

1. Sachverhalt und Verfahrensverlauf

Nach den übermittelten Unterlagen sowie der Einsicht in das offene Internet ergibt sich:

[1] Die verpflichtete Partei ist eingetragene Inhaberin der Domains „casumo.at“ und „kasumo.at“. Sie verfügt über einen aufrechten Delegationsvertrag mit der österreichischen Vergabestelle für Internetdomains unter der Top-Level-Domain „.at“, der NIC.AT Internetverwaltungs- und Betriebsgesellschaft mbH, welche als Drittschuldner gilt.

[2] Die Domain zeigt auf eine entwickelte Website aus dem Online-Glücksspielbereich, deren Dienst jedoch in Österreich (mit einer österreichischen IP-Adresse) nicht verfügbar ist.

[3] Eine (nahezu weltweite) exakte Markenrecherche hat insgesamt 27 eingetragene bzw. angemeldete (Wort-)Bild-Marken ergeben, die auf „CASUMO“ lauten, und eine (aus dem Japanischen transkribierte) eingetragene Wortmarken, die auf „KASUMO“ lauten. Als Markeninhaberin bzw. Anmelderin ist lediglich

für zwei Marken die Verpflichtete eingetragen. Von den 45 möglichen Markenklassen sind lediglich acht besetzt für CASUMO bzw. eine für KASUMO.

[4] Im Übrigen wird auf das Gutachten vom 28.11.2024 verwiesen, wobei eine Durchsicht der Verkaufstatistiken und Domainbörsen die aktuelle Validität der seinerzeitigen Schätzung belegen.

2. Zur Sachfrage der Angemessenheit

2.1.

Die Rechte eines Domaininhabers sind nicht deckungsgleich mit jenen von Markeninhabern oder Namensträgern. Konflikte um Internetdomains lassen sich in der Regel mit dem vorhandenen kennzeichenrechtlichen Instrumentarium lösen. Die österreichische Rechtsprechung hat folgende Grundsätze festgehalten:

- Der Kennzeichenschutz online und offline ist nach einheitlichen Rechtsgrundsätzen zu bestimmen. Das „Domainrecht“ stellt insoweit kein Sonderrecht dar.

- Eine Domain kann technisch gesehen nur einmal in identer Form vergeben werden. Es handelt sich um eine Adresszuordnung, aber selbst nicht um ein Immaterialgüterrecht. Sie verschafft auch keine Ausschließlichkeitsrechte für sich genommen.
- Für Domains besteht kein sondergesetzliches Täuschungsverbot, anders als im Markenrecht (§ 4 österreichisches Markenschutzgesetz) oder im Firmenrecht (§ 18 Abs 2 UGB). Denkbar sind aber Einschränkungen nach dem allgemeinen Täuschungsverbot des § 2 UWG.
- Die bloße Registrierung von Internet-Domains stellt nicht automatisch einen Eingriff in Markenrechte dar; für einen Eingriff sind insbesondere der Inhalt der Homepage und Branchen/Warenverschiedenheit entscheidend (OGH 4 Ob 327/00t).
- Die Verwendung bzw. Registrierung eines Domainnamens kann Namensschutz nach § 43 ABGB und wettbewerbsrechtliche Interessen beeinträchtigen; beurteilt wird der (un)befugte Gebrauch in einer interessenbeeinträchtigenden Art (OGH 4 Ob 140/99p).
- Namensrechte reichen im geschäftlichen Verkehr nicht weiter als zB Markenrechten, da die bei natürlichen Personen im Vordergrund stehenden ideellen Interessen bei Unternehmen und Gemeinden (juristischen Personen) – so sie überhaupt vorliegen – in den Hintergrund treten (OGH 4 Ob 75/15f).
- Gezielt registriertes Domain-Grabbing, das darauf abzielt, Konkurrenten zu behindern und später Geld für die Überlassung zu erlösen, ist sittenwidriger Behinderungswettbewerb (§ 1 UWG), und das begründete Nutzungsinteresse des Geschädigten kann genügen, auch ohne markenrechtliche Verkehrsgeltung (OGH 4 Ob 105/99s).
- Die tatsächliche Verwendung einer Domain z.B. als E-Mail-Adresse oder zur Adressierung einer Website begründet für sich genommen noch kein Recht. Erst durch einen längeren, intensiven Gebrauch der Domain für bestimmte Waren oder Dienstleistungen könnte ein nicht registriertes Unternehmenskennzeichen (§ 9 UWG) oder ein Werktitelschutz (§ 80 UrhG) oder ein Decknamensschutz (§ 43 ABGB) für die zugehörige Domain entstehen (OGH 4 Ob 59/05p).

- Ein Domainübertragungsanspruch von „.at“-Domains besteht nach der Rechtsprechung keinesfalls (OGH 4 Ob 75/15f)
- Solange eine technisch korrekt adressierte Verwendung einer Internetdomain zulässig ist, insbesondere aufgrund einer Branchenverschiedenheit, besteht selbst bei einfacher Markenverletzung kein Löschungsanspruch (OGH 4 Ob 197/10i)
- Die Pfändung einer Domain gegenüber der zuständigen Vergabestelle hat zunächst genommen keine marken- oder namensrechtlichen Auswirkungen (OGH 3 Ob 13/25w)

Wendet man diese Grundsätze auf die Zwangsvollstreckung von Internetdomains an, so ist festzuhalten, dass die Domainpfändung an sich ungeachtet allfälliger Marken- und Namensrechte Dritter ganz grundsätzlich zulässig ist.

Im Zuge der Verwertung einer Domain, d.h. durch Ihren Verkauf und die nachfolgende Verwendung durch den Zuschlagserwerber, kann in Kennzeichenrechte Dritter eingegriffen werden, diese mitunter auch verletzt werden. Daraus ist aber kein allgemeines Verwertungshindernis aus kennzeichenrechtlicher Sicht abzuleiten. Die Verwertung wäre erst dann von vornherein aussichtslos oder es würde sich bei der Internetdomain, gar um eine *res extra commercium* handeln, wenn die Domain selbst gegen ein ausdrückliches gesetzliches Verbot verstößt (VfGH E 1851/2019: Die Verwendung der Domain "karlvonhabsburg.at" zur Kennzeichnung seiner geschäftlich genutzten Website durch den Enkel des letzten Kaisers von Österreich stellt eine dauernde und herausfordernde Missachtung des AdelsaufhG iVm der AdelsaufhVA dar).

2.2. Kennzeichenrechtliche Beurteilung

Die Domains „casumo.at“ und „kasumo.at“ enthalten den Begriff *Casumo bzw Kasumo*, der in Österreich und der EU für Glücksspieldienstleistungen (Sportwetten, Online-Casino etc.) markenrechtlich geschützt ist. Eine Nutzung in diesem Bereich würde mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit eine Markenverletzung darstellen (§ 10 Markenschutzgesetz, Art. 9 UMV). Es bestehen daher folgende **Risiken bei der Nutzung**

- **Identische oder ähnliche Dienstleistungen:** Alles, was auch nur im weiteren Sinne mit *Wetten, Glücksspiel, Gaming, Lotterien oder eSports-Betting* verbunden ist, ist tabu.

- **Branchennähe:** Auch „Randbereiche“ wie Affiliate-Marketing für Wettanbieter, Online-Spielportale, Tippspiel-Plattformen oder „Gamification“-Angebote könnten vom Markeninhaber als verwechslungsfähig beanstandet werden.
- **Irreführungsgefahr:** Selbst dann, wenn man ein nicht-verwandtes Angebot betreibt, aber die Website so gestaltet, dass der Eindruck entsteht, es handle sich um ein Glücksspielportal, droht eine Untersagung wegen Täuschung oder Rufausbeutung.

Konkret auf die vorliegende, im Einzelfall vorzunehmende Domainbewertung bezogen, bestehen für die Domains „casumo.at“ und „kasumo.at“ gerade im Fall der Doppelidentität (Zeichenidentität und Branchengleichheit) eine potenzielle Markenrechtsverletzung. Der Erwerber nach Zuschlagserteilung wäre allfälligen markenrechtlichen Ansprüchen aus „CASUMO“ und „KASUMO“ ausgesetzt, die konkret allerdings von der Verpflichteten geltend gemacht werden müssten. Dieser Geltendmachung stünde uU der Einwand der gesetzwidrigen Verwendung ohne Glücksspiellizenz zumindest in Österreich gegenüber. Eine gesetzwidrige oder bösgläubige Markenrechtsverwendung führt zivilrechtlich dazu, dass dem Markenrechtsinhaber ein Untersagungsrecht gemäß § 10 MSchG bzw. § 9 UWG verwehrt ist (vgl. OGH 4 Ob 17 Ob 10/09h).

Es bestehen demgegenüber **zahlreiche mögliche zulässige Verwendungen, die keine Markenkollision bedeuten**. Um Markenrechte nicht zu verletzen, müsste die Nutzung **branchenfern** erfolgen und klarstellen, dass keinerlei Bezug zum Glücksspiel besteht.

Es bestehen **zahlreiche, klar branchenferne und markenrechtlich unkritische Nutzungsmöglichkeiten** für die Domains casumo.at und kasumo.at (alternative Schreibweisen), in denen und insoweit jeder Bezug zu Glücksspiel, Wetten, Casino-ähnlichen Diensten und jeglicher Glücks-/Zufallssymbolik konsequent ausgeschlossen wird.

1. Technologie- & Softwaremarke

Das Fantasiewort eignet sich hervorragend als neutraler Tech-Brand.

Branchenferne Beispiele:

- IT-Consulting-Agentur
- App-Entwicklungsstudio
- SaaS-Tool für Projektmanagement („Casumo Workspace“)
- Datenvisualisierungs- oder Cloud-Service
- Cybersecurity-Beratung

Die Risikostufe sehr gering, da der Kontext völlig anders ist.

2. Design-, Kreativ- & Marketingagentur

„Casumo“ / „Kasumo“ wirkt wie eine moderne Agenturmarke.

Mögliche Ausgestaltungen:

- UX/UI-Designstudio
- Branding- und Naming-Agentur
- Foto-, Video- oder Audio-Produktion
- Illustrations- oder Animationsstudio (ohne Glücksiconografie)

Es bestehen keine Assoziation mit Glücksspieldiensten.

3. Kunst-, Kultur- & Bildungsprojekte

Die Kunstwörter der SLDs eignen sich ideal für kreative Projekte.

Beispiele:

- Kunstkollektiv oder Atelier („Studio Casumo“)
- Podcast über Design, Literatur oder Gesellschaft
- Online-Akademie für Musik, Tanz, Coding, Sprachen
- Plattform für Kreativkurse (Illustration, Schreiben, Handwerk)

Diese Verwendung ist semantisch weit entfernt von Glücksspiel.

4. Lifestyle-, Mode- & Produktmarke

Als Fantasienamen kann „Casumo“ / „Kasumo“ sehr gut eine eigenständige Produktlinie tragen.

Zulässige Modelle:

- Streetwear-Brand oder nachhaltige Fashion
- Designobjekte, Haushaltsartikel oder Gadgets
- Kosmetik- oder Wellnessprodukte (Naturkosmetik, Duftserie)
- Home-&-Living Produktlinie

Die Glücksspielassoziationen sind ausgeschlossen.

5. Sport, Fitness & Gesundheit

Der Name eignet sich für moderne Health-Brands.

Konkrete Ideen:

- Fitness-App oder Trainingsprogramm

- Ernährungsberatung oder Yoga-/Achtsamkeitsplattform
- Outdoor-Community
- Shop für Sportzubehör

Diese Nutzungen weisen keine Nähe zu Casino-Inhalten auf.

6. Business-Services & Coaching

Der Begriff ist ausreichend abstrakt, um im professionellen Bereich genutzt zu werden.

Zulässige Beispiele:

- Unternehmensberatung
- HR-Services oder Recruiting-Plattform
- Life-Coaching oder Leadership-Training
- Finanzbildung (!!! aber KEIN „Geldverdienen“-Narrativ!)

Es besteht eine große Distanz zu Glücksspiel, solange keine „Gewinn/Chance“-Metaphorik verwendet wird.

7. E-Commerce ohne Glücksspielreferenzen

Ein neutraler Shopname ist unproblematisch, wenn die Gestaltung komplett eigenständig ist.

Mögliche Shop-Konzepte:

- Elektronik-Gadgets
- DIY- und Bastelbedarf
- Bücher & Papeterie
- nachhaltige Haushaltsprodukte
- Tee-, Kaffee-, oder Feinkostmarke

Insofern risikolos, als der Versandhandel klar im Vordergrund steht.

8. Kinder-, Familien- & Bildungsmarke

Mit einem kindgerechten, aber nicht casinohaften Stil lässt sich eine völlig neue Zielgruppe schaffen.

Beispiele:

- Lernportal für Kinder (Mathe, Sprachen, Musik)
- Vorlesegeschichten- oder Kreativplattform
- Bastelboxen oder Spielmaterialien
- Elternratgeber

3. Schätzwert

Aufgrund der vorstehenden Analyse der Domainnamen betragen die Schätzwerte für

- (1) **casumo.at: 5.000,00 EUR (in Worten: fünftausend Euro)**
- (2) **kasumo.at: 2.800,00 EUR (in Worten: zweitausendachthundert Euro)**

Der Schätzwert bezeichnet den Wert des Domainnamens, wie er nach einer durchgeführten Faktorenanalyse für fair sowohl für einen Käufer als auch für einen Verkäufer erachtet wird, dies einschließlich der – soweit möglich – der Berücksichtigung von Marken, Namens- oder sonstigen Kennzeichenrechte.

4. Zusammenfassung

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die bei der österreichischen Domainverga bestelle registrierten Domainnamen „casumo.at“ und „kasumo.at“ der zwangsweisen Verwertung durch Verkauf zugeführt werden können.

a) Es besteht die tatsächliche Möglichkeit der Ausübung der Rechte aus dem Vertragsverhältnis der Verpflichteten mit der NIC AT GmbH durch Dritte ohne Eingriff in Namens- oder Markenrechte, da außerhalb der jeweiligen kennzeichenrechtlichen Grenzen eine tatsächliche Verwendung denkbar ist.

b) Unter Bedachtnahme auf die kennzeichen- und wettbewerbsrechtlichen Rahmenbedingungen sowie daraus allfällig hypothetisch möglicher Rechtsverletzungen beträgt der ermittelte Schätzwert

- (1) **casumo.at: 5.000,00 EUR (in Worten: fünftausend Euro)**
- (2) **kasumo.at: 2.800,00 EUR (in Worten: zweitausendachthundert Euro)**

Mit freundlichen Grüßen

Hon.-Prof. Dr. Clemens Thiele