



Robert Kuhn
Deutschland lacht
über die Telekom

Realsatire



Robert Kuhn
Deutschland lacht
über die Telekom

Realsatire

Inhaltsverzeichnis

7	Einleitung		Anhang
	@-Generation vs.	73	Corpus delicti
	Teletubbies	74	Anwaltsschreiben (mit Anlagen)
23	Dokumentation	89	Literaturverzeichnis
	»Die spinnen doch, die Telekomiker!«	90	Benimmregeln im Netz
24	Absurd	91	Akronyme
27	Anal	93	Emoticons
28	Beleidend	94	Nicknames
29	Buchstäblich		
31	Deutsch		
33	Erotisch		
34	Erratisch		
35	Farbig		
38	Genaugenommen		
39	Geschäftsschädigend		
42	Himmlisch		
44	IT-ologisch		
45	Namentlich		
46	Peinlich		
47	Rechtlich		
52	Scherzhaft		
54	Schwul		
55	Steigerungsfähig		
58	Subversiv		
60	Telekomisch		
61	Verzweifelt		
63	Wirtschaftlich		
65	Witzisch		
69	Statt eines Nachworts		

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich.

Alle Rechte vorbehalten
Copyright © 2001
MY FAVOURITE BOOK
Düsseldorf
ISBN 3-936143-04-8
www.my-favourite-book.com

Einleitung

@-Generation vs. Teletubbies

mister speaker schrieb am 26. Juli 2001 um 18:14: »Die schaffen es immer wieder, sich selbst ohne Not am Mann lächerlich zu machen. Die ganze Firma hier um mich rum lacht noch und schüttelt gleichzeitig den Kopf. Knallköpfe, die T's.«

goatgod schrieb am 26. Juli 2001 um 20:41: »Die spinnen, die Telekomiker.«

jürgen striegel schrieb am 26. Juli 2001 um 18:51: »Haben die den Verstand verloren? Jedes Gericht, das bei Verlesung der Anklage nicht in schallendes Gelächter ausbricht, muss korrumpiert sein. Weiter so, Telekom! Schon lange keine richtig guten Witze mehr im Newsticker gelesen!«

dazk schrieb am 26. Juli 2001 um 23:24: »Abmahnwaaaaaaaaaaaaahhhhhn!«

provokant schrieb am 27. Juli 2001 um 7:29: »Das Ausland lacht mittlerweile über das, was im Irrenhaus Deutschland so abgeht. Mit Gesetzen aus dem 19. Jahrhundert versucht man hier, die Welt am Anfang des 21. Jahrhunderts zu regeln.«

Deutschland, ein Irrenhaus? Eher ein Freudenhaus. Was die, wie zu vermuten ist, vornehmlich jugendlichen Mitglieder der »community of choice« (ein Begriff des amerikanischen Management-Gurus Peter Drucker) hier innerhalb eines winzigen Bruchteils der Weltgeschichte hervorgebracht haben – in 24 Stunden 10.000 Zugriffe im Netz, in zwei Tagen ein halbes Tausend »postings« allein bei einem einzigen Online-Dienst, vielleicht ein neuer deutscher Rekord –, das gibt Anlass zu Freude und Hoffnung.

Aber was war es nun, das diesen Aufstand der @-Generation ausgelöst hat? Ein Millionenspiel im Fernsehen? Eine Superpromotion der allmächtigen Pop-Kameraden? Ein Riesen-Event auf der Cebit? Oder gar ein Führerbefehl von ganz oben – nach dem Motto: »Befehl, o Herr, und ein Sturm bricht los!«?

Weder das eine noch das andere, und schon gar kein Befehl. Sondern bloß eine kleine Nachricht, eine unter 34 »Aktuellen Meldungen«, die ein Online-Dienstherr namens »heise.de« am 26. Juli 2001

um 17 Uhr 47 ins Netz gestellt hat, gerade mal 20 Zeilen lang und mit einer für Normalbürger eher langweiligen Überschrift: »Telekom erhebt Anspruch auf die Farbe Magenta«.

»Der erst im Mai gegründete Buchverleger „*My favourite book*“, der es jedermann ermöglichen soll, ein eigenes Buch zu veröffentlichen, ist mit der Deutschen Telekom aneinander geraten. Der rosa Riese versteht seinen Spitznamen nämlich mittlerweile scheinbar als Anspruchsgrundlage und hat die Farbe Magenta markenrechtlich für den Telekommunikations- und Onlinebereich geschützt. Und da der Online-Buchverleger diese Farbe in Anzeigen und im Internet ebenfalls benutzt hat, flatterte ihm nun eine Abmahnung ins Haus. Derzufolge »bestehe in den Dienstleistungen beider Unternehmen ausreichende Ähnlichkeit«, sodass die Telekom verlangen könne, die Farbe Magenta nicht mehr zu benutzen. Die Verleger kommentierten die Abmahnung als »absurd« und kündigten an, sie zu ignorieren. Geschäftsführer Bernd Kreutz meinte: »Als ich die Unterlassungserklärung in den Händen hielt, habe ich mich erst mal ganz still hingestellt und überlegt, ob es sich hier um Satire handelt.« Und Kreutz fügte hinzu: »Mit deren Begründung wäre letztlich jedes Unternehmen mit einer www.-Adresse mit der Telekom verwechselbar – das ist Lorient live.« Aufgrund des schwebenden Verfahrens wollte sich Kreutz nicht weiter zu der Abmahnung äußern. Telekom-Sprecher Peter Kespohl rechtfertigte die Abmahnung gegenüber heise online mit dem markenrechtlichen Schutz. Die Telekom müsse nun quasi abmahnen, um keinen Präzedenzfall entstehen zu lassen. Immerhin bekommt man auf der Homepage des Tochterunternehmens T-Online ebenfalls Bücher. (axv/c't)«

Die heise Meldung gibt den Sachverhalt zwar weitgehend korrekt, aber – naturgemäß – stark verkürzt wieder. Sie bedarf einiger Ergänzungen und Korrekturen.

– Der Online-Buchverleger „*My favourite book*“ hatte die von der Deutschen Telekom AG (im Folgenden kurz *DeTekAG* genannt) usurpierte Farbe Magenta keineswegs, wie man nach Lektüre der Meldung vermuten könnte, mehrfach und flächendeckend eingesetzt, und schon gar nicht als Hausfarbe, sondern nur im Fond einer einzigen Anzeige.

– Im Internet, auf das die *DeTekAG* in ihrer Abmahnung be-

sonders abhebt, weil doch »Verlagsdienstleistungen immer häufiger über das Internet vertrieben« würden und »der Zugang zum Internet mittels Telekommunikation« erfolge, hat „*My favourite book*“ die Farbe Magenta sogar noch sparsamer verwendet, so sparsam, dass die meisten »User« sie dort gar nicht fanden: nämlich nur als Balken in einem Diagramm. (Den genauen Wortlaut der Abmahnung finden Sie im Anhang.)

– Was gar nicht in der Meldung steht, vielleicht weil ihr Verfasser – wie sich zeigen wird, zu Recht – davon ausging, dass seine (druck)technisch erfahrenen News-Ticker-Reader das längst getickt hatten: Magenta ist keine x-beliebige Farbe, sondern eine der vier Grundfarben des Vierfarbdruckes, und damit dem Alleinbesitz eines einzelnen (Über)Mächtigen ebenso zwingend wie selbstverständlich entzogen wie etwa die vier Elemente, die vier Himmelsrichtungen oder die vier Evangelisten.

– Dass die *DeTekAG* trotz des offensichtlichen Allgemeingut-Charakter dieser Grundfarbe vor einem Jahr ein Amt gefunden hat, nämlich das Deutsche Patent- und Markenamt in München, das ihr die Farbe Magenta als »Bildmarke« zusprach, ist ein Skandal. Dass sich dazu auch noch ein Gericht fand, nämlich das Oberlandesgericht in Düsseldorf, das dem Ex-Monopolisten »Im Namen des Volkes« wunschgemäß bestätigte, bei Magenta handle es sich um eine »ungewöhnliche, fernliegende Farbe«, ist dagegen nur ein weiterer Beleg für die dringend notwendige Reform der Juristenausbildung.

Vielleicht genügt es ja schon, wenn sich die künftigen Richter (die derzeit amtierenden muss man wohl, was das Lernen angeht, alle vergessen) nicht nur die neuesten »Juris«-Datenbanken in ihre PCs laden, sondern sich, wenigstens ab und zu mal, in den regen Schriftverkehr der Online-Community einklinken. Dann hätten sie am 26./27. Juli 2001 in Sachen Farbenlehre einiges lesen und lernen können.

Nur ein Beispiel

razfaz beginnt unter dem Rubrum »rozze riese!« am 26. Juli um 23.01 mit einer grundlegenden Frage: »was mich wirklich interessiert, ist,

wie ist denn magenta genau definiert??? ein wert RGB mehr oder weniger und schwupps – schon ist es keine magenta mehr! oder wie funktioniert das?«

Elf Minuten später bekommt er, ratzfat, eine erste, zwar noch nicht alles klärende, aber doch recht interessante Antwort von C-3PO: »Also ich würde mal denken, das wissen die von der T selber nicht so genau (oder meine Grafikweichware hat nen Sonnenstich). Jedenfalls gibt es allein auf der Startseite der Telekomiker 3 verschiedene Varianten Magenta?!?!?!?«

Wieder 17 Minuten später kommt *zorglub* dazu, und der weiß nicht nur, wie Magenta genau definiert ist, nämlich »CMYK: 0 % Cyan, 100 % Magenta, 0 % Gelb, 0 % Schwarz« und »RGB: R: 248, G: 0, B: 128«, sondern auch, dass sich *razfaz* »im falschen Farbraum« bewegen würde, wenn er glaubte, ein RGB-Wert weniger »und schwupps – schon ist es keine magenta mehr!«. Weil: »Druckfarben vs. Bildschirmfarben«.

Am nächsten Morgen um 9:11 geht die Farb-Debatte munter weiter. *Cygro* eröffnet mit einem Verzweiflungsschrei: »Ich versteh so was nicht! Wie kann man eine Farbe schützen? Da muss man ja den 6-stelligen Farbcode schützen. Wenn ein anderer die Farbe verwenden will, braucht er nur die hinterste Stelle um 1 zu ändern und schon ist's ok. Ich versteh die Ämter nicht, die sowas akzeptieren ... Das ist das Ende unserer Kultur!!!! Tod den Rechtsverdrehern!«

Ähnliches Unverständnis äußert um 9:26 *JB_007*. Er fragt sich, was die großen internationalen Druckerhersteller wie HP, Epson oder Lexmark zu dem Magenta-Alleinvertragsanspruch der Deutschen Telekom sagen: »Schließlich ist in jedem Farbdrucker die Farbe Magenta enthalten und ein Drucker ist schließlich Bestandteil nahezu jeden Computersystems, das auch zur Telekommunikation genutzt wird. Müssen wir demnächst auf jeden Drucker und jede Farbpatrone eine Magenta-Abgabe an die Telekom bezahlen?« Oder, bangt *BigCaT* wenige Minuten später, »kriegen es die teletubbies hin, auch noch die druckerhersteller zu verklagen?« »dann«, so prophezeit er, »gibt's tintenpatronen nur noch in CYK!!!«

Um 9:44 betritt *kabelsau* das Forum und wird seinem Namen voll gerecht: »ich möchte auch verklagt werden. meine hp (meint: home-

page) www.kabelsau.de ist jetzt ein wenig rosa, hoffentlich hab ich den richtigen ton getroffen. hab #DF0073 benutzt.« »Nicht ganz«, weiß *Shepherd* 12 Minuten später besser. »telekom.de verwendet #ff0066, t-online dagegen #e20074.«

Und so weiter und so fort, bis *provokant* um 14:52 eine Art Schlusswort spricht resp. schreibt: »Farben und Farbkombinationen sind totaler Schwachfug. Auf so einen Unsinn können nur deutsche ahnungslose und weltfremde Sesselfurzer kommen.«

Ein bisschen Technik

Virtuelle Debatten wie die oben skizzierte über das Thema Magenta – und das war nur ein kleiner Auszug daraus, und das Thema Magenta war nur eines von vielen Themen der zweitägigen Gesprächsrunde (siehe Dokumentation, S. 23 ff.) – verlaufen rein gesprächstechnisch nach bestimmten, vom Computer, dem Internet und dem Online-Betrieb vorgegebenen Gesetzmäßigkeiten, die uns ein Insider so beschrieben hat:

– Diskussionsforen gehören zu den beliebtesten Seiten des Webs. Sie bieten eine Mischung aus Klatsch und Nutzwert, Hobbyzirkeln und anspruchsvollen Debatten. *heise.de* genießt bei den Usern einen guten Ruf, weil es so ziemlich das einzige deutschsprachige Infomedium im Netz ist, das selbst recherchiert und kritisch ist.

– An den Foren kann sich jeder beteiligen. Offizielle Aufnahme-rituale oder gar -Bedingungen gibt es bei Online-Communities nicht.

– Jeder Kommentar bleibt für immer erhalten und ist damit für jeden nachrecherchierbar, aber für den Absender nicht mehr rückholbar, im Web gespeichert. Das sollte man bei Foren-Kommentaren bedenken.

– Im Usenet ist es üblich, mit dem Realname zu posten, d.h. keine Pseudonyme zu benutzen. Wenn sich jemand vor Repressalien schützen will, weil er geheime Informationen ausplaudert, sollte er eventuell einen anonymen Re-Mailer benutzen.

– Einzelne Foren als Gruppierung spezifischer oder genereller Communities mit Spezial-Interessen und/oder Altersgruppen, regelmässige, aktuelle Updates der Dach-URL und/oder E-Mail

Newsletter aktivieren und halten die Diskussion der Community in den angeschlossenen Foren in Gang.

- Wer nicht den Foren-Konsens trifft, wird »geflamed« (»zu rechtgewiesen«).

- Die Anzahl der »Threads« (Zuschriften-Überschriften oder Diskussionsstränge) zeigt den Umfang und/oder die Virulenz der Debatte. (Achtung: Wer »Threat« schreibt, also Drohung, outet sich als »Newbie«, d.h. Neuling.) Die thematische Untergliederung der Sub-Topics wird zumeist grafisch dargestellt.

- Viele Foren-User sind nur »Lurker«, also stille Mitleser, also harmlos im Gegensatz zu den »Trollen«. Die sind böse, weil sie versuchen, die Community-Mitglieder mit erfundenen Geschichten – und natürlich unter erfundener Identität – zum Narren zu halten.

- Wer mehr wissen will: <http://yadocfaq.fefe.de/> Über diesen Server des ccc gibt es nicht nur die »Foren-Benimmregeln«, sondern auch zu jedem Detail dieser Regeln weiterführende Erklärungen.

Ein bisschen Wissenschaft

Noch interessanter als die Gesprächstechnik der virtuellen »Community« (das deutsche Wort »Gemeinschaft« scheint nicht so recht zu passen, dann schon lieber »Gemeinde«) sind die Gesprächsinhalte (siehe Kostprobe oben), und nochmals interessanter als die Gesprächsinhalte scheinen uns die Gesprächsteilnehmer zu sein: ihr Alter, ihr Geschlecht, ihr sozialer Status, ihre Interessen, ihre Motivation, ihre Sprache, ihr Umgang mit- und untereinander, ihr Selbstverständnis, ihr Weltverständnis.

Leider kann uns, so schien es zumindest zunächst, die Wissenschaft dabei nicht allzu viel helfen. Es »zeigt sich«, schreiben die beiden jungen Kommunikationswissenschaftler Stefanie Fehr-Hoberg und Oliver Thiemann in ihrer soeben abgeschlossenen, noch unveröffentlichten Magisterarbeit der Universität Essen (Titel: »Die verkaufte Gemeinschaft?«), »dass eine Kategorisierung (von Communities) mangels bisher vorgenommener empirischer Forschung erschwert wird« (a.a.O., S. 80).

Diese Erschwernis hat uns nicht davon abgehalten, in der Literatur zum Thema »Community« nachzuschauen (natürlich auch und vor allem bei Fehr-Hoberg/Thiemann selbst) und dort doch ein paar recht interessante Gemeinsamkeiten der heterogenen Online-Gemeinde zu entdecken.

- User sind die wohl engagiertesten Vertreter der @-Generation. Sie sind »Mitglieder einer unsichtbaren Bruderschaft« (Stan Rapp/Tom Collins), einer »High-Tech-Sekte« (Norbert Bolz), einer »Wahlgemeinschaft« (Bolz), einer »Community of choice« (Peter Drucker). Diese Wahlgemeinschaften »bilden postmoderne Stämme in der virtuellen Realität der Medien« (Bolz). Die Stammesmitglieder erleben ihre Verbundenheit im Netz wie eine »organizational neighbourhood«, als Nachbarschaftersatz.

- User sind narzisstische Selbstgenießer, die ihre »Sinne in den Medien baden« (Bolz) und ihr Heil im Netz suchen (Stephen L. Talbot). Dabei genießen sie die heimische Umgebung als Kokon, »als kontrollierte Insel im Chaos« (Bolz). Die Beherrschung des technischen Mediums Computer suggeriert ihnen Allmachtsgefühle.

- User sehen in den offenen Strukturen des Internets die Chance, als »frei assoziierte Individuen ... ein Netzwerk der Minderheiten zu etablieren« (Bolz). Sie wollen die Grenzen der sozialen Hierarchie sprengen und zur »Heterarchie« (Bolz) vorstoßen, im Sinne von Dezentralisierung, Gewaltenteilung und Abschaffung von Monopolen.

- User erleben das Netz als »global social fabric« (Nicholas Negroponte) und sich als Internationalisten. Die »Nation« empfinden sie nicht mehr als identitätsstiftenden Wert, sondern eher als Belastung.

- User suchen in erster Linie den Informationsaustausch. »Das themenorientierte, virtuelle Gespräch steht im Mittelpunkt.« Dabei herrscht eine »grenzenlose Vielfalt der Optionen«. Es bestehen »unzählige Themen ..., zwischen denen die Teilnehmer wählen können«. Das eröffnet den Teilnehmern »zwar einen großen Handlungsspielraum für die individuelle Lebensgestaltung ..., erzeugt jedoch gleichzeitig einen hohen Entscheidungsdruck ..., da immer mehr und andere Handlungs- oder Mitgliedschaftsalternativen existieren« (alles bei und von Fehr-Hoberg/Thiemann).

– User nutzen das Netz zur Selbstdarstellung. Ihre Beiträge in den Online-Foren sollen ihnen in der Community Prestige verschaffen und ihren Bekanntheitsgrad steigern. Deshalb bemühen sie sich um humorvolle Formulierungen, geistreiche Zitate, witzige Wortspiele, überhaupt einen »eher spielerischen und unterhaltsamen Umgang mit der Sprache« (Fehr-Hoberg/Thiemann). Dies gilt freilich nur für eine Minderheit innerhalb der Gemeinde. Nach Experten-Meinung liefern »16 Prozent der Teilnehmer 80 Prozent der Beiträge« (Howard Rheingold).

– User kommunizieren interaktiv, mit dem globalen Anspruch der »allgemeinen Teilhabe und ungehinderten Partizipation an allen gesellschaftsrelevanten Fragen und Entscheidungen« (Udo Thiedeke). Dabei müssen sie aber – im Gegensatz zur bloßen Rezeption der gefilterten und verallgemeinernden Darstellungen in den Massenmedien – »selbst für die Konstruktion der thematischen Grundlage von Interaktion Sorge tragen« (Fehr-Hoberg/Thiemann). Das heißt, sie müssen »immer zugleich konstruktiv und rezeptiv agieren« (Thiedeke), also gleichzeitig Sender und Empfänger sein.

– User legen – im Unterschied zu den Chattern – Wert auf Nachhaltigkeit. Deshalb achten die Ehrgeizigen unter ihnen ja auch so sehr auf die Qualität ihrer Beiträge. Denn die »postings« werden alle gespeichert und dokumentiert »und können herangezogen werden, wenn die informelle Wertigkeit eines Nutzers überprüft werden soll« (Fehr-Hoberg/Thiemann).

– User sind anpassungs- und wandlungsfähig. Das offene Netz erlaubt es ihnen, sich selbst immer wieder neu zu erfinden; man spricht von einem »Cyrano-Effekt« (Sherry Turkle). Einerseits macht sie das virtuelle Pendeln zwischen verschiedenen Identitäten fit für das schnelle Umschalten auch im realen Leben; es kann ihnen auch helfen, »etwas über das reale Selbst zu lernen« (Turkle). Andererseits dienen ihnen die verschiedenen virtuellen Identitäten, aber auch als »Fluchtmöglichkeit aus der als unzureichend bewerteten realen Identität« (Turkle).

– User können sich, systembedingt, nur durch Schriftart, Stil, Textformatierung und die von ihnen erfunden Codes (Akronyme und Emoticons, s. Anhang) äußern. »Normale« Bewertungskrite-

rien wie Kleidung, Gesichtsausdruck, Sprechweise, Gestik sind in virtuellen Räumen nicht wahrnehmbar. Diese Artikulationsbeschränkung verleitet manche dazu, alternative Identitäten auszuprobieren und sie dann auch auszuleben. »Das Überschreiten sozialer Rollen und das Spiel mit Rollenerwartungen ist auf vielfältige Weise möglich und erscheint reizvoll« (Fehr-Hoberg/Thiemann). Das kann bis zum Wechsel des Geschlechts gehen. In der Literatur wird der Fall einer angeblichen Frau berichtet, die jahrelang den Männern den Kopf verdreht hat, sogar mehrere Heiratsanträge erhielt, bis sie durch den überraschenden Besuch eines Verehrers als Mann enttarnt wurde. Für virtuelle Interaktion gilt folglich: »Die Wirklichkeit, die wirklich scheint, muss nicht wirklich sein« (Thiedeke).

– User verwenden in ihrer E-Mail-Adresse als User-Name oft nicht – wie wir Normalnetznutzer – den Vor- und/oder Familiennamen, sondern frei erfundene Namen, Zahlen-Buchstaben-Kombinationen oder eine Mischung aus beidem. »Bei diesen konstruierten Namen, den sog. Nicknames, handelt es sich oftmals um die Auswahl anderer, sympathisch wirkender Namen bzw. Vornamen oder aber um Verweise auf die mit diesem Namen vermittelte Identitätsgeschichte wie beispielsweise mythologische, sexuelle oder technische Anspielungen« (Fehr-Hoberg/Thiemann). Nicknames sind »Requisiten der Selbstdarstellung, sie können Persönlichkeitsaspekte, Hobbies und Befindlichkeiten anklingen lassen oder auch eine Verlegenheitswahl darstellen« (Nicola Döring/Alexander Schestag).

– User können, wenn sie wollen, fast total anonym agieren. (»Fast« deshalb, weil es zum Beispiel die technische Möglichkeit der aufwendigen Rückverfolgung von Identitäten mit Hilfe von IP-Adressen gibt.) Das hilft einerseits schüchternen Menschen, ihre Hemmungen abzubauen. Andererseits kann die fehlende Hemmschwelle dazu führen, dass User die Anonymität dazu missbrauchen, um andere zu beleidigen oder zu bedrohen. »Die Grenzen zwischen sozial erwünschtem und nicht erwünschtem Verhalten (verwischen), denn die Teilnehmer fühlen sich bei dieser Form der Kommunikation miteinander verbunden, aber dennoch allein. Aus diesem Umstand resultiert die Freisetzung ansonsten nicht nach

außen gezeigter emotionaler Verhaltensäußerungen« (Fehr-Hoberg/Thiemann).

– User grenzen sich, wie alle Mitglieder einer Gruppe, gegen andere Gruppen und die Außenwelt ab, ein System von Regeln und Sanktionen sichert den Fortbestand der Gruppe (Elinor Ostrom). Wobei »aufgrund der technischen Basierung des Mediums die Kontrolle der Mitglieder und ihrer Beiträge erheblich erleichtert (wird), da eine Rückverfolgung aller Beiträge problemlos möglich ist.« (Fehr-Hoberg/Thiemann). Der Ausschluss einzelner Mitglieder kann sogar automatisiert werden. Entfernt wird aber »immer nur die Persona, nicht jedoch die Person«, die kann mit geänderter Persona sofort wieder eintreten. (Fehr-Hoberg/Thiemann).

Als Zugabe etwas Rheingold

Erste Adresse in Sachen Online-Community-Kunde ist der Amerikaner Howard Rheingold. Er hat dieses gesellschaftliche Phänomen seit Mitte der 70er Jahre des 20. Jahrhunderts beschreibend verfolgt und den Begriff »virtual community« mitgeprägt. Vor einigen Jahren hat er seine Erfahrungen in den schönen Sätzen zusammengefasst:

»In virtuellen Gemeinschaften versammelte Menschen verwenden Wörter auf Bildschirmen, um Komplimente auszutauschen und sich zu streiten, um sich intellektuell auseinanderzusetzen, Geschäfte abzuschließen, Wissen zu vermitteln, sich emotionell zu unterstützen, Pläne zu schmieden, Brainstormings zu veranstalten, Klatsch zu verbreiten, sich zu beföhden und sich zu verlieben, um Freunde zu finden und zu verlieren, um zu spielen, zu flirten, um sich ein wenig an der hohen Kunst zu versuchen oder – was häufiger geschieht – einen Haufen mühseligen Geschwätzes von sich zu geben. In virtuellen Gemeinschaften versammelte Menschen tun fast alles, was Menschen im wirklichen Leben auch tun, aber sie sparen ihren Körper aus. Niemand ist da, den man küssen könnte, aber es kann dir auch niemand eins auf die Nase geben. Trotz dieser Beschränkung kann eine Menge passieren. Die Millionen Menschen, die sich auf die computerverbundenen Kulturen eingelassen

haben, empfinden die Anziehungskraft ihrer Vielfalt und Lebendigkeit bis hin zur Sucht.«

Die User-Gemeinde, so Rheingold, zeichnet sich in ihrer mehr als 30jährigen historischen Entwicklung durch ein linksliberales Verständnis aus, ein Erbe aus den Zeiten der Gegenkultur im Hippie-Paradies Kalifornien Ende der 60er Jahre. Sie lehnt eine höhere, regulierende und zensierende Macht ab und legt Wert auf ein starkes Gemeinschaftsgefühl, so wie es seinerzeit vor allem von den »Deadheads«, den Anhängern der legendären Rock-Gruppe »Greatful Dead«, vorgelebt wurde.

Dieses Gemeinschaftsgefühl hat freilich meist eine durchaus egoistische Grundierung. Es basiert nämlich vor allem auf dem Nutzen, den der Einzelne von der Gruppe hat. Rheingold: »In der Welt der Konkurrenzgesellschaften existiert jede miteinander kooperierende Gruppe von Menschen nur deswegen, weil jeder innerhalb der Gruppe erkannt hat, dass es irgend etwas von Wert gibt, das zu erlangen nur im Zusammenwirken möglich ist.«

Dieser Nutzen kann aber auch – und wird bei Mitgliedern eines Online-Forums häufig nur – ein sozialer und emotionaler sein, im Sinne der gemeinschaftsbildenden, häufig auch freundschaftsstiftenden Wirkung des Netzes. Rheingold nennt das Beispiel einer japanischen Community, die ihn in ihrer virtuellen Welt herzlich willkommen geheißen hat, obwohl er zuvor noch nie in Japan war. Aus diesen virtuellen Freundschaften entwickeln sich laut Rheingold dann nicht selten auch reale.

Bleibt es nur bei virtuellen Kontakten, kann die Versuchung, das Gemeinschaftsgefühl ausschließlich in der Online-Kommunikation auszuleben, zur Sucht führen. Um nichts vom virtuellen Leben zu verpassen und den Anschluss an die Gruppe nicht zu verlieren, verbringen diese armen Internet-Süchtigen ganze Tage vor dem Bildschirm, begnügen sich mit nur vier Stunden Schlaf – mit entsprechend verheerenden Auswirkungen auf das »normale« Leben in Schule und Familie, am Arbeitsplatz und in der Partnerschaft.

Rheingold sieht das Phänomen der wachsenden Online-Gemeinden auch als Reaktion auf den zunehmenden Verlust der von ihm so genannten »Dritten Räume«, vor allem in der Provinz. Darunter versteht er neutrale, öffentliche Bereiche wie Cafés oder

Parks, in denen sich Menschen treffen und austauschen können. Historisch gewachsene Viertel, so klagt er, würden verdrängt durch Fastfood-Lokale und Einkaufspassagen, wo kaum mehr Kommunikation stattfindet. Das virtuelle Gespräch im Online-Forum muss als Ersatz herhalten.

Was die Zukunft der virtuellen Communities anlangt, ist Howard Rheingold eher skeptisch. Er sieht die große Gefahr, dass aus dem antiken Marktplatz der Agora, auf dem die ideale virtuelle Gemeinde ihre Gedanken austauscht, ein Gefängnis werden könnte, dessen Insassen von einer latenten obrigkeitlichen Macht zu jedem Zeitpunkt total überwacht und kontrolliert werden können. Und diese Macht, so fürchtet er, operiert dermaßen versteckt und geschickt, dass sie am Ende den Sieg davon tragen wird – und wir merken es nicht einmal mehr.

»Die Macht wird tendenziell unkörperlich sein, und je mehr sie sich diesem Grenzwert annähert, um so beständiger, tiefer, endgültiger und anpassungsfähiger werden ihre Wirkungen: der immerwährende Sieg vermeidet jede physische Konfrontation und ist immer schon im Vorhinein gewiss.«

Ein konkreter Beitrag zur Feldforschung

Nach dieser düsteren Prophezeiung des Community-Gurus Rheingold und dem langen Ausflug in die Theorie zurück in die heiteren Gefilde des *DeTékAG*-Desasters und die Praxis unseres konkreten Falles.

Noch müde vom mühsamen Streifzug durch die Community-Literatur atmeten wir erst einmal befreit auf, als wir begriffen: Der von den Essener Wissenschaftlern Fehr-Hoberg/Thiemann (offenbar zu Recht) beklagte Mangel an empirischer Forschung bedeutet für uns nicht Erschwernis, sondern Erleichterung, können wir uns doch nun ganz unbeschwert und unvorbelastet auf die eigene Feldforschung konzentrieren. Dabei sind wir freilich weitgehend auf Vermutungen und Interpretationen angewiesen, abgeleitet aus und gestützt auf Form und Inhalt der einzelnen Beiträge der nachfolgend dokumentierten Debatte.

Diese Debatte verlief so unstrukturiert und vielfältig, dass wir – ohne wissenschaftlichen Anspruch, versteht sich – selbst eine Kategorisierung vornehmen mussten, nicht der Communities im Allgemeinen, sondern nur der uns konkret vorliegenden Debatten-Beiträge dieser einen Community zu diesem einen Thema. Wobei unsere Kategorisierung darin besteht, dass wir die rund 500 untersuchten Wortmeldungen je nach Tonfall und Temperament, Brisanz und Brillanz, Idiotie und IT-ologie in 23 (nicht immer ganz ernst gemeinte) Rubriken eingeteilt haben, von »Absurd« und »Anal« bis »Wirtschaftlich« und »Witzisch«.

Von der Wissenschaft nachhaltig belehrt, wagen wir nach sorgfältigem Studium dieses Materials über unsere konkrete heise-online-Community folgende Vermutungen:

1. Sie ist jung, aber nicht mehr ganz so jugendlich, etwa zwischen 18 und 35 Jahre alt. Das leiten wir zum einen aus dem Inhalt der »postings« ab (s. Dokumentation), zum anderen aus der üppigen Verwendung von »Emoticons«, Akronymen und Ausrufezeichen, vor allem aber aus den benutzten »nicknames«, die – ähnlich den »Tags« der Sprayer – weitgehend der Jugendkultur zuzurechnen sind, soweit sie nicht aus Klarnamen oder den User-üblichen Zahlen-Buchstaben-Kombinationen bestehen (s. Anhang).

2. Sie ist, soweit geschlechtlich zuordenbar, fast ausschließlich männlich. Wir konnten nur drei eindeutige Frauennamen entdecken, wissen freilich nicht, wie viele der BeiträgerInnen multipel-identisch ins männliche Geschlecht gewechselt oder in die Gegenrichtung travestiert sind.

3. Sie ist vom Familienstand her sehr homogen, nämlich vermutlich zu 99 Prozent unverheiratet, vom sozialen Status her dagegen stark heterogen: Die überwiegende Mehrheit dürfte sich noch in der Ausbildung befinden (Oberstufe Gymnasium, Fachhochschule, Universität), nur eine Minderheit scheint schon voll ins Berufsleben integriert zu sein, wobei die (eher technischen) Berufe im Kommunikationsbereich (Telekommunikation, Verlage, Werbung, Journalismus) überwiegen dürften. Entsprechend groß werden die Einkommens-Unterschiede sein. Das Netto-Haushaltseinkommen dürfte zwischen DM 1.000 und DM 5.000 schwanken.

4. Sie verfügt über ein – selbst für User-Verhältnisse – über-

durchschnittlich hohes Wissen in Sachen Informationstechnologie, weiß, wie oben gezeigt, zum Teil sogar über letzte Details der Farbskalen Bescheid und kennt alle Raffinessen der Drucker-Hardware. Einige Mitglieder verfügen über Spezialkenntnisse in Chemie, Physik, Bibelkunde und deutschem Markenrecht.

5. Sie ist relativ gebildet – die überwiegende Mehrheit hat mindestens Fachabitur –, überdurchschnittlich intelligent (geschätzter IQ: 120) und ungewöhnlich witzig, was sich nicht zuletzt an dem hohen Maß an Selbstironie und Nonsense, satirischer Lust und Freude am Wortspiel ablesen lässt, wie es zum Beispiel in »nicknames« wie Langweiler, Sesselfurzer, SinnloserKommentar, Lasthero, Randerscheinung, MR.Unwichtig, Rundfunkbeauftragter, Felgenklarlack, Anti-Christ(oph) oder Buzzword zum Ausdruck kommt.

6. Sie ist groß. Viel größer zum Beispiel als das kalifornische WELL (Whole Earth 'Lectronic Link), die wohl berühmteste Online-Community, mit ihren rund 7500 Mitgliedern, wenn auch nicht ganz so groß wie Geo-Cities mit ihren fast 2 Millionen »Homesteaders«, aber immerhin: Ein Insider schätzt sie auf 150.000 bis 200.000 Leser pro Tag. (Heise selbst nennt für den ganzen Monat Juli eine Gesamtzugriffszahl allein auf die Newsticker-Foren von 19,6 Millionen.) Davon »posten« allerdings nur die Allerwenigsten: zwischen 1 und 5 Prozent. (Am aktivsten in Sachen Magenta hat übrigens *joe-rgb* »gepostet« mit 20 Wortmeldungen, knapp vor *AngstFabrik* mit 17, dahinter mit großem Abstand *movax* und *Soyburg* mit jeweils 9.)

7. Sie ist in ihrer großen Mehrheit politisch interessiert, wenn auch nicht im gleichen Maße informiert. Der politische Standort ist eindeutig links, wobei die Spannweite von linksliberal bis linksradikal reicht. Nationale oder gar nationalistische Töne sind verpönt (*gurkenkoenig* mahnt *-Frank-* ab, der in einem Posting das Wort DEUTSCH in Großbuchstaben geschrieben hat: »ich hoffe doch, das war ironisch!!!!«). Basisdemokratische und antiautoritäre, auf die freie Entfaltung der Persönlichkeit pochende Bekenntnisse sind willkommen. Auch antikapitalistische, antiimperialistische und antiglobalistische Töne sind erlaubt, antimonopolistische sowieso. Selbst die klassenkämpferisch-aufrührerischen, utopisch-subversiven Agitationsarien einer kleiner radikalen Minderheit werden,

wenn nicht begrüßt, so doch toleriert, vielleicht auch als Ausdruck einer fröhlichen Anarchie.

8. Sie ist im Umgang der Mitglieder mit- und untereinander äußerst friedlich und freundlich. Ein (selbst)ironisch-witziger, ja vielfach komischer Grundton herrscht vor, untermischt mit gelegentlichen Sarkasmen und kleinen Anrempeleien unter Freunden. Nur zwei Artikulationsweisen (wenn wir von dem »hoffentlich ironisch gemeinten« nationalistischem Ausrutscher von *-Frank-* einmal absehen) werden offenbar nicht toleriert und notfalls »geflamed«: Blondinenwitze (»Peinliches Niveau« bekennt *rüdiger* selbstkritisch) und Formalbeleidigungen. Als *Soyburg*, immerhin einer der Hauptwortführer, *Eva K.*, die sich als *DeTekAG*-Mitarbeiterin geoutet hat, im Eifer des Gefechts als »doofe Nuss« beschimpft, merkt er selbst, dass er gegen die Netikette verstoßen hat und entschuldigt sich umgehend: »das war nicht nett. ist mir so rausgerutscht. tschuldigung.«

Reizthema Telekom

Soyburgs Ausrutscher war kein Zufall. Wenn die *heise.de*-Community über ein Thema einer Meinung ist, dann über das Thema Deutsche Telekom – und diese Meinung ist schlecht bis verheerend. Der ungleiche Kampf des *DeTekAG*-Goliaths gegen den „*My favourite book*“-David hat die Community am Nerv getroffen. Sie empfinden diese Abmahnung gegen den soeben erst gestarteten Publishing Service als Angriff auf ihr ureigenes Allerheiligstes: auf die Freiheit aller User im WorldWideWeb. Selbst die *DeTekAG*-Mitarbeiterin *Eva K.* vermag sich nicht mit ihrem Arbeitgeber zu solidarisieren oder gar mit der Farbe Magenta zu identifizieren: »(Ich finde) das in der News angesprochene Thema eher peinlich für den Konzern.«

Für die anderen Community-Mitglieder ist »peinlich« gar kein Ausdruck mehr. Sie gossen Kübel von Hohn und Spott über den »rosa Riesen« aus. Die Epitheta diffamantia reichen von »völlig abgehoben« (*I. Hoffmann*) und »absurd« (*rikkinadir*) bis »absolut schwachsinnig« (*Matthias G.*) und »verrückt« (*faun-dy*). Die Verballhornungen gehen von »Telebim« (*kulinix*), »teledoof« (*gehirn*)

und »Teledumm« (*DRVM*) über »Teuerkom« (*lordi*), »Terrorkom« (*SZBert*) und »rozze riese« (*razfaz*) bis »Telekomiker« (*movax*), »Telesomm(er)« (*walras*) und »Teletubbies« (*AngstFabrik*).

Knud Schmidt glaubte, es sei »1. April«, *rasta rodney* diagnostizierte »eine weitere Posse des ›rosa‹ Riesen«, *fineday* zweifelte, »ob diese Firma seriös ist«, *MinImMax* fragte sich, »haben die den Verstand verloren?«, *Lasthero* befand, »die flippen total aus«, *Schrödingers Katze* sah »hirnlose Idioten«, *the_guardian* »Kapitalismus pur« am Werk, *activezone* verkündete aktiv und in plakativen Versalien: »TELEKOM IST SCHEISSE«.

Einige Radikale mochten sich mit Beschimpfungen nicht begnügen. Die einen kündigten Sanktionen an (*jo*: »Alle Firmen, die zu solchen Methoden (Abmahnungen etc.) greifen, müssen aktiv boykottiert werden«), andere haben sie bereits vollzogen. *RFL*: »(Ich) habe Internet/Telefon bei ›t-online/Telekom‹ gekündigt und wechsle zu Net Cologne«.

Ein *Rainer* wandte sich in seiner Sorge (»wird höchste Zeit, dass diese arrogante – immer noch – Monopol-Firma in ihre Schranken gewiesen wird!«) per E-Mail direkt an den Düsseldorfer Publishing Service, und zwar gleich mit einem fünffachen Boykott-Appell: vom Kündigen des Telefonanschlusses bis zum Verkauf der Telekom-Aktien. Die beide letzten Aufforderungen lauteten: »4. Bleiben Sie standhaft! 5. Machen Sie diese Sauerei bekannt!!!«

Rainer mag ruhig sein. „*My favourite book*“ ist standhaft geblieben und hat die – immerhin mit einem Gegenstandswert von 500.000 Mark und einer Vertragsstrafe von 10.100 Mark für jede Fall der Zuwiderhandlung bewehrte – Unterlassungserklärung der *DeTekAG*-Anwälte schlichtweg ignoriert (und die *DeTekAG* hat – bisher – nicht geklagt).

Und dafür, lieber *Rainer*, dass »diese Sauerei« bekannt gemacht wird, dafür, so hoffen wir, wird dieses Buch sorgen.

Dokumentation

»Die spinnen doch, die Telekomiker!«

Die nachfolgenden »postings« sind nur eine Auswahl aus dem umfangreichen Material. Sie sind zum Teil gekürzt, aber inhaltlich nicht verändert. Nur die Rechtschreibung wurde korrigiert, gelegentlich ein fehlendes Wort eingefügt und generell Groß- und Kleinschreibung verwendet. Die Überschriften (»threads«) wurden weggelassen, sofern sie nicht direkt mit dem anschließenden Text verbunden waren. Auch die meisten »Emoticons« (Smileys) und Akronyme (Buchstaben-Kombinationen) fielen dem Rotstift zum Opfer, so weit sie nicht zum Verständnis des Textes erforderlich sind. Zusammenhängende Debattenbeiträge wurden zusammenhängend gesetzt, Einzelbeiträge durch eine Leerzeile gekennzeichnet. Ganz darauf verzichtet wurde, den Schreibstil der »Poster« (ständig neue Absätze, »bedeutungsvolle« Auslassungszeichen am Ende der Sätze, langgezogene Buchstabenketten in Comics-Manier etc.) typographisch zu imitieren. Das würde, auf Buchlänge betrachtet, chaotisch wirken und die Lesbarkeit beeinträchtigen.

Absurd

faun-dy: Ich sehe es kommen: IBM lässt sich Blau schützen, und alle Besoffenen werden eingeknastet. Nicht wegen Blausein, sondern wegen Markenrechtsverletzung. Microsoft schützt sich dieses ekklige Türkis, dazu Grau (dann muss ich meine KDE2-Rahmen halt umfärben), Novell, hatten die nicht Rot? OK, also alle Feuerwehrgewagen weg. Und alle roten Ampeln. Freie Fahrt für Autofahrer (bis zur nächsten Kreuzung). Dann wäre da noch Gelb (Post) und für Grün findet sich sicher auch noch eine Firma. Dann dürfen sich auch die Grünen vor dem Kadi wiederfinden.

P.S. Jedes Mal, wenn ich denke, es geht nicht verrückter, lese ich den Heise-Ticker und werde eines Besseren belehrt.

dazk: Bin mal gespannt, wann das erste Unternehmen die deutsche Sprache als ein Markenzeichen registrieren lässt und alle Nutzer derselben abmahnt. So wie das im Moment abgeht, erwarte ich erste Streitigkeiten vor Gericht bis Ende des Jahres.

Secus: Was passiert wohl, wenn sich die Metro die Farbe Schwarz schützen lassen würde? Wird dann alles gelb-grün? (Wer weiß, wem diese Farben >gehören<?)

Axel Mueller: Vor allen Dingen nachts, bei heruntergelassenen Rollläden! :-). Werbung(!), überall(!), wo du auch hinschaust (von Schambehaarung brauch ich hier gar nicht zu sprechen). ;)

Secus: Das kann ja heiter werden.

Axel Mueller: Sehe ich auch so. Wenn die Metro und meine Freundin die Farbe Schwarz definieren müssten ... Meine Freundin dürfte die doch gar nicht benutzen. Man wird sich Wellenlängen patentieren lassen müssen.

purerezufall: O.k., Blau = IBM, Gelb = Deutsche Post (oder war's doch ein Stromkonzern?), Rot = noch'n Stromkonzern (ey, ohn). Wem fällt noch mehr ein?

Mr.Unwichtig: Grün = Bundeswehr. Also kurz gesagt RGB (Rot, Grün, Blau). Das sind die Grundfarben für Grafikkarten, Drucker

etc.. Also sofort alle Monitore ausschalten. Ihr verstoßt sonst gegen patentrechtlich geschützte Farben.

BigCaT: Bin mal gespannt, ob es die Teletubbies hinkriegen, auch noch die Druckerhersteller zu verklagen, dann gibt's Tintenpatronen nur noch in CYK!!!

NUT: Dann lässt sich MS bald die Begriffe »2000« bis »2010« schützen, und alle Leute, die »Mercedes« oder »Fritz« heißen, müssen Lizenzen an diese arroganten Lobbytypen zahlen.

Bit Schlosser: Nicht nur *dein* Drucker benutzt Magenta, das ist eine Grundfarbe in jedem Vierfarbdruck. Es wird also in Zukunft keine bunten Bilder mehr geben, keine Plakate, Illustrierten, bunte Verpackungen. (Oder ist das vielleicht auch ganz gut so?)

Hauke Zuehl: So, und jetzt werde ich der Farbe #1413aa einen Namen geben und gucken, wer diese Farbe ebenfalls verwendet, und mal ein wenig abmahnen lassen. :) Arrrgggghhh! In was für einem Bananenstaat leben wir eigentlich. *kopfaufschplattehaemmer*

Superlex: Rein theoretisch gesehen bedeutet Farbe ja bloß Licht bestimmter Frequenz bzw. Eigenschaft einer Oberfläche, das Licht dieser Frequenz nicht zu absorbieren. Das hieße, die Telekomiker möchten eine Frequenz (genauer gesagt, Frequenzbereich) für sich alleine haben. Das erinnert mich aber an die UMTS-Versteigerung: da haben die DTAG&Co. ja Riesensummen für Frequenzbänder bezahlt. Bei Farben wäre das ja auch möglich, oder? Was die Sache leider schwer macht, wäre der Preis: So eine tolle Sache wie Lichtfarbe würde ich als Staat nicht unter 500 GDM (Gigamark) anbieten und, so weit ich weiß, gibt es weltweit kein Unternehmen, was so eine Summe zusammenkriegen könnte. Bei Buchstaben könnte ich mir Preise um 100 GDM vorstellen, das wäre was für Bill G. :)

P.S. Es fällt mir gerade auf: Physikalisch könnte es mit der Frequenz nicht ganz dicht sein, naja, ich will ja nur Mathe studieren.

Der Franke: Sag mal, sind wir denn schon in Amerika? Wenn, dann darf ich aber auch die Telekom auf Schadenersatz in Millionenhöhe verklagen, wenn ich mangels schnell eingerichtetem Anschluss nicht mit meiner im Sterben liegenden Erbtante telefonieren konnte und mein Erbe verlor. Genauso absurd.

I. Hoffmann: Ist dieser Wahnsinn überhaupt noch steigerungsfähig? Rechte an einer Farbe zu sichern? Nicht nur, dass sich die Druckindustrie schon ältere Rechte an dieser Farbe sichern könnte, aber was, wenn das tatsächlich durchkommt? Ich glaube, dann ist der gesunde Menschenverstand endgültig zu Grabe getragen worden. Man kann wirklich nur noch mit dem Kopf schütteln. So viel Dummheit in den Rechtsabteilungen, das ist völlig abgehoben. Ein Trauerspiel.

Ordam: Was machen jetzt die Feministinnen? Die müssen ja auch aufpassen, dass ihr Lila nicht ins Magenta abtrifft. Macht jetzt die Telekom die Feministinnen-Bewegung kaputt? :)

DancingFo: Wenn die Telekommunisten jetzt das Magenta an sich für sich beanspruchen, muss dann die Computerindustrie Abgaben bezahlen, weil ja jeder Monitor und Drucker die Farbe ausspucken kann/könnte, und was ist mit den Backup-Medien und den passenden Geräten dazu? Darf mein CD-Brenner ein Bild mit Magenta sichern? Oder muss er einen Stempel tragen wie zum Beispiel »Telecom proofed«? Und warum ist das Wort Telekom(munikation) nicht geschützt?

P.S. Wer Rechtschreibfehler findet, darf sie behalten oder sie schützen lassen. 8-)

Anal

Hans Dampf: Neulich schaute ich in den Spiegel und es fiel mir doch wie Schuppen von den Augen. Mein Arschloch ist ja T-Magenta. Ein Wunder der Natur! Ein Omen! Soll ich jetzt damit zum Gericht laufen? Gegenklage und so. Ich war ja früher da. Vielleicht bekomme ich ja dann die Tantiemen. Mangels guter Anwälte und dicker »Kriegskasse« sitze ich jetzt hier und teile Ihnen das einfach nur mit. Nur aus Langeweile.

Beleidigend

Soyburg (an die Telekom-Mitarbeiterin *Eva K.*): Es freut mich, dass dein Job dir Spaß macht. Vielleicht solltest du aber einfach zugeben, dass du dich ein wenig zu sehr mit deinem Brötchengeber identifizierst und deshalb überreagierst, du doofe Nuss?

H005: Lieber *Soyburg*, vielleicht solltest du aber einfach zugeben, dass du mit den letzten drei Worten auch etwas überreagierst?

Soyburg: OK. Gebe ich gerne zu. Das war nicht nett. Ist mir so rausgerutscht. tschuldigung.

Eva K.: Statt vor Wut in die Tastatur zu beißen, weil ich die kleinen Heiligtümer von ach so vielen Forum-Teilnehmern lästere, hättest du besser mein gesamtes Statement gelesen. Für dich zitiere ich auch noch mal gerne daraus: »Obwohl ich mich mit der Farbe nicht identifiziere und das in der News angesprochene Thema eher peinlich für den Konzern finde, werde ich nicht kündigen, ich bin schließlich nicht der Konzern, sondern ich habe dort einen gut bezahlten und abwechslungsreichen Job.« *g*

Buchstäblich

Krawackel: So, ich habe jetzt beim Patentamt ein Patent auf alle Buchstaben des Alphabets beantragt. Die Chancen stehen gut, dass ich das alleinige Recht darauf bekomme, sagen meine 20 Anwälte.

Grimbart: Pha! Machst du Witze? Mit 20 Anwälten kommst du ja nicht mal bis zum kleinen x!

Krawackel: Macht euch gefasst darauf, dass ich euch alle demnächst abmahne und mich damit dumm und doof verdiene. Wenn die T-koma Farben schützen kann, dann kann ich das wohl auch mit Buchstaben. Naja, und wenn es nur ein Buchstabe wird, dann lasse ich mir halt auch noch die Zahlen von 0 bis 9999 patentieren. Also aufpassen!

P.S. Deutschland ist ein Kindergarten!

Knud Schmidt: Ist schon klar, die ›Farbe der Telekom‹ muss natürlich geschützt werden. Vielleicht sollte man in Zukunft auch mit der Verwendung des Buchstaben T aufpassen. Könn*e ja sein, dass man durch unbedach*e Benu*zung einen schlech*en Ruf auf die *elekom lenk*.

XshAdOw01: Du hast eines übersehen: Das ›A‹ steht für Arbeitsamt. Die Verwendung eines deutsch-nationalen ›D‹ wie ›Doitschland‹ könnte außerdem abgemahnt werden, weil sie dem Zeitgeist dieses Landes zuwiderläuft. Der Satz müsste also heißen: »Könn*e ** sein, **ss m*n *urch unbe**ch*e Benu*zung einen schlech*en Ruf *uf die *elekom lenk*.« Das ›ja‹ hab' ich auch gleich entfernt, sonst könnte man wohl von Sat 1 verklagt werden?

Birdie: Und was ist mit dem B (Versicherungen, siehe B-Tarif) oder M und S für Microsoft oder Ö (gabs da nicht mal eine CD)? CH fällt als Länderzeichen auch weg. Auf N (von NN) hätte die Post für Nachnahme ein (C). Der Satz müsste also so aussehen: »K****e ** *ei*, **** ** *ur** u*be*****e *e*u*zu*g ei*e* s**le***e* Ruf ...« Und nach der nächsten Rechtschreibreform so: »Ke ie ur ubee euzug eie slee Ruf ...«

Trevor Goodchild: Nach Rücksprache mit einem auf Marken- und Patentrecht spezialisierten Anwalt kann ich dazu nur Folgendes

sagen: ***** ** **** , **** ** **** ***** ***** ***** ***** ***** *****
*** ** ***** *****

Linus: Ach ist das schönööön, morgens, eine heiße Tasse Kaffee, News und erst mal richtig laut und herzlich lachen. Kann ein Tag schöner beginnen?? *gg*

DEUTSCH

-Frank-: ... Nicht mehr die schaffende Klasse des Volkes bestimmt, wo es langgeht, sondern nur die Schmarotzer der Volksgemeinschaft,...

AngstFabrik: Uuuuaah! Wenn ich solche Worte nur höre oder lese, wird es mir ganz übel, wo hast du denn solch einen Humbug ausgebuddelt, aus sche***brauner Erde oder was?

-Frank-: ... welche sich nur das bereits Aufgebaute unter den Nagel reißen wollen, bestimmen in ihren abgesteckten Revieren die Marschrichtung. Daher werde ich bei den nächsten Wahlen DEUTSCH wählen ...

AngstFabrik: Naja, deine vorherigen Sätze haben mich ja schon vorgewarnt, aber ich frage sicherheitshalber noch einmal nach, wie du das jetzt meinst, klingt ja sehr markig-nationalsozialistisch.

-Frank-: ... um gegen die Macht internationaler Großkonzerne und deren Rechtsvertreter anzutreten, und die dazu passende Farbe ist ja Gott sei Dank noch nicht geschützt.

Randerscheinung: Wenn ich mich recht erinnere, waren die DEUTSCH Gewählten während der letzten 1000 Jahre ziemlich dicke mit dem Großkapital. Insofern wird dir deine Wahl vielleicht weniger nutzen als erwartet, selbst wenn du noch ein paar 1000-jährige Deutsche für deine Meinung finden solltest. Will sagen, wenn es denn nur genug Geld dafür gibt, werden die DEUTSCH Gewählten noch ganz andere Farben markenrechtlich schützen. Nur mit dem Unterschied, dass du dann vielleicht ernste Probleme bekommst, wenn du deinen Unmut darüber schriftlich äuserst. Öffentliche Unmutsäuserungen waren in den vorigen 1000 Jahren nämlich nicht so gesund.

trennschleifer: Wer bist du denn? So viel geistiger Dünnschiss ist selbst im Heise-Forum selten. An und für sich ging es darum, ob die Telekom ihre Magenta als Marke schützen und dieses Markenrecht auch durchsetzen darf. Findest du es nicht etwas übertrieben, die Diskussion ins politische Abseits zu reißen? Oder postest du nur, um über diese Schiene zu provozieren? Das wäre noch viel ärmer!

AngstFabrik: Oder sollte das alles nicht so ganz ernst gemeint sein und nur ein bisschen provozieren?

gurkenkoenig: Hallo fearfactory, hallo Deutschland! Das scheint ja doch in ein relativ verbreitetes Problem der Deutschen auszuarten, nämlich sich plötzlich von allem zu distanzieren, was mit National, Volk usw. zu tun hat. Dieser Wahn, sich gleich von allem distanzieren zu müssen, was mit Deutschland zu tun hat, sobald es den Anspruch von nationalem Denken hat. Sagt mal, seid ihr eigentlich krank oder so was? Seht ihr zu viel Fernsehen? Könnt ihr euch nicht mal endlich von dem ganzen Schei** loslassen und es so sehen wie die Amerikaner zum Beispiel? Das heißt nicht, sich ganz und gar von unserer Vergangenheit zu distanzieren – dafür tragen wir gewiss die Verantwortung, aber an gewissen Stellen ist doch auch mal Ende-Gelände.

P.S. Ich bin nicht rechtsradikal, nur für den, dem ich diesen Beitrag kommentieren ›musste‹ ;-)

Erotisch

German: Mein Schlafzimmer hat die Farbe Magenta und demnächst wird bei mir das Telefonkabel verlegt. Soll ich das Zimmer vorher umstreichen lassen?

tyche: Um eine Markenrechtsverletzung zu begehen, muss die Benutzung im geschäftlichen Verkehr erfolgen.

luchs: Hmmm – wenn also ein Callgirl seine Dienstleistungen in einem magentafarbenen Zimmer anbietet, könnte das schon problematisch werden. (Auch die Nähe zur Telekommunikation ist gegeben, da die Geschäftsanbahnung regelmäßig per Telefon erfolgt.) Na da kann ja noch einiges auf uns zukommen.

Frosch: Ich dachte, Callgirls kommen ins Haus?

luchs: Ja also, nach meiner Erfahrung, ähh räusper, nach allem, was ich gehört habe, kann man sich das wohl aussuchen.

Linus-: Na endlich! Jetzt wird es mal interessant hier. Plaudert doch noch ein bisschen mehr aus dem Nähkästchen, das würde uns hier bestimmt alle ganz doll interessieren. *g*

s'Peterle: Also, ich kenne auch einen, der hat 'nen Bruder, dessen Cousin hat 'ne Freundin, und deren Onkel kennt jemanden, der schon mal gehört hat, wie einer erzählte, dass man sich das wohl aussuchen kann.

Erratisch

bee-bee: Da die T ja in Bonn bei Köln sitzt, haben die es ja zur Markenrechtskammer des WeDeeRRR gar nicht so weit.

AngstFabrik: Ja ja, ich weiß schon, wir huldigen Dir, oh Gott der magischen 25% ;-(

StrgAltEntf: Mag jemand frische Otternasen ?

Edmund Sackbauer: Sind die Otternasen frisch? Ich habe da noch falsche Bärte, falls doch Weibsvolk anwesend ist. *ggg* Spitze Kiesel, kleine Steine, große Steine, will noch jemand Steine?

Farbig

joe-rgb: Es sind doch genug Farben für alle da! Wenn sich endlich jemand die Mühe macht, die einzelnen 24Bit Farbtöne zu benennen, dann gäbe es weniger Streit. Wildkirsche, Malve, Flieder, Ultraviolett. Und für die Radio-Werbung werden die Farbtöne in psychedelische Klangfarben umgesetzt: Bimmel-bimmel-bimm.

JD_Nightfly: Wie kann es eigentlich so weit kommen, dass jemand Farben (Grundfarben/CMYK) für sich reservieren kann? OK, selbstgemachte Farbtöne kann man ja noch verdauen, aber Grundfarben?? Kann man sich nicht auch noch Schwarz unter den Nagel reißen? Mönsch, wen man dann alles verklagen/verarschen könnte! Super! Die Kirche, die Gerichte, alle Zeitungen wegen der Schrift. Juhu, Bild-Zeitung in Blau, falls das nicht auch schon irgendwie geschützt ist. Nee, das ist nicht mehr schön.

stkochs42: Natürlich kann ich jede – naja fast jede – Farbe im Offsetdruck darstellen. Das meinte ich aber nicht bei der Kostenersparnis. Um Kosten bei den Filmen und dem Druck zu sparen, reduziert man das Layout nur auf ein bis zwei Grundfarben. Wie eben Magenta und Schwarz oder Cyan und Schwarz. Man kann natürlich auch Pantone nehmen, aber das ist ja nun mal teurer. Das war es, was die Telekom für Magenta als CI-Farbe eingenommen hat. Cyan wäre zwar nicht so eine Verschandelung für die Umwelt bei den Telefonhäuschen, aber da hat mich ja keiner gefragt. :-)

Porzellan: Ist Magenta von der Telekom überhaupt eine (1) Farbe?

razfaz: aber was mich wirklich interessiert, ist, wie ist denn Magenta genau definiert? Ein Wert RGB mehr oder weniger, und schwupps – schon ist es kein Magenta mehr! Oder wie funktioniert das?

C-3PO: Also ich würde mal denken, das wissen die vom großen T selber nicht so ganz genau (oder meine Grafikweichware hat einen Sonnenstich). Jedenfalls gibt es allein auf der Startseite der Te-

lekomiker drei verschiedene Varianten Magenta!?!?

Gen.Fidul: Magenta erinnert mich immer an unselige Zeiten mit geringer Auflösung. Na, kommt das Grauen wieder hoch?

gehirn: Dass Teledoof und Post immer noch verschmolzen sind, sieht man daran, dass der Magenta-Mann bei der Tourdefranz immer das Gelbe Trikot will. *LOL* Äh, Herr Lehrer, ich weiß, dass es nicht Franz heißt.

Balance: Ein bisschen daneben finde ich die Abmahnung schon. Doch muss ich der Telekom zugestehen, dass sie es geschafft hat, wenn ich eine größere magentafarbene Fläche (auf T-Shirts etc.) sehe, dann fällt mir sofort die Telekom ein. Von da her scheint mir das Ganze nicht so weit hergeholt zu sein.

NUT: Ich will aber gar nicht immer an die Telekom denken, wenn ich Magenta sehe. Außerdem wirst du keine magentafarbenen T-Shirts mehr sehen ohne Telekom-Schriftzug! Alle nicht von der Telekom beauftragten Hersteller von magentafarbenen Gegenständen werden ab jetzt abgemahnt. Ein Wahnwitz!

toybaer: Wow, bekommst auch du einen komischen Würgereiz bei der Farbe? *scnr*

kulinux: Nieder mit Magenta. Die Farbe ist so etwas von ekelhaft, dass die Telebim der sympathischste Verein der Welt (und nicht der hasswürdigste nach M\$) sein könnte: Ich würde sie trotzdem für diese Farbe hassen. Naja, so ist man immer gleich gewarnt, wenn man sie irgendwo sieht. Von daher sollte sich der Buchladen vielleicht überlegen, ob sie wirklich mit der Farbe auch die gegen die Telebim gerichteten Antipathien auf sich ziehen wollen.

JB_007: Wie unterschiedlich muss denn das verwendete Magenta sein, damit die Telekom einen in Ruhe lässt? Schließlich kann das menschliche Auge direkt ca. 16.000 Farben und im Vergleich sogar mehrere Millionen Farben unterscheiden. Da sollte es eigentlich nicht schwer sein, viele tausende magenta-ähnliche Farben zu finden, gegen die die Telekom dann gar nicht klagen kann. Am besten

lässt man sich den Schwachsinn schützen. Da kann man die Telekom (und noch einige andere Unternehmen) beinahe täglich verklagen.

roland heckmann: Statt Magenta gibt es doch auch die Farben HKS33 und HKS27. Einfach diese nehmen. Die sind noch als Marken frei!

a.k.: Daraus werde ich mir jetzt eine Web-Site bauen :-)) 5 Prozent Cyan, 100 Prozent Magenta = #da007f.

Genaugenommen

Markus König: Magenta? Wo? Mal ganz davon ab, dass das völliger Blödsinn ist, wo bitte findet sich auf der Seite irgendwas in Magenta? Immerhin, die Balken in einem Diagramm könnten Magenta sein. Also was soll der Blödsinn? Oder habe ich einen Magenta-Filter in meinem Browser?

SolDev: Genauer kann man es sehen, wenn man sich das http://www.my-favourite-book.com/external/pdfs/myfabo_ich_schreibe.pdf runterlädt und auf Seite 16 schaut. Da ist eine magentafarbene Anzeige zwischen einer blauen (ey IBM – euer Job), einer grünen (ey Scharpi, mach mal was), einer orangen (ey Holländer – eure Chance) und 'ner gelben und 'ner grauen. Ich würde diese üblen Internet-Diebe sofort und mit aller Härte des Gesetzes bestrafen. Wie kann man denn einfach die bereits von der Telekom verwendeten Farben missbrauchen? Und das in diesem Ausmaß von immerhin circa vier Prozent der Homepage-Größe!

Geschäftsschädigend

aktivezone: TELEKOM IST SCHEISSE! Und darum bin ich auch nicht mehr als Kunde dort.

fineday: Ein »T« sich eintragen lassen und dann noch in »puppenrosa« – na ich weiß ja nicht, ob diese Firma seriös ist. Das Gegenteil stellt sie seit 1995 zur Verfügung: 0190-Nummern.

DJLopez: Welcher halbwegs intelligente Mensch möchte schon bei einem Unternehmen arbeiten, welches so schlechte Kritik bekommt und derart beschissene Geschäftspraktiken an den Tag legt!?

Gehirn: HOHE ORTSGEBÜHREN – KEIN WUNDER! Wenn Dr. ? Sommer und seine Helfershelfer nicht so viel um Quadrate und Magenta prozessieren und »globale Geschäfte« betreiben würden, sondern sich mal darum kümmern, was die Kunden wollen, wäre es ein Anfang. WEG MIT MAGENTA-SOMMER, RUNTER MIT DEN GEBÜHREN!

eye: »Telekom-Sprecher Peter Kespohl rechtfertigte die Abmahnung gegenüber heise online mit dem markenrechtlichen Schutz. ... Immerhin bekommt man auf der Homepage des Tochterunternehmens T-Online ebenfalls Bücher.« In der Tat, bei der Telekom und ihrem Tochterunternehmen bekommt man inzwischen so ziemlich alles. Nur nicht T-DSL. Aber jetzt reicht es mir. Spätestens nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit meiner T-Net-Flatrate werde ich meinen kompletten Telefonanschluss bei der Telekom kündigen. Zum Glück gibt es in meiner Stadt Alternativen. Am liebsten würde ich sofort kündigen. Es kotzt mich an, dass ich mit meinen Telefongebühren solche Abmahn-Praktiken unterstützen muss und nichts dagegen tun kann. Gibt es vielleicht irgendwelche Möglichkeiten, Vertragslaufzeiten abzukürzen? Oder kann ich der Telekom vielleicht auf irgendeine andere (legale) Art wirksam einen (wenn auch geringen) wirtschaftlichen Schaden zufügen? Für Vorschläge wäre ich dankbar.

Rabbit: Die Telekom hat halt immer noch ihre ehemalige Monopolstellung im Kopf. Was denen fehlt, ist ein Konkurrent, der der Telekom Feuer unter dem trägen Hintern macht, dass es nur so raucht. Was ich in der letzten Zeit mit den Telekomikern erlebt habe, spottet jeder Beschreibung, so was kann eigentlich nur im Sozialismus passieren, wo es eh niemanden juckt, was wird. Hallo Telekom, im Zeitalter der Marktwirtschaft wird es langsam Zeit, sich um Wichtigeres zu kümmern wie um irgendwelche schwule Farben. Ich dachte immer, dass Inhalte zählen und keine Nebensächlichkeiten. Arme Telekom! Schlechter Service, aber sonst 'ne große Klappe.

Armin Höhe: Von schlechtem Service kann ja nun ÜBERHAUPT keine Rede sein. Das würde ja implizieren, dass ein Service stattfindet. Das ist aber nicht der Fall. Gut, dass ich mit den arroganten Komikern nichts mehr zu tun habe.

yettiz: Die Telekom sollte lieber wieder grau werden, denn der Service, den die bieten, ist auch grau.

Langweiler: Noch ein Hinweis an die Aktienbesitzer: Wenn eine Firma übermäßigen Gebrauch von »Rechtsmitteln« macht, kann das auch ein Zeichen dafür sein, dass es der Firma schlecht geht. Bei kleineren Unternehmen ist es eigentlich üblich, dass kurz vor der Insolvenz erst einmal alle Gegner wegen Patentrechtsverletzung oder Markenrechtsverletzung verklagt werden. Also Aktien verkaufen.

Grimbart: Falsch! Wenn die Firma vor Gericht zu oft verliert, geht sie vor die Hunde. Aber der heftige Einsatz von Rechtsmitteln zeigt nur, dass die Firma eine Position hat, in der sie nur dadurch wachsen kann, dass sie ihre Gegner auf anderen Wegen angreift als durch ihre Produkte. Folglich hat sie mit ihren Produkten schon einen so guten Stand, dass keine Gefahr besteht, nur der Markt ist zu klein.

Soyburg: Falsch! Wenn die Firma nicht oft genug vor Gericht erscheint, geht sie vor die Hunde. Aber der heftige Einsatz von Rechtsmitteln zeigt nur, dass die Firma keine Position hat, in der sie sich gegenüber dem Kunden durch Produkte hervorgetan hat. Durch die schlechte Publicity besteht natürlich die Gefahr, den Markt durch das eigene schlechte Image völlig zu verlieren. Aber so

ist es halt, wenn ein großer Teil der Belegschaft noch aus Monopolzeiten stammt.

Langweiler: Zum Abschluss noch ein Link, der anzeigt, wie man sich gegen solche Abmahnschreiben wehren kann: einfach ignorieren (trotzdem Anwalt fragen) und nix bezahlen.

Himmlisch

German: Der Schöpfer der Farben ist zu finden im Buch Genesis Kapitel 9. Hier wird die Geschichte vom ersten Auftreten des Regenbogens beschrieben. Ich finde dies faszinierend.

12 Und Gott sprach: Das ist das Zeichen des Bundes, den ich gemacht habe zwischen mir und euch und allen lebendigen Seelen bei euch hinfort ewiglich:

13 Meinen Bogen habe ich gesetzt in die Wolken; der soll das Zeichen sein des Bundes zwischen mir und der Erde.

14 Und wenn es kommt, dass ich Wolken über die Erde führe, so soll man einen Bogen sehen in den Wolken.

15 Alsdann will ich gedenken an meinen Bund zwischen mir und euch und allen lebendigen Seelen in allerlei Fleisch, dass nicht mehr hinfort eine Sintflut komme, die alles Fleisch verderbe.

16 Darum soll mein Bogen in den Wolken sein, dass ich ihn ansehe und gedenke an den ewigen Bund zwischen Gott und allen lebendigen Seelen in allem Fleisch, das auf Erden ist.

17 Und Gott sagte zu Noah: Das sei das Zeichen des Bundes, den ich aufgerichtet habe zwischen mir und allem Fleisch auf Erden.

Ich hoffe, dass dieser alte historische Text das Maul der Telekomiker stopft.

Grimbart: Wie vielleicht landläufig bekannt ist, hat Gott die Welt oder zumindest die grundlegendsten physikalischen Gesetzmäßigkeit für alles, was lebt, geschaffen. Auch für alles, was nicht lebt. Ihm gehört sozusagen der sprichwörtliche Quantensprung, aber verlangt er dafür Lizenzgebühren?

Hat_was_zu_sagen: Nun, ja gut, also, was sonst ist Kirchensteuer?? :-))

Grimbart: Das ist für die Kirche, nicht für Gott. Zerfällst du zu Staub, wenn du keine Kirchensteuer mehr zahlst? Da hat die katholische Kirche, die mit dem Papst den zweifelhaftesten Vertreter hat, bisher (mal wieder) eine Entwicklung total verschlafen! Sie könnte mit einigen gewonnenen Prozessen Lizenzen für so ziemlich alles verlangen, was man sich vorstellen kann. Warum auch

nicht? Man muss sich doch von der Konkurrenz absetzen!

the_guardian: Eben, und genau das ist einer von »n« möglichen Beweisen dafür, dass es so etwas wie geistiges Eigentum nicht gibt.

movax: ist es eigentlich nicht so, dass man natürliche Dinge nicht patentieren kann, oder irre ich mich da? Ich will das Patent für Bäume und Blumen!

luky: Geht schon. Musst du aber genetisch verändern vorher.

I think I read not raid: Mit 'nem guten Anwalt und 'ner verdrehten Begründung müsste er das schon schaffen, denn der liebe Gott vergaß ja eines: die Patenteinreichung der Schöpfung!

IT-ologisch

Rundfunkbeauftragter: Gesuchte Links zeigt mein Browser, so die Webseite nichts anderes vorgibt, in einer Art Magenta an. Wird MS jetzt von der Telekom abgemahnt? Oder vielleicht ich als IE-Nutzer? (Ja, ich weiß, es gibt Leute, die jetzt sicher meinen, wer den IE nutzt, sollte schon aus ganz anderen Gründen bestraft werden.) ;-)

Kabelsau: Tja, dann musst du wohl auf Lynx umsteigen. ;-) Da wirst du auch nicht von unverständlichen Icons genervt. Und Pop-up-Fenster gibt es auch nicht. Banner-Werbung, bye, bye. Probleme gibt es bloß, wenn sich jemand Schwarz reserviert. (Hat das nicht gerade jemand?) Das wäre nämlich das Aus für Lynx und die Linux Konsole. :-((Meine schöne schwarze Konsole, ich gebe dich nicht ab, lieber gehe ich in den Knast.

joe-rgb: Bei www.google.de suchen nach: `bgcolor=»'FF00FF«` oder Ähnlichem.

sascha74: Teledumm verwendet aber auch `#ff0066`. Werde das demnächst auch verwenden. ;))

mister speaker: Dann dreh einfach deinen Monitor um 90 Grad oder mehr nach rechts oder links. Behalte aber deine Sitz- und Blickposition bei.

Edmund Sackbauer: Da gibt es einen ganz einfachen Workaround: Einfach das TFT-Display ein bisschen kippen und schon ist Heise fein raus.

Kopfschüttler: Hab leider kein TFT. :-((((

sascha74: Vor allem kein billiges. Dann bleibt's nämlich bis zu einem beträchtlichen Winkel auch Magenta.

Namentlich

Telebim
Teledingsda
Teledoof
Teledumm
Telekoma
Telekomiker
Telekommunisten
Telekotz
Telesomm(er)
Teletubbies
Terrorkom
Teuerkom

Peinlich

rüdiger: Ich lasse meine Haarfarbe schützen und mahne alle Blondinen ab.

mybrain: Und wenn du jemanden findest, der es ihnen vorliest, dann zahlen die sogar! (Oops. Peinliches Niveau. Sorry, aber was raus muss, muss raus.)

Rechtlich

Jürgen Striegel: Erst die Aktion in Norderstedt, jetzt Magenta. Haben die den Verstand verloren? Das eigentlich Interessante wird sein zu erfahren, ob unser Rechtssystem nicht auch BSE-infiziert ist. Jedes Gericht, das bei Verlesung der Anklage nicht in schallendes Gelächter ausbricht, muss korumpiert sein. Weiter so, Telekom! Schon lange keine richtig guten Witze mehr im Newsticker gelesen.

MinImAx: Das Problem ist, dass deutsche Gerichte solchen Fällen mit der üblichen Ernsthaftigkeit nachgehen, anstatt die Anwälte mit einem Tritt vor die Tür zu befördern.

yettiz: Ist mal wieder so ein genialer Einfall von den Komikern, aber wenn das durchgehen sollte, dann werden sich einige Firmen warm anziehen müssen. In fast jedem Firmenlogo/Identifikationsmerkmal ist eine Farbe enthalten (außer Schwarz/Weiß). Die Firmen, die eine Farbe seit x Jahren benutzen und mehr schlecht als recht überlebt haben, können so eine junge, gut laufende Firma verklagen. Da aber bis dato alle Farben geschützt sind, kann die Firma zusperren und Tausende verlieren ihren Arbeitsplatz wegen einer Farbe. Also bitte, so kann es nicht gehen. Die Post benutzt hier in Deutschland ja auch Gelb. Müssten jetzt nicht alle Firmen, die auch Gelb benutzen, Angst haben, dass sie ihre Farbe wechseln müssen?

dago: Vielleicht gibt es ja tatsächlich in unserem Rechtssystem irgendwo die Möglichkeit, sich Farben markenrechtlich eintragen zu lassen. Was sagt unser Spezialist dazu? Wie auch immer, schon das wäre ein Kuriosum. Was dann aber die Abmahnung bezwecken soll? Wenn die Telekom mittels dieser Abmahnung wenigstens in irgend einer Weise Geld verdienen könnte. Das wäre dann ja noch einigermaßen konsistent. Aber so ist das ja nur zum Kringeln. Aber vielleicht ist das ja auch wieder die Absicht. Negative Werbung ist immer noch besser als gar keine.

trennschleifer: Wozu gibt es dann ein Markenrecht? Vielleicht helfen dir ja ein paar Wirtschafts-Vorlesungen auf die Sprünge.

Jörg Bullmann: Ein Markenrecht gibt es wohl, und auch zu Recht. Nur, ob die geistigen Väter dieses Gesetzes so einen Unfug beabsichtigt haben, lässt sich doch wohl stark bezweifeln. Das Erscheinungsbild bezüglich verwendeter Schriftarten und Farb-Kombinationen kann ich mir noch vorstellen als schützenswertes Gut. Aber eine einfache Farbe? Das geht denn wohl doch zu weit!

MR.Unwichtig: Seit wann kann man Farben patentrechtlich schützen lassen? Ich bin immer noch der Meinung, dass Farben zum Kulturgut der Menschheit gehören. Oder wollen wir demnächst alle in grauen Sachen herumlaufen? Ach ja, geht ja gar nicht, hab ich ja schützen lassen. :-)

[SZ]Bert: Irgendwie komisch, keiner darf laut Community wegen Explorer abgemahnt werden – aber wenn der Gegner die Telekom ist, schaut es gleich ganz anders aus.

a.dent: Nicht wirklich. Aber es gibt einige, die auf die geballte Kraft der Terrorkom-Rechtsabteilung hoffen, um dem FvG-Symicron-Explorer-Webpace-Linksetzungsverbieter-Abmahn-Konglomerat in den A***h zu treten. Bisher hat man ja nur von der Praxis gehört, dass kleine Betreiber abgemahnt werden. Bevor der Autor von *selfhtml* dran war, mussten erst mal die Mirror dran glauben, weil andersrum nicht so viel zu holen gewesen wäre. FvG schiebt dann natürlich immer gerne die Geschichte mit M\$ ein, bewiesen ist aber nichts. (Sieht für mich nach dem Deal aus: Symicron spielt Buhmann, M\$ bleibt sauber und Explorer ist M\$-exklusiv genutzt.)

DieMoni: Hab da noch was gefunden: »Telekom mahnt TopWare ab. Streit um Lila, Altrosa und Grau-Magenta, 28.5.99 – Schon vor dem offiziellen Erscheinen der D-Info 99 mahnt die deutsche Telekom den heißgehassten Konkurrenten wegen dessen Telefonbuch-CD ab. Mit einer Unterlassungserklärung möchte die Telekom den Vertrieb der D-Info 99-CD vorerst stoppen. Das Cover der neuen CD, die offiziell noch gar nicht auf dem Markt ist, benutzte die von der Telekom markenrechtlich geschützte Farbe Grau-Magenta. Weiterhin fordert die Telekom TopWare auf, die Aussage, D-Info sei die prominenteste Telefon-CD Deutschlands, zu unterlassen. TopWare bemüht in der Entgegnung die Farbenlehre: »Das bemängelte

Cover besteht aus diversen Farbzusammensetzungen im Vierfarb-Spektrum, das über diverse Farbanteile und Mischungsverhältnisse verfügt, in dem natürlich auch die Teilfarbe Magenta enthalten ist. Der Volksmund verwendet für derartige Farbmischungen Begriffe wie Altrosa, Lila oder Ähnliches.« Wie die Geschichte auch ausgeht, sie lässt erahnen, dass der Streit um die Telefonbuch-CD ROM trotz des jüngsten BGH-Urteils noch lange nicht beendet ist.« Hier noch was : »Wussten Sie, dass der Architekt des Umbaus des Reichstages, Norman Foster, sich die Farbe der Stühle im Plenarsaal patentieren lassen? Die geschützte Farbe heißt »Reichstagsblau.« Und noch was: »Wussten Sie, dass Lila von Milka die erste und einzige geschützte Farbe für Schokolade ist?« Was man nicht alles so findet! :-)

rikkinadir: ... Jedoch handelt es sich bei der Farbe Magenta für die Telekom ja nicht um eine Farbe in erster Linie, sondern um ein Identifikations-Merkmal bzw. Markenzeichen. Wenn nun andere Firmen dieses Merkmal ebenfalls verwendeten, so ginge doch einiges an Wirkung für die Telekom verloren. Absurd klingt es dennoch. Aber das ist ja eigentlich kein Widerspruch zur Realität, oder?

AngstFabrik: Ein »Identifikations-Merkmal« ist diese Farbe für die Teletubbies doch nur in Verbindung mit dem großen T, also mit einem Logo, Firmenzeichen etc., aber doch nicht allein als Farbe an sich, oder?

Tinkiwinki: Das Logo ist wohl als Wort- und Bildmarke geschützt. Die Farbe allein wäre absurd, sonst könnte ja jeder beliebige Verlag sich die Farbe Weiß schützen lassen und alle abmahnen, die auf weißem Papier drucken, wegen der Verwechslungsgefahr.

Knud Schmid: Entweder ist bei den Telekom-Juristen heute der 1. April oder dieses unsrige Rechtssystem ist mittlerweile dermaßen hohl, dass man mit den richtigen Anwälten mittlerweile jeden Scheiß durchsetzen kann.

Twister: Wenn es zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung kommt und die Telekomiker Recht bekommen: Kann der Richter dann abgemahnt werden, weil man ihn auf Grund seiner offensichtlichen Inkompetenz für einen Mitarbeiter halten kann? Ist doch auch ein grundlegendes Merkmal?! ;-)

anton gsandtner: Der gewerbliche Rechtsschutz sollte nur die unlicenzierte Verwertung von geistigem Eigentum durch Diebe und Trittbrettfahrer verhindern. Doch schon die Registrierung des Milka-Lila hat die Deiche hinwegespült.

cygro: Wie kann man eine Farbe schützen? Da muss man ja den 6-stelligen Farbcode schützen. Wenn ein anderer die Farbe verwenden will, braucht er nur die hinterste Stelle um 1 zu ändern und schon ist's OK. Ich verstehe die Ämter nicht, die so etwas akzeptieren. Armes Europa, langsam beginnt die amerikanische Sch...-Verklage-Manie auch zu uns überzuschwappen. Das ist das Ende unserer Kultur! Tod den Rechtsverdrehern!

Christian Treczoks: Das war es dann wohl. Kafka wird Realität, und Schweine fliegen. Wenn man bisher an der These, dass im deutschen Markenrecht der Wurm drin ist, noch einen Zweifel hatte, dann sollte das hier der Augenöffner sein. Es ist höchste Zeit für grundlegende Reformen. Das Markenrecht in Deutschland öffnet Rechtsverdrehern mit mentalen Problemen (Realitätsverlust et al.) Tür und Tor und setzt jeden der (extrem teuren) Rechtsunsicherheit aus.

Langweiler: Die meisten Argumente der »Abmahner« laufen ja irgendwie darauf hinaus, dass das Konkurrenzprodukt mit dem eigenen »verwechselt« werden kann oder ähnlich ist. Bei der riesigen Menge von Produkten, die in nächster Zukunft auf uns zurollen werden, sind dann solche Ähnlichkeiten sicherlich nicht zu vermeiden. Es ist ja schon sehr schwer, einen Namen zu finden, der nicht irgendeinen Markenanspruch verletzt.

umberto: Markenrecht ist gut, sinnvolles Markenrecht ist besser, Markenrecht, das einen lebensnahen Konsens berücksichtigt, ist am besten.

P.S. Ich glaube, ich muss heute Abend noch mal schauen, was ich noch so an schützenswerten Farbtönen in meinem Weinregal finde.

Provokant: Also Wortmarke, Bildmarke, Wort-Bildmarke, 3D-Formen, Hörmarken kann ich noch nachvollziehen. Zahlen und Buch-

staben auch noch. Aber Farben und Farbkombinationen sind totaler Schwachfug. Auf so einen Unsinn können nur deutsche, ahnungslose und weltfremde Sesselfurzer kommen.

P.S. Deutschland wird zu Tode reguliert!

Matthias G.: Das Markenrecht müsste wohl kräftig entrümpelt werden.

the_guardian: Genau, ganz komplett. Es gehört ganz einfach abgeschafft. Dieses Recht privilegiert bestimmte Leute, und dass Menschen mit Privilegien niemals richtig umgehen können, dürfte ja hinlänglich bekannt sein.

Matthias G.: Dass man eine Farbe als Marke eintragen lassen kann, ist ja absolut schwachsinnig. Bei der Gelegenheit sollte man sich auch mal Gedanken machen, ob die Einteilung in 42 Klassen im Zeitalter des Internet noch Sinn macht. Eine Autopolitur kann ja z.B. problemlos »Nutella« heißen – ist ja eine andere Klasse als das Nahrungsmittel. Doch was ist mit www.nutella.de? Wer hat da weshalb Vorrang? Und was ist mit www.nutella.com? Besteht da Verwechslungsgefahr?

the_guardian: Wenn schon Verwechslungsgefahr mit GNUtella besteht, obwohl es etwas völlig anderes ist, wundert mich da eigentlich gar nichts mehr. Weg mit diesen schwachsinnigen Gesetzen, und wer dann eine Domain registriert hat, hat sie eben, bis er sie wieder freigibt. So war es früher auch und hat bestens funktioniert, bevor diese Mega-Kapitalisten das Netz vereinnahmten. :-(((

Scherzhaft

German: »Konradsblatt: Vatikan droht Telekom-Radfahrern mit dem Entzug des Segens der Heiligen Römischen Katholischen Kirche, wenn sie weiterhin in den Farben der traditionellen Bischofskuttan ohne Lizenz durch Gottes freie Natur fahren.«

Dieter Nützel: Bald gehört uns (dem »miesen« Volk) gar nichts mehr.

Testing Elk: Da zeigt sich mal wieder, dass die Telekom trotz Privatisierung immer noch nicht weit genug denkt. Tengelmann hat doch das gleiche T, oder? Und wenn dann bei Tengelmann für das Briefpapier die Farbdrucker nicht richtig kalibriert sind?! Krieg ich jetzt Provision von der Telekom?

P.S. Gibt es Tengelmann eigentlich noch?

P.P.S. Wenn nein, war dann die Telekom schneller als ich?

buddha: So könnte ich **<bold>** zum Beispiel **</bold>** mein Firmenlogo samt Farbe »Spermaweiß« (welche vermutlich diese entsprechende Farbe hat) für die entsprechende Klasse – vielleicht wäre das »Herstellung von Grafiken, Texturen und anderen Bilddokumenten« – schützen lassen. Hat sich mein Geschäft etabliert, in Wirklichkeit ist es vielleicht eine Kunstmalerei, könnte ich praktisch sämtliche »XXX-sites«-Betreiber (wenigstens in Deutschland) abmahnen und auf entsprechende Unterlassung verklagen, insofern sie immer noch den Saft im Naturfarbton in ihren ZweiD-Grafiken abbilden ... Jooo, und andere Leute gehen arbeiten, um sich ihr Geld zu verdienen. Moral? »Wenn ich A sage, musst du B sagen, nicht A!« (Der Kreis)

StrgAltEntf: Heise muss auch verklagt werden! Der Magenta Banner ›user2user‹ hier oben gäbe auch Anlass zur Klage, und ich habe auf meiner hp-›www.virtualhomez.de auch ein Magenta-Logo — oh Schreck!!!! +++ newsticker +++ die telekom verdient jetzt ihr geld nur noch durch magenta-abmahnungen +++ achtung! achtung +++ ich rüste ihre magenta-website sofort auf hellbraun um! +++

ab sofort sind alle webfarben außer hellbraun markenrechtlich geschützt +++ erlaubt sind nur noch farben im infrarot und uv-bereich über 700nm!! +++/-newsticker +++.

Grimbart: Entweder meinst du IR oder unter circa 400nm.

Umberto: vielleicht sollten alle heute beim DPMA eine Farbe zum Schutz anmelden. Das wär's! Morgen kloppen sich dann alle darum, wer den nächsten Regenbogen fotografisch ablichten darf. Und selbst der indolenteste DPMAler müsste dann merken, dass da wohl was schief gelaufen ist. Mir kommt da noch ein toll beknackter Gedanke: Wenn wir, wie oben vorgeschlagen, alle heute beim DPMA eine Farbe zum Schutz anmelden, können wir dann auch eine Abmahnung an Petrus – oder wen auch immer – schicken, damit er den nächsten Regenbogen/Sonnenauf-/Untergang bitte unterlässt? Weil – da werden ja dann rechtlich geschützte Farben verwendet, da erhebt ja dann der ein oder andere Anspruch darauf.

Schwul

Struppi: Wenn überhaupt einer Anspruch auf Magenta hat, dann doch nur diese schwulen Knubbelelefanten der Bundesbahn. Die gab's schon vor Jahrzehnten, und erwiesenermaßen werden die meisten Bücher ja im Zug gelesen. Sofort die Telekom abmahnen!

beebec: Wenn jemand seine Homepage rosa bepinselt, sehe ich schwarz für einige männliche Lebensformen. Die werden sich dann wohl im Online-Bereich andere Farben aussuchen müssen. Und die Pink-Slip-Parties werden wohl in D auch keine Webpages mehr haben.

REM: Gibt es nicht auch rosa Kondome? Da besteht schließlich auch Verwechslungsgefahr. Manchmal.

armin3000: Ich fand die Farbe schon immer schwul.

fineday: Schwul ist ja nicht schlimm, aber die Farbe!

mit-Linux-waer-das auch-passiert: Die Telekom hat dieses »Schwulsein«-Image mit dieser Werbekampagne aber auch noch unterstützt. (Der Werbespot, wo die Azubis in diese rosa Vollkörper-Anzüge gesteckt wurden und dann in Raumschiff-Enterprise- bzw. eher Traumschiff-Manier herumhampeln »durften«.)

walras: Ihr armen Schwulen, jetzt müsst ihr eine andere tuffige Lieblingsfarbe wählen. Bei Schwulrosa bekommt ihr sofort eine Abmahnung des Schwul-Rosa-Riesen!

gehirn: Nein, die Schwulen müssten Telesomm(er) abmahnen; schließlich hatten die Magenta schon viel früher!

walras: Schade auch für euch, liebe Natursekt-Freunde: Pissgelb ist out, oder es gibt eine Abmahnung von der Post!

Steigerungsfähig

DRVM: Ich lass mir den Regenbogen als Warenzeichen eintragen! Wenn ich Glück habe, ist sogar Magenta dabei, und weil es den Regenbogen schon vor der Teledumm gab, bekomme ich doch bestimmt Recht.

IC Wiener: Ich nehme Schwarz-Rot-Gold und verklage euch alle.

Opa Hansen: Das darfst du gerne behalten.

s'Peterle: Also ich zieh gleich mal los, um mir die Farbe Schwarz schützen zu lassen. Dann muss jeder, der schwarze Schrift auf seiner HP benutzt, deftig an mich abdrücken und ich werde reich, REICH, REIIIIICH!!!! Bald gibt es nur noch weiße Sites mit weißer Schrift.

I think I read not raid: Und das Patentamt muss auch einen neuen Anstrich bekommen. Vielleicht auch weiß, wie die Unschuld.

kabelsau: Nichts da. Weiß gehört mir und Rot will ich auch, dann verklage ich China.

Birdie: Fragt sich nur, welche Farben die Roben der Richter dann haben.

cygro: Ich werde der reichste Mann der Welt! Ich lass mir die Farbe Grau schützen! Dann kann ich Microsoft auf Milliarden verklagen. Für jede Windows-Version, die verkauft wird, sagen wir mal DM 10,-. Und Schwarz lass ich mir auch gleich schützen. Stellt euch mal den Markt vor: Alle Straßen sind schwarz, jede Zeitung und jedes Buch, jeder Kassenzettel und alle Wegweiser. Kleider, Autos, Schuhe und noch fast alles andere.

Opa Hansen: Nee, Schwarz hat schon die CSU! Leider zu spät!

nevada: Wenn ich jetzt Blau für mich beanspruche, verklagt mich dann mein Stammwirt, weil einige seiner Gäste in eben diesem Zustand seine Kneipe verlassen?

Wurzelsepp: Schon zu spät. So viel ich weiß, hat ein Künstler schon ein ganz bestimmtes Blau patentieren lassen. Habe leider vergessen, wer das war.

Realruntime: Ich lasse mir jetzt die Farbe Weiß als Hintergrundfarbe für Webseiten schützen. Ich hatte bereits 1995 eine Homepage mit weißem Hintergrund.

kraeg: Ach du warst das! Ich hatte schon 1993 eine Homepage im Netz mit diesem genialen Einfall und habe mich schon immer gewundert, wer mir diese Idee geklaut hat. Also: Geld her! , -)

Brimborium: Hat sich eigentlich schon jemand die Bäume eintragen lassen? Die Blätter sind auch grün. Da ist schon wieder Verwechslungsgefahr! Mist, mein Auto ist ja auch grün! *schreck*

ChaosChris98: Vielleicht sollte ich mir Rot, Blau und Gelb schützen lassen, dann kann ich jeden verklagen, weil jede andere Farbe aus denen zusammengemischt werden kann. :-')

FischaKilla: Wem gehört eigentlich Kackbraun als Markenfarbe?

Soyburg: Hat sich eigentlich schon jemand die Rechte an dem Wort »Abmahnung« gesichert?

BorntobeFree: Ich werde mir jetzt den Vorgang der Abmahnung als Geschäftsidee schützen lassen. Jeder, der abmahnt, wird jetzt abgemahnt!!

Cyberwolf: Ich lasse mir das Hilfsverb »sein« inklusive aller Abwandlungen patentieren. Tja, Leute , da könnt ihr schon mal die Brieftaschen bereithalten.

MMMchen: Ich lasse mir Geräusche und Gerüche schützen! Zuerst registriere ich den Geruch von Schweinemist, und alle Bauern mit Schweinehaltung müssen Horror viel Geld abdrücken! Dann nehme ich noch Motorgeräusche, und alle Autofahrer wünschen sich die Mineralölsteuer zurück. :))

P.S.: Hat eigentlich schon einer die komplizierte chemische Substanz H₂O patentiert???

Opa Hansen: Mir gehört Nichts! Und weil viele Menschen auf dieser Welt Nichts besitzen oder Nichts können oder sogar Nichts im Kopf haben, sollen die das jetzt gefälligst endlich bezahlen! Meine Anwälte sind schon unterwegs.

Subversiv

eye: ... Oder kann ich der Telekom vielleicht auf irgendeine andere (legale) Art wirksam einen (wenn auch geringen) wirtschaftlichen Schaden zufügen? Für Vorschläge wäre ich dankbar.

gehirn: Ja, ältere Leute über »Call by Call« informieren. Falls du ISDN hast, beim Surfen die 0800-Nummern der Teledoof anrufen und dich dort langatmig beschweren (und andere dazu anstiften). Während die Telekomiker sich das »Gejammer« anhören, können sie kein ISDN oder XXL verkaufen.

eye: Gab es da nicht mal so einen Trick mit der Telefonrechnung? Indem man sie grundsätzlich in vielen kleineren Teilbeträgen bezahlt und dabei in der Summe einen Pfennig zu viel überweist, den man zurückfordert und so weiter? Das wäre doch was.

Lasthero: Jetzt flippen die Telekomiker total aus. Genickschuss, fertig!

Eva K.: ... Ach, du kleiner Nationalist, das Irrenhaus ist doch schon längst globalisiert, und dagegen hat sich niemand gewehrt und ist auf die Straße gegangen. Und ihr pinkelt euch hier wegen eines Symptoms ans Bein! *ROTFLBTC*

Matthias Fleischer: Wartet es nur ab: Die internationale Technikfreakverunschwörung wird auch weiterhin die Randbedingungen, die unsere Gesellschaft bestimmen, immer schneller verändern. Und das solange, bis auch dem letzten Raffzahn entweder ein Licht aufgegangen ist oder sich jemand gefunden hat, der ihn anderweitig entsorgt (manisches Lachen mit viel Hall aus dem Kellergewölbe).

I think I read not raid: Vielleicht sollte man den richtigen Sesselfurzer in München erwischen. Vielleicht helfen auch ein paar Mäuse in Papier statt Käfig weiter.

Schrödingers Katze: Ich glaube, den hirnlosen Idioten sollte man mal die Grenzen aufzeigen. Ich werde meine nächste Telefonrechnung

jedenfalls mit gehöriger Verspätung zahlen. Wenn das alle tun, dann wird die Telekom das schon spüren. Das ist jetzt aber keine Aufforderung, nur eine hypothetische Überlegung.

jo: Hier hilft nur noch ziviler Widerstand. Alle Firmen, die zu solchen Methoden (Abmahnungen etc.) greifen, müssen aktiv boykottiert werden. Diese Firmen müssen »rogue« sein. Es müssen alle Fälle so publik wie nur möglich gemacht werden, der Ruf mit legalen Mitteln (via Medienberichte etc.) so sehr in Mitleidenschaft gezogen werden, dass die zu erwartenden Verluste größer sind als ein möglicher Gewinn. Animiert alle eure Bekannten und Freunde dazu, Produkte dieser Firmen nicht mehr zu kaufen oder deren Dienstleistungen nicht mehr in Anspruch zu nehmen. Nur durch wirtschaftliche Druckmittel wird es möglich sein, das Unwesen des Abmahmens zu stoppen.

Telekomisch

Hauke Zuehl: Wuahahahahahaha!! Netter Scherz am Morgen!

sys3: Markenrecht an der eigenen Doofheit!? Bin gespannt, wann die Telekom darauf Anspruch erhebt.

I. Hoffmann: Gab es nicht mal vor Jahren eine Sendung bei RTL, in denen die Telekomiker durch den Kakao gezogen wurden? Sollte man wieder auflegen, gibt immer noch genug Material.

Mister Speaker: Die schaffen es immer wieder, sich selbst ohne Not am Mann lächerlich zu machen. Die ganze Firma hier um mich rum lacht noch und schüttelt gleichzeitig den Kopf. Knallköpfe, die Ts.

AK64: Die Außentemperaturen liegen ja schon deutlich über 30 Grad. Da kann schon mal vorkommen, dass, bedingt durch Flüssigkeitsverlust, jeder kleine elektrochemische Kurzschluss im Hirn eines jungen Telekom-Anwaltes für bare Münze genommen wird. Also nicht aufregen, schön viel trinken und ablachen, wenn T-Dingsda den Schwanz einziehen muss und das der Presse erklärt.

Provokant: Das Ausland lacht mittlerweile über das, was hier im Irrenhaus Deutschland so abgeht. Mit Gesetzen aus dem 19. Jahrhundert versucht man hier, die Welt am Anfang des 21. Jahrhunderts zu regeln. *ROTFL*

Heia: Es wäre vernünftiger, wenn die ihren Laden mal in Ordnung bringen würden.

Provokant: Herr, wirf Hirn herab!

Heia: Daneben, daneben, ÄTSCH! ;-))

poem: Aua! Oh Telekomiker, ihr habt euren Spitznamen echt im Angesicht eures Schweißes erarbeitet.

Verzweifelt

mr.stringer: So kann es nicht weiter gehen! Meine Flatrate haben sie mir genommen, jetzt wollen sie mir auch noch die Farben nehmen?

Buzzword: Und wieder die gleichen Fragen: Wie hirnverbrannt kann es noch werden? Ist Wahnsinn steigerungsfähig? Gab bzw. gibt es Intelligenz auf diesem Planeten?

Kar98: Ich zweifel.

Buzzword: In menschlicher Form?

Kar98: ROFL, das war eine Fangfrage, right?

Baneus: Wer hat hier bei der Verteilung der Suppe der Intelligenz mit einem Sieb zugeschlagen? Mit einem grobmaschigen, versteht sich.

Jörg Bullmann: Zur Erinnerung: Die Summe der Intelligenz auf der Erde ist konstant, die Bevölkerung wächst.

Provokant: Die von der DPMA sind allesamt reif für die Klapsmühle. Diese Deppen gehören in die geschlossene Psychiatrie, damit sie keinen Schaden mehr anrichten können.

NUT: Wenn ich mir das so ansehe, wie Industrie-Lobbyisten und ihre verbrecherischen Handlanger (Anwälte) unsere drei demokratischen Hauptsäulen zerpflücken, könnte ich kotzen! Alle Politiker und Richter in Europa, vereinigt euch, und besinnt euch auf eure demokratische Legitimation, die da heißt: Wir VERTRETEN das Volk nach bestem Wissen und Gewissen. Nicht: Wir TRETEN das Volk, bis uns der Fuß weh tut. Oder: Scheiß auf das Volk, die Industrie bezahlt besser ...

Grimbart: ... Nur der Mensch mit seinem Abzockertum hat sich diesen Schwachsinn (sc. mit dem »geistigen Eigentum«) einfallen lassen. Nun, das ist halt der Kapitalismus pur: Nimm alles, was du kriegen kannst, und erfinde dafür zur Not Dinge, die anderen Menschen ihre natürlichen Rechte nehmen. Genauso sieht es heutzutage leider aus. :-(((

Ordam: Karl Marx würde sich im Grabe rumdrehen, wenn er wüsste, was der Kapitalismus für Blüten treibt.

joe-rgb: Das ist jetzt schon »das Siechtum des Imperialismus«, die letzte Stufe vor dem planmäßigen Übergang.

Kopfschüttler: Eigentlich wäre Auswandern eine gute Idee, man müsste nur wissen, dass es irgendwo anders nicht so irre zugeht. Ich habe da mittlerweile so meine Zweifel. Zumindest in den USA geht es ja noch irrer zu.

Cyberwolf: Eigentlich ist es zum Heulen.

SinnloserKommentar: Kann man die Spinner nicht wegen Nötigung anzeigen?

Wirtschaftlich

Langweiler: Gerade die Telekom propagiert ja die Globalisierung und den Neoliberalismus. Dann sollen die Großen halt nicht bei jedem kleinen Problem nach dem Staat und der Gerichtsbarkeit schreien, sondern sich der Konkurrenz stellen. Wenn sich irgendeine Software-Bude in einem der »Loser-Länder« durch eine AMI-Firma bedroht fühlt, würde die westliche Welt sicherlich argumentieren, dass man sich dem Druck des Marktes zu beugen habe und Konkurrenz das Geschäft belebt, oder Ähnliches. Die Großkonzerne sind Feiglinge, die inzwischen mehr in die Zementierung von Marktpositionen investieren, als wirklich mal was Neues zu entwickeln.

gurkenkoenig: Es liegt ja wohl auf der Hand, dass da mal die Oberbonzen der Republik in etwa so handeln wie Meikelsoft, mit dem Unterschied, dass jetzt Abmahnungen bei den großen Konzernen »in« ist und nicht mehr Aufkaufen. So haben sie eine günstigere Variante gefunden, kleinere Firmen mit guten Ideen an den Rand des Ruins zu treiben. Hier sollte ein Gericht an den Dicken wohl mal ein Exempel statuieren und den rosa Geiern mal richtig eins auf die Nase geben. Nichts gegen die Telekom an sich, nur die Masche mit der Abmahnung gewinnt ja langsam überhand – und es sind immer nur die großen Firmen, die sowieso 100 Rechtsanwälte beschäftigen, die sonst eh nix zu tun haben. Es ist einfach eine Schweinerei. In einer Demokratie (zur Erinnerung: Volksherrschaft) leben wir sowieso nicht mehr. Die Politik und so auch das Recht wird von der Wirtschaft gemacht.

-Frank-: Das passt zur Situation Deutschlands und auch Europas, welches genauso krank ist, wie Rom vor seinem Niedergang war. Statt der innovativen Erschließung neuer Märkte und Produkte durch die großen Konzerne werden kleine Unternehmen bereits im Keime von den großen Konzernen erstickt und sogar pisselige Homepages für Privatpersonen per Abmahnung zum Verhängnis. Die globalen Tanker, unter denen die Telekom sogar noch ein ganz kleiner Fisch ist, sind die einzigen Nutznießer der Globalisierung, um

ihre Macht bis in den letzten Winkel der Erde voranzutreiben. Nicht mehr die schaffende Klasse des Volkes bestimmt, wo es langgeht, sondern nur die Schmarotzer an der Volksgemeinschaft, welche sich nur das bereits Aufgebaute unter den Nagel reißen wollen, bestimmen in ihren abgesteckten Revieren die Marschrichtung.

the_guardian: Der beste Widerstand ist immer noch, Produkte solcher Firmen nicht zu kaufen und andere davon und über die Beweggründe in Kenntnis zu setzen. Ein anderer Weg wäre, die Regierung dazu zu bringen, die gesetzlichen Rahmenbedingungen abzuändern, so dass so etwas überhaupt erst gar nicht mehr möglich ist. Aber da hat die Wirtschaft ja leider anscheinend mehr Macht als das Volk, das laut Demokratiebegriff die Macht haben sollte. Wo aber ist diese Macht geblieben?

Witzisch

rasta rodney: Mir erscheint diese Abmahnung nur als weiterer Versuch, PR zu betreiben. Offenkundig fällt ihnen wohl nichts mehr ein.

Cisco: Nö, denen fällt auch nichts ein, höchstens aus.

Denn76: Wo kommen wir denn da hin, wenn wir hier RÄcht-schreibfÄhler tolerieren!

Bit Schlosser: Ich hätte da noch einige andere Vorschläge für die Telekom zur Wahrung ihrer »Rechte und Ansprüche«:

T-Offline

Die mit der Mütze

Wir haben die lange Leitung

Bei uns warten sie nicht umsonst, nee, sie zahlen dafür

YPVS: Sehr wahrscheinlich werden sich jetzt die Bullen bei dem Verlag melden: »Farben hoch und Design an die Wand!« »Ich sage nichts ohne meinen Webmaster.« ;-)

WasserMarsch: Da es offenbar nicht genügend verschiedene Farben gibt bzw. die Menschen nicht genügend Farben auseinander halten können und auch die Verwechslung von alphanumerischen Namen sehr leicht vorkommen kann, schlage ich vor, dass sich alle Firmen, Dienstleistungen und Produkte von nun an nur noch über einen vom Windows-COM bekannten Global Unique Identifier (GUID) identifizieren dürfen. Ich habe gerade ein solches Teil generiert, das ich hiermit der Telekom schenke: (FF66C1A0-2 BCE-4E82-9F7B-1E5F5350FF6A) Der sollte von nun an anstelle des Firmennamens treten. Ähnliche IDs sind für jedes einzelne Produkt erforderlich. Der Mensch, der von der Natur offenbar als untauglich für unsere geniale Wirtschaft geschaffen wurde, muss um einen Bio-Computerchip aufgerüstet werden, der ihm bei der Speicherung der vielen GUIDs hilft.

Smiling Man: Die deutsche Telekom mahnt alle deutschen Autowerkstätten ab. Der rosa Riese versteht seinen Spitznamen nämlich mittlerweile scheinbar als Anspruchsgrundlage und hat die Spachtelflecken markenrechtlich für den Servicebereich geschützt. Da Werkstätten bei der Reparatur ebenfalls Spachtelflecken auf Fahrzeugen verwenden, flattert ihnen nun demnächst eine Abmahnung ins Haus. Demzufolge »bestehe in den Dienstleistungen beider Unternehmen ausreichende Ähnlichkeit«, so dass die Telekom verlangen könne, Spachtelflecken nicht mehr zu benutzen. Telekom-Sprecher Peter Kespohl rechtfertigte die Abmahnung gegenüber heise online mit dem markenrechtlichen Schutz. Die Telekom müsse nun quasi abmahnen, um keinen Präzedenzfall entstehen zu lassen. Immerhin verwende die Telekom rosa Spachtelflecken in ihrem Design, und wenn jemand Autos mit Spachtelflecken sehe, müsse er sie natürlich für Dienstwagen der Telekom halten.

Headbag: Presseerklärung

<qxp> Wie aus ungewöhnlich gut informierten Kreisen des Europäischen Patentamtes verlautete, wurde am 25. Juli 2001 der technische Prozess des »Selbstdenkens« als Patent an die schottische Separatisten-Gruppe »brainfree« erteilt. Eventuelle Einsprüche durch europäische Großkonzerne seien nach Auskunft des Patentamtes nicht mehr zu befürchten.

Nach Aussage von 90 der 100 angesprochenen Unternehmen sei »Selbstdenken« keine ihrer Kernkompetenzen und auch für ihre Shareholder kein besonders interessantes Thema, weitere 10 fügten hinzu, dass eine Volltext-Recherche in ihrem neuen SAP-Archiv ausschließlich Kündigungsschreiben und abgelehnte Bewerbungen zu Tage gefördert habe.

Sollte sich das »Selbstdenken« in der Bevölkerung weiter verbreiten, wollen 30 Unternehmen den Standort ins Ausland verlegen, 20 weitere abwarten und erstmal die Subventionen verbraten, die restlichen 50 wollen mehr Anwälte einstellen.

Hinter vorgehaltener Hand sagten 13 Unternehmenssprecher, die namentlich nicht genannt werden wollten, dass »Selbstdenken«-Versuche in Zusammenarbeit mit namhaften Beratungsfirmen gerade implementiert würden. Allerdings befänden die sich in einer

so frühen Phase, dass mit klaren Ergebnissen erst nach dem 18. Loch der 25. Runde zu rechnen sei. Der wirtschaftliche Erfolg der Versuche sei aber gesichert, da die Beseitigung eines Handikaps als klarer Milestone in den entsprechenden Plänen definiert sei.

Sprecher namhafter Beratungsfirmen waren für einen Kommentar nicht erreichbar. Sie befanden sich zur Zeit alle auf dem Golfplatz, um tiefere Einblicke in den Markt und die zu Grunde liegenden Prozesse zu erhalten. Insbesondere arbeite man gerade an einer neuen Definition des Wortes »Knowledge«, wie uns eine besonders verschwiegene Assistentin mitteilte.

Die schottische Separatisten-Gruppe verfolgt mit dem Patent nach eigenen Angaben ein völlig neuartiges Geschäftsmodell, für das mit Capone Investment (Slogan: Wir lassen es krachen!) auch schon ein bekanntermaßen seriöser VC gefunden werden konnte.

Gemäß dem vorliegenden Business-Plan hat »Brainfree« das Konzept unter der GNU Public License kurz nach der Patenterteilung im Internet veröffentlicht. Mit der Klage von Microsoft gegen dieses Vorgehen rechne man allerdings nicht vor Montag.

Mit ersten Einnahmen aus der Veröffentlichung der Klageschriften im Satire-Magazin Cum' Tempore (lat. hat Zeit) ist im Oktober zu rechnen.

Bereits für diese erste Stufe des Geschäftsmodells versprechen Brainfree und Capone Investment einen IRR von 425,3 Prozent. Ein Börsengang sei nicht geplant, da man das eigene Geld lieber behalten wolle.

Die Einnahmen aus Rechten sollen dazu genutzt werden, arbeitslose schottische Golflehrer in NPL, Personalführung und Bullshitbingo zu schulen, um so einen Schneeball-Effekt in einer dezidiert zahlungskräftigen Zielgruppe zu erreichen.

Die M & A-Abteilung von Capone Invest sucht daher zur Zeit fieberhaft Mitarbeiter, die mit der Teilung und dem Verkauf internationaler Großkonzerne bereits Erfahrungen gesammelt haben. Der Einstellungstermin ist laut Businessplan der 3. Juni 2004 – aber nur, wenn alles so eintritt, wie es im Businessplan steht.

lordi: Letzte Warnung! Sehr geehrte Kollegen vom Heise Verlag: Sie haben in Ihrem Artikel das Wort »Teuerkom« genannt. Dies ist jedoch als Wort-Marke in allen Variationen geschützt. Eine Lizenz zur öffentlichen Verwendung dieses Wortes wurde Ihnen nicht erteilt, wir haben extra noch einmal nachgeguckt. Bitte entschuldigen Sie sich persönlich bei uns und überweisen Sie die läppische Bearbeitungsgebühr von DM 5.000,- in kleinen Scheinen auf unser Konto 1 234 567 bei der Schweizer Bank. MfG Ihre Telekomiker

Statt eines Nachworts

stefan z.:
DAS LETZTE WORT

Erst wenn

der letzte Buchstabe geschützt
das letzte Wort eingetragen
die letzte Idee patentiert
die letzte Farbe beansprucht
die letzte Melodie copyrighted
die letzte Domain abgemahnt
der letzte Link verboten ist

dann werdet ihr merken, dass

Wörter ohne Buchstaben keine Wörter mehr sind
Sprache ohne Wörter nicht mehr verstanden wird
die Wirtschaft ohne Ideen nicht mehr wächst
Farblos auf Farblos nicht mehr lesbar ist
Musik ohne Töne nicht mehr gehört wird
keine Domains mehr benutzt werden
das Web zur Wüste geworden ist.

Dann ist es Zeit für das letzte Wort.
Das wirklich Letzte.

DAS LETZTE GEFÜHL

Wir werden euch in sprachloser Unterdrückung
ein ausdrucksloses und zorngefülltes Andenken bewahren.

Wenn ihr bis dann noch nicht gestorben seid, werdet ihr
uns auch dies noch verbieten.

DIE LETZTEN FRAGEN

Anhang

Wo kann ich die Buchstaben für meinen Namen mieten?
Wann läuft das Abo für meine Gedanken aus?
Was kostet das rosa Gefühl für eine Woche Liebe?

Corpus delicti

Die von den Anwälten der Deutschen Telekom beanstandete Anzeige des Publishing Service „*My favourite book*“ erschien am 16. Mai 2001 in der Tageszeitung »Die Welt« als ganzseitiges Inserat, das wie folgt aussieht:

Auf einem magentafarbenem Fond, der etwa fünf Sechstel der Anzeige bedeckt, stehen in großen, weißen Buchstaben (also im Druck negativ) fünf Zeilen:

Autoren/aller/Länder:/Vereinigt/euch.

Außerdem befindet sich am Fuße des magentafarbenen Fonds in kleinen, schwarzen Buchstaben (also im Druck positiv) eine einzige, quer über die ganze Seite laufende Zeile folgenden Inhalts: »Wenn Sie noch nicht im Internet zu Hause sind, können Sie unser Info-Paket gegen eine Schutzgebühr von 15 Euro (per Rechnung) auch schriftlich bestellen. Inklusive unseres Premierbandes >100 noch nicht geschriebene Bücher«. „*My favourite book*“, Postfach 10 33 55, 40024 Düsseldorf.«

Unterhalb des magentafarbenen Teils der Anzeige befindet sich ein schwarzes Feld, das etwa ein Sechstel der Anzeige bedeckt. Auf diesem Feld stehen in großen Buchstaben drei Zeilen:

www.my-favourite-book.com/Wir machen aus Ihrem

Manuskript/einen Markenartikel.

Die Buchstaben der erste Zeile haben die Farbe Magenta, die der beiden anderen die Farbe Weiß.

Ferner befindet sich auf dem schwarzen Feld am Fuß der Anzeige das Markenzeichen des Absenders, eine Sprechblase, in der auf magentafarbenem Grund mit weißen, großen Buchstaben der Firmenname steht: „*My favourite book*“.

Anwaltsschreiben

Wessing

Rechtsanwälte
Wirtschaftsprüfer
Steuerberater

Königsallee 92a
40212 Düsseldorf

My favourite Book GmbH & Co.KG
Herrn Mattias Dietz
Humboldtstraße 10

40237 Düsseldorf

Aktenzeichen
1145 - hauc

Datum
31. Mai 2001

Deutsche Telekom AG ./ My favourite Book GmbH & Co. KG Benutzung der Farbe "Magenta"

Sehr geehrter Herr Dietz,

wir sind von der Deutschen Telekom AG beauftragt, in folgender
Angelegenheit tätig zu werden.

Unsere Mandantin ist Inhaberin von Markenrechten an der Farbe
"Magenta" für Waren und Dienstleistungen der Telekommunikation.
Es handelt sich dabei um eine eingetragene deutsche und eine
eingetragene Gemeinschaftsmarke. Wir fügen Ablichtungen der
Veröffentlichung beider Marken als Anlagenkonvolut W 1 bei.

Unsere Mandantin mußte feststellen, daß Ihr Unternehmen in seiner
Werbung und Außendarstellung ebenfalls die Farbe "Magenta"
benutzt. Als Beispiel sei an dieser Stelle Ihre ganzseitige Anzeige in
der Tageszeitung 'Die Welt' vom 16. Mai 2001 genannt.

Durch die Benutzung der gleichen Farbe verletzen Sie diese absoluten
Rechte unserer Mandantin an der Farbe "Magenta". Nach § 14
Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist es Dritten untersagt, ein Zeichen zu benutzen,
wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens und der Marke
und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen
erfaßten Waren und Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von
Verwechslungen besteht. Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt. Es
besteht Zeichenidentität. Zwischen Telekommunikationsdienstleistungen
und den von Ihnen angebotenen Verlagsdienstleistungen besteht
ausreichende Ähnlichkeit um Verwechslungsgefahr zu begründen.
Verlagsdienstleistungen, insbesondere in Gestalt der von Ihnen
angebotenen werden immer häufiger über das Internet vertrieben.
Der Zugang zum Internet erfolgt mittels der Telekommunikation.

Schließlich besteht – selbst wenn man die Dienstleistungsähnlichkeit
verneinen wollte – ein Anspruch unserer Mandantin aus § 14
Abs. 2 Nr. 3 MarkenG. Nach dieser Vorschrift genießt eine Marke
auch außerhalb des Waren- und Dienstleistungsähnlichkeitsbereichs
Schutz. Voraussetzung hierfür ist, daß es sich um eine im Inland
bekannte Marke handelt. Dies wird durch ein Gutachten vom
September 1999 über eine Verkehrsbefragung bezüglich der Farbe
"Magenta" belegt, das eine Verkehrsdurchsetzung für Waren und
Dienstleistungen der Telekommunikation von über 70% nachweist
(Anlage W 2). Daß die Farbe "Magenta" für unsere Mandantin eine
im Inland bekannte Marke darstellt, ist zudem bereits gerichtlich
festgestellt worden. Als Anlage W 3 fügen wir eine Entscheidung
des OLG Düsseldorf bei.

Darüber hinaus stellt diese Farbkennzeichnung ein Geschäftszeichen
bzw. ein sonstiges betriebliches Unterscheidungszeichen unserer
Mandantin gemäß § 5 Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 und 2 MarkenG dar.

Durch die benannte Markenverletzung haben Sie eine Vermutung für die Wiederholungsgefahr weiterer Rechtsverletzungen und damit Ansprüche unserer Mandantin nach § 14 Abs. 5 i.V.m. Abs. 2 und § 15 Abs. 4 i.V.m. Abs. 2 MarkenG begründet. Diese Vermutung können Sie nur durch die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausräumen. Eine entsprechend vorformulierte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung haben wir beigelegt. Wir setzen Ihnen hiermit Frist zur Ausräumung der Vermutung der Wiederholungsgefahr bis

12. Juni 2001.

Die Frist können Sie durch eine fristgemäße Übermittlung per Telefax einhalten, sofern die originalschriftliche Erklärung unverzüglich darauf bei uns eingeht. Sollte die vorstehende Frist ergebnislos verstreichen, werden wir unserer Mandantin empfehlen, gerichtliche Schritte gegen Sie einzuleiten.

Zur Übernahme der Kosten unserer Beauftragung sind Sie nach höchstrichterlicher Rechtsprechung verpflichtet.

Mit verbindlicher Empfehlung

gez. Lüken
Rechtsanwalt

Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung

Die My Favourite Book GmbH & Co. KG verpflichtet sich gegenüber der Deutschen Telekom AG, 53113 Bonn,

1. es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für die Bewerbung von über das Internet vertriebenen Verlagsdienstleistungen die Kennzeichnung

Farbe "Magenta"

zu benutzen.

2. für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen vorstehende Unterlassungserklärung eine sofort fällige Vertragsstrafe von DM 10.100,- zu zahlen. Dabei stellt bei Dauerhandlungen wie der Einstellung in das Internet jede angefangene Woche einen Fall der Zuwiderhandlung dar.

3. die Kosten für die Inanspruchnahme der Rechtsanwälte Wessing, Düsseldorf nach der BRAGO nach einem Gegenstandswert von DM 500.000,- binnen Wochenfrist nach Rechnungsstellung zu erstatten.

Düsseldorf,.....

.....

(My Favorite Book GmbH & Co. KG)

Anlage 1 zum Anwaltsschreiben

Infratest Burke
Empirische Rechtsforschung

Magenta

Bekanntheit, Zuordnung und
Verkehrsgeltung der Farbe
im Bereich Telekommunikation

September 1999

09.85.15095

Kommentar

Die nachstehenden Ergebnisse beziehen sich auf die Gesamtbevölkerung. Die in den Tabellen ebenfalls ausgewiesenen Werte für Personen in Telefon-Haushalten liegen im Rahmen der statistischen Fehlertoleranz durchweg auf gleicher Höhe.

Die Farbe Magenta ist 58,0% der Bevölkerung „im Zusammenhang mit Waren und Dienstleistungen“ bekannt und wird von 40,0% spontan dem Bereich der Telekommunikation zugeordnet (Fragen 1 und 2, Tabelle 1).

Der Verkehrsgeltung wird die Bekanntheit im Hinblick auf die jeweiligen Waren und Dienstleistungen zugrunde gelegt, hier also die Bekanntheit „im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen

auf dem Gebiet rund ums Telefon oder ums Telefonieren“. Die diesbezügliche Bekanntheits-Frage, die mit der Vorlage einer Liste verbunden war, welche verschiedene Waren- und Dienstleistungsbereiche im einzelnen aufzählte, erbrachte – ausgehend von 40,0% spontan richtige Zuordnungen – einen Bekanntheitszuwachs von 35,6 Prozentpunkten, also einen Gesamt-Bekanntheitsgrad von 75,6% (Frage 3, Tabelle 2).

Für 68,7% der Bevölkerung ist die Farbe Magenta Hinweis auf ein ganz bestimmtes Unternehmen auf dem Gebiet der Waren oder Dienstleistungen rund um das Telefon; darunter finden sich nahezu keine Fehlzuordnungen zu anderen Unternehmen (Fragen 4 und 5, Tabelle 2).

Die vom Deutschen Patentamt in seiner Richtlinie¹⁾ vorgesehenen Kontrollfragen an Personen, die zunächst von mehreren unterschiedlichen Unternehmen ausgehen, dann aber nur ein Unternehmen (und zwar das richtige) namentlich zu benennen wissen, erbrachten hier keinen Zuwachs für die Verkehrsgeltung (Fragen 7, 8 und 9, Tabelle 3).

Es wurden aber weitere 1,7% richtige Zuordnung zur Telekom bei den Personen gemessen, die Magenta zunächst keinem Unternehmenshinweis entnommen hatten bzw. die nichts dazu hatten sagen können (Frage 6, Tabelle 4). Diese sind aus demoskopischer Sicht sowohl der Kategorie „ein ganz bestimmtes Unternehmen“ als auch – ex definitione – den namentlich richtigen Zuordnungen hinzuzurechnen. Die Verkehrsgeltung beträgt danach nicht 68,7%, sondern 70,4% (ZUSAMMENFASSUNG II, Tabelle 5) und die richtige Zuordnung insgesamt 70,1% (ZUSAMMENFASSUNG III, Tabelle 5).

1 „Richtlinie [des Deutschen Patentamts] für die Prüfung von Markenmeldungen“ vom 27.10.1995, Bl. f. PMZ 1995, 378ff (speziell ab Seite 389)

Anlage 2 zum Anwaltsschreiben

OBERLANDESGERICHT DÜSSELDORF IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

20 U 86/00
34 0 9/00
LG Düsseldorf

Verkündet am 1. August 2000
Roedel, Justizobersekretärin
als Urkundsbeamtin der
Geschäftsstelle

In dem Verfahren der einstweiligen Verfügung

der freenet.de AG, vertreten durch ihre Vorstände Eckart
Spoerr und Axel Krieger, Deelbögenkamp 4 c, 22297 Hamburg,

Antragsgegnerin und
Berufungsklägerin,

– Prozeßbevollmächtigte:

Rechtsanwälte Dr Peschel,
Pohle, Dr. Tilly, Dr. Burger,
Komanek, Dr. Moehren, Dick,
Allmendinger, Bruns und
Hartig in Düsseldorf –

gegen

die Deutsche Telekom AG, vertreten durch die Vorstandsmitglieder
Dr. Ron Sommer, Dr rer. nat. Hagen Hultzsich, Dr. Joachim Krüske,

Dipl.-Ing. Gerd Tenzer, Dr. Heinz Klinkhammer, Josef Brauner, Jeffrey A. Hedberg und Detlev Buchal, Friedrich-Ebert-Allee 140,
53113 Bonn,

Antragstellerin und
Berufungsbeklagte,

– Prozeßbevollmächtigte:

Rechtsanwälte Graf von der
Goltz, Dr. Hoerdemann,
Dr. Samer, Dr. Galonska und
Lorenz-Wolf in Düsseldorf -

hat der 20. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf auf die
mündliche Verhandlung vom 18. Juli 2000 durch den Vorsitzenden
Richter am Oberlandesgericht Berneke sowie die Richter am Ober-
landesgericht Dr. Schmidt und Schüttpelz

für Recht erkannt:

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das Urteil der
4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf
vom 12. April 2000 wird zurückgewiesen.

Die Antragsgegnerin trägt die Kosten der Berufung.

Entscheidungsgründe:

Die Berufung ist zulässig, aber unbegründet.

Zutreffend hat das Landgericht mit dem angefochtenen Urteil auf
den beschränkten Widerspruch der Antragsgegnerin seine einst-
weilige Verfügung vom 28. Januar 2000 bestätigt, mit der der An-
tragsgegnerin (u.a.) verboten worden. war,

mit Anzeigen zu werben und/oder werben zu lassen, in denen

als flächiger Hintergrund die Farbe Magenta und als eine weitere Farbe der Anzeige die Farbe Grau verwendet wird,

insbesondere wenn dies geschieht, wie in der, u.a. in der „Süddeutschen Zeitung“ vom 28.01.00 veröffentlichten Werbeanzeige.

Der entsprechende Unterlassungsanspruch der Antragstellerin ergibt sich aus § 14 Abs. 5 MarkenG in Verbindung mit § 14 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG, je nach dem, ob man die in der Anzeige der Beklagten als Hintergrund dienende Farbe Magenta als identisch mit der Farbe Magenta ansieht, wie sie die Antragstellerin für ihr Erscheinungsbild umfangreich benutzt, oder ob sie der zum Erscheinungsbild der Antragstellerin gehörenden Farbe nur ähnlich ist. Die angebotenen Dienstleistungen der Telekommunikation sind in jedem Fall identisch, so daß nach der bekannten Wechselwirkung zwischen den in Betracht kommenden Faktoren (vgl. etwa BGH NJW-RR 2000, 854, 855 - Ketof/Etop) für eine Verwechslungsgefahr an die Markenähnlichkeit vorliegend nicht einmal hohe Anforderungen zu stellen sind.

Als Rechtsgrundlage hat das Landgericht zutreffend eine Benutzungsmarke der Antragstellerin gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG an der Farbe Magenta (RAL Nr. 4010) angesehen. Ob die dazu getroffenen Feststellungen auf die Farbkombination Magenta/Grau übertragen werden können, bedarf aufgrund der Antragsfassung der Antragstellerin keiner Entscheidung. Wenn es gerade auf die Farbkombination Magenta/Grau ankäme, könnte der diesbezügliche Verfügungsantrag, wie in der mündlichen Verhandlung erörtert wurde, insofern unbestimmt sein, wie es um Art und Umfang der Farbenbenutzung geht. Der anfängliche Verbotsantrag, soweit als

„eine weitere Farbe der Anzeige die Farbe Grau verwendet wird“,

macht nicht klar, wie und in welchem Umfang die Farbe Grau verwendet bzw. nicht verwendet werden soll. Anders als in dem frü-

heren Verfahren des Landgerichts Düsseldorf (4 0 355/98 = Anl. W 11) ist der Antrag nicht so formuliert, daß die Farbe Grau „als weitere Grundfarbe der Anzeige“ verwendet wird. Grau ist in der hier streitigen Anzeige allerdings auch nur die Schrift

„Deutschland geht T-Offline. Gehen Sie mit!“

(vgl. auch das zur Verdeutlichung in der mündlichen Verhandlung übergebene Anzeigenexemplar aus der „Rheinischen Post“ vom 29. Januar 2000). Wenn die streitgegenständliche Anzeige, wie von der Antragstellerin in der mündlichen Verhandlung erläutert, beispielhaft verdeutlichen soll, was unter der abstrakten Verwendung von Grau zu verstehen ist, dann läuft das auf ein Verbot sämtlicher grauer Schrift hinaus. Das Verbot bezüglich Grau ist in seinem denkbar weitesten Sinn gerechtfertigt.

Ein Unterlassungsantrag wird erst (teilweise) unbegründet, wenn er durch eine zu weite Verallgemeinerung über den bestehenden Anspruch hinaus geht, insbesondere wenn er auch Handlungen einbezieht, die nicht wettbewerbswidrig sind (vgl. BGH NJW 2000, 588, 590 – Last-Minute-Reise). Vorliegend hat die Antragstellerin aus der Benutzungs-Farbmarke Magenta einen Unterlassungsanspruch, der über das Verbot der bloßen Farbkombination Magenta/Grau hinausgeht. Sie kann der Antragsgegnerin die flächige Verwendung der Farbe Magenta in Verbindung mit der Farbe Grau verbieten, weil sie ihr die flächige Verwendung der Farbe Magenta überhaupt verbieten kann. Soweit die Antragstellerin ein ausschließliches Recht (§ 14 Abs. 1 MarkenG) an der Farbmarke Magenta hat, besteht ihr Abwehrrecht auch gegenüber einer Verwendung von Magenta in Verbindung mit anderen Farben. Deshalb geht der so gefaßte Verfügungsantrag nicht über das hinaus, was die Antragstellerin gemäß § 14 Abs. 5 MarkenG verlangen kann.

Eine entsprechende Benutzungsmarke (§ 4 Nr. 2 MarkenG) hat die Antragstellerin durch Verkehrsgeltung erworben. Die abstrakte Markenfähigkeit konturloser konkreter Farben (§ 3 Abs. 1 MarkenG) ist inzwischen in der Rechtsprechung anerkannt (vgl. BGH

NJW-RR 99, 12170 - Farbmarke Magenta/Grau = Anl. G 4), ausdrücklich sogar hinsichtlich der hier streitigen Farbmarke Magenta (BGH vom 25.03.1999 - I ZB 24/98 = Anl. G3). In diesen Entscheidungen (a.a.O.) ist auch festgestellt, daß die Einreichung eines Farbmusters oder die Bezugnahme auf ein Farbklassifizierungssystem das Erfordernis der grafischen Darstellbarkeit eines aus einer konturlosen Farbe oder Farbzusammenstellung bestehenden Zeichens erfüllt; abgesehen davon gilt das Erfordernis der grafischen Darstellbarkeit nur für registrierte Marken (Althammer/Klaka, Markengesetz, 5. Aufl., § 4, Rdn. 4), nicht für die hier streitige Benutzungsmarke.

Grundlegende Voraussetzung für die Entstehung einer Benutzungsmarke ist der Erwerb von Verkehrsgeltung. Der Verkehr muß die Farbe Magenta als Hinweis auf die betriebliche Herkunft von der Antragstellerin verstehen (vgl. Ingerl/Rohnke, Markengesetz, § 4, Rdn. 13). Hierzu hat die Antragstellerin schon in erster Instanz ein Gutachten der „Infratest Burke Rechtsforschung“ von September 1999 über „Bekanntheit, Zuordnung und Verkehrsgeltung der Farbe Magenta im Bereich der Telekommunikation“ vorgelegt (Anl. W3 in der Parallelsache 20 U 70/00 = 34 0 11/00 LG Düsseldorf, jetzt auch Anl. G 7). Auf Seite 3 dieses Gutachtens heißt es:

„Für 68,7% der Bevölkerung ist die Farbe Magenta Hinweis auf ein ganz bestimmtes Unternehmen auf dem Gebiet der Waren- oder Dienstleistungen rund um das Telefon; darunter finden sich nahezu keine Fehlzusammenordnungen zu anderen Unternehmen“.

Auf Seite 4 des Gutachtens wird die Verkehrsgeltung dann mit insgesamt 70,4 % angegeben. Wegen der Einzelheiten wird auf das Gutachten verwiesen.

Den Wert von „etwa 70 %“ hat das Bundespatentgericht im Eintragsverfahren für die Farbmarke Magenta aufgrund desselben Gutachtens als ausreichend angesehen, um eine Verkehrsdurchsetzung nach § 8 Abs. 3 MarkenG anzunehmen (vgl. Beschluß vom 19. April 2000 = Anl. G 1), ebenso wie im vorliegenden Fall das Land-

gericht. Wie das Landgericht hat auch das Bundespatentgericht keinen Zweifel an der Richtigkeit des Gutachtens gehabt. Selbst die Antragsgegnerin hat in der Berufung ihre erstinstanzlich auf die Richtlinie des DPMA gestützte Kritik an dem Meinungsforschungsgutachten nicht mehr aufgegriffen, so daß insoweit auf die zutreffenden Ausführungen des Landgerichts verwiesen werden kann. Auch für den Senat ist danach eine Verkehrsgeltung der Farbmarke Magenta von etwa 70 % zumindest glaubhaft gemacht.

Der Bundesgerichtshof hat für Farbkombinationen wie Grau/Magenta oder Weiß/Grau/Magenta einen Bekanntheitsgrad gefordert, der jenseits der 50 %-Grenze liegt (vgl. BGH NJW 97, 2379, 2380 - Grau/Magenta), die die Farbkombinationen der Antragstellerin seinerzeit noch nicht überschritten hatten. Gleichzeitig hat er vorausgesehen, daß die Antragstellerin als marktbeherrschendes Unternehmen im Bereich der Telefondienstleistung alsbald entsprechenden Ausstattungsschutz an der gewählten Farbkombination erlangen würde (a.a.O., 2381, vgl. auch Ingerl/Rohnke a.a.O., § 14, Rdn. 529). Daß diese Verkehrsgeltung hinsichtlich der Farbe Magenta inzwischen tatsächlich eingetreten ist, ergibt auch das allgemeinkundige massive Auftreten der Antragstellerin unter dieser Farbe, die – neben dem „T“, der Farbe Grau und den „Digits“ – das Hauptmerkmal ihrer „Corporate Identity“ ist. Die Antragstellerin hat hierzu die Tabelle „Die 20 größten deutschen Werbungtreibenden (Zeitraum: Januar bis September 1998)“ (Anl. G 12) vorgelegt, auf der sie an zweiter Stelle rangiert. Was den einheitlichen kommunikativen Auftritt vor allem mit der Farbe Magenta angeht, nimmt sie in Wirklichkeit sogar den ersten Rang ein, weil die Werbeaufwendungen des Erstplazierten sich auf verschiedene Marken verteilen. Der Werbeauftritt der Antragstellerin dagegen ist seit 1990 insgesamt vor allem von ihrer Hausfarbe „Magenta“ geprägt. Außerdem ist die Antragstellerin immer noch das größte deutsche Telekommunikationsunternehmen; ihr (mit der streitigen Anzeige auf's Korn genommenes) Tochterunternehmen T-Online ist unstrittig Europas erfolgreichster Internet-Provider.

Anders als die Berufung meint, genügt der glaubhaft gemachte Be-

kanntheitsgrad von 70 % den Anforderungen an die Verkehrsgeltung nach § 4 Nr. 2 MarkenG. Da nunmehr Farben als solche grundsätzlich schutzfähig sind, kann auch bei ihnen im Prinzip nur noch eine Schutzgrenze von 50 % gelten (vgl. Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 4, Rdn. 17). Eine nahezu einhellige Durchsetzung kann entgegen der Berufung nicht verlangt werden; das gilt jedenfalls für ungewöhnliche Farben, wie Magenta eine ist (vgl. BGH NJW 97, 2379, 2381 – Grau/Magenta). So hat auch das Bundespatentgericht die im Falle „ARAL Blau/Weiß“ (GRUR 99, 61, 64) geforderte nahezu einhellige Verkehrsdurchsetzung im vorliegenden Fall nicht verlangt, sondern festgestellt, der Bekanntheitsgrad von etwa 70% entspreche „ohne weiteres“ den Anforderungen des § 8 Abs. 3 MarkenG (Beschluss vom 19. April 2000 = Anl. G 1).

Erörtert wird zudem, daß die vom Bundespatentgericht wie vom Landgericht bejahte Verkehrsdurchsetzung nach § 8 Abs. 3 MarkenG in der Regel einen Zuordnungsgrad erfordere, der über demjenigen der Verkehrsgeltung (§ 4 Nr. 2 MarkenG) für solche Zeichen liegt (Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 4, Rdn. 10). Denn hier sollten zugunsten des Anmelders im Interesse der Allgemeinheit bzw. der Mitbewerber bestehende Schutzhindernisse (§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 MarkenG) außer Kraft gesetzt werden. Der Maßstab von § 4 Nr. 2 MarkenG sei somit weniger streng als der von § 8 Abs. 3 MarkenG. Nur in den Fällen, in denen der Anmeldung des Zeichens ein Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 MarkenG entgegenstehen würde, könne auch der Schutz aufgrund von § 4 Nr. 2 MarkenG nur bei Erreichung des nach § 8 Abs. 3 MarkenG erforderlichen Zuordnungsgrades gewährt werden (vgl. Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 4, Rdn. 14).

Hier ist das aber nicht der Fall. Es kann insbesondere keine nahezu einhellige Verkehrsdurchsetzung gefordert werden, wie dies im Bereich des § 8 Abs. 3 MarkenG vielfach der Fall ist (vgl. Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 8, Rdn. 143). Der Senat hat den Parteien in der mündlichen Verhandlung erläutert, daß es vorliegend nicht um eine Marke geht, die für Dienstleistungen der Telekommunikation ohne jede Unterscheidungskraft oder beschreibend (§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 Mar-

kenG) wäre, so daß für die Farbmarke Magenta ein erhöhter Zuordnungsgrad gefordert werden müßte (vgl. Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 4, Rdn. 16 f.). Daß es sich bei Magenta nicht um eine „gewöhnliche“ Farbe wie Blau oder Weiß handelt, wurde bereits ausgeführt. Schon das spricht für eine ausreichende Unterscheidungskraft. Der Bundesgerichtshof hat seine Feststellungen, daß Farbkombinationen von Haus aus keine betriebliche Herkunftshinweisfunktion hätten (NJW 97, 2379, 2380 - Grau/Magenta) inzwischen dahin präzisiert, daraus könne nicht geschlossen werden, daß einer bestimmten Farbe oder einer Farbkombination für jede Ware von Hause aus jegliche Unterscheidungskraft fehle (NJW-RR 99, 1270, 1272 - Farbmarke Magenta/Grau = Anl. G 4, ebenso für die Farbmarke Magenta Beschluss Anl. G 3; vgl. auch Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 14, Rdnr. 218). Bei Dienstleistungen stellt sich die Frage ohnehin anders als bei Waren, weil Dienstleistungen von Haus aus keine Beziehung zu irgendeiner Farbe haben. Eine Ware bzw. eine körperliche Sache kann Blau, Weiß oder Magenta aussehen, eine Dienstleistung nicht. An der ungewöhnlichen, fernliegenden Farbe Magenta besteht im Gegensatz zu Blau/Weiß auch kein konkretes Freihaltebedürfnis, so daß die höheren Zuordnungswerte für die Verkehrsdurchsetzung nach § 8 Abs. 3 MarkenG im vorliegenden Fall nicht einmal erforderlich sind. Um so mehr ist anzunehmen, daß der festgestellte Bekanntheitsgrad von 70% jedenfalls eine Verkehrsgeltung nach § 4 Nr. 2 MarkenG begründet hat.

Marken mit Verkehrsgeltung sind gegenüber Schwächungen zwar nicht völlig immun, jedoch erheblich widerstandsfähiger (Ingerl/Rohnke, a.a.O., § 14, Rdn. 232). Hinzu kommt, daß die Antragsgegnerin nur drei Unternehmen im Bereich der Telekommunikation aufführt, die ebenfalls mit der Farbe Magenta werben sollen (vgl. BGH NJW 99, 360, 361 – Lions), wobei unklar bleibt in welchem Zeitraum und in welchem Umfang dies geschieht. Im übrigen ist durch das vorgelegte Gutachten auch glaubhaft gemacht, daß die Verwendung der Farbe Magenta in der Werbung anderer Unternehmen die Bildung der Verkehrsgeltung zugunsten der Antragstellerin nicht verhindert hat.

Ein besonderes Recht der Antragsgegnerin, eine Farbmarke der Antragstellerin zu Vergleichszwecken zu verwenden – auf das sie sich im übrigen auch gar nicht berufen hat –, besteht nicht. Zur Bezeichnung von Dienstleistungen der Antragstellerin zwecks Vergleichs war die Verwendung auch der Farbe der Antragstellerin – über eine verbale Angabe hinaus – nicht notwendig (vgl. Richtlinie 97/55/EG, Erwägungsgrund 13-15).

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Das Urteil ist rechtskräftig (§§ 545 Abs. 2, 704 Abs. 1 ZPO).

Berufungsstreitwert: 500.000 DM.

Berneke

Dr. Schmidt

Schüttpelz

Ausgefertigt

gez. Wirtz

Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

Literaturverzeichnis

Bolz, Norbert: Die Wirtschaft des Unsichtbaren. Spiritualität – Design – Wissen: Die Produktivkräfte des 21. Jahrhunderts, München 1999

Döring, Nicola/Schesting, Alexander: Soziale Formen in virtuellen Gruppen. Eine empirische Analyse ausgewählter Chat-Channels, in: Thiedeke, Udo (Hrsg.): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdiskussionen, Wiesbaden 2000, S. 313–355

Drucker, Peter: Managing for the Future, New York 1993

Fehr-Hoberg, Stefanie/Thiemann, Oliver: Die verkaufte Gemeinschaft? Gilt der klassische Gemeinschaftsbegriff bei Online-Musik-Angeboten?, unveröffentlichte Magisterarbeit, Universität Essen 2001

Negroponte, Nicholas: Being Digital, London 1995

Ostrom, Elinor: Governing the commons: the evolution of institutions for collective action, Cambridge 1990

Rheingold, Howard: Virtuelle Gemeinschaft: Soziale Beziehungen im Zeitalter des Computers, Bonn 1994

Talbott, Stephen L.: The Future Does Not Compute, Sebastopol (CA) 1995

Thiedeke, Udo: Virtuelle Gruppen. Begriff und Charakteristik, in: Thiedeke, Udo (Hrsg.): Virtuelle Gruppen. Charakteristika und Problemdiskussionen, Wiesbaden 2000, S. 24–73

Turkle, Sherry: Leben im Netz. Identitäten in Zeiten des Internet, Reinbek 1998

Benimmregeln im Netz

1. Nicht Off-Topic posten!
2. Nicht aus privaten E-Mails zitieren!
3. Keine dummen Fragen posten!
4. Mit dem Realname posten!
5. Kein Header-Munging!
6. Richtig quoten!
7. Signaturen richtig machen!
8. Keine HTML-Postings!
9. Keine multipart/mixed-Postings!
10. Keine S/MIME Unterschriften!
11. Kein 3L337 Spelling!
12. Keine doofen Fragen stellen!
13. Keine Warez-Anfragen!
14. Keine Kaskaden!
15. Keine Leerzeichen am Zeilenende!
16. Nicht mailen und posten ohne Vorwarnung!
17. Netikette beachten!

Details unter:

<http://yadocfaq.fefe.de:80/index.html.gz#regeln>

Akronyme (Beispiele)

AAMOF: as a matter of fact (Tatsache ist...).

AFAIK: as far as I know (soweit ich weiß).

ASAP: as soon as possible (sobald wie möglich).

BFN: bye for now (erstmal tschüss).

BTC: biting the carpet (ich beiße in den Teppich vor Lachen).

BTW: by the way (übrigens).

CU: see you (tschüss).

CU2: see you too (ebenfalls tschüss).

CYL: see you later (bis später).

EOD: end of discussion (Ende der Diskussion).

FYI: for your information (zu Deiner Information).

HTH: hope that helps (hoffe, das hilft).

IMO: in my opinion (meiner Meinung nach).

IMHO: in my humble opinion (meiner bescheidenen Meinung nach).

IOW: in other words (mit anderen Worten).

LOL: laughing out loud (ich muss laut lachen).

OIC: oh, I see (Ah, ich verstehe).

OTOH: on the other hand (andererseits).

PMFJI: pardon me for jumping in (Verzeihung, wenn ich mich einmische).

ROTFL: rolling on the floor laughing (ich brülle vor Lachen).

RTFM: read the fucking manual (lies das verdammte Handbuch).

TIA: thanks in advance (danke im voraus).

TYVM: thank you very much (vielen Dank).

Eine Sonderform besonders kurzer Akronyme wird klein geschrieben und in eckige Klammern oder zwischen zwei Sternchen gesetzt, etwa

<g>: grin (Grinsen).

<bg>: big grin (breites Grinsen).

<vbg>: very big grin (sehr breites Grinsen).

<g,d&r>: grin, duck and run (etwa: Ich grinse und verziehe mich schnell; die Formel wird meist nach stichelnden Bemerkungen

gebraucht, wenn vom Gesprächspartner heftige Reaktionen wie Wut oder Drohungen erwartet werden).

aus: *Der Spiegel*

Weitere Beispiele und Informationen:

<http://www.web-akronym.de/akronym/akronym.htm>

<http://www.web-akronym.de/akronym/english.htm>

<http://www.chemie.fu-berlin.de/cgi-bin/acronym>

<http://www.tuxedo.org/~esr/jargon/html/>

Emoticons (Beispiele)

:-) Ich bin glücklich

:-(Ich bin traurig

(:-(Ich bin sehr traurig

(:-& Ich bin wütend

(aa) Du machst wohl Witze!

:-w Du redest Unsinn

:-W Du redest großen Unsinn

:) Ich meine es nett

:-X Viele Küsse

:-# Zensiert!

8-) Brillenträger

;-) Augenzwinkernd

Nicknames (Beispiele)

Foxi
potti
Struppi
grubi
lordi
luky
Birdie
Tinkiwinki
egghat
headbag
thinkbig
bragadox
bb2
H005
RaKo41
AK64
sys3
Trick17
sascha74
ChaosCris98
Frogger2000
frosch
luchs
Rabbit
toybaer
BigCat
walras
Schweinehund
kabelsau
Cyberwolf
BigBlackBird
DrFunfrock
Schrödingers Katze
hab_was_zu_sagen

I-think-I-read-not-raid
mit-Linux-waer-das-auch-
passiert
Mit mir waer das nicht passiert
Nase
eye
gehirn
mybrain
a.dent
Homo erectus
papa
Opa Hansen
DJLopez
JD_Nightfly
MR.Unwichtig
Mr.Hardware
mr.stringer
mister speaker
umberto
Ordam
RuX
permut
minuteman
Rundfunkbeauftragter
hagst
Da Horn
Flavus
Langweiler
James Robert
Emtec
s'Peterle
chilion
Joe Freeze
Xevious2k

Soyburg
Kopfschüttler
StrAltEntf
joker_cs
Edmund Sackbauer
Grimbart
Shepherd
BorntoBeFree
krawackel
Firestorm
Cuboci
Privatehomepage
cygro
Der Franke
Linus-
MMMchen
Nordwind
SinnloserKommentar
Der Mann aus San Fernando
NUT
be-bee
Balance
tyche
Das pralle Leben
Bit Schlosser
Heia
Stigma Sanchez
Provokant
Yokosuna
Lasthero
Memory
Trevor Goodchild
MinImAx
Randerscheinung
joe-rgb
gurkenkoenig
GrafGravenkotz

Sekus
Testing Elk
buddha
Gen.Fidul
AngstFabrik
the_guardian
kulinux
HenniC
Wurzelsepp
yettiz
Twister
MarcJohnce
Hans Dampf
fineday
zorglub
Smiling Man
razfaz
tschewko
rikkinadir
Marilyn Manson
Pyrrhon
movax
Archer
ojabun
rbugar
trennschleifer
chocochip
German
DieMoni
analog
SonOfTheAtom
T.Ux
goatgod
dreitagebart
wahsaga
Flashbeagle
faun-dy

REM
Porzellan
activezone
DancingFo
blue.gonzo
WasserMarsch
Rhostim
Wilmot
cisco
rasta rodney
dago
radio
Baneus
T.Truckle
nilz
Trust Provider
MagicStef
Buzzword
helmex
Knecht Ruprecht
Born2Flame
Latino
IC Wiener
Attler
ablooser
nevada
Anti-Christ(oph)
die Unbekannte
pullmoll
Hades
BeholdER
blackflag
Sesselfurzer
Kayleigh
Felgenklarlack

Der Autor:

Robert Kuhn, Jahrgang 1937, ist promovierter Jurist und Rechtsanwalt mit Zulassung am Oberlandesgericht Düsseldorf. Früher hat er als Justitiar in einem Verlag gearbeitet und war Pressesprecher des Bundesjustizministeriums.

Das Buch:

Dieses Buch ist eine Dokumentation des alltäglichen Wahnsinns, der uns schon morgens beim Zähneputzen aus dem Radiowecker entgegenschwallt und selbst abends beim Einschlafen über der Tageszeitung noch keine Ruhe gibt: Ein Ex-Monopolist und Mächtgern-Globalist namens Deutsche Telekom versucht, mit formaljuristischen Mitteln und der ganzen Arroganz des Mächtigen ein »junges Unternehmen« niederzumachen, nur weil das sich erlaubt hat, im Fond einer Anzeige die Farbe Magenta, immerhin eine der vier Grundfarben des Vierfarbdruckes, zu verwenden. Wahnsinn!

Zugleich ist dieses Buch aber auch die Dokumentation einer ungewöhnlichen Jugendrevolte: eines Aufstands, ja Aufschreis der @-Generation. Manifestiert in Hunderten von »postings«, der modernen Brief- und Gesprächsform der Internet-User, teils komisch-witzig, teils subversiv-verzweifelt, aber alle mit einem Tenor: »Die spinnen doch, die Telekomiker!« Wenn das nicht Anlass zu Freude und Hoffnung gibt.