecht verleihen. Wir betrachten es als schweizerisches Gut, welches im Prinzip durch das öffentliche Recht vergeben wird.

10. Aber heute ist es kein Nutzungsrecht, sondern ein Recht aus Vertrag gegenüber SWITCH.

Vorher wurde die Frage des Nutzungsrechtes vielleicht dogmatisch nicht so klar berücksichtigt. Das Nutzungsrecht ist bis jetzt unter der AEFV durch einen

privatrechtlichen Vertrag verliehen worden, neu wird es durch einen öffentlich-rechtlichen Akt unter der E-VID verliehen. Das neue System entspricht mehr der grundsätzlichen öffentlichen Natur des Nutzungsrechtes.

11. Warum ändert man es heute? Warum lässt man nicht die bisherige, gut funktionierende Lösung?

Mit dem neuen System Registry/Registrars (viele Registrare sind im Ausland ansässige kommerzielle Unternehmen) ist es extrem wichtig, der Registry eine direkte Möglichkeit zu geben, einen Domain-Namen widerrufen zu können. Die Revision der Domainnamen-Verordnung ist eine gute Gelegenheit das System anzupassen.

12. Ok, wenn man den direkten Einfluss wahren möchte, warum macht man es nicht einfach mit einer Klausel im Vertrag mit den Registraren? Um dort allenfalls Widerrufs rechte vorzusehen, wenn diese nicht sowieso schon Teil des vorgegebenen Vertrages von ICANN sind?

Das wäre eine Möglichkeit. Aber die Registry muss einen direkten Einfluss haben, besonders mit der Einführung von .swiss. Die Zuteilungsbedingungen für .ch sind klar und einfach. Es gab demzufolge keinen Streitfall vor den Zivilrichtern. Es könnte aber anders sein mit .swiss! Wenn man es privatrechtlich regelt, gibt es hier automatisch eine Kaskade (Registry – Registrars – Kunden), die sehr kompliziert zu verwalten wird.

Man möchte die Möglichkeit haben, dass man, wenn jemand die Zuteilungsvoraussetzungen nicht mehr erfüllt, den Domain-Namen widerrufen kann.

13. Das heisst, Sie möchten eine periodische Überprüfung von .swiss Domains machen?

Nein, es sollen aber Stichproben gemacht werden. Dies gestützt auf Art. 53 lit. b, welcher dies vorsieht:

„Art. 53 Besondere Aufgaben

In der Ausübung ihrer Funktion hat die Registerbetreiberin folgende Sonderaufgaben:

a. Bereitstellen einer zentralen Anlaufstelle («single point of contact»), bei der jeder und jede einen Domain-Namen melden kann, dessen Zuteilung oder Nutzung einen vermutungsweise illegalen Charakter oder eine gegen den Ordre public verstossende Eigenschaft aufweist;

b. Kontrolle mittels Untersuchungen, ob die zugeteilten Domain-Namen die Zuteilungsbedingungen tatsächlich erfüllen oder ob ihre Nutzung keine widerrechtlichen oder gegen den Ordre public verstossende Merkmale aufweist; „

Somit also mit Stichproben und es soll natürlich auch gestützt auf Hinweise agiert werden.

14. Ist die Vergabe von Domain-Namen Ihrer Meinung nach eine Ministerialaufgabe, eine Dienstleistung mit Monopolcharakter, eine Dienstleistung am Markt oder die Aufgabe der Wirtschafts- und Sicherheitsaufsicht? (Kategorien aus der Corporate Governance Strategie des Bundes)

Wir sind der Meinung, dass es eher eine Ministerialaufgabe ist. Die Adressierungselemente sind ein begrenztes öffentliches Gut wie die Telefonnummern. Zudem hat der Bundesrat dem BAKOM den Auftrag zur Registrierung und Verwaltung von .swiss Domain-Namen erteilt.

15. Welche Bedeutung kommt Ihrer Meinung nach Satz X in Art. 51 lit. c E-VID i.V.m. Art. 56 zu?

X: „[...] nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden; [...]“.

Wie muss dieser Verstanden werden, was bedeutet dies genau?

Die Praxis wird dies bestimmen müssen. Wir sind an die Grundrechte gebunden und müssen auch politische Prozesse der Schweiz berücksichtigen – nicht zu vergessen sind die Interessen der Auslandschweizer. Und bei .swiss möchte man einen ganz klaren Bezug zur Schweiz haben.

Die operationelle Umsetzung dieser Erfordernisse ist noch nicht bis ins letzte Detail geklärt, aber die Prozesse sind in Erarbeitung. Es ist denkbar, dass bei der

Beurteilung der Registrierungsanfrage manuelle Überprüfungen vorgenommen werden. Es muss nicht sein, dass es nur automatische Überprüfungen bei .swiss gibt.

16. Was, wenn Ihre rechtlich vorgesehenen Regelungen operationell nicht funktionieren?

Dann gibt es Anpassungen.

17. Was sind Ihrer Meinung nach taugliche Kriterien, um den besonderen Bezug zur Schweiz herzustellen?

Die Kriterien sind in ihren Grundzügen im Entwurf zur E-VID erwähnt. Weitere Kriterien sind in Erarbeitung. Wie erwähnt, sind auch Kriterien denkbar, die manuell überprüft werden müssen. Die endgültige rechtliche Fassung steht noch nicht. Aus diesem Grund können wir dies noch nicht abschliessend beantworten.

18. Bezugnehmend auf die Frage zum besonderen Bezug zur Schweiz: Was glauben Sie, wie der Rechtsschutz aussehen sollte, wenn der genügende Bezug zur Schweiz noch strittig ist?

Wenn ein Domain-Name nicht zugeteilt wird (weil der genügende Bezug nicht erstellt ist), dann hat man – d.h. die betroffene Person – die Möglichkeit beim BAKOM, die Nichtzuteilung als Verfügung zu verlangen. Diese Verfügung kann man dann anfechten. Solange es noch strittig ist, wird die Domain nicht zugeteilt. Wenn man zum Schluss kommt, es gibt keinen genügenden Bezug, dann gibt es auch keine Zuteilung eines .swiss-Domain-Namens. Mit der Verfügung vom BAKOM steht einem der normale Instanzenzug bis vor Bundesgericht offen. Dies auf dem Weg des öffentlichen Rechtes. So ist es derzeit vorgesehen.

19. Wie sollten Ihrer Meinung nach solche Kriterien überprüft werden? Und wie sollte Ihrer Meinung nach der effektive technische Ablauf aussehen?

Solche Überprüfungen müssen vermutlich teilweise manuell erfolgen.

20. Anschlussfrage: Was meinen Sie zum Vorschlag, dass eine Firma „mindestens 60% Schweiz“ sein muss, um eine .swiss Domain zu erhalten? (Analog dazu, dass beispielsweise für den „Stempel mit dem Schweizer Kreuz“/Swissness mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen müssen)

Für mich macht das keinen Sinn. Der Zusammenhang zu den Domain-Namen fehlt mir. Das funktioniert für Produkte, ist aber schwierig für Domain-Namen.

21. Was funktioniert denn gut bei Domain-Namen?

Der genügende Bezug zur Schweiz. Funktionieren würden hier auch Sitz, Staatsangehörigkeit, effektiver Verwaltungssitz. Das verstehe ich darunter. Das wird der Hauptanknüpfungspunkt für Bewerbungen von Unternehmen sein.

Besten Dank für die Beantwortung der Fragen!

Interview Peter Fischer vom 6.Mai 2014

Prof. Dr. Peter Fischer ist Assistenzprofessor für Marketing an der Universität St. Gallen. Er ist Mitherausgeber von „Swissness Worldwide 2013“.

1. Was glauben Sie, aus Marketingtechnischer Sicht, werden viele Unternehmen Interesse an der neuen Domain .swiss bekunden? Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten von .swiss ein?

Es kommt sehr stark auf die Vermarktung und die Voraussetzungen an. Wenn .swiss attraktiv und exklusiv erscheint, dann gibt es durchaus Erfolgsaussichten, vor allem in Ländern, deren Konsumenten nicht wissen, dass .ch für die Schweiz steht. Hier ist .swiss eindeutiger und prägnanter.

2. Glauben Sie, es lohnt sich für ein Unternehmen eine .swiss Domain zu registrieren. Kosten (Anpassung Firmenunterlagen) vs. Nutzen (z.B. Premium durch die Marke „Schweiz“)?

Wenn .swiss eine klare Differenzierung zu .ch darstellt und klar kommuniziert wird, dass .swiss an hohe Anforderungen hinsichtlich der Swissness geknüpft ist, dann kann der Nutzen die Kosten übersteigen.

3. Wie wird sichergestellt, dass der durchschnittliche Internetnutzer weiss, was hinter .swiss steckt? Wie kann man die Domain .swiss gegenüber andern Top-Level-Domains „abgrenzen“? (z.B., dass es sich nicht um die Fluggesellschaft SWISS handelt, oder nicht um „s“ „w“ „i“ „s“ „s“ → Einzelne Buchstabenfolge)

Durch aktive Kommunikation, Pressearbeit und Aufklärungskampagnen.

4. Glauben Sie, dass .swiss einen grösseren Bezug zur Schweiz herstellen wird als .ch? Warum?

Ja, da in der Domain .swiss bereits explizit Swissness steckt.

5. Glauben Sie der durchschnittliche Internetnutzer wird wissen, dass eine .swiss Domain „nicht einfach jeder“ erhält?

Dies hängt wieder von der Kommunikation ab. Zum jetzigen Zeitpunkt weiss er es sicherlich nicht.

6. Was wären aus Ihrer Sicht optimale Kommunikationsmassnahmen, um die Domain .swiss zu fördern?

Intelligente Kampagnen, die zeigen, inwieweit sich .swiss von .ch abgrenzt. Diese sollten möglichst integriert sein (offline und online) und auch viral zur schnellen Verbreitung der Botschaft nutzbar sein.

7. Glauben Sie, dass die Wichtigkeit von Domain-Namen zu- oder abnimmt? (Warum?) [Diese Frage ist im Hinblick auf die Suchmaschinen zu verstehen]

Dies ist schwer einzuschätzen. Grundsätzlich nimmt in turbulenten Zeiten, alles, was identitätsstiftend wirkt, zu. Eine entsprechende Domain kann identitätsstiftend sein.

Besten Dank für die Beantwortung der Fragen!

Interview Gallus Joller vom 8. Mai 2014

Gallus Joller ist Rechtsanwalt und Partner von Troller Hitz Troller, Luzern.

1. In Zukunft dürfte die Verwaltung der Internet-Domain-Namen ".ch" und ".swiss" in einer separaten Verordnung geregelt werden. Die Verordnung über Internet-Domains (E-VID) befindet sich bis zum 17. April 2014 in der Vernehmlassung. Was sind Ihrer Meinung nach die kritischsten Punkte der E-VID?

Vor allem bei der Rechtsnatur des Nutzungsrechts und bei Fragen im Zusammenhang mit den Zuteilungskriterien besteht erheblicher Klärungsbedarf.

2. Wenn man den Entwurf der Verordnung ansieht, fällt einem unter Art. 31 E-VID auf, dass die Domain-Namen neu ein Nutzungsrecht mit einer Dauer von 1 bis 10 Jahren (mit der Möglichkeit zur Verlängerung) haben.

Was meinen Sie zu dieser neuen Regelung und wo sehen Sie die Probleme?

Ich teile, die in den Stellungnahmen insbesondere von Prof. Weber geäußerte Auffassung, dass bei der Ausgestaltung und Rechtsnatur dieses Nutzungsrechts Klärungsbedarf besteht. Ein privatrechtliches Nutzungsrecht kann ich mir gut vorstellen; bei einem öffentlich-rechtlich gestalteten Nutzungsrecht befürchte ich Probleme. Meines Wissens zählen immaterialgüterrechtliche Fragen nicht zu den Kernkompetenzen von Verwaltungsgerichten. Zudem wäre das Verhältnis zwischen dem neu geschaffenen öffentlich-rechtlichen Nutzungsrecht und den Immaterialgüterrechten zu klären.

3. Wenn Sie aus Sicht Ihrer Kunden denken, bringt das öffentliche Nutzungsrecht im Vergleich zur bisherigen Regelung (Innominatvertrag mit vertraglichem Anspruch gegenüber SWITCH) Vor- oder Nachteile?

Solange die konkrete Ausgestaltung nicht geklärt ist, ist es schwierig, diese Frage zu beantworten. Es ist denkbar, dass die Position des Inhabers eines Nutzungsrechts an einem Domain-Namen gestärkt wird. Allerdings könnte es auch schwieriger werden als Inhaber älterer Rechte gegen einen – nach herkömmlicher Auffassung – rechtsverletzenden Domain-Namen vorzugehen.

4. Glauben Sie, genügt Art. 28 Abs. 1 FMG als Grundlage für ein öffentliches Nutzungsrecht?

Nein, ich hege diesbezüglich Zweifel.

5. Welche Bedeutung kommt Ihrer Meinung nach Satz X in Art. 51 lit. c E-VID i.V.m. Art. 56 zu?

X: „[...] nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden; [...]“.

Was sind Ihrer Meinung nach taugliche Kriterien, um den besonderen Bezug zur Schweiz herzustellen?

Sitz in der Schweiz und Nationalität. Das wäre relativ einfach zu überprüfen. Indessen zeigen die Erfahrungen mit anderen TLD wie z.B. .eu, dass derartige Erfordernisse relativ einfach umgangen werden können.

Bei zusätzlichen Kriterien wird es noch schwieriger, deren Einhaltung zu überprüfen, zumal keine Gebrauchspflicht für Domain-Namen existiert. Sollen diese ernsthaft überprüft und durchgesetzt werden, frage ich mich, ob .swiss ein Erfolg wird.

Für eine Überprüfung derartiger Kriterien wäre – wenn überhaupt – ein privatrechtlich ausgestaltetes Modell effizienter. Eine „amtliche“ Überprüfung führt zu einem kaum bezahlbaren Aufwand.

6. Hier ist ein Auszug aus dem Erläuterungsbericht zur E-VID:

„Während „.ch“ in dem Sinne offen ist, dass keine Anforderungen an eine allfällige Verbindung der Inhaberschaft von „.ch“-Domain-Namen zur Schweiz gestellt werden, knüpft „.swiss“ strikte „Swissness-Bedingungen“ an die Vergabe von „.swiss“-Domain-Namen;“

Was sind Ihrer Meinung nach taugliche Kriterien, um diese Swissness-Bedingungen zu erfüllen? Was ist aus Ihrer Sicht und aus Sicht Ihrer Kunden machbar und sinnvoll?

Sitz und Nationalität. Wie die Erfahrungen mit anderen TLD zeigen, besteht auch bei derartigen Kriterien ein Missbrauchspotential. Dies lässt sich realistischer Weise auch

durch zusätzliche Kriterien kaum verhindern, führt aber zu einem enormen Mehraufwand.

7. Was meinen Sie zum Vorschlag, dass eine Firma „mindestens 60% Schweiz“ sein muss, um eine .swiss Domain zu erhalten? (Analog dazu, dass beispielsweise für den „Stempel mit dem Schweizer Kreuz“ mindestens 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen müssen)?

Die 60% beziehen sich wohl auf die Unternehmensleistungen und nicht die Unternehmensträger. Wie bereits angesprochen, frage ich mich, wie derartige Kriterien überprüft und durchgesetzt werden sollen.

8. Bezugnehmend auf Frage 5: Was glauben Sie, wie der Rechtsschutz aussehen sollte, wenn der genügende Bezug zur Schweiz noch strittig ist?

Der Bezug zur Schweiz könnte im Rahmen des Registrierungsprozesses im Rahmen der Einspruchsfrist behandelt werden. Nach der Zuteilung müsste er wohl in einem zivil- oder verwaltungsrechtlichen Verfahren geklärt werden, wobei ich ein zivilrechtliches Verfahren vorziehen würde.

9. Rechtfertigt es sich Ihrer Meinung nach für .swiss, vom „first come first serve“ Grundsatz abzuweichen?

Auch hier habe ich meine Bedenken. Die Kriterien von Art. 60 wie insbesondere „der schweizerischen Community einen klaren Mehrwert bringt“ sind derart vage und verleihen ein derartiges Ermessen, dass ich aus Gründen der Rechtssicherheit den Grundsatz „first come first serve“ vorziehe. Dieser Grundsatz ist sachgerecht. Im Zusammenspiel mit den von der Rechtsprechung entwickelten Ausnahmen, können Domainkonflikte heute überzeugend und vernünftig gelöst werden.

10. Bei .swiss wird ja eine schrittweise Öffnung für registrierte Markennamen gemacht (das ist eine Vorgabe von RA ICANN). Sehen Sie darin ein Problem? Und ist dies aus Ihrer Sicht fair?

Das scheint mir grundsätzlich vernünftig. In der Sunrise-Period sollten zumindest alle Inhaber von älteren registrierten Rechten Ansprüche geltend machen können. Ideal wäre, wenn auch nicht registrierte ältere Rechte berücksichtigt werden könnten.

11. Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten der neuen .swiss Domain ein? Und was sind Ihrer Meinung nach die Faktoren, welche die Erfolgsaussichten von .swiss positiv beeinflussen könnten?

Die Erfolgsaussichten hängen von der konkreten Ausgestaltung der Bedingungen ab. Wird tatsächlich an derart hohen Anforderungen festgehalten, besteht die Gefahr einer Totgeburt.

12. Welches sind Ihre konkreten Vorschläge für die Umsetzung der E-VID (und .swiss) für die Praxis?

Meines Erachtens sollten die Anforderungen an .swiss reduziert und die Ausgestaltung als öffentlich-rechtliches Nutzungsrecht überdacht werden.

Herzlichen Dank für das Interview!

Interview mit dem IGE

Jürg Herren und Lena Leuenberger vom 6. Mai 2014 (IGE)

Herr Jürg Herren ist Leiter des Rechtsdienstes Allgemeines Recht und stellvertretender Leiter der Abteilung Recht & Internationales am IGE. Als solcher ist er zuständig für die begleitenden Arbeiten zur Einführung der .swiss Domain aus immaterialgüterrechtlicher Sicht.

Frau Lena Leuenberger ist im Rechtsdienst Urheberrecht und verwandte Schutzrechte, Abteilung Recht & Internationales tätig. Sie begleitet die verwaltungsinternen Arbeiten zur Einführung der .swiss Domain aus immaterialgüterrechtlicher Sicht.

1. In Zukunft dürfte die Verwaltung der Internet-Domain-Namen ".ch" und ".swiss" in einer separaten Verordnung geregelt werden. Die Verordnung über Internet-Domains (E-VID) befand sich bis zum 17. April 2014 in der Vernehmlassung. Was sind aus Sicht des IGE die kritischsten Punkte der E-VID?

Für uns als IGE ist es wichtig für den Bereich Immaterialgüterrecht Inhalte zu liefern. Wir haben dabei darauf geachtet, dass die Verordnung mit der Swissness-Vorlage „in line“ ist.

Die Swissness-Vorlage regelt ja den Gebrauch von Herkunftsangaben im Zusammenhang mit Waren und Dienstleistungen. Das Wort .swiss kann als Herkunftsangabe verstanden werden. Unter die Swissnessvorlage gehört somit auch der Gebrauch von .swiss im Internet. Sobald ein Domain Name mit der Endung „.swiss“ zu gewerblichen Zwecken verwendet wird, d.h., um Waren oder Dienstleistungen anzubieten oder zu bewerben, handelt es sich um den Gebrauch einer Herkunftsangabe gemäss MSchG. Dies bedeutet insbesondere, dass die Bezeichnung „.swiss“ als Hinweis auf die schweizerische Herkunft des dahinter stehenden Anbieters zu verstehen ist. Aus Sicht IGE ist es wichtig, die Konsistenz der E-VID mit der Swissness-Vorlage zu gewährleisten.

2. Welche Bedeutung kommt Ihrer Meinung nach Satz X in Art. 51 lit. c E-VID zu? Wie muss dieser verstanden werden?

X: „[...] nur an in der Schweiz ansässige Personen oder an solche, die einen besonderen Bezug zur Schweiz haben, zugeteilt werden; [...]“.

Dieser Satz kommt aus Art. 51, welcher die Eigenschaften der .swiss Domain beinhalten soll. Diese sind im klaren Unterschied zur .ch Domain zu sehen. Mit diesen bestimmten Eigenschaften möchte man sich klar von .ch abheben. Der besondere Bezug zur Schweiz wird dann in Art. 56 konkretisiert.

3. Was sind Ihrer Meinung nach taugliche Kriterien, um den besonderen Bezug zur Schweiz herzustellen? Wie würden Sie den obigen Satz auslegen?

Art. 56 enthält verschiedene Zuteilungskriterien, die, welche für das IGE wichtig sind, sind die in lit. d für den gewerblichen Gebrauch. Das heisst, die Unternehmen sollen bei ihren Angeboten (Produkten und Dienstleistungen) Schweizer Recht vorsehen und unter .swiss Domain Namen nur Waren und Dienstleistungen anbieten, welche die Swissness-Kriterien respektieren.

Das heisst Unternehmen, respektive deren Dienstleistungen und Produkte müssen den statuierten Anforderungen von Art. 48/49 der Swissness-Vorlage entsprechen.

Mit dem Kriterium „die vorgesehene Nutzung entspricht Schweizer Recht“ wird generell die Einhaltung aller rechtlichen Vorschriften zur Voraussetzung gemacht (z.B. dürfen keine Drogen auf .swiss angeboten werden). Also muss die Nutzung Schweizer Recht entsprechen.

Mit Bezug auf die Einhaltung der Swissness-Kriterien des MSchG wird spezifisch verlangt, dass Geschäftssitz und Ort der tatsächlichen Verwaltung in der Schweiz sind, wenn .swiss Domain Namen zum Anbieten von Waren und Dienstleistungen gebraucht werden.

4. Ist das nicht eine zu grosse Einschränkung für .swiss?

.swiss hat gegenüber .ch den klaren Mehrwert, dass der Bezug zur Schweiz sichtbar und für jedermann verständlich ist. Wer von diesem Bezug profitieren will, muss aber auch die Voraussetzungen dafür einhalten. Sonst wird der Ruf von .swiss sehr rasch geschädigt und der Mehrwert, der sich aus dem Image der Schweiz ergibt, ist weg. Es sind also bewusst hohe Anforderungen.

5. Wieviel Swissness muss eine Privatperson für eine .swiss Domain mitbringen (z.B. senta.swiss)?

Die Swissness-Kriterien nach dem Markenschutzgesetz sind nur für gewerbliche Nutzung vorgesehen. Für die Privatperson werden diese Kriterien daher keine Rolle spielen.

6. Wie sollten Ihrer Meinung nach solche Kriterien überprüft werden? Und wie sollte Ihrer Meinung nach der effektive technische Ablauf aussehen?

Im Zuteilungsverfahren werden die, in Art. 56 genannten, Voraussetzungen durch das BAKOM überprüft. Die Umsetzung der E-VID ist dann Sache des BAKOMs. Wie dies genau zu überprüfen ist, wird das BAKOM festlegen müssen. Damit ist das Überprüfen im Rahmen der Zuteilung gemeint.

Wie die Produkte danach auf der Website angeboten werden, nachdem man den Domain-Namen bekommen hat, ist nochmals eine andere Sache. Denkbar wäre beispielsweise, dass das BAKOM Hinweise auf eine rechtswidrige Nutzung erhält und dann auf uns zukommt und fragt, ob die betreffende Nutzung noch mit der Swissness-Vorlage konform ist oder nicht. Dies ist aber noch offen.

Die Kriterien, was ein Produkt erfüllen muss, damit es die Swissness-Kriterien erfüllt (z.B. sollen bei industriellen Produkten 60% der Herstellungskosten in der Schweiz anfallen), das ist Sache der Ausführungsverordnungen, welche noch definiert werden müssen. Diese sind derzeit noch in Ausarbeitung. Wie dies bei den .swiss Domains dann im Rahmen der Zuteilung konkret überprüft wird, muss in den rechtlichen Grundlagen des BAKOMs definiert werden. Hingegen ist für die Umsetzung der Swissness-Vorlage das IGE zuständig.

7. Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten der neuen .swiss Domain ein? Was sind Ihrer Meinung nach die Faktoren, welche die Erfolgsaussichten von .swiss positiv beeinflussen könnten? Mit Erfolg ist eine weite Verbreitung gemeint und zudem, dass bekannt ist, wofür .swiss steht.

Persönlich denken wir, dass im Ausland in der Domain .ch kein Bezug zur Schweiz erkannt wird. Bei .swiss ist das anders: Dort ist der Bezug zur Schweiz für jedermann erkennbar. Aus unserer Sicht ist es auch ein Erfolg, wenn mit .swiss die Marke „Schweiz“ nicht verwässert wird. Ein verbesserter Schutz der Marke „Schweiz“ ist auch Ziel der Swissness-Vorlage.

8. Worin sehen Sie den grössten Mehrwert der neuen .swiss Domain und warum?

Die Möglichkeit, die Marke Schweiz zu bewahren und allenfalls sogar zu fördern.

9. Es ist vorgesehen, dass Inhaber von Marken ein Vorrecht erhalten bei der Reservierung des Domain-Namens .swiss. Nehmen wir nun das Beispiel von Cottinelli Weinen (www.cottinelli.ch) und dem Advokaturbüro Cottinelli in St. Gallen (www.cottinelli-law.ch). Im Markenregister ist derzeit nur folgende Marke (des Weinhauses Cottinelli) eingetragen (Nr. 33 für Alkoholische Getränke, ausgenommen Biere):

COTTINELLI

Das Advokaturbüro hat folgendes (nicht eingetragenes) Logo:

COTTINELLI advokatur
& notariat

Nehmen wir an, das Advokaturbüro trägt nun ebenfalls eine Marke ein. Und zwar nur mit dem Namen Cottinelli. Wer hat Ihrer Meinung nach nun Vorrang und weshalb?

Wir äussern hier unsere persönliche rechtliche Einschätzung. Im Zweifelsfall wird immer ein Richter entscheiden müssen. Wenn eine Marke registriert ist und die andere nicht, dann hat die registrierte Marke Vorrang. Wenn aber beide Marken registriert sind, dann sind sie gleichberechtigt. Hier gibt es dann keine Hierarchie. Das gilt auch zwischen einer Wortmarke und einer gleichlautenden Wortbildmarke. Aber bei Domain-Namen gibt es ja nur die Wörter, deshalb kann es zu Konflikten kommen.

Dann könnte es allenfalls eine Auktion der Domain geben. Oder es gibt eine Lösung wie bei winterthur.ch.

Art. 60 sieht da verschiedene Möglichkeiten vor. Wenn die Gesuchsteller gleichberechtigt sind, könnte auch eine Auktion durchgeführt werden oder das BAKOM kann auf die Zuteilung verzichten oder es demjenigen zuteilen, der eine Nutzung vorsieht, die klar einen höheren Mehrwert für die Community hat. Es wird dann aber nicht entschieden, wer mehr „Swiss“ ist.

10. Letzte Frage: Habe ich etwas nicht gefragt, was Ihrer Meinung nach noch relevant ist?

Nein, es wurde alles behandelt.

Besten Dank für dieses Interview!

Interview Yvonne Schubert vom 22. April 2014

Yvonne Schubert ist Trainerin und Coach für die Bereiche Marketing und Physiognomie.

Yvonne Schubert ist Inhaberin der Firma Ypsiologie GmbH mit Sitz in der Schweiz. Sie lehrte als Dozentin an verschiedenen Privathochschulen und Akademien Marketing und andere Fächer. Sie arbeitet für national und international renommierte Unternehmen und berät diese in den genannten Bereichen.

1. Was glauben Sie, aus marketingtechnischer Sicht, werden viele Unternehmen Interesse an der neuen Domain .swiss bekunden? Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten von .swiss ein?

Meiner Einschätzung nach werden möglicherweise einige junge Unternehmen und Start-ups und eher kleinere Unternehmen diese Domain wählen, um der Swissness Genüge zu tun.

2. Glauben Sie, es lohnt sich für ein Unternehmen eine .swiss Domain zu registrieren. Kosten (Anpassung Firmenunterlagen) vs. Nutzen (z.B. Premium durch die „Marke Schweiz“.

Ich denke weniger, ich halte es für eine modische Spielerei, deren Dauerhaftigkeit fraglich ist.

3. Wie wird sichergestellt, dass der durchschnittliche Internetnutzer weiss, was hinter .swiss steckt? Wie kann man die Domain .swiss gegenüber andern Top-Level-Domains „abgrenzen“? (z.B., dass es sich nicht um die Fluggesellschaft SWISS handelt)

Ich denke, das ist nur sehr schwer möglich und bedarf einer doch eher umfassenden Kommunikation und ist sehr erklärungsbedürftig. Dies dann vor allem im Ausland und dafür ist es ja einzig und allein lohnenswert diese Domain zu wählen. Dies wenn die Swissness einen verkaufserhöhenden Effekt haben sollte.

4. Glauben Sie, dass .swiss einen grösseren Bezug zur Schweiz herstellen wird als .ch?

Nein, eher Verwirrung, da CH international anerkannt ist, so auch bei Autokennzeichen und andere Warenzeichen. Das Wort swiss in der Alleinstellung sorgt eher für Irritation als für sofortige Erkennung vor allem in nichteuropäischen Staaten. Der Ausländer kennt die Schweiz als Switzerland oder Made in Switzerland und weniger unter swiss. Möglicherweise können einige ältere Generationen den Bezug durch die bekannte Airline herstellen, jedoch dürfte dies die weniger angestrebte Zielgruppe sein. Die Chance mit swiss zu landen, im wahrsten Sinne des Wortes, halte ich für eine 50:50 Chance. Einen echten Wettbewerbsvorteil dürfte es dadurch nicht geben. Eine Erhöhung der Akzeptanz oder Aufmerksamkeit halte ich für marginal, da dies wenig ausschlaggebend ist. Fast jeder kennt die international gültigen Landeskennzeichen hinter dem Punkt. Eine solche Version sorgt definitiv für Fragen.

5. Glauben Sie der durchschnittliche Internetnutzer wird wissen, dass eine .swiss Domain „nicht einfach jeder“ erhält?

Nein, sicher nicht. Woher? Dies müsste beworben und kommuniziert werden.

6. Was wären aus Ihrer Sicht optimale Kommunikationsmassnahmen um die Domain .swiss zu fördern?

Man könnte es für Start-ups besonders anbieten. Dies bereits via Handelsregistereintrag als Flyer oder durch Anbieter im IT-Bereich. Dies könnte auch als Anzeigenschaltung in regionalen Tageszeitungen oder auch Fachzeitschriften geschehen.

7. Glauben Sie die Wichtigkeit von Domain-Namen wird zu- oder abnehmen? Und warum?

Ich denke die Wichtigkeit wird nicht zunehmen und es ist aus meiner Sicht eher unerheblich. Der meiste traffic läuft über Google oder andere Suchmaschinen. Zunehmen wird eher der Bedarf seinen Wunschnamen nutzen zu können, trotzdem dass dieser schon vergeben ist.

Herzlichen Dank für das Interview!

Interview Thomas Winkler vom 30. April 2014

Thomas Winkler ist Mitglied der Geschäftsleitung von Schweiz Tourismus und verantwortlich für das Portal Management & eMarketing.

1. Glauben Sie, werden aus marketingtechnischer Sicht viele Unternehmen Interesse an der neuen Domain .swiss bekunden? Wie schätzen Sie die Erfolgsaussichten von .swiss ein?

Diese Frage ist heute noch nicht abschätzbar. Im KMU Bereich könnte die Domain durchaus Chancen haben, da sie als offizieller Absender "Schweiz" eine höhere Glaubwürdigkeit vermittelt.

Schweiz Tourismus verfolgt mit www.myswitzerland.com primär eine Single Domain Strategie mit der TLD .com und den länderspezifischen TLDs (.ch und .de und .it und auch .fr).

Wir sahen vor einigen Jahren eine Chance mit der Einführung der .travel Domain, doch es hat sich gezeigt, dass diese TLD keine breite Akzeptanz fand und sich nicht durchsetzen konnte. Heute sehen wir nicht, dass sich Schweiz Tourismus mit neuen TLDs markante Marktvorteile verschaffen könnte. Da in unserem Fall über 60% der Visitors via Suchmaschinen unsere Site besuchen, liegt unser Fokus auf einer guten Search Engine Optimierung. Wir werden sicherlich myswitzerland.swiss registrieren, aber nicht als Hauptdomain verwenden. Wir werden einen redirect von .swiss auf unsere .com Adresse machen.

Bei einer Änderung des Domain-Namens hatten wir auch Bedenken bezüglich unseres Google Rankings. Nach Rückfrage mit Google, macht der Domain-Name keinen Unterschied im Google-Ranking. Wenn dies der Fall gewesen wäre, sprich, man mit .swiss ein höheres Ranking hätte erzielen können, wäre dies natürlich ein „booster“ für .swiss gewesen.

Die Erfolgsaussichten sind daher sehr schwer einschätzbar. Im KMU Bereich und für Start-ups glaube ich eher an einen Erfolg.

2. Glauben Sie, es lohnt sich für ein Unternehmen eine .swiss Domain zu registrieren? Kosten (Anpassung Firmenunterlagen) vs. Nutzen (z.B. Premium durch die Marke „Schweiz“).

Die Kosten für die Registrierung sind noch nicht bekannt, zieht man jedoch in Betracht, dass sämtliche Kommunikationskanäle und Firmenunterlagen angepasst werden müssen, werden die Umstellungskosten hoch ausfallen. Und wie gesagt, .travel hat sich international nicht durchgesetzt. Für Start-ups ist aber eine Domain .swiss eine interessante Option. Sie können vermutlich vom positiven Übertragungseffekt des Labels „swiss“ profitieren.

3. Glauben Sie, dass .swiss einen grösseren Bezug zur Schweiz herstellen wird als .ch? Warum?

Ja, .swiss wird klar mit der Schweiz in Verbindung gebracht. Bei .ch ist der Bezug nur innerhalb der Schweiz gegeben.

4. Glauben Sie der durchschnittliche Internetnutzer wird wissen, dass eine .swiss Domain „nicht einfach jeder“ erhält?

Nein, das denke ich nicht. Es ist davon abhängig, wie marktdurchdringend die neue Domain und deren Einsatz kommuniziert werden kann. In der Schweiz wäre das vermutlich möglich, aber im Ausland sehe ich es eher nicht.

5. Glauben Sie, die Wichtigkeit von Domain-Namen wird zu- oder abnehmen? (Und warum?) [Diese Frage ist im Hinblick auf die Suchmaschinen zu verstehen]

Die Bedeutung der Domain-Namen ging in den letzten Jahren zurück, da es für den Benutzer einfacher ist, im Browser die gewünschten Suchwörter anstatt des Domain-Namens einzugeben. Deshalb ist ein sehr gutes Ranking bei Google oder anderen Suchmaschinen am wichtigsten. Bei unserer Website myswitzerland.com geben nur ca. 15% der Besucher den Domain-Namen im Browser ein.

6. Habe ich etwas noch nicht gefragt, was Ihrer Meinung nach relevant ist?

Nein, alles beantwortet.

Besten Dank für die Beantwortung der Fragen!