

Schutz des Markenrechts

Erfolgreiche Offensive gegen Domaingrabbing und Brand Bidding

Upstalsboom-Gruppe hat zahlreiche Unterlassungserklärungen gegen die missbräuchliche Nutzung ihres Markennamens im Internet erwirkt / Durch Online-Buchungsportale von Firmen wie Unister, Comvel und vielen anderen ist dem Betreiber von Hotels und Ferienwohnungen ein Schaden in sechsstelliger Höhe entstanden / Auch erste Schadensersatzklage erfolgreich / Offensive Strategie gegen den Missbrauch von Markennamen für die Hotellerie gefordert

Emden – Die Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG (Emden) ist in den vergangenen Monaten erfolgreich gegen den Missbrauch ihres Markennamens im Internet vorgegangen. Der Anbieter von Hotels und Ferienwohnungen an der Nord- und Ostsee konnte nach eigenen Angaben zahlreiche Unterlassungserklärungen sowie gerichtliche Verfügungen gegen Online-Reiseportale erwirken, darunter Unternehmen der Unister-Gruppe (hotelreservierung.de, reisen.de, ab-in-den-Urlaub.de, kurz-mal-weg.de, travel24.com) sowie von Comvel (ferien.de, weg.de) und zahlreiche weitere Reisevermittler und Preisvergleichsportale.

Durch den Klau von Domains (Domaingrabbing) und die unerlaubte Nutzung von Marken und Kennzeichen in Suchmaschinen ist der Unternehmensgruppe in den vergangenen Jahren ein Gesamtschaden im mittleren bis höheren sechsstelligen Bereich zugefügt worden, teilte Upstalsboom-Geschäftsführer Bodo Janssen heute am Firmensitz in Emden mit: „Die entsprechenden Schadensersatzklagen mit Forderungen in Höhe von jeweils fünf- bis sechsstelligen Beträgen gegen verschiedene Anbieter sind bereits auf den Weg gebracht und wir sehen dafür große Erfolgchancen.“ So ist nach seinen Angaben bereits Ende März ein wichtiges Verfahren vor dem Landgericht Berlin gewonnen worden.

Durch die Unterbindung des Missbrauchs des Markennamens Upstalsboom seien allein die sogenannten Klickkosten in Suchmaschinen wie Google oder Yahoo! seit Jahresbeginn um insgesamt rund 40.000 Euro gesunken, erklärte Upstalsboom-Vertriebsleiterin Hotels Carmen Rieskamp. Mittels eines neu installierten „Brand-Protection-Systems“ habe Upstalsboom der Vielzahl von markenrechtsverletzenden Portalen und Veranstaltern weiterhin eine nachhaltige Vorgehensweise angesagt. Durch regelmäßige Suchläufe würden die entsprechenden Suchmaschinen erfolgreich durchforstet, um eine widerrechtliche Nutzung des Markennamens Upstalsboom im Internet aufzuspüren und entsprechend verfolgen zu können.

Gleichzeitig betonte Rieskamp, dass die Unternehmensgruppe künftig weiterhin mit seriösen Buchungsportalen zusammenarbeite: „Dies erfolgt aber auf Basis einer fairen Partnerschaft und klaren vertraglichen Vereinbarungen.“ Die Achtung des Namens- und Markenrechts sollte für alle Beteiligten

höchste Priorität genießen. „Viele gute Anbieter arbeiten mit uns Hand in Hand und verstehen unser Anliegen, unterlassen das Bieten auf unsere Marke und erwirtschaften sehr gute Umsätze“, so Rieskamp. Darüber hinaus werde Upstalsboom das eigene Online-Buchungssystem und das gesamte Internetmarketing kontinuierlich optimieren. Dies habe bereits in den vergangenen zwei Jahren zu deutlich steigenden Buchungsraten über die eigene Homepage geführt. Insbesondere die geplante „Best-Preis-Garantie“ für die direkte Onlinebuchung werde für weitere Impulse auf www.upstalsboom.de sorgen.

Das unrechtmäßige Domaingrabbing sowie das sogenannte „Brand Bidding“ im Suchmaschinenmarketing füge der Hotellerie insgesamt einen millionenschweren Schaden zu. Dies treffe insbesondere viele kleinere Häuser und mittelständische Anbieter, betonte der Upstalsboom-Geschäftsführer Janssen: „Die Abhängigkeiten einer Vielzahl von Hoteliers von den großen Portalen inklusive Ihrer unzähligen Affiliates kann letztlich existenzbedrohende Züge annehmen. Es wird jedoch nur derjenige dauerhaft bestehen, der sich den Verlockungen dieses scheinbar leichten und schnellen Umsatzes entzieht.“ Er appellierte an die gesamte Branche, das Problem offensiv und gemeinsam anzugehen und entsprechende Abwehrstrategien gegen diese parasitäre Form des Internetgeschäfts zu entwickeln. Ansonsten würde sich die Hotellerie zu einem „willenlosen Online-Spielball“ entwickeln, an dem viele „fragwürdige Mitspieler“ gut verdienen, ohne dafür einen Finger krumm machen zu müssen. Upstalsboom gehe deshalb mit Hilfe der auf das Online-Werberecht spezialisierten Anwaltskanzlei Spirit Legal LLP aus Leipzig juristisch gegen jede Form der missbräuchlichen Nutzung des Markennamens im Netz offensiv vor.

Beim Domaingrabbing und Brand Bidding nutzen die entsprechenden Buchungsportale nach Auskunft des auf IT- und Online-Vertriebsrecht spezialisierten Rechtsanwalts Peter Hense von Spirit Legal Markennamen und Unternehmenskennzeichen der Anbieter von Hotels oder Ferienwohnungen ohne deren Wissen und Einverständnis. Statt auf die Internetseiten der Ferienanbieter, führten die entsprechenden Anzeigen in Suchmaschinen auf fremde Reise-, Urlaubs- und Vergleichsportale. Bei einer Buchung kassierten diese dann ihnen nicht zustehende Vermittlungsprovisionen und trieben darüber hinaus die Klickpreise für den jeweiligen Markennamen teilweise extrem in die Höhe.

Ansprechpartner für Rückfragen:

Bodo Janssen

Geschäftsführer

Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG

Friedrich-Ebert-Str. 69-71

26725 Emden

Telefon 04921-8997-0

Pressemitteilung

30. April 2013



Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG

Die Upstalsboom Hotel + Freizeit GmbH & Co. KG ist einer der führenden Ferienanbieter an der Nord- und Ostsee. Als Betreiber von rund 50 Hotels und Ferienwohnanlagen sowie als umfassender Servicepartner für Investoren und Eigentümer von Ferienimmobilien bietet die mittelständische Unternehmensgruppe mit Sitz in Emden höchste Qualitätsstandards im Drei- bis Fünf-Sterne-Segment an 20 Standorten entlang der deutschen Küste sowie in Berlin und Emden in ausgewählten Toplagen. Friesische Herzlichkeit, fortschrittliche Ideen, Mut zum kalkulierten unternehmerischen Risiko, moderne Technik, eine erstklassige Mitarbeiterqualifizierung sowie eine vertrauensvoll-partnerschaftliche Zusammenarbeit auf allen Ebenen und eine wertorientierte Unternehmensführung sind die Grundlagen für den dauerhaften Erfolgskurs der rund 600 Mitarbeiter beschäftigenden Unternehmensgruppe seit der Gründung im Jahr 1976.