



Mitwirkend: die Obergerichtspräsidentinnen Dr. Claudia Bühler, Vizepräsidentin, und Flurina Schorta, die Handelsrichter Prof. Dr. Mischa Senn, Peter Leutenegger, Dr. Esther Nägeli sowie die Gerichtsschreiberin Adrienne Henemann

Beschluss und Urteil vom 27. Mai 2019

in Sachen

1. **A._____ KGaA,**
 2. **A._____ (Schweiz) AG,**
- Klägerinnen

1, 2 vertreten durch Rechtsanwalt Dr. iur. X1._____

1, 2 vertreten durch Rechtsanwältin MLaw X2._____

gegen

1. **A._____ & Co. Inc.**
2. **A._____ B._____ Corp.,**
3. **C._____ A._____ B._____ AG,**
4. **D._____ GmbH,**
5. **C._____ E._____ GmbH,**

Beklagte

1, 2, 3, 4, 5 vertreten durch Rechtsanwalt Dr. iur. et Dipl. Natw. Y1._____

1, 2, 3, 4, 5 vertreten durch Rechtsanwältin lic. iur. Y2._____

1, 2, 3, 4, 5 vertreten durch Rechtsanwalt lic. iur. Y3._____

betreffend **Markenrecht / Namensrecht / Firmenrecht / UWG**

Ursprüngliches Rechtsbegehren:
(act. 1 S. 3 ff.)

"1. a)

Es seien die Beklagten 1 und 2 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von bis zu CHF 1'000 für jeden Tag der Nichterfüllung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verpflichten, innert 30 Tagen nach Rechtskraft des Urteils alle technischen Vorkehrungen zu treffen und umzusetzen (oder treffen und umsetzen zu lassen), welche notwendig sind, dass sämtliche Anfragen von Internetnutzern über Schweizer IP-Adressen auf die Domain A._____.com und/oder deren Unterseiten (insbesondere durch Eingabe der Domain in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Domain) unverzüglich und direkt auf die von der Klägerin 1 betriebenen Webseite www.A._____.group.com (bzw. auf jeden anderen durch die Klägerin 1 später bezeichneten Server und die darauf gehostete(n) Internetseite(n)) umgeleitet werden, ohne dass die Internet-Nutzer aus der Schweiz dabei auf Inhalte der Beklagten zugreifen können.

b) eventualiter zu 1 a):

Es sei den Beklagten 1 und 2 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für jeden Tag der Nichterfüllung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils über die Domain A._____.com und/oder deren mit dem Bestandteil "A._____" gekennzeichneten Unterseiten Inhalte für Anfragen, die (insbesondere durch Eingabe der Domain in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Domain) durch Internetnutzer über Schweizer IP-Adressen erfolgen, zugänglich zu machen und/oder zugänglich machen zu lassen.

2. Es sei den Beklagten 1 und 2 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für jeden Tag der Nichterfüllung jeder einzelnen Verpflichtung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils über die folgenden Domains und/oder deren mit dem Bestandteil "A._____" gekennzeichneten Unterseiten Inhalte für Anfragen, die (insbesondere durch Eingabe der Domain in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Domain) durch Internetnutzer

über Schweizer IP-Adressen erfolgen, zugänglich zu machen und/oder zugänglich machen zu lassen:

- "A.____-E.____.com"
- "A.____F.____.com"
- "A.____G.____.com"
- "A.____H.____.com"
- "A.____I.____.com"
- "A.____J.____.com"
- "A.____K.____.com"
- "A.____L.____.com"

3.

Es sei den Beklagten 1 und 2 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für Jeden Tag der Nichterfüllung jeder einzelnen Verpflichtung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils in der Schweiz im geschäftlichen Verkehr über die folgenden Internet-Adressen Inhalte für Anfragen, die (insbesondere durch Eingabe der Adresse in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Adresse) durch Internetnutzer über Schweizer IP-Adressen erfolgen, zugänglich zu machen und/oder zugänglich machen zu lassen:

- facebook.com/A.____M.____
- facebook.com/A.____N.____
- facebook.com/A.____L.____
- facebook.com/A.____Manual
- facebook.com/A.____O.____
- facebook.com/A.____P.____
- facebook.com/A.____Q.____
- facebook.com/A.____J.____
- youtube.com/user/A.____
- youtube.com/user/A.____E.____

4.

Es sei den Beklagten 1 und 2 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für Jeden Tag der Nichterfüllung jeder einzelnen Verpflichtung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils über die nachfolgenden Internet-Adressen Nachrichten und/oder Werbung an Nutzer mit Schweizer IP-Adressen zu senden bzw. zu richten:

- twitter.com/A.____
- twitter.com/A.____L.____
- twitter.com/A.____N.____1
- twitter.com/A.____E'.____
- twitter.com/A.____R.____
- twitter.com/A.____S.____
- twitter.com/A.____O.____

- twitter.com/A.____P.____
- twitter.com/A.____Q.____
- twitter.com/A.____J.____
- linkedin.com/company/A.____
- linkedin.com/company/A.____-E.____
- linkedIn.com/company/A.____-Corporate-Responsibility

5.

Es sei den Beklagten 1 und 2 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für jeden Tag der Nichterfüllung jeder einzelnen Verpflichtung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils in der Schweiz (insbesondere auch auf Internetseiten und den Social Media Präsenzen Facebook, YouTube, Twitter und LinkedIn sofern die Seiten bzw. Präsenzen von Schweizer IP-Adressen aus abrufbar sind) im geschäftlichen Verkehr die folgenden Kennzeichen zu gebrauchen:

- "A.____" bzw. "A.____" (in Alleinstellung)
- "A.____ & Co., Inc."
- "A.____ & Co."

[div. Logos]

- A.____.com
- A.____-E.____.com
- A.____H.____.com
- A.____I.____.com
- A.____J.____.com
- A.____K.____.com
- A.____L.____.com
- A.____manual.com bzw. A.____manuals.com

6.

Es sei den Beklagten 1, 2 und 3 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für jeden Tag jeder einzelnen Nichterfüllung der Verpflichtung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils auf der über die Domain C.____.ch abrufbaren sowie auf jeder anderen von ihnen direkt oder indirekt betriebenen Internetseite, die von Schweizer IP-Adressen aus abrufbar ist, Hyperlinks derart zu setzen oder setzen zu lassen, dass diese auf die Webseiten der Beklagten 1 und 2 weiterleiten; soweit auf den dadurch verlinkten Seiten Kennzeichen gemäss Rechtsbegehren Ziff. 5 verwendet werden.

7.

Es sei den Beklagten 3, 4 und 5 unter Androhung der Bestrafung ihrer verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Busse von CHF 1'000 für jeden Tag der Nichterfüllung der Verpflichtung (Art. 343 Abs. 1 lit. c ZPO) im Zuwiderhandlungsfall zu verbieten, E-Mail-Adressen mit dem Bestandteil @A._____.com in der Schweiz im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen.

8.

Es seien die Klägerinnen zu ermächtigen, das Urteil des Handelsgerichts Zürich, oder Teile daraus, innert 30 Tagen ab Eintritt der Rechtskraft im Umfang von einer halben Seite und auf Kosten der Beklagten in einer beliebigen Sprache im Wirtschaftsteil der folgenden Publikationsorgane zu veröffentlichen:

- Neue Zürcher Zeitung
- Le Temps
- Corriere del Ticino

Alles unter Kosten- und Entschädigungsfolgen zulasten der Beklagten."

Geändertes Rechtsbegehren:

(act. 43 S. 3 ff.)

"1. a

Es seien die Beklagten 1 und 2 zu verpflichten, innert 30 Tagen nach Rechtskraft des Urteils alle technischen Vorkehrungen zu treffen und umzusetzen (oder treffen und umsetzen zu lassen), welche notwendig sind, damit sämtliche Anfragen von Personen in der Schweiz auf die Domain A._____.com und/oder deren Unterseiten (bspw. durch Eingabe der Domain in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Domain) unverzüglich und direkt auf die von der Klägerin 1 betriebene Webseite www.A._____.group.com (bzw. auf jeden anderen durch die Klägerin 1 später bezeichneten Server und die darauf gehostete(n) Internetseite(n)) umgeleitet werden, ohne dass die Personen in der Schweiz dabei auf Inhalte der Beklagten zugreifen können, wobei diese Verpflichtung als erfüllt gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 bspw. eine Geoblocking-Technologie zwecks Umleitung von Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse verwenden wie zum Beispiel, nach ihrer Wahl, (i) eine Geo-IP-Datenbank von T._____, (II) eine CDN-Software von U._____, mit Geo-IP-Datenbank, oder (iii) eine

gleichwertige Technologie, wobei als gleichwertig jede Technologie gilt, die mindestens 95 % der Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse umleitet.

b) eventualiter zu 1.a):

Es sei den Beklagten 1 und 2 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils über die Domain A.____.com und/oder deren mit dem Bestandteil "A.____" gekennzeichneten Unterseiten Inhalte für Anfragen, die (bspw. durch Eingabe der Domain in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Domain) durch Personen in der Schweiz erfolgen, zugänglich zu machen und/oder zugänglich machen zu lassen, wobei ein Inhalt bspw. dann nicht als Personen in der Schweiz zugänglich gemacht gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 eine Geoblocking-Technologie zwecks Blockierung von Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse verwenden wie zum Beispiel, nach ihrer Wahl, (i) eine Geo-IP-Datenbank von T.____, (ii) eine CDN-Software von U.____ mit Geo-IP-Datenbank, oder (iii) eine gleichwertige Technologie, wobei als gleichwertig jede Technologie gilt, die mindestens 95 % der Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse blockiert.

2.

Es sei den Beklagten 1 und 2 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils über die folgenden Domains und/oder deren mit dem Bestandteil "A.____" gekennzeichneten Unterseiten Inhalte für Anfragen, die (bspw. durch Eingabe der Domain In der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Domain) durch Personen in der Schweiz erfolgen, zugänglich zu machen und/oder zugänglich machen zu lassen, wobei ein Inhalt bspw. dann nicht als Personen In der Schweiz zugänglich gemacht gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 eine Geoblocking-Technologie zwecks Blockierung von Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse verwenden wie zum Beispiel, nach ihrer Wahl, (i) eine Geo-IP-Datenbank von T.____, (ii) eine CDN-Software von U.____ mit Geo-IP-Datenbank, oder (iii) eine gleichwertige Technologie, wobei als gleichwertig jede Technologie gilt, die mindestens 95 % der Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse blockiert:

- a) A.____-E.____.com
- b) A.____ F.____.com
- c) A.____ G.____.com
- d) A.____ H.____.com
- e) A.____ I.____.com

- f) A.____J.____.com
- g) A.____K.____.com
- h) A.____L.____.com
- i) A.____P.____.com
- j) A.____manuals.com

3.

Es sei den Beklagten 1 und 2 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils in der Schweiz im geschäftlichen Verkehr über die folgenden Internetadressen Inhalte für Anfragen, die (bspw. durch Eingabe der Adresse in der Adresszeile eines Browsers oder durch Anklicken von Hyperlinks mit der entsprechenden Adresse) durch Personen in der Schweiz erfolgen, zugänglich zu machen und/oder zugänglich machen zu lassen, wobei ein Inhalt bspw. dann nicht als Personen in der Schweiz zugänglich gemacht gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 auf Facebook bzw. YouTube sämtliche zur Verfügung gestellten Länderbeschränkungs- und Geotargeting-Massnahmen für Personen in der Schweiz oder Internetnutzer mit einer Schweizer IP-Adresse anwenden oder anwenden lassen, um deren Anfragen zu blockieren:

- a) facebook.com/A.____M.____
- b) facebook.com/A.____N.____
- c) facebook.com/A.____L.____
- d) facebook.com/A.____Manual
- e) facebook.com/A.____O.____
- f) facebook.com/A.____P.____
- g) facebook.com/A.____Q.____
- h) facebook.com/A.____J.____
- i) facebook.com/A.____V.____
- j) youtube.com/user/A.____
- k) youtube.com/user/A.____E.____

4.

Es sei den Beklagten 1 und 2 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils über die folgenden Internetadressen Nachrichten und/oder Werbung an Personen in der Schweiz zu senden, senden zu lassen, zu richten und/oder richten zu lassen, wobei ab dem Zeitpunkt, in dem Twitter bzw. LinkedIn Länderbeschränkungs- und Geotargeting-Massnahmen zur Verfügung stellen, eine Nachricht bzw. eine Werbung bspw. dann nicht als an Personen in der Schweiz gesendet bzw. gerichtet gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 auf Twitter bzw. LinkedIn sämtliche zur Verfügung gestellten Länderbeschränkungs- und Geotargeting-Massnahmen für Personen in der Schweiz oder Internetnutzer mit einer Schweizer IP-Adresse anwenden oder anwenden lassen, um zu verhindern, dass eine Nachricht bzw. Werbung an diese gesendet

und/oder gerichtet wird:

- a) twitter.com/A._____
- b) twitter.com/A._____L._____
- c) twitter.com/A._____N._____1
- d) twitter.com/A._____E'._____
- e) twitter.com/A._____R._____
- f) twitter.com/A._____S._____
- g) twitter.com/A._____O._____
- h) twitter.com/A._____P._____
- i) twitter.com/A._____Q._____
- j) twitter.com/A._____J._____
- k) twitter.com/A._____J._____
- l) twitter.com/A._____W._____
- m) linkedin.com/company/A._____
- n) linkedin.com/company/A._____ -E. _____
- o) linkedin.com/company/A._____ -CorporateResponsibility

5.

Es sei den Beklagten 1 und 2 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils auf von ihnen direkt oder indirekt betriebenen Internetpräsenzen (inklusive Webseiten, Social Media Präsenzen wie Facebook, YouTube, Twitter und LinkedIn), die Personen in der Schweiz zugänglich gemacht werden, die folgenden Kennzeichen einzeln oder kombiniert (i) zur Kennzeichnung ihrer Unternehmen, (ii) im Zusammenhang mit der Bewerbung, der Anpreisung oder dem Vertrieb von Waren und/oder Dienstleistungen im Bereich der Human- oder Veterinärmedizin, oder (iii) sonstwie im geschäftlichen Verkehr zu gebrauchen und/oder gebrauchen zu lassen, wobei eine Internetseite bspw., dann nicht als Personen in der Schweiz zugänglich gemacht gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 (i) eine Geoblocking-Technologie zwecks Blockierung von Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse verwenden wie zum Beispiel, nach ihrer Wahl, (a) eine Geo-IP-Datenbank von T._____, (b) eine CDN-Software von U._____ mit Geo-IP-Datenbank, oder (c) eine gleichwertige Technologie, wobei als gleichwertig jede Technologie gilt, die mindestens 95 % der Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse blockiert, bzw. (ii) sämtliche von der jeweiligen Plattform zur Verfügung gestellten Länderbeschränkungs- und Geotargeting-Massnahmen für Personen in der Schweiz oder Internetnutzer mit einer Schweizer IP-Adresse anwenden oder anwenden lassen:

- a) "A._____" (in Alleinstellung)
- b) "A._____ & Co., Inc. 11 (in Alleinstellung)
- c) "A._____ & Co." (in Alleinstellung)

[div. Logos]

- r) A._____.com

- s) A. _____-E. _____ .com
- t) A. _____ H. _____ .com
- u) A. _____ I. _____ .com
- v) A. _____ J. _____ .com
- w) A. _____ K. _____ .com
- x) A. _____ L. _____ .com
- y) A. _____ manual.com bzw. A. _____ manuals.com

[Logo]

6.

Es sei den Beklagten 1 bis 5 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils die Kennzeichen „A. _____“ (in Alleinstellung), „A. _____ & Co.“ (In Alleinstellung) oder „A. _____ Manual“ einzeln oder kombiniert zur (i) Kennzeichnung Ihrer Unternehmen, zum Beispiel im Empfangsbereich von Büroräumlichkeiten, (ii) im Verkehr mit Lieferanten, (iii) auf Visitenkarten der Beklagten 3 bis 5, (iv) an Kongressen und Messen, (v) im Zusammenhang mit der Bewerbung, der Anpreisung oder dem Vertrieb von Waren und/oder Dienstleistungen im Bereich der Human- oder Veterinärmedizin oder (vi) sonstwie im geschäftlichen Verkehr in der Schweiz zu gebrauchen und/oder gebrauchen zu lassen.

7.

Es sei den Beklagten 1, 2 und 3 zu verbieten, nach Ablauf von 30 Tagen ab Rechtskraft des Urteils auf der über die Domain C. _____ .ch oder über eine der unter Rechtsbegehren Ziff. 2 genannten Domains abrufbaren sowie auf jeder anderen von ihnen direkt oder indirekt unter Schweizer Top-Level-Domains betriebenen Webseite, die Personen in der Schweiz zugänglich gemacht werden, Hyperlinks derart zu setzen oder setzen zu lassen, dass diese auf die Webseiten der Beklagten 1 und 2 weiterleiten, soweit auf den dadurch verlinkten Seiten die Kennzeichen gemäss Rechtsbegehren Ziff. 5 einzeln oder kombiniert (i) zur Kennzeichnung ihrer Unternehmen, (ii) im Zusammenhang mit der Bewerbung, der Anpreisung oder dem Vertrieb von Waren und/oder Dienstleistungen im Bereich der Human- oder Veterinärmedizin, oder (iii) sonstwie im geschäftlichen Verkehr gebraucht werden, wobei eine Webseite bspw. dann nicht als Personen in der Schweiz zugänglich gemacht gilt, wenn die Beklagten 1 und 2 eine Geoblocking-Technologie zwecks Blockierung von Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse verwenden wie zum Beispiel, nach ihrer Wahl, (i) eine Geo-IP-Datenbank von T. _____, (ii) eine CDN-Software von U. _____ mit Geo-IP-Datenbank, oder (iii) eine gleichwertige Technologie, wobei als gleichwertig jede Technologie

gilt, die mindestens 95 % der Anfragen von Internetnutzern mit einer Schweizer IP-Adresse blockiert.

8.

Es sei den Beklagten 3, 4 und 5 zu verbieten, E-Mail-Adressen mit dem Bestandteil @A._____.com in der Schweiz zu gebrauchen.

9.

Die Verbote gemäss Rechtsbegehren Ziff. 1 bis 8 seien jeweils unter Androhung der Bestrafung der verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB sowie unter Androhung einer Ordnungsbusse von CHF 1'000 für jeden Tag der Nichterfüllung der Verpflichtung im Zuwiderhandlungsfall zu erlassen.

10.

Es seien die Klägerinnen zu ermächtigen, das Urteil des Handelsgerichts Zürich, oder Teile daraus, Innert 30 Tagen ab Eintritt der Rechtskraft im Umfang von einer halben Seite und auf Kosten der Beklagten in einer beliebigen Sprache im Wirtschaftsteil der folgenden Publikationsorgane zu veröffentlichen:

- a) Neue Zürcher Zeitung
- b) Le Temps
- c) Corriere del Ticino

Alles unter solidarischen Kosten- und Entschädigungsfolgen zulasten der Beklagten."

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Sachverhalt und Verfahren | 15 |
| A. Sachverhaltsübersicht | 15 |
| a. Parteien und ihre Stellung | 15 |
| b. Prozessgegenstand | 16 |
| B. Prozessverlauf | 17 |
| Erwägungen | 20 |
| I. Prozessuales | 20 |
| 1. Zuständigkeit | 20 |
| 2. Anwendbares Recht | 20 |
| 2.1. Prozessrecht | 20 |
| 2.2. Materielles Recht | 20 |
| 2.2.1. Marken- und Firmenrecht | 20 |
| 2.2.2. Namens- und Lauterkeitsrecht | 20 |
| 2.3. Klageänderung | 22 |
| 2.4. Novenvorbringen | 22 |
| 2.5. Rechtsschutzinteresse | 23 |
| 2.6. Bestimmtheit von Rechtsbegehren | 23 |
| II. Materielles | 23 |
| 1. Die Rechte der Klägerinnen | 23 |
| 1.1. Marke | 23 |
| 1.2. Firma und Name | 26 |
| 2. Die Rechte der Beklagten | 26 |
| 3. Ort der Kennzeichenverletzung im Internet | 27 |
| 3.1. Einleitung | 27 |
| 3.2. Markenrecht | 27 |
| 3.3. Firmenrecht | 30 |
| 3.4. Kriterium der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit | 30 |
| 4. Überblick über die Rechtsbegehren | 34 |
| 5. A.____.com (Rechtsbegehren 1a und 1b) | 34 |
| 5.1. Unbestrittener Sachverhalt | 34 |
| 5.2. Parteistandpunkte | 37 |
| 5.2.1. Klägerinnen | 37 |
| 5.2.2. Beklagte | 38 |
| 5.2.3. Rechtliche Würdigung | 42 |
| 6. A.____(xy).com (Rechtsbegehren 2) | 45 |
| 6.1. Überblick | 45 |
| 6.2. A.____G.____.com | 46 |
| 6.3. A.____-E.____.com | 47 |
| 6.4. A.____F.____.com | 49 |

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 6.5. | A._____H._____com | 50 |
| 6.6. | A._____I._____com | 51 |
| 6.7. | A._____J._____com | 53 |
| 6.8. | A._____K._____com | 54 |
| 6.9. | A._____L._____com | 56 |
| 6.10. | A._____manuals.com | 57 |
| 6.11. | A._____P._____com | 59 |
| 6.12. | Fazit | 60 |
| 7. | Facebook, youtube (Rechtsbegehren 3) | 60 |
| 7.1. | Facebook | 60 |
| 7.1.1. | Unbestrittener Sachverhalt | 60 |
| 7.1.2. | Parteistandpunkte | 60 |
| 7.1.2.1. | Allgemeine klägerische Vorbringen | 60 |
| 7.1.2.2. | Allgemeine beklagte Vorbringen | 61 |
| 7.1.3. | Die Facebookseiten im Einzelnen | 61 |
| 7.1.3.1. | Facebook.com/A._____M._____ bzw. facebook.com/A._____V._____ | 61 |
| 7.1.3.2. | Facebook.com/A._____N._____ | 62 |
| 7.1.3.3. | Facebook.com/A._____L._____ | 63 |
| 7.1.3.4. | Facebook.com/A._____Manual | 63 |
| 7.1.3.5. | Facebook.com/A._____O._____ | 63 |
| 7.1.3.6. | Facebook.com/A._____P._____ | 63 |
| 7.1.3.7. | Facebook.com/A._____Q._____ | 64 |
| 7.1.3.8. | Facebook.com/A._____J._____ | 64 |
| 7.1.4. | Würdigung | 64 |
| 7.2. | YouTube | 65 |
| 7.3. | Zusammenfassung | 67 |
| 8. | Twitter/LinkedIn (Rechtsbegehren 4) | 67 |
| 8.1. | Unbestrittener Sachverhalt | 67 |
| 8.2. | Parteistandpunkte | 68 |
| 8.2.1. | Klägerinnen | 68 |
| 8.2.2. | Beklagte | 69 |
| 8.3. | Rechtliche Würdigung | 71 |
| 8.3.1. | Rechtsschutzinteresse | 71 |
| 8.3.2. | Materiell | 72 |
| 9. | Logos und Webseiten sowie Verlinkungen (Rechtsbegehren 5 und 7) | 73 |
| 9.1. | Einschränkung auf den Online-Bereich mit der Replik | 73 |
| 9.2. | Bestimmtheit von Rechtsbegehren | 74 |
| 9.3. | Fehlen der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit | 75 |
| 9.4. | Die Verlinkungen von C._____ch finden nicht mehr statt | 75 |
| 9.4.1. | Ausgangslage | 75 |
| 9.4.2. | Rechtliches | 75 |
| 9.4.3. | Erstbegehungsgefahr | 77 |
| 9.4.4. | Wiederholungsgefahr | 77 |
| 9.4.4.1. | Parteistandpunkte | 77 |
| 9.4.4.2. | Würdigung | 78 |
| 9.5. | Anforderungen an die Behauptungsdichte | 80 |
| 9.6. | Materielle Beurteilung | 80 |
| 9.6.1. | Rechtliches | 80 |
| 9.6.2. | Zeichenidentität/Zeichenähnlichkeit | 82 |
| 9.6.3. | Verlinkungen von C._____ch | 82 |
| 9.6.3.1. | Ähnliche Zeichen | 82 |
| 9.6.3.2. | Identische Zeichen | 84 |

| | |
|---|------------|
| 9.6.4. Kennzeichenverletzungen auf C.____.ch | 85 |
| 9.6.4.1. Hauptbegründung | 85 |
| 9.6.4.2. Eventualbegründung..... | 85 |
| 9.7. Fazit | 86 |
| 9.8. Rechtserhaltender Gebrauch..... | 87 |
| 9.9. Verwirkung und Interessenabwägung..... | 87 |
| 10. Offline-Bereich sowie E-Mailadressen (Rechtsbegehren 6 und 8)..... | 87 |
| 10.1. Unbestrittener Sachverhalt | 87 |
| 10.2. Parteistandpunkte | 88 |
| 10.2.1. Klägerinnen..... | 88 |
| 10.2.2. Beklagte..... | 89 |
| 10.3. Rechtliches | 91 |
| 10.4. Würdigung..... | 93 |
| 10.4.1. Verbandssitzungen | 93 |
| 10.4.2. Teilnehmerliste | 93 |
| 10.4.3. Umgang mit Vertragspartnern | 93 |
| 10.4.4. Empfangshalle | 94 |
| 10.4.5. Visitenkarten/E-Mailadressen | 96 |
| 10.4.5.1. Abgrenzungs- bzw. Individualisierungsfunktion..... | 96 |
| 10.4.5.2. Eventualbegründung..... | 97 |
| 10.5. Fazit | 99 |
| 11. Verwirkung | 99 |
| 11.1. Ausgangslage | 99 |
| 11.2. Standpunkt der Klägerinnen | 99 |
| 11.3. Standpunkt der Beklagten..... | 101 |
| 11.4. Rechtliches | 103 |
| 11.5. Würdigung..... | 104 |
| 12. Interessenabwägung..... | 108 |
| 13. Unterlassungsanspruch..... | 109 |
| 13.1. Formulierung des Dispositivs..... | 109 |
| 13.2. Aktiv- und Passivlegitimation | 109 |
| 14. Vollstreckungsbegehren (Rechtsbegehren 9)..... | 110 |
| 15. Urteilspublikation (Rechtsbegehren 10) | 111 |
| 16. Kosten- und Entschädigungsfolgen | 111 |
| 16.1. Kosten..... | 111 |
| 16.2. Parteienschädigung | 112 |
| Urteilsdispositiv | 113 |

Sachverhalt und Verfahren

A. Sachverhaltsübersicht

a. Parteien und ihre Stellung

Die Vorgeschichte der vorliegenden Streitigkeit reicht weit zurück. Beide Seiten haben ihren Ursprung in derselben Familienunternehmung. Die 1668 in AA.____ (D) gegründete Vorgängerin der Klägerin 1 expandierte Ende des 19. Jahrhunderts in die USA und gründete dort 1890 als US-Zweigniederlassung die Beklagte 2, die damals A.____ & Co hiess. Während des Ersten Weltkriegs beschloss die US-Regierung den Trading with the Enemy Act, auf dessen Grundlage die Familie A.____ 1918 ihrer Anteile an der Beklagten 2 enteignet wurde (act. 1 Rz. 12). 1919 erwarb der inzwischen US-Staatsbürger gewordene A1.____ die Anteile von der US-Regierung zurück (act. 18 Rz. 32 und 126). Seit Ende des Ersten Weltkrieges existieren zwei unabhängige Pharmaunternehmen, welche beide in den Firmenbezeichnungen ihrer Gesellschaften das Zeichen A.____ führen. Die mit zunehmender Internationalisierung entstandenen Abgrenzungsprobleme lösten die Parteien während langer Zeit einvernehmlich und vertraglich in dem Sinne, dass die beklagte Gruppe ausserhalb der USA und von Kanada nicht unter dem Zeichen A.____ auftrat und umgekehrt die klägerischen Gesellschaften dies in den USA und Kanada nicht taten (Vereinbarung von 1932, Consent Degree von 1945, Vereinbarungen von 1955, 1970 und 1975; act. 1 Rz. 13 und 51 ff.).

Die Klägerin 1, eine deutsche Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA) mit Sitz in AA.____ (D), bezweckt primär die Herstellung und den Vertrieb von Arzneimitteln, Arzneimittelgrundsubstanzen, Fein- und Industriechemikalien, Reagenzien sowie Diagnostika (act. 1 Rz. 17). Sie ist für das operative Geschäft der klägerischen A.____-Gruppe zuständig und betreibt dieses unter dem Namen A.____ u. a. auch in der Schweiz. Sie beliefert den Markt über ihre Tochtergesellschaften (wie z.B. die Klägerin 2, an der sie zu 100 % beteiligt ist, act. 1 Rz. 20 ff.). Die Klägerin 2 ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in AB.____, die primär den Vertrieb von Pharmazeutika, Fein- und Industriechemikalien, Laborchemikalien, - instru-

menten, -geräten und -verbrauchsmaterial sowie Diagnostika bezweckt (act. 1 Rz. 21).

Bei der Beklagten 1 handelt es sich um eine an der NYSE kotierte US-Gesellschaft mit Sitz in AC._____ im Bundesstaat AD._____, die weder eigene Arbeitnehmer hat noch eine eigene wirtschaftliche Tätigkeit ausübt. Sie bezweckt diverse Aktivitäten von der Entwicklung bis zur Vermarktung, insbesondere von pharmazeutischen Produkten (act. 1 Rz. 34; act. 18 Rz. 27). Das operative Geschäft und ihre Aussendarstellung im Internet hat die Beklagte 1 an ihre 100 %-ige Tochtergesellschaft, die Beklagte 2, delegiert (act. 1 Rz. 33 f.). Bei der Beklagten 2 handelt es sich ebenfalls um eine Gesellschaft amerikanischen Rechts mit Sitz in AC._____ AD._____, die diverse Aktivitäten von der Entwicklung bis zur Vermarktung von verschreibungspflichtigen Medikamenten, Impfstoffen, biologischen Therapien sowie Pflege- und Tiergesundheitsprodukten zu ihrem Zweck erklärt hat (act. 1 Rz. 34 ff.). Als Tochtergesellschaft der Beklagten 2 bezweckt die Beklagte 3, eine Aktiengesellschaft mit Sitz in AE._____ [Stadt in der Schweiz], u.a. die Produktion, den Kauf und den Verkauf von pharmazeutischen Spezialitäten und Stoffen jeglicher Art auf dem human- und tiermedizinischen Gebiet sowie von Chemikalien jeglicher Art (act. 1 Rz. 39). Die Beklagte 4 ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung mit Sitz in AF._____ [Gemeinde in der Schweiz], deren einzige Gesellschafterin die C._____ International GmbH ist. Sie gehört zum Firmenkonglomerat der Beklagten 1 und ist u.a für die Entwicklung neuer Medikamente verantwortlich (act. 1 Rz. 42). Ihren Sitz in AE._____ hat die Beklagte 5, eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung, deren einzige Gesellschafterin die zur Gruppe der Beklagten gehörende niederländische AG._____ Holding B.V. ist. Sie bezweckt den Vertrieb von biologischen, immunbiologischen, pharmazeutischen und diagnostischen Präparaten, Chemikalien, Instrumenten usw., insbesondere für Veterinärzwecke und die Tierhaltung sowie die Durchführung diagnostischer Untersuchungen (act. 1 Rz. 44; act. 18 Rz. 29).

b. Prozessgegenstand

Die Klägerinnen sehen in den Internet- und Social-Media-Präsenzen der Beklagten Kennzeichenverletzungen und verlangen die Einschränkung der Internetseiten

in der Schweiz mittels Geotargeting. Die Beklagten machen im Wesentlichen geltend, dass der Inhalt der entsprechenden Internet- und Socialmedia-Präsenzen gar nicht erst eine Kennzeichenverletzung in der Schweiz darstelle. Nebenschauplatz sind zudem einzelne vorgeworfene Kennzeichenverletzungen im Offlinebereich, u.a. in einer Empfangshalle, auf Visitenkarten etc. Die Klägerinnen stützen sich explizit nicht auf vertragliche Ansprüche (act. 1 Rz. 16).

B. Prozessverlauf

Am 6. April 2016 überbrachten die Klägerinnen hierorts die Klage (act. 1). Mit Verfügung vom 7. April 2016 wurde den in der Schweiz ansässigen Beklagten 3 bis 5 je ein Doppel der Klage (einstweilen ohne Beilagen) zugestellt. Den Klägerinnen wurde aufgegeben, mitzuteilen, ob die Beklagten 1bis 5 über ein gemeinsames Zustellungsdomizil bzw. einen gemeinsamen Vertreter verfügten. Sodann wurde den Klägerinnen eine einmalige Frist angesetzt, um unter solidarischer Haftung für die Gerichtskosten einen Vorschuss von CHF 240'000.– zu leisten (act. 6). Am 12. April 2016 (Datum Poststempel) teilten die Klägerinnen den gemeinsamen Vertreter sämtlicher Beklagten mit (act. 8). Mit Verfügung vom 15. April 2016 wurde von der gemeinsamen Vertretung Vormerk genommen und ihr eine Ausfertigung der Klageschrift sowie die Doppel der Klagebeilagen zugestellt, unter der Aufforderung, dass die gemeinsame Vertretung spätestens mit Einreichung der Klageantwortschriften gehörig unterzeichnete Vollmachten für die Beklagten 1 bis 5 einzureichen habe. Weiter wurden die Klägerinnen um Zustellung zweier zusätzlicher Exemplare der Klageschrift für das Handelsgericht ersucht (act. 10). Der Vorschuss ging rechtzeitig ein (act. 15). Mit Eingabe vom 20. April 2016 wiesen die Beklagten auf die unzutreffende Adresse der Beklagten 2 hin (act. 13). Das Rubrum wurde entsprechend berichtigt und den Beklagten Frist zur Erstattung der Klageantwort angesetzt (act. 16). Am 30. September 2016 (Datum Poststempel) reichten die Beklagten die Klageantwort ein (act. 18), die mit Verfügung vom 4. Oktober 2016 an die Klägerinnen ging, unter Delegation des vorliegenden Prozesses an Oberrichterin Dr. Franziska Grob, einstweilen vertreten durch Ersatzoberrichterin Nicole Klausner (act. 20). Am 11. Januar 2017 teilte der klägerische Rechtsvertreter mit, fortan in einer anderen Rechtsanwaltskanzlei tätig zu

sein, jedoch weiterhin beide Klägerinnen zu vertreten (act. 22). Am 5. Mai 2017 fand eine Vergleichsverhandlung statt, die ergebnislos verlief (Prot. S. 10 ff.). In der Folge wurde das Verfahren auf Antrag beider Parteien zwecks Führung aussergerichtlicher Vergleichsgespräche mit Verfügung vom 8. Mai 2017 vorerst bis zum 5. Juli 2017, schliesslich bis zum 31. August 2017, sistiert (act. 24; Prot. S. 12).

Die Sistierung wurde alsdann auf Ersuchen der Klägerinnen mit Verfügung vom 24. August 2017 aufgehoben und den Klägerinnen Frist zur Erstattung der Replik angesetzt (act. 31). Das mit Eingabe vom 30. Oktober 2017 gestellte Fristerstreckungsgesuch der Klägerinnen wurde mit Verfügung vom 31. Oktober 2017 abgewiesen. Den Klägerinnen wurde aber im Sinne einer Notfrist eine Fristerstreckung bis zum 6. November 2017 gewährt. Gleichzeitig wurde die Leitung des vorliegenden Prozesses neu an Oberrichterin Flurina Schorta delegiert (act. 33 und 35). Nach erneuter Eingabe der Klägerinnen, diesmal mit dem Hinweis, dass die Gegenseite sich mit einer Fristerstreckung einverstanden erklärt habe (act. 38), wurde den Klägerinnen die Frist zur Erstattung der Replik bis zum 30. November 2017 erstreckt (act. 40). Am 30. November 2017 reichten die Klägerinnen die Replik ein (act. 43). Mit Verfügung vom 4. Dezember 2017 wurde den Beklagten Frist zur Erstattung der Duplik angesetzt (act. 45). Am 7. März 2018 reichten die Klägerinnen eine Noveneingabe ein (act. 48), die mit Verfügung vom 8. März 2018 an die Beklagten ging (act. 50). Mit Eingabe vom 16. April 2018 ersuchten die Klägerinnen darum, bis zum 6. Juni 2018 keine fristauslösenden Zustellungen an sie zu veranlassen (act. 52). Am 24. April 2018 (Datum Poststempel) erstatteten die Beklagten die Duplik (act. 45 und 53). Mit Verfügung vom 2. Mai 2018 wurde den Klägerinnen die Duplik zugestellt. Für den Fall, dass das Gericht allfällige Dupliknoven als relevant betrachten sollte, wies das Handelsgericht darauf hin, diesfalls zu gegebener Zeit Frist zur Stellungnahme anzusetzen (act. 55).

Am 8. Mai 2018 folgte eine Noveneingabe der Beklagten (act. 57) und am 5. Juli 2018 eine Noveneingabe der Klägerinnen (act. 61), zu der die Beklagten mit Eingabe vom 23. Juli 2018 Stellung nahmen (act. 65). Am 6. August 2018 erfolgte ei-

ne erneute Noveneingabe und Stellungnahme zum Schreiben der Klägerinnen vom 23. Juli 2018 (act. 69). Mit Verfügung vom 7. August 2018 wurde den Parteien die Verfügung vom 2. Mai 2018 in Erinnerung gerufen (act. 55) und mitgeteilt, dass sowohl die Frage der Zulässigkeit der beidseitig eingereichten Noveneingaben als auch die Relevanz der darin vorgebrachten Behauptungen für die Entscheidungsfindung im Rahmen der Bearbeitung zu prüfen sein würden und zu allfälligen neuen relevanten Behauptungen bzw. Beilagen nach erfolgter Bearbeitung Frist anzusetzen sein werde (act. 71). Am 20. August 2018 folgte eine erneute Stellungnahme der Beklagten zur klägerischen Noveneingabe vom 6. August 2018, vorerst beschränkt auf formelle Einwände (act. 73). Es folgten zahlreiche weitere Noveneingaben und Stellungnahmen dazu, so am 12. November 2018 (act. 77), am 23. November 2018 (act. 81), am 7. Dezember 2018 (act. 85), am 18. Januar 2019 (act. 87), am 28. Januar 2019 (act. 89), am 11. März 2019 (act. 91), und am 25. März 2019 (act. 95). Mit Verfügung vom 21. März 2019 wurde den Parteien Frist angesetzt, um zu erklären, ob sie auf Durchführung einer mündlichen Hauptverhandlung verzichten (act. 93). Mit Eingabe vom 27. März 2019 verlangten die Beklagten die Durchführung einer Hauptverhandlung (act. 97). Auch die Klägerinnen forderten mit Eingabe vom 1. April 2019 die Durchführung einer solchen. Gleichzeitig reichten sie eine weitere Stellungnahme ein (act. 98). Am 8. April 2019 wurden die Parteien zur Hauptverhandlung auf den 27. Mai 2019 vorgeladen (act. 100, 100a und b). Die Klägerinnen reichten in der Folge am 17. April 2019 eine Noveneingabe ein (act. 101), zu welcher die Beklagten am 18. April 2019 Stellung nahmen (act. 103). Am 27. Mai 2019 fand die Hauptverhandlung statt, anlässlich welcher die Parteien ihre Parteivorträge hielten. Es wurden keine Noven vorgebracht (Prot. S. 33 f.)

Der Prozess erweist sich als spruchreif. Auf die wesentlichen Parteivorbringen, die Akten sowie die offerierten Beweismittel wird – soweit für die Entscheidungsfindung notwendig – im Rahmen der nachfolgenden Erwägungen eingegangen. Daraus ergibt sich auch, dass die Einholung weiterer Stellungnahmen nicht erforderlich ist.

Erwägungen

I. Prozessuales

1. Zuständigkeit

Die örtliche und sachliche Zuständigkeit des Handelsgerichts des Kantons Zürich blieb zu Recht unbestritten (act. 1 Rz. 2 ff.; act. 18 Rz. 17; Art. 24 LugÜ und Art. 6 i.V.m. Art. 5 Abs. 3 IPRG; Art. 5 lit. a und d ZPO i.V.m. § 44 lit. a GOG).

2. Anwendbares Recht

2.1. Prozessrecht

Soweit ein internationales Verhältnis vorliegt, wendet das Gericht in der Regel sein eigenes Prozessrecht (lex fori), mithin die Schweizerische Zivilprozessordnung, an (BSK IPRG – STEPHEN V. BERTI/LORENZ DROESE, N 13 ff. zu Vor Art. 2 IPRG).

2.2. Materielles Recht

2.2.1. Marken- und Firmenrecht

Das Gericht hat von Amtes wegen zu prüfen, welches das anwendbare Recht darstellt (Art. 16 Abs. 1 IPRG). Die Anwendbarkeit des schweizerischen Rechts ergibt sich in Übereinstimmung mit den Ausführungen der Klägerinnen für das Markenrecht aus Art. 110 Abs. 1 IPRG (act. 1 Rz. 567) und für das Firmenrecht betreffend die Klägerin 2 aus Art. 157 Abs. 1 IPRG (act. 1 Rz. 603). Dies wird auch von den Beklagten nicht anders dargestellt, wenden sie doch jeweils ebenfalls die schweizerischen Rechtsnormen an (für das Markenrecht: act. 18 Rz. 123 ff. und für das Firmenrecht: act. 53 Rz. 653 f.).

2.2.2. Namens- und Lauterkeitsrecht

Sämtliche Parteien wenden schweizerisches Namensrecht an (act. 1 Rz. 621 ff; act. 53 Rz. 434). Die Klägerinnen stützen das anwendbare Recht in Bezug auf

den Namen auf Art. 136 IPRG, dies mit der zutreffenden Begründung, dass bei Verletzungen der wirtschaftlichen Persönlichkeit eine Anknüpfung nach Lauterkeitsrecht erfolgt (BSK IPRG – FELIX DASSER, N 5 zu Art. 139 IPRG; act. 1 Rz. 621). Gemäss Art. 136 Abs. 1 IPRG unterstehen Ansprüche aus unlauterem Wettbewerb dem Recht des Staates, auf dessen Markt die unlautere Handlung ihre Wirkung entfaltet (sog. Marktauswirkungsprinzip). Weiter gilt im internationalen Privatrecht das Mosaikprinzip, wonach bei mehreren Märkten für jeden Staat separat das anwendbare Recht anzuknüpfen ist (FELIX DASSER, Gerichtsstand und anwendbares Recht bei Haftung aus Internetdelikten, in F. Jörg/O. Arter [Hrsg.], Internet-Recht und Electronic Commerce Law, 3. Tagungsband, Zürich 2003, S. 151). Im Fall des Internets kann dies zu einer nicht mehr handhabbaren Vielzahl von Rechten führen. Entscheidend sind aber nur das eigentliche Operationsgebiet und nicht marginale Märkte, auf denen nur vernachlässigbare Auswirkungen zu spüren sind (BSK IPRG – FELIX DASSER, N 12 f. zu Art. 136 IPRG; Urteil des Handelsgerichts des Kantons Zürich vom 22. April 2013 [HG110011] E. 3; FELIX DASSER, Gerichtsstand und anwendbares Recht bei Haftung aus Internetdelikten, S. 151). Schweizerische höchstrichterlich publizierte Rechtsprechung liegt zum Marktauswirkungsprinzip hinsichtlich Internetsachverhalten bislang nicht vor. Das Bundesgericht scheint von einem weiten Begriff auszugehen. So hielt es in zwei Entscheiden aus den Jahren 2011 und 2012 fest, dass unter dem Gesichtspunkt des unlauteren Wettbewerbs als auch der Verletzung des Namensrechts davon ausgegangen werden könne, dass das Ergebnis in der Schweiz stattfindet, sofern potentielle Kunden mit Wohnsitz in der Schweiz auf die beanstandete Website zugreifen könnten (Urteile des Bundesgerichts vom 9. Juni 2011 [4A_92/2011] E. 2 und vom 11. April 2012 [4A_741/2011] E. 2; CHK– A. BUHR/S. GABRIEL/D. SCHRAMM, N 14 zu Art. 136 IPRG; deutlich strenger das deutsche Landgericht Köln im "Budweiser-Entscheid" vom 24. April 2001, wonach die blosse Abrufbarkeit des Internetangebots noch keine für Deutschland bestimmte Werbung darstelle [81 O 160/99, abrufbar unter www.jurp.de]).

Da die Frage der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit sowohl im Markenrecht (dort auf materieller Ebene) als auch beim Lauterkeitsrecht (dort bereits auf der

kollisionsrechtlichen Ebene) relevant ist, wird diese Thematik gesamthaft unter E. 3.4. zu behandeln sein.

2.3. Klageänderung

Im Rahmen der Replik präzisierten und ergänzten die Klägerinnen ihre Rechtsbegehren, indem sie "Schweizer IP-Adressen" durch "Personen in der Schweiz" ersetzten, neu aufführen, wann die verlangte Verpflichtung durch die Beklagten als erfüllt gelte, und ihre Rechtsbegehren um weitere Domains, Internetadressen, Twitter-Accounts und indirekte Verpflichtungen sowie um ein weiteres Rechtsbegehren Ziff. 6 erweitern (act. 43 Rz. 3 ff.). Die Beklagten äusserten sich nicht zur Zulässigkeit dieser Änderungen (vgl. act. 53). Da die Änderungen in einem sachlichen Zusammenhang stehen und nach der gleichen Verfahrensart zu beurteilen sind, ist die Klageänderung gestützt auf Art. 227 Ziff. 1 lit. a ZPO zulässig.

2.4. Novenvorbringen

Nach Abschluss des zweiten Schriftenwechsels tritt grundsätzlich Aktenschluss ein. Gemäss Art. 229 Abs. 1 ZPO werden neue Tatsachen und Beweismittel in der Hauptverhandlung nur noch berücksichtigt, wenn sie ohne Verzug vorgebracht werden und entweder erst nach Abschluss des Schriftenwechsels oder nach der letzten Instruktionsverhandlung entstanden sind.

Die nach Aktenschluss zahlreich ergangenen ausländischen Urteile wurden jeweils ohne Verzug eingereicht. Eine nähere Auseinandersetzung drängt sich aber nicht auf, da den betreffenden Entscheiden ein anderes anwendbares Recht zugrunde lag und schweizerische Gerichte überdies nicht an Entscheide ausländischer Staaten gebunden sind. Die Zumutbarkeit von Geotargetingmassnahmen (vgl. act. 61) ist – wie zu zeigen sein wird – nicht entscheiderelevant. Gleiches gilt für die weiteren eingereichten Dokumente. Rechtsbegehren Ziff. 5 ist eng auszulegen und umfasst nicht weitere indirekt betriebene Internetpräsenzen wie AH.____.ch (vgl. act. 69; dazu E. 9.2). Die Zulässigkeit und Rechtzeitigkeit dieser Novenvorbringen kann folglich offen gelassen werden.

2.5. Rechtsschutzinteresse

Nach ständiger Rechtsprechung liegt das besondere Rechtsschutzinteresse für die Unterlassungsklage dann vor, wenn das Verhalten des Beklagten eine künftige Verletzung ernstlich befürchten lässt (BGE 124 III 72 E. 2). Ansonsten ist auf die Klage nicht einzutreten (KuKo ZPO - PAUL OBERHAMMER, N 10 zu Art. 84 ZPO). Die Beklagten verneinen hinsichtlich einzelner Begehren ein Rechtsschutzinteresse mangels Erstbegehungs- bzw. Wiederholungsgefahr. Darauf wird in Bezug auf die Erstbegehungsgefahr unter E. 8.3.1/9.4.3. und auf die Wiederholungsgefahr in E. 9.4.4. näher einzugehen sein.

2.6. Bestimmtheit von Rechtsbegehren

Soweit die Beklagten Nichteintreten zufolge unbestimmter Rechtsbegehren beantragten, wird darauf in E. 9.2. zurück zu kommen sein.

II. Materielles

1. Die Rechte der Klägerinnen

1.1. Marke

Die Klägerin 1 verfügt in der Schweiz (nicht abschliessend) über folgende eingetragenen (internationalen) Marken (act. 1 Rz. 138 ff.): Die älteste Marke im Portfolio ist die IR-Marke Nr. 1 ... A._____. Sie wurde am tt.mm.1954 in das Register eingetragen, geht aber zurück auf eine frühere Eintragung Nr. 2, welche am tt.mm.1934 erfolgte. Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis umfasst unter anderem chemische Erzeugnisse in Klasse 1, kosmetische Produkte in Klasse 3 sowie in Klasse 5 Medikamente, chemische Gesundheits- und Hygieneprodukte, pharmazeutische Produkte und Desinfektionsmittel (act. 5/67). Die IR-Marke Nr. 3 A._____ wurde am tt.mm.1964 eingetragen. Sie basiert auf einer deutschen Basismarke vom tt.mm.1959. Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis umfasst unter anderem in Klasse 1 pflanzliche Arzneimittel, chemische Produkte für diverse Zwecke und Anwendungen sowie in Klasse 5 Medikamente für Tiere und Men-

schen, Pestizide, Herbizide, pflanzliche und tierische Arzneimittel und chemische Produkte für die Fermentierung (act. 5/68). Die IR-Marke Nr. 4 A._____ wurde am tt.mm.1990, gestützt auf eine deutsche Basismarke vom tt.mm.1985, eingetragen und schützt das Zeichen unter anderem für Farben und Lacke in Klasse 2, wissenschaftliche Laborgeräte und Laborinstrumente in Klasse 9 sowie chirurgische, medizinische, zahnärztliche und tierärztliche Geräte und Instrumente in Klasse 10 (act. 5/69). Die IR-Marke Nr. 5 schützt den Schriftzug A._____ und wurde am tt.mm.2010 eingetragen. Sie beansprucht die Priorität der deutschen Basismarke (tt.mm.2010). Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis umfasst unter anderem die Behandlung von Materialien in Klasse 40, wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen, Forschung und Design, industrielle Analyse und Forschungsdienstleistungen in Klasse 42 sowie medizinische und tiermedizinische Dienstleistungen und hygienische Pflege in Klasse 44 (act. 5/70). Die IR-Marke Nr. 6 A._____ wurde am tt.mm.2012 eingetragen. Sie beansprucht die Priorität der deutschen Basismarke (tt.mm.2012). Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis umfasst unter anderem pharmazeutische und tiermedizinische Präparate, sanitäre Präparate für medizinische Zwecke, diätetische Substanzen für den medizinischen Gebrauch, Babynahrung und Desinfektionsmittel in Klasse 5 sowie Telekommunikationsdienstleistungen in Klasse 38 (act. 5/71).

Das bis vor kurzem verwendete A._____-Logo ist geschützt durch die IR-Marken Nr. 7 (farbig) und Nr. 8 (schwarz-weiss). Beide Marken wurden am tt.mm.2001 unter Beanspruchung der Priorität der deutschen Basismarke (tt.mm.2001) eingetragen. Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis umfasst jeweils diverse chemische Erzeugnisse (inkl. chemische Substanzen zur Aufbewahrung von Lebensmitteln) in Klasse 1, Seifen und andere kosmetische Produkte in Klasse 3, diverse pharmazeutische und medizinische Erzeugnisse, Babynahrung, Fungizide und Herbizide in Klasse 5, diverse wissenschaftliche Instrumente und Geräte in Klasse 10, Druckwaren und Lehr- und Unterrichtsmaterialien in Klasse 16, Werbung und Geschäftsführung in Klasse 35 sowie diverse Dienstleistungen in Klasse 42 (inkl. das Zurverfügungstellen von Informationen und die Beratung in Gesundheitsfragen, das Zurverfügungstellen von Zugriffszeiten auf Computerdatenbanken mit medizinischen und pharmazeutischen Daten, das Zusammenstellen

von wissenschaftlichen, medizinischen und pharmazeutischen Berichten, Dokumenten und Informationen, die medizinische, hygienische und Schönheitspflege; vgl. act. 1 Rz. 145).

Die Beklagten bestreiten nicht, dass diese Marken in den Registern eingetragen sind (act. 18 Rz. 494). Sie wenden aber ein, dass die Klägerinnen über keine Anspruchsgrundlage verfügten, um den Beklagten Tätigkeiten im Bereich der Tiermedizin bzw. der Tiergesundheit zu untersagen. Veterinärmedizinische Produkte seien nicht mit pharmazeutischen Produkten und Medikamenten gleichartig, weil sie ausschliesslich für Tiere verwendet und in der Regel von Tierärzten abgegeben würden. Im Bereich der Tiermedizin seien die Klägerinnen aber nicht tätig und hätten ihre Marken, sofern diese überhaupt tiergesundheitsliche Arzneimittel und Leistungen beanspruchen, folglich in diesen Bereichen auch nicht rechtserhaltend gebraucht. Aus einem Gebrauchsrecherchebericht ergebe sich, dass die klägerischen Marken in der Schweiz im Zusammenhang mit Desinfektionsmitteln gar nicht (nicht einmal für den humanmedizinischen Bereich) verwendet würden (act. 18 Rz. 402). Soweit die Streitmarken folglich Medikamente für Tiere (IR 3), tierärztliche Geräte und Instrumente (IR 4, IR 9, IR 10, IR 11), tiermedizinische Dienstleistungen (IR 5), tiermedizinische Präparate (IR 6), Hygiene- und Schönheitspflege für Tiere (IR 10, IR 11), Veterinärmedizinische Erzeugnisse (CH 12) oder Desinfektionsmittel (IR 1, IR 6) beanspruchen, machen die Beklagten einredeweise die Teilnichtigkeit dieser Marken infolge Nichtgebrauchs geltend. Die Klägerinnen seien den angebotenen Nachweis des angeblich intensiven Gebrauchs für diese Waren und Dienstleistungen schuldig geblieben (act. 18 Rz. 403 mit Hinweis auf act. 1 Rz. 146).

Replicando halten die Klägerinnen demgegenüber fest, dass die Nichtgebrauchseinrede zumindest glaubhaft zu machen sei (Art. 12 Abs. 3 MSchG). Der Gebrauchsrecherchebericht betreffe jedoch nur Desinfektionsmittel, nicht veterinärmedizinische Produkte (act. 43 Rz. 866). Überdies bestehe zwischen Human- und Tiermedizin Warengleichheit (act. 43 Rz. 867). Zwischen Desinfektionsmitteln und veterinärmedizinischen Produkten bestehe Warengleichartigkeit (act. 43 Rz. 886 ff.). Der Gebrauchsrecherchebericht betreffend Desinfektionsmittel taue nicht, da

er auf die Schweiz beschränkt sei und den Gebrauch in Deutschland ausser Acht lasse. Dieser sei aber zu berücksichtigen (act. 43 Rz. 890 mit Hinweis auf Art. 5 Abs. 1 des Übereinkommens zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster- und Markenschutz vom 13. April 1982). Ein Nichtgebrauch der klägerischen Marken für Desinfektionsmittel sei in der Schweiz und Deutschland somit nicht einmal i.S.v. Art. 12 Abs. 3 MSchG glaubhaft gemacht. Zudem liege rechtserhaltender Gebrauch vor (act. 43 Rz. 890).

Duplicando erheben die Beklagten eine neue Einrede des Nichtgebrauchs betreffend die Marke Nr. 6 (.A._____; act. 53 Rz. 684). Wie zu zeigen sein wird, erübrigt sich die Beurteilung der von den Beklagten erhobenen Einwände (hinten E. 9.8.).

1.2. Firma und Name

Die Klägerin 2 führt unstrittig seit dem tt.mm.1997 die Firmenbezeichnung A.____ (Schweiz) AG. Diese geht zurück auf die ... A.____ (Schweiz AG), die unter diesem Namen am tt.mm.1973 im Handelsregister des Kantons Zürich eingetragen wurde (act. 1 Rz. 147 ff; act. 18 Rz. 128, S. 178 e contrario). Die Klägerin 1 wie auch die Klägerin 2 treten unter dem Namen A.____ auf dem schweizerischen Markt auf (act. 1 Rz. 623).

2. Die Rechte der Beklagten

Nur für den Fall, dass das Gericht die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit bejahe, berufen sich die Beklagten auf das Recht des Gleichnamigen im Sinne von Art. 29 ZGB (act. 53 Rz. 377). Die Beklagte 1 trage seit 1890 (Gründung der US-Niederlassung) den Namen der Gründerfamilie A.____. Beide Parteien könnten somit die gleichen historischen Rechte am Zeichen A.____ geltend machen (act. 18 Rz. 127). Die Beklagten könnten sich für die Nutzung des Zeichens A.____ als Domainnamen und als Firma auf ihrer Internetseite auf ihr ausländisches Firmen- und Namensrecht stützen (act. 18 Rz. 127). Vor dem Hintergrund der gemeinsamen Vergangenheit könne sich keine Partei auf prioritäre Rechte berufen, da es um Parteien mit gemeinsamen Wurzeln gehe (act. 18 Rz. 129). Die Beklagte 1 sei darauf angewiesen, auch im Ausland unter ihrer Firma auftre-

ten zu können. Wer in den Konzern investieren wolle, müsse Aktien der Beklagten 1 erwerben, die an der NYSE kotiert seien (act. 18 Rz. 131 ff.). Die Parteien hätten in der Zusatzvereinbarung von 1975 eine Interessenabwägung vorgenommen, die auch im vorliegenden Verfahren nicht ungeachtet gelassen werden dürfe (act. 18 Rz. 134). Einem Unternehmensträger, der seinen Namen jahrzehntelang zuerst als Einzelfirma und später als Firma einer Kapitalgesellschaft verwende, könne das Recht nicht aberkannt werden, unter dem gleichlautenden Domainnamen eine Internetseite zu betreiben (act. 18 Rz. 157). Dem halten die Klägerinnen replicando entgegen, dass die Beklagten in der Schweiz über keinerlei Rechte am Zeichen A._____ verfügen würden (act. 43 Rz. 164). Es wird unter E. 12. auf die Namensrechte der Beklagten zurückzukommen sein

3. Ort der Kennzeichenverletzung im Internet

3.1. Einleitung

Die Klägerinnen stützen die vorliegende Klage auf Marken-, Firmen-, Namens- und Lauterkeitsrecht. Mehrheitlich sehen die Klägerinnen im Betrieb von Internetseiten und sozialen Medien wie Twitter, YouTube, Facebook, LinkedIn etc. (fortan Neue Medien) einen Verstoss gegen ihre Kennzeichenrechte. Nur am Rande geht es um vorgeworfene Handlungen ausserhalb des Internets (Eingangshalle AE._____ etc.). Es wurde bereits ausgeführt, dass Marken- und Firmenrecht gegenüber Namen- und Lauterkeitsrecht insofern unterschiedlich zu behandeln sind, als letztere bereits auf der Ebene des anwendbaren Rechts eine Marktauswirkung verlangen. Im Folgenden drängen sich daher für die geltend gemachten Verstösse einige Grundbemerkungen hinsichtlich Marken- und Firmenrecht auf, auf welche ohne weiteres schweizerisches Recht zur Anwendung gelangt (vgl. E. 2.2.1.).

3.2. Markenrecht

Das Bundesgericht hat sich bislang noch nicht konkret mit dem Ort einer Kennzeichenverletzung bei Neuen Medien auseinandergesetzt, sondern diese Fragen bloss im Zusammenhang mit dem Erfolgsort bei Internetdelikten im Rahmen der Zuständigkeitsprüfung tangiert (Urteil des Bundesgerichts vom 6. März 2005

[4C.341/2005] E. 4.1 = sic 2007 S. 543). Positiv will es z.B. die Verletzung schweizerischer Kennzeichen durch Domain-Namen jedenfalls dann anerkennen, wenn sich die betreffende Internetseite bestimmungsgemäss an ein Schweizerisches Publikum richtet (ROLAND VON BÜREN/LUCAS DAVID, Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Markenrecht, 2. Auflage, Basel 2009, N 31 ff.). Im Zusammenhang mit dem Erfolgsort gelten als Indizien für eine bestimmungsgemässe Ausrichtung einer Internetseite ein bestimmtes Land bzw. ein bestimmter Ort (etwa die Top Level Domain ".ch" oder ".swiss"), internationale Lieferungen oder Dienstleistungserbringung bzw. Disclaimer (wonach gewisse Länder nicht beliefert wurden), die Verwendung der Sprache und der Währung des Gerichtsstands. In einem neueren Entscheid hat demgegenüber der EuGH die blosser Abrufbarkeit einer Webseite für die Annahme des Erfolgsorts gemäss Art. 5 Nr. 3 LugÜ genügen lassen (EuGH vom 19. April 2012 [C-523/10] Rz. 26 ff.; BSK MSchG – MARKUS R. FRICK, N 38 zu Vor Art. 51a – 60 MSchG). Diese Rechtsprechung ist aber in zweierlei Hinsicht mit Vorsicht zu würdigen: Einerseits liegt diesem Entscheid das Lugano Übereinkommen zugrunde, und andererseits erging der Entscheid im Rahmen der Zuständigkeitsprüfung (Erfolgort) und nicht konkret bezogen auf den (materiellrechtlichen) Ort der Kennzeichenverletzung.

Das Bundesgericht hat – wiederum im Zusammenhang mit dem Erfolgsort – zwar festgehalten, dass ein Domainname mit dem Bestandteil Suisse in der ganzen Schweiz bestimmungsgemäss abrufbar sei, weshalb die Frage, ob der Erfolgsort auf die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu beschränken sei, offen gelassen werden könne (Urteil des Bundesgerichts vom 6. März 2005 [4C.341/2005] E. 4.2.). Kriterien zur bestimmungsgemässen Abrufbarkeit stellte das Bundesgericht aber nicht auf, was angesichts des Bestandteils Suisse auch nicht weiter zu erstaunen vermag. Auch der vom Bundesgericht zitierten Literatur lässt sich nichts hierzu entnehmen (vgl. REINHOLD GEIMER /ROLF A. SCHÜTZE, Europäisches Zivilverfahrensrecht, 2. Aufl. München, 2004, N 251 zu Art. 5). In der Entscheidungsbesprechung zum genannten Bundesgerichtsentscheid führt BUNDI aus, dass zwei Arten von Top Level Domains (TLD) unterschieden werden können, nämlich einerseits TLDs mit Hinweis auf die geographische Herkunft (Country Codes TLD [ccTLD] wie beispielsweise .ch), andererseits generische TLDs (gTLD, beispiels-

weise .com). BUNDI kommt zum Schluss, dass .ch Internetseiten bestimmungsgemäss in der Schweiz abrufbar seien, die übrigen ccTLDs nur dann, wenn sie gewisse Assoziationen zur Schweiz auslösten. Generische Domainnamen wie .com seien grundsätzlich nicht auf Staaten beschränkt, weshalb sie keine Anhaltspunkte für einen möglichen Erfolgsort liefern würden und deshalb grundsätzlich überall bestimmungsgemäss abrufbar sein könnten. BUNDI stellt sich weiter auf den Standpunkt, dass bei Bejahung der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit noch die Frage zu entscheiden sei, ob ein bestimmungsgemässer Gebrauch vorliege. Ein solcher liege nur vor, wenn der Domainname im entsprechenden Markt gezielt eingesetzt werde (durch die Sprache, Marktausrichtung des Webseitenbetreibers, Angebote ins betreffende Land, Angriffe auf bestimmte Konkurrenten oder die Anbringung eines nicht ernst gemeinten Disclaimers). Je mehr solcher Kriterien erfüllt seien, umso eher sei ein bestimmungsgemässer Gebrauch und damit ein Erfolgsort in der Schweiz zu bejahen. Die Welthandelsorganisation für geistiges Eigentum (fortan WIPO) habe mit der Proposed Joint Recommendation Concerning Provisions On The Protection Of Marks, And Other Industrial Property Rights in Signs, On The Internet aus dem Jahr 2001 diese Problematik behandelt. Demnach seien commercial effects für die Qualifikation einer Benutzung in einem anderen Mitgliedsstaat notwendig (MARCO BUNDI, *Medialex* 2007, Erfolgsort bei Domainstreitigkeiten nach Art. 5 Abs. 3 LugÜ, Bundesgerichtsentscheid vom 6. März 2007 [4C.341/2005], 147-150).

Die genannten Entscheide betreffen jeweils die Frage der internationalen Zuständigkeit und lassen sich nicht tel quel auf die vorliegend aufgeworfene Problematik übertragen. Das Bundesgericht hat sich bislang noch nicht isoliert (d.h. ausserhalb der Prüfung der Zuständigkeit) zur Frage des Ortes des Kennzeichengebrauchs im Internet geäussert. Angesichts der weltweiten Abrufbarkeit von Internetangeboten zeigte sich nach schweizerischem Rechtsverständnis schon früh, dass das Territorialitätsprinzip durch Elemente des Auswirkungsprinzips relativiert werden muss. Insbesondere bei der Umschreibung des materiellen Verletzungstatbestands muss ein klarer Marktbezug zur Schweiz bestehen (ROLAND VON BÜREN/LUCAS DAVID, *Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht, Markenrecht*, 2. Aufl. Basel 2009, N 31 ff.). Daran hat sich bis heute nichts

geändert. Nach wie vor wird vorausgesetzt, dass die Verletzungshandlung einen gewissen Binnenbezug aufweist (BSK MSchG – MARKUS R. FRICK, N 38 zu Vor Art. 51a – 60 MSchG). MENN hält dafür, dass die Anwendbarkeit des Markenrechts von der Ausrichtung einer Internetseite auf ein bestimmtes Land abhängt. Ob eine Zeichenverwendung von den Verkehrskreisen im Schutzgebiet einer Marke in eine Verbindung mit dem Inhaber des geschützten Zeichens gebracht werde, ist nach MENN nach objektiven Kriterien zu beurteilen. Die subjektive Meinung des Betreibers sei allenfalls dann von Bedeutung, wenn entsprechende Informationen auf der Internetseite wiedergegeben würden. MENN zieht ebenfalls die von der WIPO ausgearbeiteten Empfehlungen bei (CONRADIN MENN, Internet und Markenschutz, Diss. Bern 2003, S. 85 ff.).

3.3. Firmenrecht

Die im schweizerischen Handelsregister eingetragene Klägerin 2 stützt ihren Anspruch daneben auch auf Firmenrecht, da in den Domains gemäss Klagebegehren 1a, 1b, 2 und 5 eine Verletzung von Firmenrecht liege (act. 1 Rz. 603 ff.). Gemäss Art. 157 Abs. 1 IPRG muss die Firma *in der Schweiz* verletzt werden. Dabei handelt es sich um eine einseitige Schutzlandanknüpfung und es ist ausreichend für die Anwendung schweizerischen Rechts, dass der Inhaber für sein Unternehmenskennzeichen Schutz beansprucht (BSK IPRG – GION JEGHER/DAVID VASELLA, N 7 zu Art. 157 IPRG). Art. 157 Abs.1 IPRG regelt den Schutz für das Inland. Wie es sich mit dem Schutz für das Ausland verhält, ist umstritten (BSK IPRG – GION JEGHER/DAVID VASELLA, N 12 zu Art. 157 IPRG). Da die Klägerin 2 Verletzungen in der Schweiz behauptet (act. 1 Rz. 604 und 615), erübrigen sich weitere Ausführungen dazu. Entscheidend ist somit (wie beim Markenrecht) auch beim von der Klägerin 2 geltend gemachten firmenrechtlichen Anspruch, ob die Verletzungshandlungen in der Schweiz stattfinden.

3.4. Kriterium der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit

Zusammenfassend setzen sämtliche von den Klägerinnen angerufenen Rechtsbehelfe (Marken- und Firmenrecht auf materieller Ebene, Namens- und Lauterkeitsrecht bereits auf kollisionsrechtlicher Ebene) einen Kennzeichengebrauch in

der Schweiz voraus. Es rechtfertigt sich folglich eine gesamtheitliche Betrachtungsweise. Da es sich beim Internet um ein weltweites Medium handelt, auf das von der ganzen Welt zugegriffen werden kann, ist mit der herrschenden Lehre die blosser Abrufbarkeit einer Internetseite nicht als genügenden Bezug zur Schweiz anzuerkennen, sondern sind weitere Anhaltspunkte zu fordern. Davon scheinen auch die Klägerinnen auszugehen, führen sie doch selber aus, dass eine auf chinesisches verfasste Seite in der Schweiz nicht bestimmungsgemäss abrufbar sei (act. 43 Rz. 572). Das Bundesgericht verwendet den Begriff der *bestimmungsgemässen* Abrufbarkeit einer Internetseite in der Schweiz. Massgebend ist, ob die Seite aufgrund objektiver Anhaltspunkte auf das betreffende Land ausgerichtet ist. Die subjektive Sichtweise ist dann zu beachten, wenn sie objektiv auf der Seite oder einem Pop-Up-Fenster festgehalten wird.

Wird eine Internetseite unter einer schweizerischen TLD betrieben (.ch), ist grundsätzlich ohne weiteres von einer bestimmungsgemässen Abrufbarkeit in der Schweiz auszugehen, indiziert doch bereits das Landeskürzel einen schweizerischen Bezug. Handelt es sich – wie im vorliegenden Fall – um eine TLD mit der Endung .com, so ist entscheidend, ob sich die Internetseite in objektiver Hinsicht an Nutzer in der Schweiz richtet (vgl. E. 3.2.). Beide Parteien stellen sich übereinstimmend auf den Standpunkt, dass die in der "Joint Recommendations Concerning Provisions on the Protection of Marks and Other Industrial Property Rights in Signs on the Internet" der WIPO niedergelegten Kriterien zu berücksichtigen seien (act. 18 Rz. 230; act. 43 Rz. 510). Diese Empfehlungen befassen sich zwar mit der Frage des Orts des Kennzeichengebrauchs im Internet. Sie erreichen jedoch nicht die rechtliche Bindungswirkung eines internationalen Vertrags. Man ging seinerzeit davon aus, dass der durch die Verabschiedung der Joint Recommendations erzielte politische Druck genügen werde, die Mitgliedsstaaten zur gegebenenfalls erforderlichen Anpassung der rechtlichen Vorgaben im nationalen Recht zu bewegen, und eine gewisse Signalwirkung für die nationalen Gerichte haben werde. Die WIPO will das Problem der Kollision im materiellen Recht lösen und nicht auf der Zuständigkeitsebene oder bei der Frage des anwendbaren Rechts (vgl. DR. TORSTEN BETTINGER, Die WIPO-Vorschläge zum Schutz von Marken und anderen Zeichenrechten im Internet, in: WRP – Wettbewerb in Recht

und Praxis, 7/2001, S. 789, 792). In der Schweiz haben die entsprechenden Empfehlungen auch 18 Jahre nach der Verabschiedung noch keinen Niederschlag in der Rechtsprechung gefunden, was aber auch damit zu tun haben dürfte, dass die entsprechenden Fragen sich bislang noch nicht in dieser Deutlichkeit stellten. Jedenfalls greifen insbesondere MENN und BUNDI die WIPO-Empfehlungen im Zusammenhang mit dem Schweizerischen Kennzeichenrecht auf. Die deutschen Gerichte berücksichtigen die WIPO-Bestimmungen im in Deutschland ergangenen Parallelfall als "Quelle der Inspiration" (act. 78/240 E. 4). Da es sich bei der Frage des Ortes des Kennzeichengebrauchs um ein globales Problem handelt, rechtfertigt es sich, im Rahmen der Auslegung des Begriffs der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit die in den WIPO-Empfehlungen beschriebenen Kriterien im Sinne einer Auslegungshilfe bei der Entscheidungsfindung zu berücksichtigen, dies immer vor dem Hintergrund, dass es letztendlich in Gesamtwürdigung der Umstände auf den Einzelfall und nicht auf abstrakte Kriterien ankommen kann. Insbesondere gilt es zu berücksichtigen, dass die Parteien des vorliegenden Verfahrens einen gemeinsamen Ursprung haben und es somit nicht um einen absolut unabhängigen Konkurrenten geht, der Produkte verkauft. Daher sind die WIPO-Bestimmungen nur beschränkt tauglich, aber gleichwohl heranzuziehen. Die massgeblichen Kriterien sind in den WIPO-Empfehlungen in Art. 3 dargelegt:

Article 3
Factors for Determining Commercial Effect in a Member State

(1) [*Factors*] In determining whether use of a sign on the Internet has a commercial effect in a Member State, the competent authority shall take into account all relevant circumstances. Circumstances that may be relevant include, but are not limited to:

(a) circumstances indicating that the user of the sign is doing, or has undertaken significant plans to do, business in the Member State in relation to goods or services which are identical or similar to those for which the sign is used on the Internet.

(b) the level and character of commercial activity of the user in relation to the Member State, including:

(i) whether the user is actually serving customers located in the Member State or has entered into other commercially motivated relationships with persons located in the Member State;

(ii) whether the user has stated, in conjunction with the use of the sign on the Internet, that he does not intend to deliver the goods or services offered to customers located in the Member State and whether he adheres to his stated intent;

(iii) whether the user offers post-sales activities in the Member State, such as warranty or service;

(iv) whether the user undertakes further commercial activities in the Member State which are related to the use of the sign on the Internet but which are not carried out over the Internet.

(c) the connection of an offer of goods or services on the Internet with the Member State, including:

(i) whether the goods or services offered can be lawfully delivered in the Member State;

(ii) whether the prices are indicated in the official currency of the Member State.

(d) the connection of the manner of use of the sign on the Internet with the Member State, including:

(i) whether the sign is used in conjunction with means of interactive contact which are accessible to Internet users in the Member State;

(ii) whether the user has indicated, in conjunction with the use of the sign, an address, telephone number or other means of contact in the Member State;

(iii) whether the sign is used in connection with a domain name which is registered under the ISO Standard country code 3166 Top Level Domain referring to the Member State;

(iv) whether the text used in conjunction with the use of the sign is in a language predominantly used in the Member State;

(v) whether the sign is used in conjunction with an Internet location which has actually been visited by Internet users located in the Member State.

(e) the relation of the use of the sign on the Internet with a right in that sign in the Member State, including:

(i) whether the use is supported by that right;

(ii) whether, where the right belongs to another, the use would take unfair advantage of, or unjustifiably impair, the distinctive character or the reputation of the sign that is the subject of that right.

(2) [*Relevance of Factors*] The above factors, which are guidelines to assist the competent authority to determine whether the use of a sign has produced a commercial effect in a Member State, are not pre-conditions for reaching that determination. Rather, the determination in each case will depend upon the particular circumstances of that case. In some cases all of the factors may be relevant. In other cases some of the factors may be relevant. In still other cases none of the factors may be relevant, and the decision may be based on additional factors that are not listed in paragraph (1), above. Such additional factors may be relevant, alone, or in combination with one or more of the factors listed in paragraph (1), above.

Auf die Frage, wie es sich mit den streitgegenständlichen Internetseiten und Social-Media-Kanälen verhält, wird im Folgenden einzugehen sein.

4. Überblick über die Rechtsbegehren

Die Klägerinnen stellen eine Vielzahl an Rechtsbegehren, die sich teilweise überschneiden. Zudem verweisen sie zur Begründung jeweils auf Ausführungen von anderen Rechtsbegehren. Nachfolgend im Sinne der Klarheit einige einleitende Bemerkungen: Es gibt eine schweizerische Internetseite C.____.ch (auf die Nennung von www. wird zwecks besserer Lesbarkeit durchwegs verzichtet) und Internetseiten wie A.____.com bzw. A.____(xy).com (wobei xy für die in Rechtsbegehren 2 aufgeführte Domains steht) sowie Social-Media-Kanäle. Daneben wird in Rechtsbegehren 5 konkret auf die Zeichenverletzungen und in Rechtsbegehren 7 auf die Hyperlinks von C.____.ch auf die A.____.com und A.____(xy).com-Seiten Bezug genommen. Im folgenden wird somit zuerst ohne Berücksichtigung der Verlinkungen von C.____.ch auf die einzelnen Begehren 1 bis 5 eingegangen (vgl. act. 1 Rz. 749, wo nichts von C.____.ch steht). Die Verlinkungen von C.____.ch werden im Anschluss behandelt. Schliesslich folgen noch behauptete Offline-Verletzungen. Soweit die Klägerinnen pauschal den Internetauftritt der Beklagten in seiner Gesamtheit angreifen, sind sie damit nicht zu hören, da für jede behauptete Rechtsverletzung die entsprechenden Voraussetzungen darzulegen sind.

5. A.____.com (Rechtsbegehren 1a und 1b)

5.1. Unbestrittener Sachverhalt

Unstrittig sind die Internetpräsenzen A.____.com, C.____.com sowie C.____.ch in der Schweiz abrufbar. Die Seiten A.____.com und C.____.com sind auf Englisch verfasst (act. 1 Rz. 565; act. 43 Rz. 565 lit. f; act. 53 Rz. 25). Die von den Beklagten auf C.____.ch ausgeschriebenen Jobangebote sind teilweise in Englisch verfasst (act. 43 Rz. 578; act. 53 Rz. 257). Die Seite C.____.ch ist neben anderen Sprachen auch auf Englisch verfügbar (act. 43 Rz. 579; act. 53 Rz. 258).

Die Internetpräsenz A.____.com enthält zahlreiche Links auf Unterseiten, wozu auch Präsenzen auf Facebook, YouTube, Twitter und LinkedIn gehören (act. 1 Rz. 168). Bewegt man den Cursor unten im Bildschirm über den schwarzen Balken, so erscheint ein Pop-Up-Fenster mit Links. Klickt man auf Terms of Use, so findet sich dort der Hinweis, dass die Internetseite für die Benutzung durch Einwohner der USA und ihrer Hoheitsgebiete bestimmt ist (act. 1 Rz. 91 ff.; act. 18 Rz. 261):

"This website is maintained by A.____ B.____ Corp., a subsidiary of A.____ & Co., Inc., AC.____, AD.____ ("A.____") and is intended for use by residents of the U.S. and its territories who are 18 years of age or older."

Gemäss Google Analytics betragen die Zugriffe aus der Schweiz in der Periode zwischen dem 1. Januar 2010 und dem 31. August 2016 je nach Internetseite zwischen 0.03% und 0.95% (act. 18 Rz. 246; act. 43 Rz. 585). Auf der Internetpräsenz A.____.com finden sich Produktinformationen, die auf der Internetseite der Beklagten 3 (C.____.ch) nicht erhältlich sind (act. 1 Rz. 196; act. 53 Rz. 295). In der Unterrubrik Clinical Trials (Unterseite von A.____.com) fanden sich im Zeitpunkt der Klageeinleitung u.a. Informationen zu laufenden oder abgeschlossenen Studien, davon neun in der Schweiz. Unstrittig wurde nach mehreren Klicks ein Kontakt in der Schweiz mit Schweizer Telefonnummer angegeben, falls Interesse besteht, an einer Studie in der Schweiz teilzunehmen (act. 1 Rz. 102 und Rz. 208; act. 18 Rz. 472). In der Zwischenzeit ist der Seiteninhalt, insbesondere die Schweizer Kontaktinformation, gelöscht worden (act. 43 Rz. 605). Ein auf der Internetseite A.____.com in der Rubrik N.____ gesetzter Link führt zu C.____.com, wo sich Stellenanzeigen der Beklagten 2 für die Schweiz befinden (act. 1 Rz. 210; act. 18 Rz. 260; act. 43 Rz. 611). A.____.com enthält bei den Kontaktinformationen Adressen und Telefonnummern der Beklagten in den USA und Kanada (act. 53 Rz. 21). Der Verweis auf die weltweiten Büros ("worldwide offices") ist mit der Bemerkung "A.____ is known as C.____ outside the U.S. and Canada" versehen. Durch Anklicken des Wortes C.____ erscheint ein Disclaimer:

... [Abbildung der Internetseite]

Klickt man auf OK, wird man auf die C.____.com Präsenz umgeleitet, wo sich sämtliche Adressen und Telefonnummern der anderen Konzerngesellschaften der Beklagten befinden (act. 1 Rz. 214; act. 18 Rz. 264; act. 53 Rz. 239).

Auf A.____.com lässt sich der Code of Conduct abrufen. Klickt man darauf, so erscheint vor der Weiterleitung auf C.____.com der nachfolgende Disclaimer (act. 53 Rz. 148) [*"you are now leaving www.A.____.com, our U.S. site. By continuing, you will be directed to our corporate code of conduct site. We are A.____ & Co., Inc., AC.____, AD.____, USA, known as C.____ outside the United States and Canada."*]:

... [Abbildung der Internetseite]

Auf A.____.com werden online keine Produkte zum Verkauf in der Schweiz angeboten (act. 43 Rz. 526; act. 53 Rz. 226). Auf A.____.com befindet sich eine globale Data Privacy und die Seite enthält Informationen zu Themen von weltweiter Bedeutung (act. 43 Rz. 500 und 603; act. 53 Rz. 298). Auf C.____.com ist ebenfalls eine Global Data Practices Notice for ... abrufbar (act. 53 Rz. 314). Die Schweizer C.____-Internetpräsenz C.____.ch ist mit der Swissmedic-Internetseite (act. 18 Rz. 258; act. 43 Rz. 610) sowie mit C.____.com verlinkt, wobei bei letzterem folgender Disclaimer erscheint (act. 53 Rz. 216):

... [Abbildung Disclaimer]

Vor Klageeinleitung wurde von der C.____.ch-Seite auf A.____.com für den Code of Conduct verlinkt (act. 1 Rz. 539). Dies ist heute nicht mehr der Fall, sondern es wird der Besucher neu automatisch auf C.____.com/about/how-we-operate/code of conduct/home.html weitergeleitet; es wird als Second Level Domain neu C.____ statt A.____ verwendet (act. 18 Rz. 84 ff.). Der Klick auf die Schweizer Fassung führt nun den Titel C.____ Code of Conduct (act. 18 Rz. 88). Die Links auf die A.____.com Präsenz sind mit Ausnahme der Links auf Corpo-

rate Headquarters Website und Investors auf C.____.ch vor Erstattung der Klageantwort entfernt worden (act. 18 Rz. 93, 381 f.; act. 43 Rz. 137, 681 und 815).

5.2. Parteistandpunkte

5.2.1. Klägerinnen

Die Klägerinnen bringen im Wesentlichen vor, dass sich A.____.com unweigerlich auch an Schweizer Nutzer richte, da die schweizerische Internetpräsenz C.____.ch sowie C.____.com wesentlich weniger umfangreich sei und seltener aufdatiert werde (act. 1 Rz. 89; act. 43 Rz. 565 und 598). Die Startseite von A.____.com enthalte keinen Disclaimer. Dieser sei in den Terms of Use in sehr kleiner Schrift enthalten, sehr versteckt angebracht und nicht ernst gemeint. Es werde zudem niemand daran gehindert, die Internetseite zu besuchen (act. 1 Rz. 91 ff.; act. 43 Rz. 612). 26% der Zugriffe auf die .com-Präsenzen würden aus Ländern ausserhalb der Vereinigten Staaten und Kanada erfolgen (act. 1 Rz. 110; act. 43 Rz. 565). In Relation zur Grösse der Schweizer Bevölkerung seien die Statistiken von Google Analytics ausserordentlich hoch (act. 43 Rz. 586). Es sei unzutreffend, dass das Abrufen von A.____.com aus der Schweiz einzig dann erfolge, wenn gezielt Informationen zu den Beklagten 1 und 2 gesucht würden. Im Gegenteil würden Nutzer, die nach den Klägerinnen suchen würden, A.____.com eingeben oder auf die entsprechende Seite klicken, wenn sie nach A.____ suchen und A.____.com als Treffer erhielten (act. 43 Rz. 600). Die Verlinkung von C.____.ch für weiterführende Informationen zu Medikamenten auf die Swissmedic-Internetseite bedeute nicht, dass die Schweizer Verkehrskreise nicht auf A.____.com suchen würden, wo sie weiterführende Informationen erhalten würden (act. 43 Rz. 610). Die Rubrik N.____ enthalte auch offene Stellenanzeigen aus der Schweiz (act. 1 Rz. 210); es treffe zwar zu, dass diese Stellen auf C.____.com zu finden seien; es werde aber mittels Link auf A.____.com darauf verwiesen (act. 43 Rz. 611). Die Beklagten würden mit der Weiterleitung für die restliche Welt bewusst davon ausgehen, dass diese Nutzer (darunter auch Nutzer aus der Schweiz) die relevanten Kontaktinformationen über A.____.com suchen würden (act. 1 Rz. 215; act. 43 Rz. 606). Die Tatsache, dass die Internetseiten auf Englisch verfasst seien, spreche nicht gegen eine bestimmungsgemäs-

se Abrufbarkeit, handle es sich doch um eine Weltsprache, die von einem überwiegenden Teil der schweizerischen Bevölkerung verstanden werde (act. 1 Rz. 565; act. 43 Rz. 565 und 568 ff.).

Der Internetauftritt der Beklagten sei bewusst auf ein globales und damit auch auf ein Schweizer Publikum ausgerichtet, enthalte er doch Informationen zu Themen von weltweiter Bedeutung. Die Beklagten würden bewusst mit Nutzern kommunizieren, von denen sie wüssten, dass sie aus der Schweiz stammen (act. 43 Rz. 491, 500 und 565). Zudem sei irrelevant, ob über die Internetpräsenz Waren abgesetzt würden, könnten doch auch passive Internetseiten eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit herbeiführen (act. 43 Rz. 493). Über A.____.com würden Produkte vorgestellt, die über die Schweizer Konzerngesellschaften offline auch in der Schweiz vertrieben würden. Es sei nicht entscheidend, dass die Offline-Tätigkeiten unter dem Zeichen C.____ bzw. A.____ B.____ erfolgten. Zudem werde in der Eingangshalle der schweizerischen Beklagten das Zeichen A.____ gebraucht, was letztlich auch der Förderung des Vertriebs der auf den .com-Internetseiten unter A.____ vorgestellten Produkte der Beklagten diene und eine geschäftliche Tätigkeit darstelle. Weiter würden Visitenkarten mit E-Mailadressen nach dem Muster Name.Vorname@A.____.com existieren. Die anhaltende Weigerung der Beklagten, Geotargeting bzw. Geoblocking zu verwenden, lasse keinen anderen Schluss zu, als dass die Beklagten den Zugriff durch Nutzer aus der Schweiz auch in Zukunft sichergestellt haben möchten (act. 43 Rz. 538 und 565).

5.2.2. Beklagte

Die Beklagten machen geltend, dass sie das Zeichen A.____ in der Schweiz nicht im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen benützten; hierfür diene das Zeichen C.____. Sie würden weder Service noch Garantie unter dem Zeichen A.____ anbieten und keine offline-Geschäfte in der Schweiz unter diesem Zeichen tätigen. Auf den .com-Präsenzen fänden sich keine Preise, und eine Lieferung von Arzneimitteln in einer anderen als der bewilligten Verpackung verletze Schweizer Recht (act. 18 Rz. 232). Die Beklagten würden auch keine Schweizerischen Besonderheiten aufgreifen, werde doch beispielsweise auf der Internetseite A.____.com nicht auf die Sponsorentätigkeit am ... AE.____ hin-

gewiesen; dies erfolge auf der Internetseite C.____.ch (act. 53 Rz. 285). Die klägerische Darstellung, dass die Artikel 3 Abs. 1 lit. a, b und c der WIPO-Empfehlungen nicht voraussetzen würden, dass im Schutzland eine geschäftliche Tätigkeit *unter dem fraglichen Zeichen* ausgeübt werde, sei falsch (act. 53 Rz. 220 und 227). Damit würde die offline-Zeichennutzung überhaupt keine Rolle für die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit spielen (act. 53 Rz. 220). Unter dem Zeichen A.____ würden die Beklagten keine Kunden in der Schweiz bedienen (act. 53 Rz. 222). Die Klägerinnen könnten nicht ernsthaft behaupten, dass die Beklagte 2 Geschäftsbeziehungen in der Schweiz unterhalte, nur weil sie gemeinsam mit der Al.____ AG als Herstellerin von AJ.____ angegeben werde, das für den US-Markt bestimmt sei (act. 53 Rz. 225). Die offline-Benutzung (Empfangshalle, E-Mailadresse, Teilnehmerliste etc.) stelle keinen Gebrauch für Waren oder Dienstleistungen dar. Die Produkte der Beklagten würden in der Schweiz unter dem Zeichen C.____ vertrieben. Gemäss Swissmedic-Richtlinien müsse die Förderung der Abgabe, des Verkaufs oder der Anwendung von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln mit passwortgeschützten Zugangsbeschränkungen versehen sein. Swissmedic habe zu Recht keine solche Prüfung vorgenommen, da sich die Internetseite nicht an ein Schweizer Publikum richte (act. 53 Rz. 231). Die Beklagten würden auch nicht beabsichtigen, früher oder später in der Schweiz unter dem Zeichen A.____ geschäftlich aktiv zu werden (act. 53 Rz. 235).

A.____.com enthalte bei den Kontaktinformationen lediglich Adressen und Telefonnummern der Beklagten in den USA und Kanada (act. 53 Rz. 21 und 173). Anfragen von der Schweiz würden auf die jeweiligen für die Schweiz bestimmten Internetpräsenzen weitergeleitet. Englisch sei nicht nur eine Weltsprache, sondern vor allem die Amtssprache im Herkunftsland der Beklagten 1 und 2. Es treffe nicht zu, dass ein überwiegender Teil der schweizerischen Bevölkerung Englisch verstehe (act. 18 Rz. 240). Die von den Beklagten auf C.____.ch ausgeschriebenen Jobangebote seien teilweise in Englisch verfasst, weil fließende Englischkenntnisse Teil des entsprechenden Jobprofils seien und nicht nur Bewerber aus der Schweiz berücksichtigt würden (act. 53 Rz. 257). Bei den C.____-Internetpräsenzen handle es sich nicht um pro-forma-Platzhalter bzw. Auftritte ohne Substanz, sondern um adäquate und legitime Parallelinternetseiten, die re-

gelmässig aufdatiert würden (act. 53 Rz. 289 ff.). Selbstverständlich würden die auf .ch abrufbaren Informationen den gesetzlichen Vorgaben entsprechen, weshalb in Übereinstimmung mit den Anforderungen des Heilmittelgesetzes und der Arzneimittelverordnung nur Medikamentennamen, nicht aber weitere Produktinformationen abgerufen werden könnten (act. 53 Rz. 295). Überdies könnten nicht einfach die Umfänge der Internetseiten C.____.ch und A.____.com miteinander verglichen werden, hätten diese doch ganz andere Aufgaben. A.____.com würde Informationen zu den Tätigkeiten der Beklagten 1 und 2 beinhalten, als Internetseite der Konzernzentrale Anlegern die nötigen Informationen verschaffen und als Sprachrohr an das US-amerikanische und kanadische Publikum fungieren, wenn auf ihr über das globale engagement der Beklagten berichtet werde. C.____.ch erfülle nur die erste Funktion, es sei daher nicht überraschend, dass die Seite A.____.com umfangreicher sei als die Seite C.____.ch (act. 53 Rz. 298). Der Schweizer Nutzer kenne die Beklagten unter dem Zeichen C.____, weshalb er auf C.____.com oder andere deutsch-, französisch- oder italienischsprachige Internetseiten gelangen würde (act. 53 Rz. 299). Der Argumentation, dass Schweizer Nutzer die Beklagten 1 und 2 über die Internetseiten kontaktieren könnten und die Beklagten 1 und 2 diese Anfragen beantworten würden, könne nicht gefolgt werden, stelle doch die von Nutzern initiierte Anfrage keinen hinreichenden territorialen Bezug zum Schutzland her (act. 53 Rz. 301). Für die Anzahl Zugriffe sei nicht der Anteil ausserhalb der USA bzw. Kanada relevant, sondern die Zugriffe aus der Schweiz. Zudem sei unklar, welche Internetpräsenzen die 26% enthalten würden. Aus Google Analytics würde sich im Gegenteil ergeben, dass auf die streitgegenständlichen .com-Internetpräsenzen nur sehr geringfügig zugegriffen werde (act. 18 Rz. 246). Besucherzahlen aus dem Schutzland würden nichts darüber aussagen, ob die Internetseite einen commercial effect im Schutzland habe (act. 53 Rz. 263). Zudem komme den effektiven Besuchszahlen nur eine untergeordnete Bedeutung zu, wenn es sich um eine legitime Internetseite ohne aktives Waren- und Dienstleistungsangebot und ohne spezifische lokale Ausrichtung auf das Schutzland handle (act. 53 Rz. 264). Die Google Analytics-Resultate würden sich nicht auf die Nutzer, sondern auf die Anzahl Sessions (= Sitzungen, wobei eine Sitzung eine Gruppe von Interaktionen sei, die innerhalb

eines bestimmten Zeitrahmens mit einer Internetseite stattfinden) beziehen. Die von den Klägerinnen getätigte Interpretation sei nicht haltbar, würde sie doch dazu führen, dass die Internetseite in einem Land mit geringem Bevölkerungsanteil zu einem wirtschaftlichen Effekt führen würde, in einem grossen Land wie beispielsweise den Vereinigten Staaten dagegen nicht (act. 53 Rz. 272). Die Anzahl Google-Hits spiele keine Rolle. Zudem liefere C.____.com ebenfalls viele Treffer und es sei wenig überraschend, dass die Konzernzentrale mehr Treffer als die Länderseite generiere (act. 18 Rz. 247). Da Schweizer Verkehrskreise die Beklagten unter C.____ kannten, würden sie zudem nach C.____ und nicht nach A.____ suchen, falls sie weitere Informationen als die auf der Länderseite abrufbare benötigen würden. Einen Grund, wieso die Schweizer Nutzer ausgerechnet A.____.com und nicht C.____.com, C.____.de, C.____-france.com oder C.____-italia.it aufsuchen würden, hätten die Klägerinnen nicht genannt (act. 18 Rz. 250). Der einzig ersichtliche Grund, weshalb A.____.com aus der Schweiz abgerufen werde, sei die gezielte Suche nach Informationen zu den Beklagten 1 und 2 (act. 18 Rz. 251). Die Verlinkungen auf der A.____.com-Präsenz seien irrelevant. Den Betreiber einer Internetseite treffe keine Haftung aus der Verlinkung mit anderen Inhalten (act. 18 Rz. 255). Die Beklagte 2 veröffentliche Stellenanzeigen auf A.____.com. Die Stellen für die Schweiz befänden sich jedoch auf C.____.com (act. 18 Rz. 260; act. 53 Rz. 315).

Ein Unternehmen dürfe über seine weltweite Tätigkeit oder globale Ereignisse informieren, ohne dass dadurch die relevanten Internetseiten weltweit bestimmungsgemäss abrufbar würden (act. 53 Rz. 187). Es handele sich keineswegs um ein Targeting (act. 53 Rz. 194 f.), ansonsten Unternehmen faktisch verboten würde, über die weltweite Tätigkeit zu berichten (der gesamte Internetseiteninhalt müsste aus kennzeichenrechtlicher Sicht mit sämtlichen Rechtsordnungen der Welt im Einklang stehen; act. 53 Rz. 198 f.). Global tätige Unternehmen würden weltweit gültige Richtlinien benötigen. Für das ausserhalb der USA und Kanada ansässige Publikum sei die Global Data Practices Notice for Healthcare Professionals auf C.____.com abrufbar (act. 53 Rz. 314). Der blosser Umstand, dass gewisse Informationen auch für Schweizer Investoren, die in die Beklagte 1 investiert haben oder an einer solchen Investition interessiert seien, oder Stellensu-

chende, die in den USA bei der Beklagten 2 arbeiten wollten, relevant seien, bewirke keinen wirtschaftlichen Effekt in der Schweiz. Die Informationen seien nicht gezielt an Schweizer Investoren oder Stellensuchende gerichtet, sondern ganz generell an Personen, die in die Beklagte 1 investiert hätten oder bei der Beklagten 2 arbeiten wollten (act. 53 Rz. 286).

Die Disclaimer seien ernst gemeint. Dies ergebe sich im Zusammenspiel mit den anderen Faktoren (kein Vertrieb von Produkten in der Schweiz, keine Schweizer Kontaktadressen, keine Verwendung einer Schweizer Landessprache, etc.). Disclaimer müssten auch nicht die Einschränkung der Abrufbarkeit einer Internetseite bezwecken (act. 53 Rz. 282 f.). Geoblockingmassnahmen würden bereits die Abrufbarkeit einer Webseite verhindern und könnten damit für die Frage der wirtschaftlichen Wirkung gar nicht relevant sein (act. 53 Rz. 189).

5.2.3. Rechtliche Würdigung

Vorderhand ist zu klären, ob die gemäss klägerischer Darstellung begangenen Verletzungshandlungen in firmen-, marken-, namen- und lauterkeitsrechtlicher Hinsicht einen genügenden Bezug zur Schweiz aufweisen. Dabei ist, da es sich um Kennzeichen handelt, eine wirtschaftliche Betrachtungsweise massgebend, wie dies auch in den WIPO-Empfehlungen festgehalten wird, die einen commercial effect verlangen. Massgebend hierfür ist, wie die entsprechende Internetpräsenz ausgerichtet ist. Die Abrufbarkeit allein ist nicht entscheidend. Daher kann in der Weigerung der Beklagten, Geotargeting zu verwenden, d.h. die Abrufbarkeit der Internetpräsenz per se zu verunmöglichen, noch keine *bestimmungsgemässe* Abrufbarkeit gesehen werden. Denn nicht jede abrufbare Internetseite richtet sich auf die Schweiz aus. Die von den Parteien thematisierten Zugriffsstatistiken sind insofern mit einer gewissen Vorsicht zu würdigen, als sie keine Unterscheidung von Zugriffen, die via Links erfolgen (und später unter E. 9 zu behandeln sein werden), und Direktzugriffen treffen.

Zur Prüfung der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit muss auf den Inhalt der Internetseite näher eingegangen werden (insofern unterscheidet sich dieser Fall von der Prüfung der Verwechslungsgefahr von Domainnamen, wo das Bundes-

gericht explizit nicht auf den Inhalt der Internetseite abstellt (vgl. BGE 128 III 353 E. 4.2.2.1.; hierzu auch hinten unter E. 9.6.1.). Beim Besuch der Internetpräsenz A._____.com findet sich zwar nicht sogleich ein Disclaimer. Ein solcher ist aber auch nicht vorausgesetzt. Der Schweizer Nutzer sieht sich mit einer .com, nicht mit einer .ch Domain konfrontiert, und auch in der Second-Level-Domain (A._____) finden sich keine Elemente mit schweizerischem Bezug. Soweit die Klägerinnen in der Ausschreibung von offenen Stellen ein schweizerisches Element sehen, ist ihnen entgegen zu halten, dass es den Beklagten erlaubt sein muss, als amerikanisches Unternehmen (auch) Stellen in der Schweiz auf ihrer Internetseite anzubieten, kann eine Stelle in der Schweiz doch auch für Amerikaner oder andere ausländische Arbeitskräfte in Frage kommen. Auch weltweit gültige Richtlinien bzw. ein Code of Conduct vermögen nicht einen schweizerischen Bezug herzustellen. Es mag zwar zutreffen, dass über mehrere Klicks (A._____.com→Clinical Trials→Find a study (Keyword/Country)→... Study) verschiedene Länder erschienen (heute nicht mehr), darunter Switzerland, AK._____ und eine Schweizer Nummer mit internationaler Vorwahl (vgl. act. 5/52). Unter Berücksichtigung des Umstands, dass es sich bei A._____.com um eine äusserst umfangreiche Internetpräsenz handelt, kann durch diese sich in Verästelungen und nur durch aktive Eingabe erhältlichen Daten, die überdies in Englisch gehalten sind und eine internationale Nummer betreffen, keine Ausrichtung auf Schweizer Nutzer für die gesamte Internetpräsenz der Beklagten abgeleitet werden.

Über A._____.com können keine Produkte in die Schweiz bestellt werden. Dieser Umstand spricht gegen einen schweizerischen Bezug. Die Beklagten stellen unter dem Zeichen A._____ keine Waren in der Schweiz her. Dies erfolgt erlaubterweise unter dem Zeichen C._____. Die Herstellung des Produkts AJ._____ zusammen mit AI._____ in der Schweiz ist für den US-Markt bestimmt. Auch wenn in diesem Zusammenhang A._____ erwähnt ist, können die Klägerinnen daraus nichts für sich ableiten. Ein direkter Bezug zur Internetseite liegt zudem nicht vor. Die von den Klägerinnen vorgebrachten Offline-Nutzungen (E-Mailadresse, Visitenkarten, Empfangshalle) werden später zu thematisieren sein (vgl. E. 10), ha-

ben aber mit der Internetpräsenz A._____.com direkt und deren Ausrichtung nichts zu tun.

Sämtliche Links, die von C._____.ch zu einer Weiterleitung auf A._____.com führten (auch Investoren/Corporate Headquarters), wurden entfernt. Darauf wird unter E. 9 näher einzugehen sein. Die Klägerinnen suchen auf ihrer Internetseite A._____.com nicht explizit nach Schweizer Investoren. Die Internetpräsenz enthält keine lokalisierenden Elemente. Die Beklagten machen nur geltend, dass Schweizer Investoren ein Anrecht auf den Zugriff auf finanzielle Informationen über die Beklagten 1 und 2 haben, und stellen sich gegen die Verunmöglichung des Abrufs, mithin gegen eine Zensur des Internets. Die Beklagte 1 ist an der NYSE kotiert (Symbol: ...), und es ist nachvollziehbar, dass sich Investoren über die Geschäfte von Unternehmen in anderen Ländern wie den USA und Kanada, aber auch dem Rest der Welt, informieren möchten. A._____ wird nicht zur Individualisierung des Unternehmens in der Schweiz, sondern zur Individualisierung des Unternehmens in den USA verwendet. Diese Überlegungen gelten in verstärktem Masse, wenn – wie hier – die Parteien jahrelang eine Koexistenz gelebt haben und den Beklagten nachweislich in den USA und Kanada die Befugnis zusteht, unter der streitgegenständlichen Bezeichnung aufzutreten.

Es trifft zwar zu, dass es sich bei der englischen Sprache in der Schweiz um eine geläufigere Sprache als beispielsweise chinesisch handelt. Gleichwohl findet sich auf der Internetseite weder eine französische noch deutsche noch italienische Fassung. Der Hinweis auf der Startseite, dass sich die Seite nur an nordamerikanische Benutzer richtet, mag zwar nicht einfach aufzufinden sein. Es darf aber auch nicht vergessen werden, dass die Internetseite den Marktauftritt der Beklagten 1 und 2 darstellt. Selbst wenn aus der Perspektive der Klägerinnen das sofortige Erscheinen eines Disclaimers wünschenswert sein dürfte, kann dies aus beklagter Sicht mit Blick auf unternehmerische Gesichtspunkte nicht erwartet werden. Klickt ein Schweizer Besucher – wie auch immer er auf diese Seite gelangt ist – auf die Rubrik worldwide, so wird er explizit darauf hingewiesen, dass A._____ ausserhalb der USA und Kanada unter C._____ bekannt ist. Nur wenn er anschliessend den Disclaimer mit OK anklickt, gelangt er auf die C._____.com-

Präsenz. Damit kommt aufgrund des Hinweises die Sicht des Betreibers der Internetseite zum Ausdruck, dass die A.____.com-Präsenz nicht an Schweizer Nutzer gerichtet ist. Der Disclaimer stellt eine zusätzliche Abgrenzung dar.

Hinzu tritt, dass man es vorliegend nicht mit dem klassischen Fall zu tun hat, dass ein Unternehmen bloss *eine* Internetpräsenz betreibt. Im vorliegenden Fall gibt es parallele Internetseiten für Benutzer aus den USA und Kanada (A.____.com) sowie den Rest der Welt (C.____.com). Vor allem: Die Beklagten betreiben in zulässiger Weise auch eine Internetseite unter der Domain C.____.ch. Sie leben also den Gedanken der Vereinbarung auch für das Internet weiter. Vor diesem Hintergrund ist neben den objektiven Gesichtspunkten auch aus subjektiver Sicht der Beklagten eine Ausrichtung der A.____.com Präsenz auf die Schweiz zu verneinen. Jedenfalls handelt es sich nicht um eine blosse pro-forma-Präsenz, lassen sich der C.____.ch-Präsenz doch diverse Informationen entnehmen. Wann genau die Seiten aufdatiert werden, ist nicht massgebend. Zudem legen die Beklagten nachvollziehbar dar, wieso für Produktinformationen auf die Swissmedic-Seite verwiesen wird. Jedenfalls kann es nicht darauf ankommen, dass die Seiten C.____.ch und A.____.com vollkommen deckungsgleich sein müssen, denn mit dieser Argumentation würden Unternehmen, die eine eigene Schweizer Seite betreiben, schlechter gestellt, als wenn sie gar keine Internetseite unter der TLD .ch verwenden würden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Internetpräsenz A.____.com sich nicht bestimmungsgemäss an Schweizer Nutzer richtet. Rechtsbegehren 1a und 1b sind daher mangels genügenden Bezugs zur Schweiz abzuweisen.

6. A.____(xy).com (Rechtsbegehren 2)

6.1. Überblick

Soweit die Parteien dieselben Argumente vorbringen, die sie bereits in Bezug auf Rechtsbegehren 1 vorgebracht haben, kann zur Vermeidung unnötiger Wiederholungen vorab auf die dortigen Ausführungen verwiesen werden. Hinsichtlich beinahe sämtlicher nachfolgender Domains (E.____, F.____, A.____G.____,

A.____I.____, A.____J.____, A.____K.____ und A.____L.____) machen die Klägerinnen unter Hinweis auf die Zugriffsstatistiken geltend, dass die Zugriffsrate aus der Schweiz in Relation zur Bevölkerungszahl ausserordentlich hoch seien (act. 43 Rz. 590, 617, 621, 590, 635, 643, 650 und. 660). Im übrigen wird im folgenden anhand der spezifisch vorgebrachten Argumente auf die einzelnen streitgegenständlichen Domains zu prüfen sein, ob eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit der entsprechenden Domains bzw. Internetpräsenzen vorliegt.

6.2. A.____G.____.com

Unstrittig befinden sich auf der Seite A.____G.____.com am unteren Rand die Terms of Use. Durch Anklicken erscheint derselbe Disclaimer wie auf der Internetseite A.____.com (vgl. Ziff. 3.4. hiervor; act. 1 Rz. 104; act. 18 Rz. 272; act. 53 Rz. 320). A.____G.____.com enthält verschiedene Versionen des A.____ Manuals. Die Internetseite enthält zwei Links (AL.____ und AM.____), die diese Bücher im Sortiment führen. Klickt man neben der Version auf den Link Buy on AL.____, so kann sich die auf AL.____.com registrierte Nutzerin das Buch in die Schweiz liefern lassen (act. 1 Rz. 105; act. 18 Rz. 270; act. 43 Rz. 627). Auf C.____.ch können keine A.____-Handbücher in Papierform bestellt werden. Über einen Link von C.____.ch auf C.____manuals.com gelangt man auf einen Link, wo Online-Versionen zur Verfügung gestellt werden, nicht aber Bücher in Papierform (act. 1 Rz. 258; act. 43 Rz. 628).

Die Klägerinnen machen geltend, dass die Beklagte 2 unter A.____G.____.com für die A.____ Manuals werbe, die sich direkt an Schweizer Nutzer richteten (act. 1 Rz. 103). Es sei nicht entscheidend, dass die Bücher über AL.____ vertrieben und verkauft würden. Ein Schweizer Nutzer werde bewusst auf AL.____ weitergeleitet Es trete eine wirtschaftliche Wirkung in der Schweiz ein (act. 43 Rz. 627). Einen Disclaimer, dass die Bücher nur für Nutzer in den USA und Kanada gedacht seien, suche man vergebens. Daran ändere auch der Disclaimer in den Terms of Use nichts (act. 43 Rz. 630).

Die Beklagten entgegnen, dass auf A.____G.____.com keine Bücher bestellt werden könnten, dies geschehe über AL.____. Sie hätten keinen Einfluss auf die Verkaufspolitik von AL.____. Heutzutage bestehe keine Nachfrage mehr nach Handbüchern in Papierform, daher seien die C.____ Manuals (in den USA und Kanada als A.____ Manuals bekannt) primär in elektronischer Form auf C.____manuals.com erhältlich (act. 53 Rz. 319).

Die Klägerinnen machen zu recht nicht geltend, dass die Beklagten auf A.____manuals.com direkt Bücher in Papierform in die Schweiz verkaufen. Zudem bieten die Beklagten die Onlineversionen auch nicht über A.____G.____.com an, sondern mittels Link von der Schweizer Seite C.____.ch auf C.____manuals.com. Damit ist eine schweizerische Ausrichtung der streitgegenständlichen Internetseite nicht augenfällig. Die Klägerinnen behaupten weder, dass die Seite C.____.ch oder C.____manuals.com auf A.____G.____.com verlinke, noch, dass auf einer dieser Seiten von Papierbüchern die Rede sein soll. Alleine der Umstand, dass die Seiten die Produkte nicht in derselben Form anbieten (Papier und elektronisch), kann nicht der Schluss gezogen werden, dass die Seite A.____G.____.com sich bestimmungsgemäss an Schweizer Nutzer richte. Daran vermag auch der Link auf den Dritten AL.____.com nichts zu ändern. Selbst wenn über diese Seite theoretisch Bücher in die Schweiz geliefert werden könnten, so würde es sich bei AL.____.com um eine eigene, von den Beklagten unabhängige Gesellschaft handeln. Die Beklagten haben keinen Einfluss darauf, wohin AL.____.com liefert. In der alleinigen Linksetzung kann somit keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit der Seite A.____G.____.com gesehen werden. Daneben sei angemerkt, dass die Verlinkung nicht etwa auf AL.____.de, sondern auf AL.____.com erfolgt. AL.____.com ist wie AM.____ eine US-Gesellschaft.

6.3. A.____-E.____.com

Klickt ein Nutzer beim Besuch von A.____-E.____.com auf worldwide, so trifft er auf eine Länderauswahl. Darin findet sich der Hinweis: "These websites are intended for US and Canada residents only". Klickt er auf Switzerland, wird er auf C.____-E.____.ch weitergeleitet (act. 1 Rz. 221; act. 43 Rz. 616). Unter

Contact us kann ebenfalls ein Land ausgewählt werden. Klickt der Nutzer auf Switzerland (es zeigt sich dasselbe Auswahlfeld wie oben), so wird er direkt auf C._____-E._____.ch weitergeleitet (act. 1 Rz. 232, act. 53 Rz. 316). Der Klick auf Terms of Use in der Fusszeile von A._____-E._____.com öffnet die Nutzungsbedingungen (act. 18 Rz. 265).

Gemäss klägerischer Darstellung enthalte A._____-E._____.com wesentlich umfassendere tiermedizinische Informationen als C._____-E._____.ch. Die .com-Seite enthalte aktuelle Informationen von 2017, bei der .ch-Präsenz würden die letzten News von 2016 stammen. Es treffe nicht zu, dass die Disclaimer die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit einzuschränken vermögen (act. 1 Rz. 234; act. 43 Rz. 618 f.).

Die Beklagten widersprechen dem. Wähle man auf A._____-E._____.com die Schweiz aus, so werde man auf die Schweizer Internetseite weitergeleitet, die kein Zeichen mit dem Bestandteil "A._____" verwende (act. 18 Rz. 266). Google-Treffer seien nicht geeignet, die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu beweisen. Sollten Schweizer Nutzer weitere Informationen benötigen, würden sie auf die deutsche, französische oder italienische Präsenz ausweichen, nicht auf die amerikanische (act. 18 Rz. 518). Der Urheberrechtshinweis beweise die Aktualität der Internetseite (act. 53 Rz. 317).

Die Klägerinnen behaupten keine Verlinkung von C._____.ch auf A._____-E._____.com (act. 1 Rz. 536 ff.). Die Internetseite A._____-E._____.com enthält in objektiver Hinsicht keine schweizerischen Besonderheiten. Die Klägerinnen sehen eine Ausrichtung auf Schweizer Nutzer denn auch einzig darin, dass bei einem Klick auf worldwide eine Länderauswahl erscheine, worin auch die Schweiz aufgeführt sei. Es wurde bereits eingehend dargelegt, dass der blosser Zugriff keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu erzeugen vermag. Wenn die Beklagten nun einen Link auf die unstrittig zulässige schweizerische Seite vorsehen, kann darin keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit erblickt werden. Es handelt sich um einen blossen Pfad, wobei es darum geht, fälschlicherweise auf dieser Seite gelandete Benutzer an die richtige Adresse zu verweisen. Zu berücksichtigen ist auch, dass eine grosse Anzahl von Ländern zur Verfügung steht. Nur das Wort

Switzerland kann damit noch keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit bedeuten. In erster Linie ist für die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit die objektive Sicht entscheidend. Die subjektive Sichtweise kann aber ebenfalls berücksichtigt werden, wenn sie auf der Seite ihren Niederschlag findet. Subjektiv zeigen die Beklagten mit dieser Verlinkung auf, dass sich die Seite nicht an Schweizer Benutzer richtet, indem sie diese von der Internetseite wegführen wollen.

Wie die Schweizer Nutzer auf die Seite gelangen, ist zwar nicht entscheidend, da für die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit die Seite alleine ("der Absender") und nicht der Nutzer ("der Empfänger") relevant ist. Abgesehen davon wird dies von den Klägerinnen auch nicht nachvollziehbar dargelegt.

6.4. A.____F.____.com

A.____F.____.com enthält neben eigenen Rubriken zahlreiche Links auf A.____.com (act. 1 Rz. 241 ff.). Im Wesentlichen geht es um allgemeine Informationen in Form von Pressemitteilungen (act. 18 Rz. 267). Der Klick auf Terms of Use in der Fusszeile von A.____F.____.com öffnet die Nutzungsbedingungen (act. 18 Rz. 269). Auf C.____.ch findet sich oben eine Rubrik F.____. Klickt man darauf, führte dies zu einem Downloadbereich (act. 1 Rz. 249). Am unteren Rand von C.____.ch befanden sich diverse Links. Klickte man auf F.____, so führte dies nach Erscheinen eines Disclaimers, der mit OK bestätigt werden musste, auf A.____F.____.com (act. 1 Rz. 538 ff.). Diese Verlinkung existiert heute nicht mehr.

Die Klägerinnen halten dafür, dass insbesondere die Rubrik New Releases auf A.____F.____.com für eine sehr breite Öffentlichkeit von Interesse sei (act. 1 Rz. 241). Es sei nicht erforderlich, dass sich einzelne Presseartikel inhaltlich ganz spezifisch auf die Schweiz beziehen müssten. Entscheidend sei vielmehr, dass die Inhalte für die Schweizer Nutzer von Interesse seien (act. 43 Rz. 623). Die Internetpräsenz C.____.ch enthalte zwar eine Rubrik F.____, diese sei jedoch nicht unter einer eigenen Domain abrufbar, und für die Jahre 2013 bis 2016 fänden sich lediglich 17 News-Einträge. Die relevanten Schweizer Verkehrskreise

würden über A.____F.____.com mit den nötigen Informationen versorgt (act. 1 Rz. 249; act. 43 Rz. 622 und 990).

Die Beklagten halten dagegen, dass es nicht erstaune, dass auf A.____F.____.com mehr Pressemitteilungen geschaltet seien als auf C.____.ch, handle es sich doch insbesondere bei der Beklagten 1 um eine börsennotierte Holdinggesellschaft, die insbesondere Informationen für Investoren veröffentliche. Ein solches Bedürfnis hätten die Beklagten 3, 4 und 5 nicht (act. 18 Rz. 267; act. 53 Rz. 318).

Die streitgegenständliche Seite enthält keine objektiven Merkmale, die für eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz sprechen. Der Umstand, dass allenfalls Newsmeldungen auch für Schweizer von Interesse sein mögen, genügt nicht. Grundsätzlich ist, wie schon ausgeführt wurde, auch nicht entscheidend, ob eine "Schweizer Seite" Nutzer mit entsprechenden Informationen bedient oder auf der einen Seite mehr Informationen als auf der anderen Seite erhältlich sind. In subjektiver Hinsicht kann eine Schweizer Seite aber zusätzlich indizieren, dass die Beklagten keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz anstreben. Damit ist zum heutigen Zeitpunkt eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu verneinen. Wie es sich vor Entfernung der Linksetzung verhielt, wird unter E. 9. zu thematisieren sein.

6.5. A.____H.____.com

A.____H.____.com beinhaltet zahlreiche Rubriken/Links. Die Beklagte 2 informiert über diese Plattform u.a. umfassend über ihre pharmazeutischen Produkte und die Geschäftstätigkeit als Pharmaunternehmen (act. 1 Rz. 261; act. 18 Rz. 273). Die Internetpräsenz C.____.ch enthält ebenfalls eine Rubrik Verantwortung. Mittels Klick auf einen Link und Bestätigung des Disclaimers ("Sie verlassen jetzt die C.____ Website [...]"), der inhaltlich mit dem Disclaimer auf A.____.com identisch war, gelangte der Nutzer bei Einleitung der Klage auf A.____H.____.com (act. 1 Rz. 265; act. 43 Rz. 633). Diese Verlinkung ist zwischenzeitlich geändert worden. Neu führt der Link auf www.C.____H.____.com (act. 18 Rz. 274, 522; act. 43 Rz. 633; act. 53 Rz. 321).

A.____H.____.com richte sich gemäss klägerischer Darstellung entsprechend den Inhalten an eine Vielzahl von Verkehrskreisen. C.____.ch enthalte zwar eine Rubrik Verantwortung, diese enthalte aber sehr spärliche Informationen und verweise mittels Links direkt auf die streitgegenständliche Domain. Indem die Beklagten ihre Schweizer Internetnutzer unter C.____.ch mit "Erfahren Sie mehr" explizit auffordern würden, sich auf A.____H.____.com zu informieren, würden sie klar zum Ausdruck bringen, dass diese Seite direkt für Schweizer Internetnutzer bestimmt sei (act. 1 Rz. 265). Die Aufhebung dieser Verlinkung ändere nichts an der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit der Internetseite (act. 43 Rz. 633).

Die Beklagten weisen darauf hin, dass der Link von C.____.ch nicht mehr auf A.____H.____.com, sondern neu auf www.C.____H.____.com führe. Dort werde das Zeichen A.____ nicht in der Domain gebraucht und die Beklagte 1 führe ihre vollständige Firma (act. 18 Rz. 274).

Im Zeitpunkt des Urteils besteht keine Verlinkung mehr von C.____.ch auf A.____H.____.com. Wie es sich in Bezug auf den Stand vor Linkaufhebung verhält, wird unter E. 9 zu erörtern sein. In objektiver Hinsicht lassen sich der Internetseite A.____H.____.com keine schweizrelevanten Faktoren entnehmen. Bezüglich der Rubrik auf C.____.ch, die inhaltlich weniger weit geht, kann auf die zuvor gemachten Ausführungen verwiesen werden. Die Internetseite ist in der Schweiz nicht bestimmungsgemäss abrufbar.

6.6. A.____I.____.com

A.____I.____.com enthält zahlreiche Rubriken/Links, vornehmlich betreffend Informationen über Produkte und medizinische Dienstleistungen. Auf der Startseite besteht die Möglichkeit, zwischen zwei Optionen zu wählen. Die Seite für Private enthält umfassende Produktinformationen zu Arzneimitteln und es besteht für jedes Arzneimittel ein Link zu einer eigenen Internetseite, die weitere Informationen enthält. Daneben existiert eine Seite für das Fachpersonal (act. 1 Rz. 267 ff.). Die Internetpräsenz C.____.ch enthält ebenfalls eine Unterrubrik mit dem Titel Medizinisches Fachpersonal. Dort finden sich Links zu Internetseiten wie AH.____.ch etc. Diese Internetseiten sind nicht frei zugänglich, sondern stehen

nur medizinischen Fachpersonen zur Verfügung (act. 1 Rz. 275). Mittels Anmeldung auf A.____I.____.com können Rabattangebote für Produkte der Beklagten bezogen werden. Bei der Anmeldung ist zwingend eine US-Postadresse notwendig; andere Länder stehen nicht zur Verfügung. Als Kontaktinformation werden nur Telefonnummern in den USA ohne Vorwahl mit Öffnungszeiten "ET" (Eastern Time) angegeben (act. 18 Rz. 277; act. 43 Rz. 640). Auf jeder Seite von A.____I.____.com befindet sich folgender Hinweis (act. 43 Rz. 641; act. 53 Rz. 322).



Die Klägerinnen stellen sich auf den Standpunkt, dass die schweizerischen Verkehrskreise über A.____I.____.com mit entsprechenden Informationen versorgt würden, da auf der .com Präsenz Informationen zu finden seien, die auf C.____.ch nicht enthalten seien (act. 1 Rz. 275; act. 43 Rz. 636). Die Vorbringen der Beklagten, dass bestimmte Medikamente auf A.____I.____ unter der Marke C.____ und nicht A.____ vertrieben würden, würden nichts an der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit ändern. Die Internetnutzer würden vielmehr durch das globale Kommunikationskonzept der Klägerinnen ermutigt, zu glauben, dass die Beklagten parallel zu ihren A.____-Produkten auch C.____-Produkte verkaufen würden (act. 43 Rz. 637).

Die Beklagten sind gegenteiliger Ansicht. Die auf A.____I.____.com aufgeführten Produkte der Beklagten 2 würden in der Schweiz nicht unter derselben Marke vertrieben. Zudem verlinke C.____.ch auf die Internetseite von Swissmedic (act. 18 Rz. 275). Die englischsprachige Internetseite spreche keine Schweizer Nutzer an (act. 18 Rz. 277).

Auf der streitgegenständlichen Internetseite finden sich weder Schweizer Telefonnummern noch können sich Schweizer Nutzer registrieren. Selbst wenn es zutreffen mag, dass Schweizer Nutzer Informationen ohne Registrierung lesen können, kann dies nicht entscheidend sein, da es auf den Zugriff alleine eben gerade nicht ankommt. Auch sonst liefert die Internetseite keine Hinweise mit schweizeri-

schen Elementen, die Klägerinnen behaupten dies denn zu Recht auch nicht. Der Umfang der Seite ist nicht entscheidend. Es kann auf die Erwägungen hiervoor verwiesen werden. Schon objektiv fällt eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit ausser Betracht. Die subjektive Seite ist grundsätzlich nicht massgebend. Gleichwohl sei angemerkt, dass die schweizerische Seite für entsprechende Informationen auf Swissmedic verweist.

6.7. A.____J.____.com

A.____J.____.com ist eine Plattform, die über eine breite Palette an Themen informiert, so namentlich über alltägliche Gesundheitsfragen betreffend Ernährung, Fitness, Medizin und Pflege. Es gibt ein Privacy Commitment for US Patients, Consumers and Caregivers, und über den Link in der Fusszeile können wiederum die Terms of Use abgerufen werden (act. 1 Rz. 278; act. 43 Rz. 646; act. 18 Rz. 278; act. 53 Rz. 327). Die Rezepte enthalten imperiale Einheiten (cup, teaspoon, ounce), der BMI Calculator fragt nach Angaben wie feet, inch und pound (act. 18 Rz. 208; act. 43 Rz. 648). Der Link Special Offers leitet Besucher auf A.____.____.com; die Angebote können nur in den USA verwendet werden. Die Seite enthält Informationen zur Auswahl einer Krankenversicherung in den USA. Das Caregiver Help Finder-Tool erfordert die Auswahl eines US-Bundesstaats und akzeptiert nur Postleitzahlen aus den USA. Andere Länder können nicht ausgewählt werden. Zudem wird eine Gratistelefonnummer angegeben, die nur von den USA aus angerufen werden kann (act. 18 Rz. 280; act. 43 Rz. 647; act. 53 Rz. 327).

C.____.ch enthalte gemäss klägerischer Darstellung Informationen auf A.____J.____.com, die auf C.____.ch nicht abrufbar seien, so dass die Verkehrskreise darauf ausweichen würden. Entsprechend würden die Beklagten mit ihrer Internetseite auf Schweizer Verkehrskreise abzielen (act. 1 Rz. 287; act. 43 Rz. 644). Sodann könne sich jeder, unabhängig von seinem Wohnort, mit seinem Facebook-Account registrieren (act. 43 Rz. 645). Der Disclaimer sei unklar und nicht ernst gemeint. Der Umstand, dass vereinzelte Angebote nur an Internetnutzer in den USA gerichtet seien, ändere nichts daran, dass die Schweizer Internet-

nutzer sich für einen Grossteil der Angebote interessieren würden. Es sei ein Leichtes, imperiale Einheiten umzurechnen (act. 43 Rz. 646 ff.)

Die Beklagten widersprechen dem. Alleine im Umstand, dass in der Schweiz keine parallele Internetseite existiere, könne keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit von A.____J.____.com liegen. Es ergebe sich aus Auszügen der Internetseite von selbst, dass sich diese ausschliesslich an ein US-Publikum richte (act. 18 Rz. 279; act. 53 Rz. 327).

Es finden sich imperiale Einheiten, eine US-Gratistelefonnummer und beim Care-giver Help-Finder Tool werden nur US-Postleitzahlen akzeptiert. Die streitgegenständliche Seite weist keine typischen schweizerischen Merkmale auf, solche werden auch nicht behauptet. Nicht entscheidend ist, ob Informationen enthalten sind, die auf C.____.ch nicht zu finden sind. Es besteht keine Verpflichtung, eine parallele Seite in der Schweiz zu betreiben. Wenn eine Internetseite sich nur an einen beschränkten Nutzerkreis richtet (hier: US-residents), kann alleine durch die Möglichkeit einer Facebook-Registrierung ohne Schweizer Besonderheiten keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz begründet werden.

6.8. A.____K.____.com

A.____K.____.com enthält zahlreiche Rubriken/Links zum Thema Krankheiten und deren Heilung mittels Impfstoffen. Unter Product Information finden sich detaillierte Informationen zu den von der C.____-Gruppe vertriebenen Impfstoffen und zu den Krankheiten, welche durch die entsprechende Impfung verhindert werden sollen. C.____.ch enthält unter der Rubrik Portfolio ein Kapitel Impfstoffe, wo sich ein Link auf die Internetseite von AN.____ C.____ befindet (act. 1 Rz. 290 ff; act. 18 Rz. 282). Seit spätestens 1. Januar 2017 enthält diese Internetseite AN'.____C.____.ch keine Inhalte zu Impfungen mehr. Neu sind Informationen unter C.____K.____.ch erhältlich (act. 43 Rz. 651; act. 53 Rz. 328). In der Kopfzeile von A.____K.____.com befand sich der Hinweis "For US Health Care Professionals Only", der dem Hinweis in den Nutzungsbedingungen, entsprach, der über einen Link in der Fusszeile abrufbar war. Der Disclaimer befindet sich nicht mehr in der Kopfzeile, sondern ausschliesslich in der Fusszeile (act. 43

Rz. 653). Als Kontakt ist ausschliesslich eine US-Telefonnummer ohne Vorwahl und eine US-Postadresse angegeben, einige Links führen auf A.____.com, A.____helps.com oder auf Präsenzen wie diejenige der US-Behörde FDA, und der Abschluss der Registrierung zum Erhalt weiterer Informationen erfordert die Angabe einer US-Adresse (act. 18 Rz. 283; act. 43 Rz. 655 f.).

Gemäss klägerischem Dafürhalten enthalte A.____K.____.com die benötigten Informationen, die auf der C.____-Seite nicht erhältlich seien. Daher richte sich die Internetseite an die relevanten Schweizer Verkehrskreise (act. 1 Rz. 293). Auch vor 1. Januar 2017, als die Internetseite AN'.____C.____.ch noch Inhalte über Impfungen aufgeführt habe, habe die Seite viel weniger Informationen als A.____K.____.com enthalten (act. 43 Rz. 651). Es seien auch Informationen ohne Registrierung möglich und es könne eine falsche Adresse angegeben werden, der Disclaimer in der Fusszeile sei in kleinen Buchstaben kaum wahrnehmbar, die US-Vorwahl sei Schweizer Nutzern bekannt, oder sie könnten sie zumindest mittels weniger Internetklicks herausfinden (act. 43 Rz. 653 ff.).

A.____K.____.com richte sich nach beklagterischer Darstellung an US-Nutzer, da nur US-Kontaktmöglichkeiten angegeben würden und auf US-Internetseiten verwiesen würde (act. 18 Rz. 283). Seit November 2016 würden die Beklagten 3, 4 und 5 die Internetseite C.____K.____.ch betreiben, weil AN.____ und C.____ das gemeinsame Impfstoff-Joint Venture per 1. Januar 2017 aufgelöst hätten. Informationen zu in der Schweiz erhältlichen C.____-Impfstoffen seien nun auf C.____K.____.ch erhältlich (act. 53 Rz. 328).

Zwecks Vermeidung unnötiger Wiederholungen kann insbesondere in Bezug auf den Umfang der Informationen auf der streitgegenständlichen Internetseite auf die Ausführungen hiavor verwiesen. Ergänzend sei zu bemerken, dass das Argument, sich mittels falscher Adresse registrieren zu können, nichts mit der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit zu tun hat, kann es wohl kaum den Beklagten angelastet werden, wenn Benutzer mittels Falschinformationen Zugriff erhalten würden. Eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit ist zu verneinen.

6.9. A.____L.____.com

A.____L.____.com thematisiert den Tod von Müttern während der Schwangerschaft oder der Geburt des Kindes. Das propagierte Ziel ist die Verbesserung der Gesundheit von schwangeren Frauen auf der ganzen Welt. Die Beklagte 2 unterhält Partnerschaften in 30 Ländern (act. 1 Rz. 296; act. 18 Rz. 284; act. 43 Rz. 661). C.____.ch enthält keine Informationen zur Sterblichkeit von schwangeren Frauen (act. 1 Rz. 299; act. 43 Rz. 662; act. 18 Rz. 284). Mehrere Internetseiten des Programms C.____ L.____ sind in Schweizer Landessprachen zu erreichen, nicht hingegen die streitgegenständliche Seite (act. 18 Rz. 284; act. 43 Rz. 664). Auf dem Kontaktformular von A.____L.____.com kann nur eine US- oder kanadische Postadresse angegeben werden. Die Nutzungsbedingungen inkl. Disclaimer sind über die Fusszeile abrufbar. Die Schweiz ist unter den auf der Internetseite erwähnten Ländern nicht aufgeführt (act. 18 Rz. 285 f.; act. 43 Rz. 665 f.). In unmittelbarer Nähe zum Link, der zum Anmeldeformular Ambassador führt, steht Switzerland. Es besteht die Möglichkeit, beim Onlineanmeldeformular im Adressfeld Country Switzerland auszuwählen (act. 43 Rz. 659).

Die Klägerinnen halten dafür, dass die relevanten Schweizer Verkehrskreise nicht über C.____.ch, sondern über A.____L.____.com mit den benötigten Informationen versorgt würden (act. 1 Rz. 299). Die Beklagten würden Ambassadors in der Schweiz suchen, könne doch Switzerland als Land bei der Anmeldung ausgewählt werden (act. 43 Rz. 659). Da die Seiten miteinander verlinkt seien, werde nicht auf die deutsche oder französische Länderseite ausgewichen. Über Contact Us könne auch ohne Wohnsitzinformation in Kontakt mit den Beklagten getreten werden (act. 43 Rz. 664 f.).

Die Beklagten erörtern, dass keine Pflicht bestehe, eine entsprechende Dienstleistung in allen Ländern anzubieten (act. 18 Rz. 284). Aktuell würde unter dem Zeichen C.____ die Internetseite C.____L.____.com betrieben (act. 53 Rz. 209).

Objektiv richtet sich die Internetpräsenz angesichts des Kontaktfelds mit ausschliesslich US- oder kanadischer Postadresse, den Länderauswahlen der Part-

nerschaften, die die Schweiz nicht aufzählen, sowie der Verwendung der englischen Sprache nicht an ein Schweizer Publikum. Die Informationsdichte ist nicht entscheidend, es kann auf das bereits Gesagte verwiesen werden. Zwar mag es sein, dass man sich in englischer Sprache unter Sign Up als Ambassador registrieren kann, indem man bei Country Switzerland auswählt. Wo sich dieses Formular genau befindet, legen die Klägerinnen nicht präzise dar (vgl. act. 44/284, wo von Search Results die Rede ist). Es wurde bereits bei A.____.com ausgeführt, dass alleine mittels Nutzereingaben generierte Schweizbezüge nicht dazu führen können, dass umfangreiche Internetseiten, die ansonsten vollkommen auf US-Einwohner ausgerichtet sind, zu einer bestimmungsgemässen Abrufbarkeit in der Schweiz führen. Ebenso wenig kann alleine in der Möglichkeit, eine E-Mail verschicken zu können, ein schweizerischer Bezug hergestellt werden, wenn sämtliche sonstigen Umstände das Gegenteil nahe legen. Durch das Kontaktformular bringen die Beklagten zum Ausdruck, dass sich die Seite nicht an Schweizer Nutzer richtet. Was die frühere Verlinkung von C.____.ch anbelangt (vgl. act. 1 Rz. 540), so wird darauf unter E. 9. zurückzukommen sein.

6.10. A.____manuals.com

A.____manuals.com enthält zahlreiche Rubriken/Links zu einer sehr breiten Palette von Bereichen bzw. Themen der Human- sowie Tiermedizin (act. 43 Rz. 668). Es findet sich jeweils folgender Hinweis (act. 43 Rz. 675; act. 53 Rz. 333):

A.____ and Co., Inc., AC.____, AD.____, USA [known as C.____ outside the US and Canada) is a global healthcare leader working to ... The legacy of this great resource continues as the A.____ Manual in the US and Canada and the C.____ Manual in the remainder of the world. Learn more about our commitment to Global Medical Knowledge.

Die Beklagten verlinken von ihrem Twitter Account bzw. ihrer Facebook-Präsenz auf die Seite A.____manuals.com (act. 43 Rz. 668). Die Beklagten verwiesen die Schweizer Verkehrskreise explizit auf die Internetseite A.____manuals.com, indem sie in der Papierausgabe von C.____ Manual der Diagnostik und Therapie 2007 im Vorwort die deutschsprachigen Leser dazu einluden, für aktuelle Informa-

tionen A.____manuals.com zu besuchen (act. 43 Rz. 673). Seit 2008 finden sich in den C.____ Manuals nur noch Hinweise auf C.____manuals.com (act. 53 Rz. 335). Ein Vertrieb der C.____ Manuals in der Schweiz über A.____G.____.com findet nicht statt (act. 53 Rz. 336), Gegenteiliges lässt sich den klägerischen Behauptungen nicht substantiiert entnehmen, zumal die Verweisung auf act. 1 Rz. 252 fehl geht (vgl. act. 43 Rz. 673). In den Terms of Use findet sich wiederum ein Disclaimer (act. 43 Rz. 675; act. 53 Rz. 334). A.____manuals.com wird auf C.____manuals.com weitergeleitet, wenn der Internetnutzer die Sprache ändern will (act. 43 Rz. 676; act. 53 Rz. 336). Auf C.____manuals.com findet sich folgender Text: "Die Manuals, die in den USA und Kanada als A.____ Manuals und ausserhalb als C.____ Manuals bekannt sind" (act. 43 Rz. 676; act. 53 Rz. 337).

Die Klägerinnen halten dafür, dass sich A.____manuals.com aufgrund des globalen Charakters des Internets an Schweizer Verkehrskreise richte, der Disclaimer nicht ernst gemeint und versteckt angebracht sei. Die Seite sei nach Klageeinleitung u.a. auch ins Deutsche übersetzt worden (act. 43 Rz. 674). Die Beklagten machen unter Hinweis auf die Disclaimer geltend, dass sich die Seite nur an Personen in den USA richte (act. 53 Rz. 341).

Die Klägerinnen legen nicht näher dar, wo auf der Seite A.____manuals.com auf die behauptete deutsche Übersetzung zugegriffen werden kann, so dass der Sachverhalt diesbezüglich nicht erstellt werden kann. Erwiesen ist einzig, dass man über other languages zu einer Auswahl verschiedener Sprachen gelangt. Ein Klick auf Deutsch führt zur Weiterleitung auf C.____manuals.com. Es stehen mehrere Sprachen zur Auswahl. Die streitgegenständliche Seite ist nicht in Deutsch erhältlich, sondern es erfolgt eine Weiterleitung auf die deutsche Version von C.____manuals.com. Der Link auf C.____manuals.com ist ein blosser Pfad, wobei es darum geht, fälschlicherweise auf dieser Seite gelandete Benutzer an die richtige Adresse zu verweisen. Zu berücksichtigen ist auch, dass die Auswahl mehrerer Sprachen zur Verfügung steht. Nur in der Wahl-Möglichkeit der deutschen Sprache, kann keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit erblickt werden, zumal nicht die streitgegenständliche Seite in deutsch erhältlich ist, sondern

eine Weiterleitung auf die deutsche Version der Seite C.____manuals.com erfolgt. Die Beklagten zeigen durch diese Verlinkung zudem auf, dass sich die Seite nicht an Schweizer Benutzer richten soll, indem sie diese von der Internetseite wegführen wollen. Wie es sich mit der Verlinkung von Facebook und Twitter verhält, wird in einem späteren Zeitpunkt zu prüfen sein (vgl. E. 7). Die Verweisung im C.____ Manual war bereits in der im Zeitpunkt der Klageeinreichung massgeblichen Version nicht mehr vorhanden. Folglich ist darauf nicht weiter einzugehen (vgl. act. 53 Rz. 335).

6.11. A.____P.____.com

A.____P.____.com enthält zahlreiche Rubriken/Links zu einer sehr breiten Palette von Bereichen bzw. Themen der Veterinärmedizin (act. 43 Rz. 678). Es findet sich jeweils folgender Hinweis (act. 53 Rz. 340), was sich schon aus den klägerischen Beilagen ergibt (act. 44/327 S. 4).

A.____and the A.____... Manual¶
... [englischer Text]¶

Auf A.____P.____.com wird auf die Twitter- und Facebookpräsenz verlinkt. Von Human Health Manuals wird auf A.____manuals.com sowie von den Terms of Use auf A.____.com verlinkt (act. 43 Rz. 678; act. 53 Rz. 341).

Gemäss den Klägerinnen bilde A.____P.____.com Teil des globalen Kommunikationskonzepts der Beklagten. Auch Schweizer könnten beispielsweise ihr Wissen über Tumore testen. Der Disclaimer sei versteckt und nicht ernst gemeint (act. 43 Rz. 678 ff.). Die Beklagten stellen sich auf den Standpunkt, dass sich die streitgegenständliche Seite nur an Personen in den USA richte, worauf immer wieder hingewiesen werde (act. 53 Rz. 341).

Die streitgegenständliche Internetseite weist keine schweizerischen Besonderheiten auf. Es kann auf die Erwägungen hiervor verwiesen werden. Der Umstand, dass Schweizer Zugriff auf die Seite haben, vermag keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu begründen.

6.12. Fazit

Die Einzelwürdigungen führen nicht zum Ergebnis, dass eine bestimmungs-gemässe Abrufbarkeit in der Schweiz vorliegt. Daran vermögen die Zugriffsstatisti-ken nichts zu ändern. Im übrigen kann auf die Ausführungen unter E. 5.2.3. ver-wiesen werden. Abgesehen von der soeben eingehend behandelten objektiven Perspektive anhand der jeweiligen Domains und deren inhaltlicher Ausgestaltung legen die Klägerinnen nicht nachvollziehbar dar, wie die Schweizer Nutzer (die Linksetzungen von C._____.ch vorerst ausgeklammert) überhaupt erst auf diese Seiten gelangen sollten. Zusammenfassend ergibt sich, dass die im Rechtsbe-gehren Ziff. 2 aufgeführten Domainnamen in der Schweiz nicht bestimmungsge-mäss abrufbar sind.

7. Facebook, YouTube (Rechtsbegehren 3)

7.1. Facebook

7.1.1. Unbestrittener Sachverhalt

Zwischen den Parteien ist unbestritten, dass die streitgegenständlichen Face-bookseiten sowie die behaupteten Verlinkungen existieren und die Beklagten kei-ne eigenen solchen Kanäle in der Schweiz betreiben (act. 18 Rz. 288).

7.1.2. Parteistandpunkte

7.1.2.1. Allgemeine klägerische Vorbringen

Die Klägerinnen machen im Wesentlichen geltend, dass die Beklagten bewusst über die Facebook-Präsenzen mit Nutzern aus der Schweiz kommunizieren wür-den. Bei Eingabe des Suchbegriffs A._____ würden neun Facebook-Präsenzen der beklagtischen C._____-Gruppe erscheinen, die Beklagten würden bewusst darüber kommunizieren und diese seien auch in der Schweiz von Interesse. Zu-dem seien die Facebook-Seiten eng via Links mit den Internetseiten der Beklag-ten verbunden und würden eine Einheit bilden. Die Relevanz der Facebook-Präsenzen für die schweizerischen Verkehrskreise werde dadurch erhöht, dass es keine Facebook-Präsenzen in den schweizerischen Landessprachen gebe und

die schweizerische Gruppengesellschaft der C._____-Gruppe keine eigene Präsenz auf Facebook habe (act. 1 Rz. 304 ff.; act. 43 Rz. 684). Eine Verweisung auf C._____.com ändere nichts an der Tatsache, dass die Kontaktaufnahme und die weitere Kommunikation über eine Facebook-Seite mit dem Zeichen A._____ erfolgt sei. Zudem gebe es auch Beispiele, in denen keine Weiterverweisung erfolgt sei, so geschehen auf facebook.com/A._____M._____, als eine Schweizer Nutzerin nach einer Stelle für einen Kollegen gesucht habe (act. 43 Rz. 689 ff.). Die Beklagten hätten bei der Kommunikation ihre Antwort darauf beschränken müssen, dass die Facebook-Seite ausschliesslich für Facebook-Nutzer aus den USA und Kanada bestimmt sei (act. 43 Rz. 694). Die Beklagten würden zudem bewusst die von Facebook angebotene Länderbeschränkung nicht nutzen, obwohl die Beklagten mit wenigen Klicks sicherstellen könnten, dass nur Facebook-Nutzer in den USA und Kanada Zugriff auf die entsprechenden Präsenzen erhalten würden (act. 43 Rz. 695).

7.1.2.2. Allgemeine beklagtische Vorbringen

Die Klägerinnen würden den Begriff "kommunizieren" zu weit verstehen. Schweizer Nutzer würden auf eine Internetseite verwiesen, die in der Schweiz bestimmungsgemäss abrufbar sei, so geschehen im von den Klägerinnen genannten Beispiel, wo der Nutzer auf C._____.com verwiesen worden sei (act. 18 Rz. 289). Mit einem Interesse für ein breites Publikum könne eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz nicht begründet werden. Was die Verlinkungen zu den Internetseiten anbelange, könne auf die Ausführungen, die diese Internetseiten betreffen, verwiesen werden (act. 18 Rz. 540). Ob technische Massnahmen ergriffen worden seien oder nicht, sei für die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit nicht relevant (act. 53 Rz. 344).

7.1.3. Die Facebookseiten im Einzelnen

7.1.3.1. Facebook.com/A._____M._____ bzw. facebook.com/A._____V._____

Facebook.com/A._____M._____ betreffe die Bereiche Gesundheit/Medizin/Arzneimittel und verlinke auf .com-Internetpräsenzen und weitere

Social Media - Präsenzen (act. 1 Rz. 310 ff.). Die Klägerinnen halten dafür, dass sich diese Präsenz an ein breites und weltweites Publikum, und damit auch an die Schweiz richte (act. 1 Rz. 314). Eine Schweizer Nutzerin habe unter Hinweis auf ihren Wohnsitzstaat für einen Kollegen eine Stelle gesucht; sie sei auf A.____.com verwiesen worden (act. 43 Rz. 692 f.). In der Replik weisen die Klägerinnen darauf hin, dass die Beklagten nicht mehr unter facebook.com/A.____M.____ auftreten würden. Die gleichen Inhalte seien nun unter facebook.com/A.____V.____ abrufbar (act. 43 Rz. 696). Die Kommentare der Facebooknutzer aus der ganzen Welt würden zeigen, dass die Beklagten ohne jeglichen Hinweis drauf, dass die Seite nur für Einwohner der USA und Kanada bestimmt sei, antworten würden. So werde mit Nutzern aus Brasilien, Nigeria etc. kommuniziert (act. 43 Rz. 689).

Die Beklagten machen geltend, dass sie die Stellenanfrage so hätten verstehen dürfen, dass die Person mit amerikanisch klingendem Namen eine Stelle für ihren Freund in den USA gesucht habe. Passive Beantwortung von Anfragen begründe keine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz (act. 53 Rz. 343). Dass die Seite Facebook.com/A.____V.____ nicht an ein schweizerisches Publikum gerichtet sei, zeige sich auch mittels einer Google-Suche, wo A.____, AC.____, AD.____ erscheine und, dass diese Seite sich nur an Nutzer aus den Vereinigten Staaten richte (act. 53 Rz. 345).

7.1.3.2. Facebook.com/A.____N.____

Die Klägerinnen stellen sich auf den Standpunkt, dass sich diese Seite speziell an Stellensuchende als potentielle Arbeitnehmer der Beklagten 2 richte. Zudem werde auf A.____.com/N.____ verlinkt (act. 1 Rz. 317). Die Nutzer könnten sodann die Beklagte 2 über die Rubrik "Nachricht senden" direkt kontaktieren (act. 1 Rz. 319 f.). Auf der Seite werde auf Stellenangebote in der Schweiz verwiesen. Im April 2010 hätten die Beklagten gepostet, einen Sr. Director für ihre A.____ Forschungslaboratorien in der Schweiz zu suchen (act. 43 Rz. 687). Die Beklagten halten dem entgegen, dass das erwähnte Inserat in englischer Sprache verfasst sei. Den Beklagten 3 bis 5 sei es nicht verwehrt, neue Talente für eine Schweizer Stelle auch ausserhalb der Schweiz, inkl. Nordamerika, zu suchen. Wäre das In-

serat an ein Schweizer Publikum gerichtet gewesen, so wäre der Arbeitsort nicht als AE._____/AE.____ Switzerland beschrieben worden (act. 53 Rz. 342).

7.1.3.3. Facebook.com/A.____L.____

Auf Facebook.com/A.____L.____ stelle die Beklagte eine weltweite Initiative vor und verlinke auf A.____L.____.com (act. 1 Rz. 324). Die Beklagten bestreiten eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit (vgl. allgemeine Ausführungen der Beklagten).

7.1.3.4. Facebook.com/A.____Manual

Die Klägerinnen machen geltend, dass auf Facebook.com/A.____Manual die Beklagte 2 ihr Medizin-Handbuch bewerbe, das sich an Berufsmediziner und Studenten richte. Es gebe Verlinkungen, u.a. auf A.____manuals.com/professionals (act. 1 Rz. 325 ff.). Die Startseite sei in Deutsch (act. 1 Rz. 327) bzw. die Beklagten würden teils auf Deutsch posten (act. 43 Rz. 997). Die Beklagten halten dem entgegen, dass die Einteilung Gesundheits-/Wellness-Webseite auf dem Screenshot von Facebook automatisch in der Hauptsprache des diese Seite besuchenden Facebook Nutzers angezeigt werde. Die Seite sei auf Englisch verfasst (act. 18 Rz. 536).

7.1.3.5. Facebook.com/A.____O.____

Diese Facebook-Präsenz vermittele Wissen an Nicht-Mediziner und Nicht-Studenten. Die Präsenz verlinke auf A.____manuals.com/... (act. 1 Rz. 330 ff.). Die Klägerinnen sind der Ansicht, dass sich das A.____ Manual Consumer, die Verbraucherversion, sich somit an die breite Öffentlichkeit richte (act. 1 Rz. 332 und 334). Die Beklagten bestreiten eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit (vgl. E. 7.1.2.2.).

7.1.3.6. Facebook.com/A.____P.____

Die Beklagte 2 preise darauf ein ...-Medizin-Handbuch an. Die Präsenz sei mit der Seite A.____P.____.com und A.____manuals.com verlinkt (act. 1 Rz. 335 ff.). Zum Standpunkt der Beklagten vgl. E. 7.1.2.2.

7.1.3.7. Facebook.com/A.____Q.____

Das A.____ Manual for ... vermittele ...-medizinisches Wissen. Es werde auf A.____P.____.com/... verlinkt (act. 1 Rz. 340 ff.). Zu den Ausführungen der Beklagten vgl. vgl. E. 7.1.2.2.

7.1.3.8. Facebook.com/A.____J.____

A.____J.____ beschäftige sich mit alltäglichen Gesundheitsfragen. Es werde auf A.____J.____.com und auf A.____.com verlinkt (act. 1 Rz. 344 ff.). Die Seite sei für ein breites Publikum von Interesse (act. 1 Rz. 347). Die Beklagten bestreiten eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit (vgl. E. 7.1.2.2.).

7.1.4. Würdigung

Zwecks Vermeidung unnötiger Wiederholungen kann auf die bereits gemachten Ausführungen verwiesen werden (vgl. E. 5. und 6.). Die Möglichkeit des Zugriffs alleine ist wie gezeigt nicht entscheidend. Die streitgegenständlichen Facebook-Seiten weisen keine schweizerischen Elemente auf. Die Klägerinnen führen denn auch in weiten Teilen gar nichts dergleichen aus. Jedenfalls würde es nicht genügen, wenn Informationen auch für Schweizer von Interesse wären. Das Gegenteil würde einen Schweizbezug bei jedem Abruf bedeuten, da praktisch immer irgendjemand ein Interesse haben dürfte. Die Seiten sind durchwegs in Englisch verfügbar. Dies gilt auch für die Seite Facebook.com/A.____Manual. Es handelt sich offensichtlich um eine durch Facebook automatisierte teilweise Übersetzung ins Deutsche, mit der die Beklagten nichts zu tun haben. Eine Verlinkung auf Internetseiten kann für die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit der Facebook-Seiten nicht relevant sein, wenn es um die Frage geht, ob die Facebook-Seiten dieses Erfordernis erfüllen. Auf einer der Seiten findet sich ein Stelleninserat, das eine Stelle in AE.____ betrifft. Es werden aber weder durch die Verwendung der deutschen Sprache noch auf anderem Wege direkt Schweizer Nutzer angesprochen. Vielmehr zeigt die Verwendung der englischen Sprache auf einer Seite, die keine schweizerischen Besonderheiten aufweist, verbunden mit dem Hinweis, dass eine Stelle in AE.____ / Switzerland frei werde, dass dieses Inserat sich

nicht speziell an Schweizer Nutzer richtet. Das Inserat ist für Schweizer Nutzer lediglich abrufbar. In Bezug auf die vorgebrachte Kommunikation ist zu betonen, dass es auf die objektive Art und Weise des Betriebs der jeweiligen Facebook-Seite ankommt. Es finden sich keine konkreten Kommunikationen mit Schweizer Nutzern. Daran vermag auch die von den Beklagten provozierte Kommunikation unter Zuhilfenahme einer Mitarbeiterin der klägerischen Vertretung nichts zu ändern. Eine Reaktion auf eine Anfrage ist nicht gleich zu beurteilen wie eine von den Seitenbetreibern gestartete Kommunikation. Jedenfalls kann im Geschäftsleben nicht erwartet werden, dass eine Anfrage einer Nutzerin einfach geblockt wird. Eine Weiterverweisung von Fehlzurechnungen muss zulässig sein und begründet noch keinen schweizerischen Bezug. Im Übrigen kann von den Beklagten nicht erwartet werden, dass sie angesichts des englischen Namens AO._____, der Herkunftsbezeichnung Switzerland sowie dem Umstand, dass sie für einen Kollegen eine Stelle suche, hätten erkennen müssen, dass sie in diesem Moment eine Weiterverweisung auf C._____ hätte vornehmen müssen. Ohnehin könnte eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit nicht lediglich deshalb angenommen werden, weil eine sehr geringe Anzahl nicht weiterverwiesen worden wäre, zumal es dabei um eine Reaktion geht. Parallele Kanäle in der Schweiz sprächen zwar zusätzlich noch eher gegen eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit, das Fehlen solcher kann aber nicht das Gegenteil bewirken. Zusammenfassend ergibt sich, dass die Facebook-Seiten in der Schweiz nicht bestimmungsgemäss abrufbar sind.

7.2. YouTube

Unstrittig existieren die zwei genannten Kanäle. Die Klägerinnen führen aus, dass auch Nutzer aus der Schweiz die zwei streitgegenständlichen YouTube-Kanäle abonnieren könnten. Die Kanäle würden sich an ein breites Publikum richten (act. 1 Rz. 348 ff.). Beim Besuch der Seite Youtube.com/user/A._____ finde sich zwar der Hinweis, dass die Seite aktuell überarbeitet werde. Der Nutzer werde aber aufgefordert, die Seite wieder zu besuchen (act. 1 Rz. 355). Trotz Überarbeitung könne der Kanal weiter abonniert werden. Er richte sich – wie auch die Seite youtube.com/user/A._____E._____ – an ein breites Publikum, was umso mehr

gelte, als die schweizerischen C.____-Gruppengesellschaften keine eigenen YouTube-Präsenzen unterhalten würden (act. 1 Rz. 356 ff.). Die nun hochgeladenen Videos würden sich nicht nur an ein US-Publikum, sondern auch an Schweizer Nutzer richten (act. 43 Rz. 698 ff.). Der erste Kanal sei zwar auf Englisch gehalten; Schweizer Nutzer würden aber Englisch verstehen. Die Klägerinnen behaupten, dass sich unter youtube.com/user/A.____E.____ ein Video befinde, wo die Sprache auf Deutsch geändert werden könne. Auf Deutsch werde zwar von C.____ gesprochen, das Video sei aber unter dem A.____-Kanal geschaltet. Damit sei die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu bejahen (act. 43 Rz. 712).

Die Beklagten halten dem entgegen, dass konkrete Anhaltspunkte für eine Ausrichtung auf ein Schweizerisches Publikum fehlen würden. Der erste Kanal enthalte zwar inzwischen Videos, diese würden sich aber an ein US-Publikum richten. Gleiches gelte für den zweiten YouTube-Kanal. Es sei nicht relevant, dass es aktuell keine YouTube-Präsenzen der schweizerischen C.____-Gruppengesellschaften gebe (act. 18 Rz. 291 ff.). In der Duplik machen die Beklagten 3, 4 und 5 geltend, dass sie seit November 2017 den YouTube-Kanal C.____ Schweiz betreiben würden, der sich explizit an Schweizer Nutzer richte (act. 53 Rz. 346).

Vorab kann sowohl bezüglich youtube.com/user/A.____ als auch youtube.com/user/A.____E.____ auf die zuvor gemachten Ausführungen verwiesen werden (vgl. E. 5 bis 7.1). In Bezug auf youtube.com/user/A.____ liegen keine objektiven Anhaltspunkte für eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit vor. In Bezug auf youtube.com/user/A.____E.____ verhält es sich abgesehen von dem Video, das unstrittig unter anderem auch in Deutsch gesehen werden kann, gleich. Sämtliche anderen Videos sind in englischer Sprache. Die Klägerinnen bleiben eine Erklärung schuldig, warum sie von einer bestimmungsgemässen Abrufbarkeit des ganzen Kanals youtube.com/user/A.____E.____ ausgehen, nur weil ein Video unter vielen unstrittig auch auf Deutsch erhältlich ist. Damit geht noch kein direkter Bezug zur Schweiz einher. Hinzu kommt, dass im Video von C.____ gesprochen wird und nicht von A.____.

Ob ein YouTube-Kanal in der Schweiz betrieben wird oder nicht, kann in subjektiver Hinsicht bedeutsam sein. Heute ist dies der Fall, denn die Beklagten 3, 4 und 5 betreiben einen YouTube-Kanal C._____ Schweiz (vgl. act. 53 Rz. 346). Wie gezeigt waren die Kanäle jedoch schon vorher nicht bestimmungsgemäss abrufbar, sodass es sich erübrigt, den Klägerinnen zu diesem Novum formell Frist zur Stellungnahme anzusetzen.

7.3. Zusammenfassung

Weder die Facebookseiten noch die YouTube-Kanäle sind bestimmungsgemäss abrufbar. Die Beklagten treten nicht mehr unter facebook.com/A._____M._____ auf, das Rechtsschutzinteresse ist gleichwohl zu bejahen. Ein Rückzug erfolgte nicht. Rechtsbegehren Ziff. 3 ist abzuweisen.

8. Twitter/LinkedIn (Rechtsbegehren 4)

8.1. Unbestrittener Sachverhalt

Die streitgegenständlichen Twitter- und LinkedIn-Präsenzen können in der Schweiz abgerufen werden. Die Beklagten unterhielten im Zeitpunkt der Klageeinleitung in der Schweiz keine Twitter- oder LinkedIn-Kanäle (act. 1 Rz. 361 ff.). Aktuell besteht keine technische Möglichkeit der Länderbeschränkung auf Twitter und LinkedIn (act. 43 Rz. 482). Hingegen besteht die Möglichkeit, Werbung ("Twitter Ads") auf ein bestimmtes geografisches Gebiet einzuschränken (act. 1 Rz. 131, Rz. 403). Die Präsenzen sind ausschliesslich auf Englisch verfügbar (act. 18 Rz. 299, 343) und verlinken teilweise auf A._____.com bzw. A._____(xy).com-Internetseiten (act. 1 Rz. 361 ff.). Es sind ausschliesslich US-Kontaktangaben enthalten (act. 18 Rz. 343). Der Twitter-Kanal A._____E'._____ gehört der AG._____ (act. 1 Rz. 379). Statt Twitter.com/A._____J._____ und twitter.com/A._____N._____1 existieren heute neu Twitter.com/A._____J._____ (act. 43 Rz. 737) und twitter.com/A._____W._____ (act. 43 Rz. 721).

8.2. Parteistandpunkte

8.2.1. Klägerinnen

Hinsichtlich des Nachrichtenversands führen die Klägerinnen aus, solange Twitter und LinkedIn keine Länderbeschränkungen anböten, sei es verhältnismässig, dass die Beklagten bis zu diesem Zeitpunkt das Versenden von Nachrichten ganz zu unterlassen hätten. Das Rechtsschutzinteresse sei auch für ein vollumfängliches Versendungsverbot gegeben, da die Klägerinnen über die Rechte an A._____ in über 190 Ländern verfügten, die Beklagten bloss in den USA und Kanada (act. 43 Rz. 482). Daneben bestehe auch eine Erstbegehungsgefahr in Bezug auf Werbung, da es nur eine Frage der Zeit sei, bis die Beklagten auch die Funktion "Sponsored Tweets" auf Twitter oder die Werbemöglichkeiten auf LinkedIn global nutzen würden. Es sei irrelevant, dass die Beklagten geltend machen würden, keine verschreibungspflichtigen Medikamente in der Schweiz zu bewerben. Die Beklagten würden zumindest ein Company-Branding betreiben (act. 43 Rz. 484 ff.).

In materieller Hinsicht erörtern die Klägerinnen, dass die Twitter-Kanäle von Schweizer Nutzern abgerufen werden könnten und Schweizer diese Kanäle ohne weiteres abonnieren könnten. Die Inhalte würden sich an ein breites Publikum richten, zumal es keine Präsenzen der Beklagten in den schweizerischen Landessprachen gebe und die schweizerischen Gruppen-Gesellschaften der C._____ -Gruppe keine eigene Präsenz bei Twitter hätten. Zudem würde auf A._____.com bzw. A._____(xy).com-Internetseiten verlinkt (act. 1 Rz. 361 ff.; act. 43 Rz. 713 ff.). Es sei irrelevant, ob die Umsetzung von Geotargeting technisch möglich sei. Wenn dies technisch nicht der Fall sei, so hätten die Beklagten die Twitter-Accounts zu löschen (act. 43 Rz. 714). Die Disclaimer "intended for US residents only", die die Beklagten auf beinahe allen Social-Media-Kanälen verwenden würden, seien ein reines Lippenbekenntnis (act. 1 Rz. 371). Die Disclaimer seien ungeeignet, Schweizer Nutzer von einem Zugriff abzuhalten und überdies auch nicht ernst gemeint (act. 43 Rz. 684). Die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zeige sich insbesondere bei der Twitter.com/A._____, wo auf A._____.com/N._____ verlinkt werde. Dort werde der Nutzer bei der Jobsuche auf

C._____.com weitergeleitet (act. 43 Rz. 725). Da die Beklagten für den Inhalt, auf den von twitter.com/A.____E'._____ auf ihre Internetseiten verlinkt werde, verantwortlich seien, seien sie für diesen Kanal mitverantwortlich. Es sei folglich irrelevant, dass die Beklagten den Twitter-Kanal formell über die Tochtergesellschaft AG._____ betreiben würden (act. 43 Rz. 728). Da die Beklagten seit 7. November 2016 nicht mehr die Adresse Twitter.com/A.____J._____, sondern neu Twitter.com/A.____J._____ verwenden würden, sei das Rechtsbegehren entsprechend angepasst worden; es seien aber die gleichen Inhalte abrufbar (act. 43 Rz. 737). Gleich verhalte es sich mit twitter.com/A.____N.____1, der neu unter twitter.com/A.____W._____ abrufbar sei (act. 43 Rz. 721). Solange die Beklagten in der Schweiz keinen eigenen LinkedIn-Kanal führen würden, würden sich Schweizer Nutzer mit den streitgegenständlichen LinkedIn-Kanälen verknüpfen. Daran vermöge auch der Umstand nichts zu ändern, dass einzig die Adresse der Beklagten 2 auf der LinkedIn-Präsenz LinkedIn.com/company/A._____ erscheine. Die Stellensuche sei nicht der einzige Zweck der LinkedIn-Präsenzen; das Vertrautmachen mit den Produkten und Dienstleistungen gehöre auch dazu. Wenn die Beklagten Stellenangebote auf Facebook posteten, so sei auch davon auszugehen, dass sie LinkedIn für das Rekrutieren von Mitarbeitern in der Schweiz benutzen würden. Gerade solange es noch keine Länderbeschränkungen gebe, sei es umso notwendiger, dass die Beklagten auf ein globales Kommunikationskonzept verzichten würden. Die Beklagte 1 veröffentliche sodann ihre Quartalsresultate auf LinkedIn/company/A._____, was für bestehende und potentielle Investoren aus der Schweiz von Interesse sei (act. 43 Rz. 740 ff.). Zudem würden selbst Mitarbeiter der Beklagten sich bei LinkedIn mit angestellt bei A._____ bezeichnen, obwohl sie in Tat und Wahrheit bei den Beklagten arbeiten würden (act. 43 Rz. 745).

8.2.2. Beklagte

Die Beklagten beantragen, dass auf Rechtsbegehren 4 nicht einzutreten sei. Zur Begründung führen sie aus, dass Geotargeting für Nachrichten oder für die Erreichbarkeit von Profilen auf Twitter und LinkedIn technisch nicht durchführbar sei (act. 18 Rz. 216 ff.). Bei der Anmeldung auf Twitter oder LinkedIn könne zwar ein

Ort für das Profil angegeben werden; die Angabe sei aber nicht zwingend. Eine Möglichkeit, die IP-Adresse der Nutzer zu erfahren, bestehe nicht, weshalb weder die Beklagten noch der Vollstreckungsrichter die Einhaltung überprüfen könne (act. 18 Rz. 217). Ein Verbot, überhaupt Nachrichten aus diesen Kanälen zu versenden, sei viel zu breit und demzufolge würde den Klägerinnen ein Rechtschutzinteresse fehlen (act. 18 Rz. 218).

Die Klägerinnen würden nicht behaupten, dass die Beklagten Werbung über die Twitter- oder LinkedIn-Kanäle versenden würden. Da die Beklagten in erster Linie verschreibungspflichtige Arzneimittel vertreiben würden, deren Bewerbung in der Schweiz und in zahlreichen anderen Ländern verboten oder strengen Kriterien unterworfen sei, sei auch nicht ersichtlich, inwiefern die Gefahr bestünde, dass die Beklagten Werbung auf ihren Social Media-Kanälen schalten würden. Daher sei auf das Klagebegehren 4 in Bezug auf das Verbot der Schaltung von Werbung nicht einzutreten (act. 18 Rz. 220).

Eventualiter machen die Beklagten geltend, dass die weltweite Abrufbarkeit für eine Rechtsverletzung in der Schweiz nicht ausreiche. Länderbeschränkungen gebe es keine und es fehle an einem Bezug zur Schweiz (act. 18 Rz. 298; act. 53 Rz. 358 f.). Die Verwendung territorialer Disclaimer spreche sodann gegen die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz (act. 53 Rz. 359). Die Twitter-Kanäle würden sich nicht an Schweizer Nutzer richten, was aus dem prominent platzierten Hinweis in der linken Spalte ersichtlich sei. Dort stehe, dass dieser Kanal nur für Nutzer aus den USA bestimmt sei (act. 18 Rz. 300). Eine Verlinkung mit Schweizer Internetseiten bestehe nicht; im Gegenteil sei es ein Indiz gegen die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit, wenn Verlinkungen auf US-Seiten erfolgen würden (act. 18 Rz. 305 ff.). Der Twitter-Kanal A._____ gehöre sodann einer Tochtergesellschaft der Beklagten 1, die gar nicht Partei des Verfahrens sei, weshalb es an der Passivlegitimation der Beklagten 1 und 2 fehle (act. 18 Rz. 309; act. 53 Rz. 352). Seit August 2017 würden sodann die Beklagten 3, 4, und 5 unter twitter.com/C._____Switzerland zudem einen eigenen Twitter-Kanal betreiben und es würden eine Vielzahl von Twitter-Kanälen existieren, die sich auch an ein Schweizer Publikum richteten (act. 53 Rz. 347). Es werde bestritten, dass in Be-

zug auf twitter.com/A.____N.____1 bzw. twitter.com/A.____W.____ eine automatische Weiterleitung auf C.____.com stattfindet. Klicke der Nutzer auf Find jobs, werde er auf [N.____ at A.____ US](https://N.____atA.____US) weitergeleitet, nicht auf C.____.com. Sei ein in den USA ansässiger Nutzer an einem Job in Europa interessiert, so könne er auf worldwide [N.____ Site](https://N.____Site) zugreifen (act. 53 Rz. 350 f.). Da aktuell zwei [C.____ LinkedIn-Präsenzen](https://C.____LinkedIn-Präsenzen) der Beklagten existieren würden, sei eine Verknüpfung nicht mehr notwendig (act. 53 Rz. 355). Bei den von den Klägerinnen auf LinkedIn gefundenen Mitarbeiterprofilen handle es sich um ein Versehen. Die Beklagten würden die Social-Media-Profile ihrer Mitarbeiter nicht überprüfen und könnten auch nicht dafür belangt werden. Die Mitarbeiter seien aber auf den Fehler aufmerksam gemacht worden und die Fehler seien inzwischen korrigiert worden (act. 53 Rz. 356). Da heute ebenbürtige C.____-Internetpräsenzen existieren würden, sei die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit zu verneinen (act. 53 Rz. 359).

8.3. Rechtliche Würdigung

8.3.1. Rechtsschutzinteresse

Die Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs setzt ein hinreichendes Rechtsschutzinteresse voraus. Den Klägerinnen obliegt es, darzulegen, dass das Verhalten der Beklagten eine künftige Rechtsverletzung ernsthaft befürchten lässt bzw. eine solche mit einer gewissen Unmittelbarkeit droht (dazu eingehend E. 9.4.2.).

Unstrittig versenden die Beklagten keine Werbung über die streitgegenständlichen Twitter- und LinkedIn-Kanäle. Konkrete Anhaltspunkte dafür, dass die Beklagten dies inskünftig zeitnah tun werden, legen die Klägerinnen nicht dar. Wie gezeigt verletzen die streitgegenständlichen Internetseiten die Kennzeichenrechte der Klägerinnen nicht, da es schon an einer bestimmungsgemässen Abrufbarkeit fehlt. Die klägerische Behauptung einer weiteren Ausdehnung der Präsenzen durch die Beklagte ist zu pauschal gehalten (act. 43 Rz. 484), als dass darin konkrete unmittelbare Befürchtungen einer Verletzung gesehen werden könnten. Die Klägerinnen sehen im Verhalten der Beklagten weiter ein Company-Branding, oh-

ne aber konkret darzulegen, worin gemäss ihrer Ansicht die Werbung liegt, die verboten werden soll. Im Rechtsbegehren 4 verlangen die Klägerinnen ein Verbot des Versands von Nachrichten und/oder Werbung, nicht aber ein Verbot des Betriebs der Twitter- und YouTube-Kanäle selber (vgl. act. 43 S. 6). Soweit die Klägerinnen in der Begründung ausführen, dass der Twitter-Account zu löschen sei (act. 43 Rz. 714), braucht darauf nicht weiter eingegangen zu werden. Ein Branding in Bezug auf die Kanäle selber wäre nicht vom Rechtsbegehren des Verbots der Werbung umfasst. Das Rechtsbegehren ist bestimmt genug, indem es von Werbung spricht. Darunter kann aber nur Werbung verstanden werden im Sinne einer kommerziellen Kommunikation. Anderes könnte der Vollstreckungsrichter auch nicht überprüfen. Zusammenfassend ergibt sich, dass auf Rechtsbegehren 4 mangels Erstbegehungsfahr bzw. Vorliegen eines Rechtsschutzinteresses nicht einzutreten ist, soweit damit ein Verbot des Schaltens von Werbung beantragt wird.

Das Verbot des Versendens von Nachrichten überhaupt ist zwar sehr breit. Sollte sich aber zeigen, dass eine Verletzung vorliegt, so wäre auch ein vollumfängliches Verbot verhältnismässig. Diese Frage wird auf materieller Ebene zu prüfen sein; das Rechtsschutzinteresse ist diesbezüglich zu bejahen.

Unstrittig verwenden die Beklagten die Präsenzen Twitter.com/A.____J.____ und twitter.com/A.____N.____1 heute nicht mehr. Die Klägerinnen haben entsprechend ihr Begehren um die neuen Präsenzen erweitert, ohne aber die unstrittig nicht mehr benutzten Adressen aus dem Rechtsbegehren zu entfernen. Ein Rückzug liegt damit nicht vor. Das Rechtsschutzinteresse ist weiterhin zu bejahen, da die Präsenzen wieder aufgenommen werden könnten.

8.3.2. Materiell

Wie bereits eingehend dargelegt wurde, ist die Frage, ob Geotargeting technisch möglich ist, nicht entscheidend, da damit der Abruf der Internetseite an sich un-
terbunden würde. Wie gezeigt, stellt der Zugriff auf die Kanäle ein erlaubtes Tun dar, sofern die Kanäle nicht bestimmungsgemäss in der Schweiz abrufbar sind. In objektiver Hinsicht enthalten die streitgegenständlichen Twitter- und LinkedIn-

Kanäle keine schweizrelevanten Elemente. Der Umstand, dass allenfalls Informationen auch für Schweizer Nutzer von Interesse sein könnten, vermag – wie bereits mehrfach ausgeführt – keinen Bezug zur Schweiz herzustellen. Es kann auf das bereits Gesagte verwiesen werden. Da die Präsenzen an sich schon nicht bestimmungsgemäss abrufbar sind, kommt einem Link auf andere Seiten keine eigenständige Bedeutung zu. Dass die Beklagten im Zeitpunkt der Klageeinleitung keine eigenen Präsenzen betrieben, kann nicht gegen sie ausgelegt werden. Sie sind insbesondere nicht verpflichtet, dies zu tun, bestimmt sich doch die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in erster Linie unter Berücksichtigung der streitgegenständlichen Präsenz. Gegenteilige Argumentation würde dazu führen, dass ein Twitteraccount in sämtlichen Ländern der Welt (beispielsweise auch China und Russland) automatisch bestimmungsgemäss abrufbar wäre, sofern keine länderspezifischen Accounts bestehen. Entscheidend ist nach wie vor in erster Linie, ob die streitgegenständlichen Twitter- und LinkedIn-Kanäle auf die Schweiz ausgerichtet sind. Dies ist nicht der Fall, weshalb trotz Novum (betr. Kanäle und Weiterleitung) auf eine Fristansetzung zur Stellungnahme an die Klägerinnen verzichtet werden kann, da nicht darauf abgestellt wird. Ihrer subjektiven Sicht verschaffen die Beklagten zudem durch die Disclaimer Nachachtung, wonach sich die entsprechenden Präsenzen an US-Einwohner richten ("intended for US residents only"). Wo dies nicht der Fall ist (twitter.com/A.____R.____), ergibt sich aufgrund der objektiven Elemente (es wird nur von nordamerikanischen Universitäten gesprochen) schon nichts anderes. Die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit ist zu verneinen und Rechtsbegehren 4 ist – soweit überhaupt darauf eingetreten werden kann (vgl. 8.3.1 hiavor) – abzuweisen.

9. Logos und Webseiten (Online-Bereich; Rechtsbegehren 5) sowie Verlinkungen (Rechtsbegehren 7)

9.1. Einschränkung auf den Online-Bereich mit der Replik

Der Klarheit halber ist festzuhalten, dass die Klägerinnen Rechtsbegehren 5 mit der zweiten Rechtschrift auf den Online-Bereich eingeschränkt haben. Offline- und Onlinehandlungen wären ohnehin nicht miteinander vergleichbar. Somit sind allfällige Offlinehandlungen unter Rechtsbegehren 6 abzuhandeln.

9.2. Bestimmtheit von Rechtsbegehren

Die Beklagten machen geltend, dass das Rechtsbegehren teilweise unbestimmt sei, werde doch von "indirekt betriebenen Internetpräsenzen" und "zur Kennzeichnung ihrer Unternehmen" gesprochen, wobei unklar sei, ob damit die Beklagten 1 und 2 oder auch deren Konzerngesellschaften gemeint seien (act. 53 Rz. 772). Die Klägerinnen würden zudem nicht nur die Unterlassung des Gebrauchs der in den Rechtsbegehren 5 aufgelisteten A.____-Zeichen auf den beanstandeten und in der Schweiz bestimmungsgemäss abrufbaren Internetseiten und Social-Media-Kanälen anbegehren. Vielmehr werde ein Verbot des Gebrauchs sämtlicher in Rechtsbegehren 5 aufgelisteten Zeichen auf allen weltweit existierenden, von den Beklagten 1 und 2 "direkt oder indirekt betriebenen" Internetseiten und Social-Media-Kanälen, die in der Schweiz "zugänglich" seien, verlangt, u.a. auch A.____.ca. Es fehle folglich das Rechtsschutzinteresse und auf das Begehren sei nicht einzutreten (act. 53 Rz. 743 ff.).

Unterlassungsbegehren, denen die erforderliche Bestimmtheit fehlt, sind von den Gerichten von Amtes wegen zu präzisieren, sofern die Neufassung vom klägerischen Vorbringen umfasst ist (BGE 97 II 92, 94; BAUDENBACHER/GLÖCKNER, UWG - Kommentar, Basel 2001, N 47 zu Art. 9 UWG). In der Tat ist die Wendung "direkt" oder "indirekt betriebene Internetpräsenz" zu wenig bestimmt. Gleiches gilt für die Begriffe Internetseiten, Social Media etc. In der Schweiz zugänglich machen könnte sowohl den Abruf an sich als auch bloss den bestimmungsgemässen Abruf bedeuten. Diesbezüglich sind die Rechtsbegehren dahingehend zu konkretisieren, dass darunter die in der Begründung genannten Internetseiten und Social-Media Präsenzen verstanden werden, die bestimmungsgemäss abrufbar sind. Hinsichtlich des unklaren Begehrens "zur Kennzeichnung *ihrer* Unternehmen" ist eine deutliche Einschränkung auf die Beklagten 1 und 2 vorzunehmen. Tochtergesellschaften können davon im Zweifel nicht betroffen sein, da Rechtsbegehren zwar präzisiert, aber nicht erweitert werden dürfen. In Bezug auf Rechtsbegehren 7 verhält es sich nicht anders. In ihrer Begründung werfen die Klägerinnen den Beklagten durch die Links auf der C.____.ch-Seite auf A.____(xy).com-Seiten Rechtsverletzungen vor. Soweit das Rechtsbegehren Hyperlinksetzungen von

anderen Internetseiten als C.____.ch erwähnt, so ist darauf mangels konkreter Begründung nicht weiter einzugehen. Das Rechtsbegehren ist auf die C.____.ch-Verlinkungen einzuschränken (act. 1 Rz. 750 ff.; act. 43 Rz. 798 mit Verweis auf act. 1 Rz. 535-542). Die in der Replik neu vorgebrachten Zeichenverletzungen auf C.____.ch (A.____ Foundation etc.) sind vom Rechtsbegehren 5 nicht erfasst, das nur gegen die Beklagten 1 und 2, nicht aber die Beklagte 3 als Inhaberin der Domain C.____.ch, gerichtet ist. Darauf wird unter E. 9.4.4. zurückzukommen sein.

9.3. Fehlen der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit

Es wurde bereits ausgeführt, dass eine Vielzahl der streitgegenständlichen Internetseiten nie in der Schweiz bestimmungsgemäss abrufbar waren. Bezüglich der Internetseiten und Social-Media-Präsenzen, an denen die Beklagten keine Änderungen vorgenommen haben und hinsichtlich derer die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit verneint wurde, fehlte es somit bereits im Zeitpunkt der Klageeinleitung an der notwendigen bestimmungsgemässen Abrufbarkeit. Mangels Bezug zum schweizerischen Kennzeichenrecht ist das Begehren 5 ohne weiteres abzuweisen, sofern überhaupt darauf eingetreten werden kann (hierzu E. 8.3.1.). Zu den aufgehobenen Verlinkungen sogleich.

9.4. Die Verlinkungen von C.____.ch finden nicht mehr statt

9.4.1. Ausgangslage

Nach Klageeinleitung haben die Beklagten zahlreiche Änderungen an den streitgegenständlichen Präsenzen vorgenommen. Zu prüfen ist, ob die freiwillige Einstellung zum Wegfall der Wiederholungsfahr führt. Die sich stellende Vorfrage, ob das eingestellte Verhalten überhaupt eine Kennzeichenverletzung darstellte, ist vorerst auszuklammern. Dazu später unter E. 9.6.3.

9.4.2. Rechtliches

Das Rechtsschutzinteresse an der Unterlassungsklage setzt – sowohl gestützt auf das MSchG wie auch das UWG – eine Erstbegehungs- oder Wiederholungsge-

fahr voraus. Die Klägerinnen haben mithin darzutun, dass konkrete Anhaltspunkte dafür bestehen, dass die Beklagten erstmals eine Verletzung begehen werden (BGE 116 II 357 E. 2. a mit Hinweisen; vgl. auch BGE 124 III 72 E. 2a; LUCAS DAVID UND ANDERE, Der Rechtsschutz im Immaterialgüterrecht, in: Schweizerisches Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht [SIWR], Bd. I/2, 3. Aufl. 2011, S. 114 ff. Rz. 271 ff.; BSK UWG – DAVID RÜETSCHI/SIMON ROTH, N 18 ff. zu Art. 9 UWG; BSK – MSchG, MARKUS R. FRICK, N 29 ff. zu Art. 55 MSchG). Das Vorliegen einer Wiederholungsgefahr setzt zweierlei voraus: Einerseits ist der Nachweis zu erbringen, dass in der Vergangenheit bereits eine gleichartige Rechtsverletzung stattgefunden hat, andererseits hat der Kläger darzulegen, dass eine Wiederholung zu befürchten bzw. nicht auszuschliessen ist (BSK UWG – DAVID RÜETSCHI/SIMON ROTH, N 19 ff. zu Art. 9 UWG; BSK – MSchG, MARKUS R. FRICK, N 31 ff. zu Art. 55 MSchG). Eine Wiederholungsgefahr ist in der Regel anzunehmen, wenn der Beklagte die Widerrechtlichkeit des beanstandeten Verhaltens bestreitet, ist doch in einem solchen Fall zu vermuten, dass er es im Vertrauen auf dessen Rechtmässigkeit weiterführen wird (BGE 124 III 72 E. 2a; BGE 116 II 357 E. 2a S. 359; David und andere, a.a.O., S. 115 Rz. 273). Dies gilt insbesondere, wenn der Verletzer zwar im Hinblick auf den Prozess die Verletzungen eingestellt hat, in seinen Rechtsvorträgen aber nach wie vor sein Verhalten als rechtmässig verteidigt (BGE 128 III 96 E. 2e). In einem neueren Entscheid schützte das Bundesgericht die vorinstanzliche Abschreibung zufolge Gegenstandslosigkeit, da die streitgegenständlichen Domains nicht mehr im Internet abrufbar waren und keine Wiederholungsgefahr dargetan worden sei. Konkret hatten die Beklagten ein Rebranding vorgenommen und es konnte nicht erstellt werden, dass die Beklagte vor Erlass des Entscheids eine weitere Benutzungsberechtigung an den Domainnamen behauptet hätte (Entscheid des Bundesgerichts vom 27. Juni 2014 [4A_38/2014] E. 2.3.2.). Gelangt die Vermutung der Wiederholungsgefahr zur Anwendung, steht der Gegenseite der Gegenbeweis im Einzelfall zu (BSK UWG – DAVID RÜETSCHI/SIMON ROTH, N 22 zu Art. 9 UWG). Die Annahme einer Wiederholungsgefahr nach erfolgter Verletzung kann unter Berücksichtigung der Einzelfallumstände auch bei einer Verzichts- und Unterwerfungserklärung ohne Anerkennung einer Rechtspflicht ausgeschlossen werden, soweit die Unterlassungserklä-

zung bedingungslos und unzweideutig ist (OGer ZH, sic! 2011 S. 509). Das Vorliegen einer ausdrücklichen Unterlassungserklärung ist nicht vorausgesetzt, sofern ein gleich zu gewichtender Tatbeweis erbracht wird (HGer ZH, ZR 111 (2012) Nr. 62).

9.4.3. Erstbegehungsgefahr

In Bezug auf die Internetseiten und das Versenden von Nachrichten von den Twitter- und LinkedIn-Präsenzen machen die Klägerinnen keine Erstbegehungsgefahr geltend (vgl. act. 1 Rz. 590). Daher erübrigen sich weitere Ausführungen dazu. Die Erstbegehungsgefahr hinsichtlich des Versands von Werbung wurde verneint (vgl. E. 8.3.1.).

9.4.4. Wiederholungsgefahr

9.4.4.1. Parteistandpunkte

Die Klägerinnen stellen sich auf den Standpunkt, dass die Beklagten die streitgegenständlichen Zeichen bereits auf den bestimmungsgemäss abrufbaren Internetseiten- und Medienpräsenzen gebraucht hätten. Da sich die Beklagten weigerten, Massnahmen zu treffen, die einen solchen Gebrauch verhindern würden, bestehe eine Wiederholungsgefahr (act. 1 Rz. 732). Das teilweise Einstellen des vorgeworfenen Verhaltens führe nicht zur Gegenstandslosigkeit, da das Beantragte immer noch möglich sei (act. 43 Rz. 460). Die Beklagten würden am Nachweis scheitern, dass sie die im Rechtsbegehren 5 aufgelisteten Zeichen nicht mehr in der Schweiz verwenden würden (act. 43 Rz. 464), denn auf den übrigen Internetpräsenzen (ohne C._____) seien die Zeichen noch immer abrufbar (act. 43 Rz. 465). Dort und auf den Social-Media-Präsenzen würden die Verletzungshandlungen primär stattfinden (act. 43 Rz. 772). Das Zeichen A._____ in Alleinstellung werde vereinzelt noch auf C._____.ch rechtswidrig verwendet (act. 43 Rz. 773). Es sei den Beklagten nicht erlaubt, auf C._____.ch oder anderen bestimmungsgemäss abrufbaren Internetseiten A._____ zu nennen (act. 43 Rz. 468). A._____ werde noch im Zusammenhang mit Foundation verwendet (act. 43 Rz. 471). Der Gebrauch von A._____ & Co. Inc., AC._____, AD._____, USA, und A._____

B._____ werde als reine Firmenbezeichnungen von den Klägerinnen gar nicht beanstandet (act. 43 Rz. 773). Zudem hätten die Beklagten im Juli 2017 neue Verletzungen begangen. Während des Betriebs einer Übergangsseite auf C._____.ch hätten sie in einem auf dieser Übergangsseite verlinkten Formular (Verlinkung von C._____.ch auf C._____-email.ch) erneut auf die A._____.com Internetseite verwiesen (act. 43 Rz. 475).

Die Beklagten machen geltend, dass die monierten Verlinkungen von C._____.ch auf A._____-Internetseiten entfernt worden seien, womit die im Klagebegehren 5 aufgelisteten Kennzeichen von den Beklagten in der Schweiz nicht mehr verwendet würden. Eine Wiederholungsgefahr sei zudem aufgrund der freiwilligen Einstellung der beanstandeten Handlungen infolge des Schreibens der Beklagten vom 8. April 2015 und der Implementierung der Änderungsvorschläge der Beklagten zu verneinen (act. 53 Rz. 960, 748). Soweit sich das Begehren auf Social Media Präsenzen beziehe, sei es mangels wirtschaftlicher Wirkung in der Schweiz abzuweisen (act. 18 Rz. 215, 288 ff.). Die beanstandeten Zeichenverwendungen auf C._____.ch würden bestritten (act. 53 Rz. 752).

9.4.4.2. Würdigung

Die Klägerinnen streiten nicht ab, dass die Verlinkungen von C._____.ch nicht mehr existieren (act. 43 Rz. 471 ff.). Die Bestreitungen der Klägerinnen beziehen sich denn auf die weiteren Seiten, auf die nicht verlinkt worden ist und wo die bestimmungsgemässe Abrufbarkeit verneint wurde. Eine explizite Anerkennung seitens der Beklagten liegt nicht vor. Dies behaupten die Beklagten auch nicht. Sie stützen sich vielmehr auf den Tatbeweis sowie die Ernsthaftigkeit des Willens, den beanstandeten Gebrauch der in Ziff. 5 genannten Zeichen nicht wieder aufzunehmen (act. 18 Rz. 212 ff.; act. 53 Rz. 753).

In der Tat haben die Beklagten bereits mit Schreiben vom 8. April 2015 Massnahmen angekündigt, wie Konflikten im Internet begegnet werden könne. Im Zeitpunkt der Erstattung der Klageantwort (30. September 2016) waren eine Vielzahl der Änderungen bereits implementiert worden. Die in der Replik aufgelisteten und noch nicht vorgenommenen Änderungen sind sodann im Zeitpunkt der Duplik be-

hoben worden. Die im vorliegenden Verfahren insbesondere relevante Verlinkung von C.____.ch auf A.____.com wurde sogleich behoben und besteht somit seit mindestens rund zweieinhalb Jahren nicht mehr. Die Beklagten führen aus, dass sie sich insbesondere auf der Schweizer Internetseite C.____.ch an ihre vertraglichen Verpflichtungen halten würden und nicht mehr auf die streitgegenständliche A.____(xy).com Internetseiten verlinkt werde (act. 53 Rz. 112, 150, 197). Das klägerische Argument, dass die Verlinkungen von den streitgegenständlichen C.____(xy).ch Internetseiten eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit in der Schweiz begründen würden, greife damit ins Leere (act. 53 Rz. 217) bzw. sei obsolet (act. 53 Rz. 243). Eine Verlinkung von der für die Schweiz bestimmten Internetseite C.____.ch finde nicht mehr statt (act. 53 Rz. 364). Es lässt sich keine Aussage der Beklagten finden, wonach sie die Verlinkungen von C.____.ch auf die A.____(xy).com-Seiten nach wie vor als rechtmässig erachten würde. Die Frage der bestimmungsgemässen Abrufbarkeit betrifft im vorliegenden Fall zwei Arten von Präsenzen: Solche, die klarerweise in der Schweiz bestimmungsgemäss abrufbar sind wie C.____.ch, und solche, wo dies nicht auf der Hand liegt (wie A.____.com). Die Beklagten haben in Bezug auf die ihrer Ansicht nach nicht bestimmungsgemäss abrufbaren Seiten wie A.____.com etc. stets behauptet, dass diese in der Schweiz nicht bestimmungsgemäss abrufbar seien. In Bezug auf C.____.ch-Links haben sie jedoch durch ihr Verhalten gezeigt, dass sie eine bestimmungsgemässe Abrufbarkeit bejahen. Es könnte mit guten Gründen das Fehlen eines Rechtsschutzinteresses zufolge erbrachten Tatbeweises vertreten werden. Die Beklagten erörtern aber auch noch in der Duplik, dass im Übrigen eine Verwechslungsgefahr aufgrund der verwendeten Disclaimer ausscheide (vgl. act. 53 Rz. 364). Die Klägerinnen weisen jedoch zu Recht darauf hin, dass die Beklagten nach wie vor ihr Recht des Gleichnamigen behaupten (act. 43 Rz. 473). Angesichts der sehr strengen bundesgerichtlichen Rechtsprechung und mit Blick auf die rasche Möglichkeit der erneuten Verlinkung ist die Wiederholungsgefahr dennoch zu bejahen.

9.5. Anforderungen an die Behauptungsdichte

Regelmässig genügt es nicht, in den Rechtsschriften keine Behauptungen aufzustellen und einfach auf eine Beilage zu verweisen. Angesichts der Fülle der Zeichenverwendungen muss es vorliegendenfalls aber genügen, wenn pro Internetseite zumindest eine Zeichenverletzung konkret dargelegt wird und sich der Rest aus den Beilagen ergibt. Ungenügend ist bloss ein Verweis auf Beilagen, ohne auch nur eine konkrete Verwendung darzulegen, insbesondere wenn es um Beilagenbündel geht.

9.6. Materielle Beurteilung

9.6.1. Rechtliches

Eine schweizerische Kennzeichenverletzung setzt grundsätzlich durchwegs eine Verwechslungsgefahr voraus, wobei der Begriff derselbe, aber je nach Anspruchsgrundlage unterschiedliche Bezugspunkte und Blickwinkel zu berücksichtigen sind (BGE 134 I 83 E. 4.2.3.; BSK UWG – RETO ARPAGAU, N 64 f. zu Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG). Es handelt sich um eine Rechtsfrage (BGE 128 III 353). Das Bundesgericht verlangt für die Bejahung einer Verwechslungsgefahr nicht den Nachweis tatsächlich erfolgter Verwechslungen, wie deren Vorkommen auch nicht zwingend eine rechtlich relevante Verwechslungsgefahr begründet (BGE 126 III 315 E. 4b; BGE 119 II 473 E. 2d; BGE 118 II 322 E. 3; BGE 117 II 513 E. 2a). Regelmässig wird zwischen unmittelbarer und mittelbarer Verwechslungsgefahr unterschieden, wobei letztere dann bejaht wird, wenn das Publikum zur Annahme einer nicht vorhandenen rechtlichen oder wirtschaftlichen Verbindung mit der Gegenseite verleitet wird (Urteil des Bundesgerichts vom 12. Juli 2012 [4A_45/2012] E. 3.3.4). In markenrechtlicher Hinsicht liegt beispielsweise Verwechslungsgefahr vor, wenn Abnehmer die Zeichen zwar auseinanderhalten können, es aber aufgrund von Übereinstimmungen wie der konzeptionellen Ähnlichkeit oder vollständiger oder teilweiser Übernahme der älteren Marke dennoch zu einer Fehlzurechnung kommt (Vermutung falscher Zusammenhänge: dass Waren- und Dienstleistungen vom Inhaber der Drittmarke erfolgen bzw. Vermutung falscher rechtlicher Verbindungen; BSK MSchG - MICHAEL ISLER, N 22 ff. zu Art. 3 MSchG). Eine Be-

einträchtigung kann somit darin liegen, dass ein Namensträger durch Gedankenverbindungen in nicht vorhandene Beziehungen hineingestellt wird, die er ablehnt und vernünftigerweise auch ablehnen darf (BGE 128 III 401 E. 5). Im Gegensatz zum Markenrecht ist die Unterscheidbarkeit im Firmenrecht nicht einfach aus Sicht der Abnehmer bestimmter Waren oder Dienstleistungen zu beurteilen, sondern auch mit Blick auf Stellensuchende, Behörden und öffentliche Dienste (BGE 118 II 322).

In technischer Hinsicht identifizieren Domainnamen den an das Netzwerk angeschlossenen Rechner und kennzeichnen daher an sich weder eine Person noch ein bestimmtes Unternehmen. Für den Internetbenutzer steht aber meist nicht die technische Funktion im Vordergrund. Vielmehr bezeichnet der Domainname die Internetseite als solche und – bei geeigneter Ausgestaltung – auch die dahinter stehende Person, Sache oder Dienstleistung. Domainnamen haben diesfalls gegenüber den absolut geschützten Kennzeichen Dritter den gebotenen Abstand einzuhalten und unterstehen dem Lauterkeitsgebot des Wettbewerbsrechts (BGE 126 III 239 E. 2). Das Bundesgericht stellt bei Anwendung schweizerischen Rechts hinsichtlich der Verwechslungsgefahr bei einer Domain nicht auf den Inhalt ab, da der Zugang über die Domain erfolgt (BGE 128 III 353 E. 4.2.2.1. in Bezug auf .ch Domain).

Nach Art. 2 UWG ist unlauter und widerrechtlich jedes täuschende oder in anderer Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossende Verhalten oder Geschäftsgebaren, welches das Verhältnis zwischen Mitbewerbern oder zwischen Anbietern und Abnehmern beeinflusst. Unlauter handelt gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG insbesondere, wer Massnahmen trifft, die geeignet sind, Verwechslungen mit den Waren, Werken, Leistungen oder dem Geschäftsbetrieb eines anderen herbeizuführen. Darunter fallen sämtliche Verhaltensweisen, bei denen das Publikum durch die Schaffung einer Verwechslungsgefahr irregeführt wird, insbesondere um den Ruf der Wettbewerber auszubeuten (BGE 135 III 446 E. 6.1). Ob eine lauterkeitsrechtliche Verwechslungsgefahr besteht, ist dabei hinsichtlich eines konkreten Wettbewerbsverhaltens zu beurteilen (BGE 129 III 353 E. 3.3), wobei es auf die Umstände im Einzelfall ankommt (BGE 140 III 297 E. 7).

Entscheidend ist der Blickwinkel des Durchschnittskäufers oder der beteiligten Verkehrskreise. Bestehen die beteiligten Verkehrskreise ausschliesslich aus Fachleuten, besteht kaum eine Verwechslungsgefahr, weshalb die Ansprüche an die Unterscheidbarkeit geringer sind (BSK UWG - RETO ARPAGAUS, N 68 f. zu Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG).

9.6.2. Zeichenidentität/Zeichenähnlichkeit

Die Ähnlichkeit der in Rechtsbegehren mit lit. d - q sowie lit. s - z bezeichneten Zeichen mit den klägerischen Marken sowie deren Firma und Namen ist evident. Offensichtlich ist das Zeichen A._____ (in Alleinstellung) mit der klägerischen Marke und Firma identisch. Die Klägerinnen sind der Ansicht, dass auch zwischen A._____ und A._____.com, A._____ & Co., Inc. sowie A._____ & Co. Zeichenidentität vorliege, da die genannten Zusätze für das Zeichen absolut belanglos seien (act. 1 Rz. 584). Es wurde bereits ausgeführt, dass sich eine restriktive Auslegung der Zeichenidentität aufdrängt, da damit das Kriterium der Verwechslungsgefahr automatisch entfällt. Vollständige Identität wird zu Recht nicht geltend gemacht. Die Zusätze .com, & Co. sowie & Co., Inc. weisen ein starkes internationales Element auf und sind damit nicht belanglos. In Bezug auf Domainnamen ist zu berücksichtigen, dass sie ursprünglich reine Adressierungsfunktion und damit keine kennzeichenmässige Nutzung darstellten. Im Laufe der Zeit kristallisierte sich jedoch ein Abwehranspruch auch gegen eine kennzeichenmässige Nutzung eines Domainnamens heraus. Wenn aber eine kennzeichenmässige Nutzung bejaht wird (wie dies heute regelmässig gemacht wird), so ist der Domainname auch als ganzes zu verstehen und kann nicht isoliert betrachtet werden. Folglich handelt es sich bei diesen Zeichen nicht um identische, sondern lediglich ähnliche Zeichen.

9.6.3. Verlinkungen von C._____.ch

9.6.3.1. Ähnliche Zeichen

Es fanden sich auf der schweizerischen Internetseite C._____.ch folgende Links: Corporate Headquarters Internetseite, Investoren, F._____, Zulassung, Pipeline.

Zudem fanden sich diverse Erfahren Sie mehr-Links (Code of Conduct, A.____H.____, A.____L.____, A.____.com/research/pipeline, A.____.com/licensing (act. 1 Rz. 537 ff.). Es kann auf die E. 5.1 in fine verwiesen werden. Klickte man beim Besuch von C.____.ch auf diese Links, fand sich stets folgender Disclaimer:

... [Bild des Disclaimers]

" Sie verlassen jetzt die C.____ Website und werden zu einer Seite geleitet, die nur für in den USA und Kanada ansässige Personen bestimmt ist. Wir werden überall C.____ genannt, ausser in den USA und Kanada, wo wir als A.____ & Co, Inc. AC.____, AD.____, USA bekannt sind."

Auf die in Rechtsbegehren 5 aufgeführten Zeichen, die mit dem Zeichen A.____ ähnlich sind, konnte somit nicht zugegriffen werden, ohne das Pop-Up-Fenster mit OK zu bestätigen. Der Inhalt des Disclaimers enthielt keine Zeichenverletzungen. Dies machen die Klägerinnen auch gar nicht geltend. Es erschien die gemäss Vereinbarung zulässige und auch von den Klägerinnen im Rahmen des vorliegenden Verfahrens nicht monierte Bezeichnung A.____ & Co., Inc. AC.____ AD.____, USA. Der Fall ist nicht mit einem Domainnamen zu vergleichen, wo auf der Internetseite Klarstellungen vorgenommen werden, denn das Fenster erscheint, *bevor* überhaupt eine Weiterleitung erfolgt. Klickt ein Besucher von C.____ auf die Links, so ist ihm selbstverständlich bewusst, dass er sich auf einer Unternehmensseite C.____ befindet. Ob sich ein Zeichen auf C.____.ch oder auf einer verlinkten (Unter-) Seite befindet, kann nicht entscheidend sein. Zumindest das direkt Verlinkte ist bestimmungsgemäss in der Schweiz abrufbar. Es trifft zwar zu, dass die Links auf Seiten führen, auf denen nicht mehr C.____, sondern A.____-Zeichen benutzt werden. Durch den klaren Hinweis, der vor der Weiterleitung auf A.____-Domains bzw. A.____-Zeichen erfolgt, scheidet eine unmittelbare Verwechslungsgefahr aus. Mit der Information, dass C.____ überall ausser in den USA und Kanada C.____ genannt würde, wird klargestellt, dass C.____ in der Schweiz nicht unter A.____ auftritt. Die Gefahr der Vermutung falscher wirtschaftlicher Zusammenhänge zwischen den Klägerinnen und den Beklagten ergibt sich somit nicht, ist doch dem Besucher damit klar, dass zwischen den Klägerinnen (wenn er diese überhaupt kennt) und den Beklagten keine Ver-

bindung besteht. Den Beklagten kann nicht zum Vorwurf gemacht werden, dass sie nicht explizit auf die zwei Firmen hinweisen. Dies ist nicht notwendig. Da die Verwechslungsgefahr zu verneinen ist, stehen den Klägerinnen weder nach Lauterkeits-, Marken-, Firmen- noch Namensrecht Unterlassungsansprüche hinsichtlich ähnlicher Zeichen zu. Vor diesem Hintergrund ist eine Kennzeichenverletzung mangels Verwechselbarkeit in Bezug auf Zeichen, die nicht vollständig identisch sind, zu verneinen. Anzuführen bleibt in Bezug auf angeblich tatsächlich aufgetretene Verwechslungen (act. 43 Rz. 214 ff.), dass es sich erstens nur um wenige Fälle handelte, und zweitens nicht klar ist, wie es zu diesen gekommen ist. Gerade vor dem Hintergrund, dass beide Parteien unstrittig denselben Namen in verschiedenen Ländern benutzen dürfen, sind einzelne Verwechslungen wohl nie ganz ausgeschlossen, aber auch nicht unbedingt auf die von den Klägerinnen monierten streitgegenständlichen Zeichenverwendungen der Beklagten zurückzuführen.

9.6.3.2. Identische Zeichen

Das Zeichen A._____ wird in Alleinstellung auf der verlinkten Seite A._____.com verwendet, indem von "other A._____ sites" bzw. "at A._____" gesprochen wird (act. 1 Rz. 535 i.V.m. 417 - 419, hierzu auch der Verweis auf die umfangreiche Präsenz in act. 5/151). Auf A._____ F._____.com wird ebenfalls A._____ in Alleinstellung verwendet: "A._____ making news" (act. 1 Rz. 538 i.V.m. 422; act. 1 Rz. 415 mit Hinweis auf die umfangreiche Präsenz in act. 5/153). Unstrittig verlinkten die Beklagten von C._____.ch auf A._____ H._____.com sowie auf A._____ L._____.com (act. 1 Rz. 540). Dem Verweis auf die Beilage act. 5/101 kann die Verwendung von A._____ in Alleinstellung nicht entnommen werden. Die Klägerinnen behaupten, dass die Zeichen in Rechtsbegehren 5 (also auch A._____ in Alleinstellung) auf diesen Internetseiten gebraucht werden (act. 43 Rz. 759). Unter A._____ H._____.com offerieren sie zwar einen Auszug der Internetseite (vgl. act. 43 Rz. 395; act. 44/282), ohne aber in irgendeiner Art und Weise zu behaupten, dass das Zeichen A._____ auf dieser Seite in Alleinstellung verwendet würde. Auch in der Klageschrift findet sich keine solche Behauptung (act. 1 Rz. 259 ff., 415 ff., 536 ff. 732 ff.). In Bezug auf A._____ H._____.com ist

somit die Verwendung des Zeichens A._____ in Alleinstellung nicht dargelegt. Auf A._____L._____.com verwenden die Beklagten A._____ in Alleinstellung (act. 1 Rz. 415 mit Hinweis auf act. 5/158 sowie act. 1 Rz. 427). Damit besteht Zeichenidentität, weshalb eine Verwechslungsgefahr nicht erforderlich ist. Zusammenfassend besteht grundsätzlich ein markenrechtlicher Unterlassungsanspruch in Bezug auf die Nutzung von A._____ in Alleinstellung auf A._____.com, A._____L._____.com und A._____F._____.com. Zu den Erfordernissen der Warengleichheit, dem rechtserhaltenden Gebrauch, der Interessenabwägung sowie der Verwirkung sogleich (E. 9.8. und 9.9.).

9.6.4. Kennzeichenverletzungen auf C._____.ch

9.6.4.1. Hauptbegründung

Zur Einschränkung des klägerischen Rechtsbegehrens 5 kann vorab auf E. 9.2. verwiesen werden. Es wurde bereits ausgeführt, dass das Rechtsbegehren 5 in Bezug auf C._____.ch auf die Verlinkungen einzuschränken ist, befasst sich doch die Klagebegründung (auf die zur Fixierung des Streitgegenstands abzustellen ist), ausschliesslich damit und nicht mit Zeichenverletzungen auf C._____.ch selber (hierzu act. 1 Rz. 535 ff.). Erst nach Entfernung der streitgegenständlichen Verlinkungen auf die A._____(xy).com-Seiten wurden auf einmal Zeichenverletzungen auf C._____.ch – aber jeweils im Zusammenhang mit der Wiederholungsgefahr (vgl. act. 43 Rz. 465 ff.) – ins Spiel gebracht, ohne aber die Anforderungen an eine Klageänderung i.S.v. Art. 227 ZPO zu erfüllen bzw. eine Klageänderung zu beantragen (vgl. BSK ZPO – DANIEL WILLISEGGER, N 52 zu Art. 227 ZPO). Rechtsbegehren 7 befasst sich einzig mit Linksetzungen. Schon aus diesem Grund wäre auf die behaupteten Kennzeichenverletzungen auf C._____.ch nicht weiter einzugehen.

9.6.4.2. Eventualbegründung

Die Klägerinnen machen geltend, dass auf C._____.ch die Bezeichnung A._____ Foundation abgerufen werden könne (act. 43 Rz. 471). Zudem würden Domainnamen, insbesondere jene gemäss Spiegelstriche 18 - 25 des Rechtsbegehrens

5, teilweise immer noch in PDFs, die auf C.____.ch abrufbar seien, verwendet (act. 43 Rz. 474; act. 44/207 S. 14). Die Beklagten weisen darauf hin, dass diese Zeichenverwendungen nicht mehr stattfinden würden (act. 53 Rz. 752).

Hinsichtlich der Wiederholungsgefahr kann auf das bereits Gesagte verwiesen werden (vgl. E. 9.4.). Das Rechtsschutzinteresse ist trotz Entfernung der Bezeichnung A.____ Foundation zu bejahen. Konkrete Ausführungen dazu, in welchem Zusammenhang A.____ Foundation bzw. die Domainnamen gebraucht werden, fehlen. Die massgeblichen Domainnamen werden nicht spezifiziert. Es ist auch unklar, wie auf das PDF zugegriffen werden kann, das zudem nicht vollends lesbar ist (insbesondere betreffend Fussnoten). Damit fehlen die nötigen Sachverhaltselemente, um beurteilen zu können, ob überhaupt ein kennzeichenmässiger Gebrauch vorliegt. Es wird nicht dargelegt, ob die Klägerinnen sich an Verlinkungen in PDFs stören und wenn ja, an welchen. Zu den in act. 44/207 S. 14 aufgeführten Verlinkungen finden sich keine Ausführungen, moniert werden Linksetzungen anderer Art, wie beispielsweise Corporate Headquarters (act. 43 Rz. 474 mit Verweis auf Rz. 137 ff.). Damit ist davon auszugehen, dass die Linksetzungen an sich nicht beanstandet werden.

Selbst wenn man von einer genügenden Behauptung ausgehen würde, so würde sich aus der offerierten Beilage nur ergeben, dass neben C.____ von einer A.____ Foundation die Rede ist. Dass die A.____ Foundation mit einer der Beklagten identisch ist, behaupten die Klägerinnen nicht. Ein firmenmässiger Gebrauch durch die Beklagten ist nicht ersichtlich. Hinsichtlich der Domainnamen in den Fussnoten lässt sich nicht erkennen, zu welchem Begriff sie benutzt werden. Sodann wird jeweils als Begriff C.____ verwendet und nicht A.____; nur die technische Adresse enthält das Zeichen A.____. Damit wäre ein Unterlassungsanspruch der Klägerinnen auch bei materieller Prüfung zu verneinen.

9.7. Fazit

Zusammenfassend steht den Klägerinnen durch die beklagtische Verwendung von A.____ in Alleinstellung zufolge Verlinkung von C.____.ch auf

A._____.com, A.____L.____.com und A.____F.____.com grundsätzlich ein markenrechtlicher Unterlassungsanspruch zu.

9.8. Rechtserhaltender Gebrauch

Der soeben bejahte markenrechtliche Unterlassungsanspruch setzt neben Warengleichheit den rechtserhaltenden Gebrauch der Marke voraus. Die Zeichen A._____ werden, soweit vorliegend relevant, nicht im Zusammenhang mit Tiermedizin verwendet, weshalb nicht näher darauf eingegangen werden muss, ob zwischen Human- und Tierarzt Warengleichheit besteht bzw. ob die Klägerinnen ihren Anspruch auf Desinfektionsmittel stützen können. Ebenfalls nicht zu beurteilen ist die Frage, ob die Klägerinnen die Marken in Bezug auf Veterinärmedizin rechtserhaltend gebraucht haben. Jedenfalls haben die Klägerinnen im Humanbereich unstreitig ihre Marke A._____ gebraucht.

9.9. Verwirkung und Interessenabwägung

Ob der markenrechtliche Unterlassungsanspruch zufolge Verwirkung untergegangen ist bzw. bei Bejahung des Anspruchs die Interessenabwägung zugunsten der Klägerinnen ausfällt, wird unter E. 11 und E. 12 zu behandeln sein.

10. Offline-Bereich (Rechtsbegehren 6, Beklagte 1-5) sowie E-Mailadressen (Rechtsbegehren 8, Beklagte 3-5)

10.1. Unbestrittener Sachverhalt

In der Eingangs- und Empfangshalle ihrer Büroräumlichkeiten ist im Rahmen der Entstehungsgeschichte der Beklagten das Zeichen A._____ in Alleinstellung abgebildet (act. 43 Rz. 538; act. 53 Rz. 624). Die Beklagten verwenden in der Schweiz E-Mailadressen nach dem Muster Name.Vorname@A._____.com auf ihren Visitenkarten (act. 1 Rz. 552 ff.; act. 43 Rz. 538; act. 53 Rz. 626). Die Visitenkarten haben folgendes Erscheinungsbild:

... [Abbildung einer Visitenkarte]

Unstrittig befanden sich auf einer im Vorfeld eines Kongresses zirkulierenden Teilnehmerliste von AP._____ bei Mitarbeitern der Beklagten die Bezeichnung A._____ (act. 43 Rz. 538; act. 53 Rz. 627). Auf C._____.ch verwendet die Beklagten 3 E-Mailadressen nach dem Muster Name.Vorname@A._____.com sowie switzerland.complaints@A._____.com, ..._switzerland@A._____.com und media.switzerland@A._____.com, die Beklagte 4 auf C._____.chinfo@A._____.com und die Beklagte 5 auf ihrer Internetseite C._____-E._____.ch Name.Vorname@A._____.com bzw.ch.E'._____.@A._____.com, letztere auch auf C._____.ch (act. 1 Rz. 547 ff.; act. 43 Rz. 538; act. 18 Rz. 44, 389 ff. und 612).

10.2. Parteistandpunkte

10.2.1. Klägerinnen

Die Klägerinnen führen aus, dass das mit der Replik neu gefasste Rechtsbegehren Ziff. 6 den Kennzeichengebrauch ausserhalb des Online-Bereichs erfasse (act. 43 Rz. 34). Die schweizerischen Beklagten würden prominent in der Eingangs-/Empfangshalle das Zeichen A._____ in Alleinstellung verwenden. Dies diene letztlich auch der Förderung des Vertriebs der auf den .com-Internetseiten unter A._____ vorgestellten Produkte und stelle eine geschäftliche Tätigkeit dar. Bei einer Empfangshalle handle es sich neben einer Internetseite um das Aushängeschild eines Unternehmens, das von potentiellen Kunden, Lieferanten, Medienvertretern oder Abnehmern bei einem persönlichen Besuch zur Kenntnis genommen werde. Die Beklagten würden im Umgang mit ihren Vertragspartnern, insbesondere den Lieferanten in der Schweiz, das Zeichen A._____ unrechtmässig in Alleinstellung im Geschäftsverkehr verwenden (act. 43 Rz. 538). AQ._____, der von November 2009 bis Oktober 2014 Managing Director bei der Beklagten 3 gewesen sei, habe sich auf Verbandssitzungen der AR._____ wiederholt als Vertreter von A._____ vorgestellt (act. 43 Rz. 538). Eine E-Mail mit dem Betreff: "A._____ stellt auf elektronische Rechnungsstellung um" sei von A._____ [mailto:...@A._____.com] am 22. September 2016 an verschiedene Schweizer Lieferanten der Beklagten in deutscher Sprache verschickt worden (act. 43 Rz. 538).

In Bezug auf Rechtsbegehren Ziff. 8 (vormals Ziff. 7) machen die Klägerinnen geltend, dass E-Mailadressen, bei denen nur die Bezeichnung vor der @-Kennung frei gewählt werden könne, zwar reine Adressen darstellen würden. Es könne aber auch der Bereich hinter der @-Kennung gewählt werden. Diesfalls knüpfe die Bezeichnung bei Unternehmen regelmässig an den Domainnamen und damit auch die Marke bzw. den Namen oder die Firma des Unternehmens an. Anders als eine Postadresse könnten sie frei gewählt werden. Technisch sei daran zwar, dass nach der @-Kennung an eine Domain angeknüpft werde und diese nur einmal vergeben werden könne. Jedoch ermögliche genau dieser Umstand dem Internetnutzer zu erkennen und zu überprüfen, von welchem Unternehmen die erhaltene E-Mail mit dem Angebot oder der Information stamme (act. 43 Rz. 833 ff.). Das Schweizer Publikum werde aus solchen E-Mailadressen der Schweizerischen Gesellschaften der Beklagten schliessen, dass es sich um Mitarbeiter der klägerischen Gruppe handle. Daran ändere nichts, dass im E-Mail-Footer bisweilen der tatsächliche Arbeitgeber stehe. Damit würden die Gesellschaften der C.____-Gruppe fälschlicherweise der Gruppe der Klägerinnen zugeordnet (act. 43 Rz. 839). Lerne ein Apotheker jemanden von den Klägerinnen kennen und suche über vorname.nachname@A.____.com nach diesem Mitarbeiter, suche er ein Produkt und gebe info@A.____.com ein oder schicke er eine E-Mail aus seinem Outlook-Kalender, so bestehe eine unmittelbare Verwechslungsgefahr (act. 98 Rz. 85).

10.2.2. Beklagte

Die Beklagten stellen sich auf den Standpunkt, dass die Schweizer Konzerngesellschaften seit Ende der 1990er Jahre E-Mailadressen der Klägerinnen (recte: Beklagten) verwenden würden. Bereits 1999 sei auf C.____-switzerland.com angegeben worden, dass die Beklagte 3 (damals A.____ B.____ ... AG) über die Adresse ..._ch@A.____.com elektronisch erreichbar sei (act. 18 Rz. 44). 2002 hätten die Klägerinnen sogar vorgeschlagen, mit den Beklagten eine gemeinsame Internetseite zu erstellen, ohne dabei angebliche Rechtsverletzungen zu erwähnen. Spätestens zu diesem Zeitpunkt hätten die Beklagten davon aus-

gehen können, dass die Klägerinnen keine Rechte gegen ihre Nutzung des Zeichens A._____ im Internet geltend machen würden (act. 18 Rz. 191).

Die Verwendung der E-Mailadressen mit der Angabe der Domain (in diesem Fall @A._____.com) stelle zudem keinen kennzeichenmässigen Gebrauch dar; es handle sich um eine blossе Adresse. Ein produktbezogener Hinweis fehle. Wer mit Mitarbeitenden des beklagischen Konzerns per E-Mail kommuniziere, habe entweder von dieser Person bereits eine E-Mail erhalten oder sie z.B. einer Visitenkarte, einer Internetseite oder einem anderen Dokument entnommen. In beiden Fällen könne über die Identität der Unternehmensträgerin kein Zweifel bestehen (act. 18 Rz. 391 f.). Aus der Adresszeile (C._____.ch), der Kopfzeile der Internetseite (mit dem C._____ Logo) und der Fusszeile (Copyright ©A._____ B._____ Corp., a subsidiary of A._____ & Co. Inc., AC._____, AD._____, U.S.A.) sei ohne weiteres ersichtlich, welches Unternehmen hinter dieser E-Mailadresse stehe (act. 18 Rz. 393 mit Hinweis auf act. 5/101, S. 32., 89-91). Der Visitenkarte von AS._____ können die Firma A._____ B._____ -... AG sowie das farbige C._____ -Logo entnommen werden. Was hinter dem @ stehe, sei keine kennzeichenrechtliche, sondern eine technische Frage (act. 18 Rz. 394). Das gleiche gelte auch für Fälle, in denen die E-Mailadresse einem anderen Dokument entnommen werde. Wer schliesslich eine E-Mail von einem Mitarbeitenden der Beklagten erhalte, könne sofort anhand der automatischen Signatur feststellen, um welches Unternehmen es sich handele. Dies werde auf den ersten Blick wahrgenommen, wohingegen der Domain hinter dem @-Zeichen keine Bedeutung beigemessen werde (act. 18 Rz. 396). Die Klägerinnen hätten ihre Marken – soweit diese überhaupt tiergesundheitsliche Arzneimittel und Leistungen beanspruchten – im Bereich der Tiermedizin nicht rechtserhaltend gebraucht. Die Berufung auf Desinfektionsmittel gehe fehl, da ein entsprechender Markengebrauch auch für fünf zurückliegende Jahre nicht habe ermittelt werden können. Einredeweise machen die Beklagten die Teilnichtigkeit dieser Marken geltend, da die Klägerinnen den Nachweis des angeblich intensiven Gebrauchs für diese Waren- und Dienstleistungen schuldig bleiben würden. Die Klägerinnen würden nicht einmal Desinfektionsmittel für den humanmedizinischen Bereich anbieten; für medizinische Desinfektionsmittel seien die Marken der Klägerinnen nicht rechtserhaltend gebraucht

worden (act. 18 Rz. 403). Die Klägerinnen hätten zudem im Zeitpunkt der Klageeinleitung auf der Internetseite AT.____.com @A.____group.com E-Mail-Adressen verwendet (act. 18 Rz. 115; act. 53 Rz. 163).

Die Beklagten verneinen eine Verwechslungsgefahr in Bezug auf den Gebrauch der Zeichen A.____, A.____ & Co. und A.____ Manual im Rahmen der beklagten Unternehmensgeschichte, da die Zeichen einzig zur Beschreibung der Beklagten 1 und 2 bzw. der Manuals benutzt würden (act. 53 Rz. 624, 794). Der Gebrauch der E-Mailadressen auf den Visitenkarten sei mangels Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ebenfalls zulässig (act. 53 Rz. 626). Bei der Teilnehmerliste handle es sich um ein Versehen des von den Beklagten unabhängigen Veranstalters AP.____. Es werde nicht behauptet, die Beklagten hätten diesem Gebrauch zugestimmt oder Vorschub geleistet. Es werde bestritten, dass sich AQ.____ an Verbandssitzungen der AR.____ als Vertreter von A.____ vorgestellt habe (act. 53 Rz. 627). Es werde bestritten und von den Klägerinnen nicht substantiiert, dass die Beklagten im Umgang mit ihren Vertragspartnern das Zeichen A.____ in Alleinstellung verwenden würde (act. 53 Rz. 628).

10.3. Rechtliches

Die Klägerinnen stützen sich wiederum auf Marken-, Firmen-, Namen- und Lauterkeitsrecht. Zu den Rechtsgrundlagen und der Verwechslungsgefahr kann auf die Ausführungen unter E. 9.6.1. verwiesen werden. In Bezug auf das Markenrecht drängen sich ergänzende Bemerkungen auf. Art. 13 Abs. 2 MSchG umschreibt den sachlichen Schutzzumfang. Damit das Verbotungsrecht des Markeninhabers greift, müssen kumulativ drei Voraussetzungen gegeben sein (BSK MSchG - MICHAEL ISLER, N 13 zu Art. 13 MSchG): Das mit der Marke identische oder ihr ähnliche Fremdzeichen muss nach der Art eines Kennzeichens gebraucht werden (Erfordernis des *kennzeichenmässigen Gebrauchs*), der Gebrauch muss auf dem Markt wahrgenommen werden und mit einer wirtschaftlichen Betätigung im Zusammenhang stehen (Erfordernis des *gewerbsmässigen Gebrauchs*), und es muss regelmässig auch ein relativer Schutzausschlussgrund i.S.v. Art. 3 Abs. 1 MSchG vorliegen (Erfordernis der *Verwechselbarkeit*; lit. b und c). Für einen *kennzeichenmässigen Gebrauch* genügt jede Verwendung des Fremdzei-

chens im Sinn einer individualisierenden Zuordnung zu bestimmten Produkten und Dienstleistungen, Personen, Gesellschaften, Geschäftsbetrieben, geografischen Lokalitäten oder Internetseiten (BSK MSchG - MICHAEL ISLER, N 15 zu Art. 13 MSchG). Nicht darunter fallen der informative und der dekorative Markengebrauch (BSK MSchG - MICHAEL ISLER, N 22 f. zu Art. 13 MSchG). Der kennzeichenmässige Fremdgebrauch muss *gewerbsmässig* erfolgen. Der unternehmens- oder konzerninterne Markengebrauch ist dem Privatgebrauch gleichstellt. Gewerbsmässigkeit liegt jedenfalls dann vor, wenn die Handlung auf eine wirtschaftliche Betätigung gerichtet ist und in irgendeiner Form der Förderung eines eigenen oder fremden Geschäftszwecks dient. Sogar eine zu privaten Zwecken eingerichtete Internetseite kann aufgrund der Öffentlichkeitswirkung zu Verwechslungen führen und hat daher als gewerbsmässiger Gebrauch zu gelten (BGer, sic! 2005, 390 E. 3.5; (BSK MSchG - MICHAEL ISLER, N 26 zu Art. 13 MSchG)

Der Katalog der vom Verbotungsrecht erfassten Waren- und Dienstleistungen bestimmt sich dabei nach dem Eintrag im Markenregister (Art. 13 Abs. 1 MSchG). Er umfasst einerseits die eingetragenen und tatsächlich angebotenen Waren- und Dienstleistungen, jeweils (ausser bei Doppelidentität, d.h. identisches Zeichen und gleiche Produkte, vgl. Art. 3 Abs. 1 lit. a MSchG) unter dem Vorbehalt des Bestehens einer *Verwechslungsgefahr* (BSK MSchG - MICHAEL ISLER, N 27 zu Art. 13 MSchG; MARBACH/DUCREY/WILD, Immaterial- und Wettbewerbsrecht, 4. Aufl. N 648). Die Sperrkompetenz umfasst nicht nur den markenmässigen Mitgebrauch, sondern jegliche kennzeichnungsmässige Verwendung durch Dritte, somit auch als Firma, Domain, Enseigne oder sonstwie als Geschäftsbezeichnung (MARBACH/DUCREY/WILD, a.a.O., N 743 mit Hinweis auf BGE 120 II 144, 148). Ob zwei Produkte gleichartig sind, ist anhand der abstrakten Begriffe zu beurteilen, wie sie im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis beansprucht sind, Gegenüberzustellen sind also nicht die konkreten Portfolios, sondern die Angebote ganzer Branchen. Grundsätzlich nicht relevant ist, da administrativer Natur, die Nizza-Klassifikation, wenngleich sie als erste Orientierungshilfe zu dienen vermag. Für die Gleichartigkeit sprechen im Regelfall Indizien wie gleicher Verwendungszweck (Austauschbarkeit, Bier und Wein), gleiches technologisches Know How (Ange-

botsumstellungsflexibilität) und ein einheitliches Leistungspaket (MARBACH/DUCREY/WILD, a.a.O., N 662).

10.4. Würdigung

10.4.1. Verbandssitzungen

Die Klägerinnen behaupten, AQ._____, der von November 2009 bis Oktober 2014 Managing Director bei der Beklagten 3 gewesen sei, habe sich auf Verbandssitzungen der AR._____ wiederholt als Vertreter von A._____ vorgestellt (act. 43 Rz. 538). Dies wird von den Beklagten bestritten (act. 53 Rz. 627). Die Klägerinnen offerieren zwar die Zeugin AU._____, ohne jedoch spezifisch anzugeben, ob sie diese in Bezug auf die Aussage von AQ._____ oder die Teilnehmerliste anrufen. Schon aus diesem Grund kann keine Beweisabnahme erfolgen. Aus der an gleicher Stelle offerierten Beilage act. 44/307 ergibt sich zudem, dass AU._____ in Bezug auf die Teilnehmerliste und nicht die Verbandssitzungen offeriert wurde. Den Klägerinnen misslingt folglich der Beweis, weshalb sich weitere Erörterungen zu den Verbandssitzungen erübrigen. Das Begehren ist abzuweisen.

10.4.2. Teilnehmerliste

Beide Parteien sind sich darin einig, dass die Teilnehmerliste von AP._____ stammt. Entsprechendes lässt sich auch der von den Klägerinnen offerierten Beilage act. 44/307 entnehmen. Es ist nicht dargelegt und lässt sich auch nicht erkennen, dass und inwiefern die Beklagten Einfluss auf die Erstellung der Teilnehmerliste hatten. Dies hat die Abweisung des Begehrens zur Folge.

10.4.3. Umgang mit Vertragspartnern

Die Klägerinnen äussern sich nicht näher dazu, inwiefern die Beklagten allgemein im Umgang mit Vertragspartnern im Offline-Bereich das Zeichen A._____ verwendet hätten. Sie stellen lediglich eine Vermutung gestützt auf eine E-Mail auf (vgl. act. 43 Rz. 538 iv). Daraus können die Klägerinnen nichts ableiten, weshalb das Begehren abzuweisen ist.

Weiter behaupten die Klägerinnen, dass eine E-Mail an verschiedene Schweizer Lieferanten verschickt worden sei. Zum Beweis offerieren sie eine E-Mail an `info.ch@A._____group.com` (also die Klägerinnen selber) in deutscher Sprache. Nach `mailto` erscheint eine E-Mailadresse mit den Bestandteilen C._____ und EMEA (Europe, Middle East, Africa). Im E-Mail selber findet sich der Hinweis auf C._____ Global Financial Services, ... [Staat in Europa]. Das einzige Indiz für die klägerischen Ausführungen stellt der Betreff: "A._____ stellt auf elektronische Rechnungsstellung um", die Anrede mit "Sehr geehrter Lieferant" sowie die Verwendung der deutschen Sprache. Aus der E-Mail ergibt sich aber nur, dass diese an die Klägerinnen versendet worden ist. Eine Versendung an *Schweizer* Lieferanten ergibt sich nicht. Es wäre an den Klägerinnen gewesen, zu diesen Punkten Behauptungen aufzustellen. Das Begehren ist mangels genügender Substantiierung abzuweisen.

10.4.4. Empfangshalle

Vorab ist zu bemerken, dass die Klägerinnen bloss die Verwendung von A._____ in Alleinstellung konkret thematisieren; über die Verwendung der Bezeichnung A._____ Manual sowie A._____ & Co. fehlen Behauptungen in den Rechtsschriften (vgl. act. 43 Rz. 538 i). Aus der offerierten Beilage ergibt sich, dass es um Bilder geht, worunter teilweise A._____ Manual und A._____ & Co. verwendet wird. Da die Beklagten ein Bild der Bezeichnungen A._____ Manual sowie A._____ & Co. in ihrer Duplik abdrucken (vgl. act. 53 Rz. 624), gereicht den Klägerinnen ihr knappes Behauptungssubstrat nicht zum Nachteil.

Eine unzutreffende Darstellung der Zeichen im Rahmen der Unternehmensgeschichte der Beklagten wird von den Klägerinnen nicht geltend gemacht. Die Klägerinnen stören sich einzig daran, dass die Beklagten diese Zeichen in der Schweiz verwenden. Genau auf das Kriterium der Verwendung ist in diesem Fall näher einzugehen. Die monierten Zeichen befinden sich nicht an einem beliebigen Ort, der der allgemeinen Öffentlichkeit ohne weiteres zugänglich ist, sondern im geschützten Bereich der Empfangshalle. Diese wird zwar auch von Personen, die nicht für die Beklagten arbeiten, besucht, unterliegt aber einer stark eingeschränkten Wahrnehmung. Die Klägerinnen nennen als Adressaten potentielle

Kunden, Lieferanten, Medienvertreter oder Abnehmer, die beispielsweise im Rahmen von Vertragsverhandlungen oder eines Medientermins davon Kenntnis nehmen könnten (act. 43 Rz. 538 i). Es ergibt sich jedoch nicht, inwiefern die massgebenden Verkehrskreise die Zeichennutzungen, insbesondere die Bezeichnung A._____ Manual auf dem Plakat, als der Unterscheidung dienende Bezeichnung einer Ware oder Dienstleistung auffassen sollten, weisen die Nutzungen doch informativen, geschichtlichen Charakter auf. Gleiches gilt für die sich auf dem Plakat befindlichen Bezeichnungen A._____ in Alleinstellung und A._____ & Co. Diese Nennungen im Rahmen der Entstehungsgeschichte stellen keinen kennzeichenmässigen Gebrauch dar. Davon abgesehen steht auch einer juristischen Person das Recht zu, in sachlicher Form über ihre Herkunft zu berichten (vgl. act. 53 Rz. 624). Beide Parteien entstammen derselben Gesellschaft. Würde man den Beklagten verbieten, die streitgegenständlichen Zeichen zu verwenden, so könnten die Beklagten faktisch nicht mehr über sich selber berichten.

Hinzu tritt, dass selbst bei Annahme eines kennzeichenmässigen Gebrauchs nicht ernsthaft behauptet werden könnte, dass diese Zeichen im geschäftlichen Verkehr gebraucht würden, nur weil sie sich im Empfangsbereich befinden. Ein Leser ist sehr wohl in der Lage, eine Verwendung von Zeichen im Rahmen einer geschichtlichen Aufstellung von der Verwendung von Zeichen zur Kennzeichnung des Unternehmens bzw. von Produkten zu unterscheiden. Ein markenrechtlicher Abwehranspruch scheidet damit aus. Aus denselben Gründen ist auch ein firmen- bzw. namensmässiger Gebrauch zu verneinen. Auch die lauterkeitsrechtliche Sichtweise führt zu keinem anderen Ergebnis. Es ist nicht ersichtlich, wie Adressaten des Plakats in einer Empfangshalle von C._____ einer unmittelbaren oder mittelbaren Verwechslungsgefahr unterliegen sollten, wenn dort die streitgegenständlichen Zeichen benutzt werden, geht es doch gerade um eine informative Darlegung der Entstehungsgeschichte. Jedenfalls ergibt sich weder eine Rufausbeutung noch ein anderes unlauteres Verhalten, das geeignet wäre, den Wettbewerb zu beeinflussen. Ein Unterlassungsanspruch ist zu verneinen.

10.4.5. Visitenkarten/E-Mailadressen

10.4.5.1. Abgrenzungs- bzw. Individualisierungsfunktion

In technischer Hinsicht setzt die Verwendung eines Bestandteils hinter dem @-Zeichen in einer E-Mailadresse voraus, dass der Benutzer eine entsprechende gleichlautende Domain verwendet. Folglich besteht zwischen diesen beiden technischen Bezeichnungen regelmässig eine sehr enge Beziehung. Wird eine Domain zur Bezeichnung des Unternehmens verwendet und verboten, so hat dies regelmässig Auswirkungen auf die E-Mailadresse. Insofern gestaltet sich der vorliegende Fall anders, da den Beklagten die Domain A.____.com zusteht.

Zunächst ist zu prüfen, ob die E-Mailadresse mit der Endung @A.____.com auf einer Visitenkarte im konkreten Fall überhaupt zur Unternehmensbezeichnung verwendet wird (Rechtsbegehren 6). Das Bundesgericht hat festgehalten, dass die Verwendung einer E-Mailadresse gegen Lauterkeitsrecht verstossen könne, hierzu jedoch auf einen Entscheid verwiesen, der sich nur auf Domainnamen und nicht auf E-Mailadressen bezog (Urteil des Bundesgerichts vom 16. Juli 2002 [4C.165/2001] E. 2 mit Verweisung auf BGE 126 III 239 E. 2c). Würden die Beklagten die E-Mailadresse @A.____.com verwenden und sich auf der Visitenkarte gleichzeitig A.____ nennen, so könnte im Element A.____ hinter dem @-Zeichen tatsächlich eine Individualisierung des Unternehmens erblickt werden, selbst wenn sich die Individualisierung im Wesentlichen aus dem Domainnamen ergeben dürfte, wo die technische Natur eher in den Hintergrund tritt als bei einer E-Mailadresse. Im vorliegenden Fall verhält es sich jedoch anders. Auf der streitgegenständlichen Visitenkarte findet sich farbig und gross das Logo C.____. Auf der rechten Seite findet sich die ausgeschriebene Firma/Bezeichnung des Unternehmens des Inhabers der Visitenkarte, gefolgt von der Domain C.____.ch. Wie sich alleine aus dem Bestandteil nach dem @-Zeichen nach den Verkehrskreisen eine Abgrenzungsfunktion in Bezug auf das Unternehmen ergeben sollte (da Firma und Domain anders bezeichnet), bzw. der Produkte (da Logo C.____ und kein Hinweis auf eine Produktbezogenheit der E-Mailadresse), lässt sich nicht erkennen. Der Bestandteil A.____ hinter dem @-Zeichen wird in der Schweiz nicht zur Individualisierung der schweizerischen Unternehmen benutzt. Auch für einen

Gebrauch zur Bezeichnung der ausländischen Gesellschaften bestehen keine Anhaltspunkte. Dies würde auch keinen Sinn ergeben, will man mit einer Visitenkarte doch auf seine Unternehmung hinweisen und nicht auf andere Gesellschaften.

Nichts anderes kann für die Verwendung der E-Mailadressen losgelöst von einer Visitenkarte gelten (Rechtsbegehren Ziff. 8). Die Klägerinnen beanstanden die E-Mailadressen auf C.____.ch sowie den Seiten der weiteren Beklagten (act. 1 Rz. 549, 550, 551, 553, 555 bis 558). Konkrete zusätzliche Behauptungen (z.B. Erstkontakte mittels der E-Mailadressen unter Beilage von Screenshots, woraus sich ergeben würde, ob der Adressat bloss den Namen des Mitarbeiters oder auch dessen E-Mailadresse im Absender selbst sehen könnte) stellen die Klägerinnen nicht auf, womit es sich erübrigt, andere Nutzungen von E-Mailadressen näher zu thematisieren. Unter "Wie lautet die C.____ Adresse" befindet sich die E-Mailadresse AV.____@A.____.com. Unter Berufslehre und D.____ GmbH erscheint AW.____@A.____.com bzw. unter C.____ A.____ B.____ BA.____@A.____.com. Bei Produktebeanstandungen, Fach- und Medienanfragen steht "Sie können uns per E-Mail erreichen". Klickt man darauf, öffnet sich das E-Mail-Feld, worin sich eine @A.____.com-E-Mailadresse befindet. Folglich gelangt man nicht einfach so in Kontakt mit der E-Mailadresse. Die von den Klägerinnen vorgebrachten Beispiele, einfach an eine A.____.com E-Mailadresse zu schreiben, wirken doch sehr konstruiert (act. 98 Rz. 86). Heisst nun aber die Internetseite anders als die E-Mailadresse hinter dem @-Zeichen, z.B. C.____.ch oder C.____-E.____.ch, und wird nie die Bezeichnung A.____, sondern C.____ zur Nennung des Unternehmens verwendet, so kommt der E-Mailadresse bloss technische und keine Individualisierungsfunktion zu. Damit scheiden sowohl firmen-, namen-, marken- als auch lauterkeitsrechtliche Ansprüche aus.

10.4.5.2. Eventualbegründung

Eine E-Mailadresse mit dem Aufbau Vorname.Nachname@A.____.com stellt als Buchstaben-/Zeichenabfolge kein identisches, jedoch ein mit A.____ etc. ähnliches Zeichen dar. Selbst wenn man davon ausgehen würde, @A.____.com

werde zur Bezeichnung des Unternehmens gebraucht (die Fragen der Verwirkung bzw. und des Nichtgebrauchs in Bezug auf Tiergesundheit im Bereich des Markenrechts einmal ausgeklammert), so wäre eine Verwechslungsgefahr in Bezug auf das konkrete Verhalten (E-Mailadressen, Visitenkarten etc.) von einer abstrakten Verwechslungsgefahr, die sich aus der Natur der Sache (gemeinsame Wurzeln, gemeinsame Vereinbarungen) ergibt, zu unterscheiden. Auch ein BB.____-Skandal ist in diesem Sinne zu betrachten (vgl. act. 43 Rz. 223). Die massgeblichen Verkehrskreise definieren sich im Markenrecht generell enger als im Firmen- und Namenrecht. In Bezug auf die Visitenkarten ist zu berücksichtigen, dass sich der massgebliche Verkehrskreis auf Fachleute und weniger auf Durchschnittskäufer von Pharmaprodukten beziehen dürfte. Allenfalls auch Adressaten könnten in Bezug auf das Firmen-/Namenrecht Stellensuchende sein, denen eine Visitenkarte übergeben worden ist. Hingegen kommen Behörden etc. eher weniger in Betracht. In Bezug auf die E-Mailadressen, die auf einer Internetseite aufgeschaltet sind, wird sich der Adressatenkreis vermehrt auch auf Behörden und Abnehmer etc. ausdehnen. Stellensuchende informieren sich regelmässig über das Unternehmen. Fachleute kennen sich in der Regel ebenfalls mit den im Markt tätigen Unternehmen aus. Stellensuchende oder auch Fachleute werden daher nicht falsche Zusammenhänge wirtschaftlicher oder rechtlicher Art zwischen den C.____-Gesellschaften und den Klägerinnen vermuten. Es ist nicht so, dass die Beklagten hinter dem @-Zeichen das den Klägerinnen zustehende und von ihnen benutzte A.____group.com gebrauchen würden. Dies ist technisch auch gar nicht möglich, da diese Domain den Klägerinnen zusteht. Eine Googlesuche mit A.____.com mit der Standardsuche google.ch würde – dies ist selbstverständlich – die Seite A.____.com auflisten und nicht A.____group.com. Eine mittelbare Verwechslungsgefahr wäre damit zu verneinen. Eine unmittelbare ist angesichts des Logos C.____ und der Bezeichnung der Firma ausgeschlossen.

Es ist auch keine mittelbare Verwechslungsgefahr ersichtlich, da nicht erkennbar ist, inwiefern Abnehmer und Behörden wirtschaftliche oder rechtliche Zusammenhänge zu den Klägerinnen vermuten sollten, zumal die Beklagten nicht die E-Mailadresse @A.____.ch, sondern @A.____.com verwenden und die Klägerinnen ihrerseits die Adresse @A.____group.com.

10.5. Fazit

Es liegen keine Offline-Verletzungen vor. Rechtsbegehren 6 und 8 sind abzuweisen.

11. Verwirkung

11.1. Ausgangslage

Der materielle markenrechtliche Unterlassungsanspruch wurde teilweise bejaht (vgl. E. 9.7.). Nunmehr ist die Verwirkung desselben zu prüfen.

11.2. Standpunkt der Klägerinnen

Der Internetauftritt habe fortlaufend zu Diskussionen Anlass gegeben, sei aber 2002 noch nicht derart virulent gewesen, dass eine sofortige Reaktion angezeigt gewesen sei. Im Frühjahr 2002 habe die Klägerin 1 an die Beklagte 1 einen Vorschlag betreffend gemeinsame Internetpräsenz übermittelt, im April 2003 habe die Klägerin 1 ein weiteres Schreiben an die Beklagte 1 gerichtet, um diverse Internetthemen anzusprechen (act. 43 Rz. 350 ff.). Ein klägerisches Schreiben vom 22. November 2004 habe das Internet im Zusammenhang mit dem BB.____-Skandal thematisiert (act. 43 Rz. 358). Am 23. Dezember 2004 sei das Internet auf den Tisch gebracht worden (act. 43 Rz. 360). Am 11. Februar 2005 habe die Klägerin 1 den Internetauftritt der Beklagten 1 erneut angesprochen und explizit festgehalten, dass die Verwendung des Kennzeichens A.____ sowohl in der Domain A.____.com als auch in den E-Mailadressen ihre Rechte verletze. Auch weitere Nutzungen seien beanstandet worden, so der Gebrauch des Namens A.____ & Co. ohne genügende geographische Abgrenzung, den Gebrauch des Unternehmenslogos auf diversen Internetseiten sowie die Bezeichnung A.____ Manual (act. 43 Rz. 361; act. 1 Rz. 74). Den Beklagten sei bewusst gewesen, dass die Klägerinnen ihren Auftritt nicht geduldet hätten (act. 43 Rz. 101). Die Registrierung von C.____-Domains mit der Top Level Domain .ch ab 1996 werde nicht bestritten. Fakt sei aber, dass die Auftritte der Beklagten unter diesen C.____-Domains gegenüber denjenigen unter den A.____-Domains absolut in den Hintergrund treten würden und C.____.ch sogar auf .com verlinke (act. 43

Rz. 103 mit Hinweis auf 500). Die weiteren Registrierungen von .com Domains mit dem Bestandteil A._____ in den Jahren 2008 bis 2012 hätten die Beklagten im vollen Wissen darum gemacht, dass die Klägerinnen dies nicht akzeptieren würden. Schliesslich seien die Parteien schon seit Jahren in Gesprächen und den Beklagten bekannt gewesen, dass die Klägerinnen die bestehenden Präsenzen als Rechtsverletzungen taxierten und eine einvernehmliche Lösung erreichen wollten (act. 43 Rz. 104). Drei Faktoren hätten das Fass zum Überlaufen gebracht: Die mit der Fusion ab 2009 eintretende massive globale Ausweitung, die sachliche Ausdehnung auf diverse neue Domains, die miteinander zu einem neuen Ganzen verknüpft worden seien, und die Steigerung der Interaktion mit den Internetnutzern durch die Einbindung diverser Social Media-Präsenzen (act. 43 Rz. 105 und 322).

Die Klägerinnen hätten auf die Einhaltung der Vereinbarung von 1970 vertrauen dürfen und seien deshalb nicht zur Überwachung des gegnerischen Internetauftritts verpflichtet gewesen; von einer schuldhaften Unkenntnis könne keine Rede sein (act. 43 Rz. 422). Die Frage der Kenntnis sei für jede einzelne Verletzung separat zu prüfen, massgebend sei alleine die Kenntnis vom eingeklagten Sachverhalt. Zudem sei es an den Beklagten, schlüssig aufzuzeigen, ab wann die Klägerinnen von welcher Verletzung Kenntnis gehabt hätten (act. 43 Rz. 423). Unmittelbare Klageandrohung, formelle Abmahnschreiben oder Fristansetzungen hätten nicht dem Verhaltensschema der Parteien entsprochen (act. 43 Rz. 322 und 432). Zudem würden Abmahnungen neue Verwirkungsfristen auslösen (act. 434; Hinweis BGer sic! 2015, 37, 43 f.).

In Bezug auf die Verlinkungen von C._____.ch auf .com Internetseiten (Rechtsbegehren 6 [neu 7] sei auf die Kenntnis von den jeweiligen Zeichenverwendungen auf den .com Internetseiten und nicht auf die Kenntnis von der Tatsache der Verlinkung abzustellen, denn der Link werde erst zur Verletzung, wenn auf der verlinkten Internetseite rechtsverletzende Zeichen zu sehen seien. Es könne deshalb auf die für Rechtsbegehren 5 relevanten Zeitpunkte verwiesen werden (act. 43 Rz. 428). Die Klägerinnen hätten 2005 explizit die Verwendung von A._____ in der Domain kritisiert (act. 43 Rz. 361). Die Verlinkung von Schweizer Internetsei-

ten auf .com Seiten mit verletzenden Inhalten von 1997 werde bestritten. Act. 19/56 zeige zwar einen Link vom Januar 2000. Man sehe jedoch nicht, wohin dieser Link führe und welche Zeichen auf den verlinkten Seiten zu sehen gewesen seien. Die Klägerinnen hätten erst im Rahmen der Klagevorbereitung Kenntnis davon erhalten, dass die Schweizer Internetseite auf Internetseiten mit verletzenden Inhalten verlinke (act. 43 Rz. 437). Ein wertvoller Besitzstand der Beklagten liege nicht vor, da die Beklagten in der Schweiz keine Produkte unter A._____ vertrieben. Zudem fehle es an der Gutgläubigkeit (act. 43 Rz. 444 ff.).

11.3. Standpunkt der Beklagten

Die Domain A._____.com sei am 9. Dezember 1992 von der Beklagten 2 registriert worden und sei seither von der Schweiz aus abrufbar. Die Klägerinnen hätten gegen die Benutzung als Domain während 13 Jahren, namentlich bis zum Schreiben vom 11. Februar 2005, keine Einwendungen erhoben (act. 18 Rz. 177; act. 5/38). Das Zeichen A._____ sei schon vor 2009 auf A._____.com verwendet worden (act. 53 Rz. 584 mit Hinweis auf Beilage act. 44/272, S. 35, 49, 50). Act. 5/40 würden die Klägerinnen als weitere Abmahnung bezeichnen, wobei das frühere Schreiben kaum als Abmahnung angesehen haben könne. Im neuen Schreiben seien die Beklagten "höflich gebeten" worden, bestimmte Nutzungen von A._____ zu unterlassen. Diese Anfrage sei aber weder mit einer Frist noch mit der Androhung von Sanktionen verbunden. Es habe sich vielmehr um eine Einladung zur Diskussion in Bezug auf eine gemeinsame Internetseite gehandelt. Danach seien wiederum acht weitere Jahre ins Land gezogen, bis die Klägerinnen 2013 ihre erste Klage im Vereinigten Königreich eingereicht hätten. Bereits im Zeitpunkt des ersten Schreibens vom 11. Februar 2005 seien die klägerischen Ansprüche verwirkt gewesen (act. 18 Rz. 178).

Die Domain C._____.ch sei 1997 von der Beklagten 2 registriert worden und werde bis heute von ihr gehalten. Anfänglich seien Zugriffe von C._____.ch auf die Domain C._____-Switzerland.com weitergeleitet worden, welche die gesamte Internetpräsenz der Beklagten für die Schweiz enthalten habe. Bereits im Jahr 2000 habe die Internetseite C._____-switzerland.com eine Reihe von Links auf unterschiedliche streitgegenständliche .com Internetseiten enthalten, so auf A._____

Manual oder A._____ ... Manual. Die schweizerische Internetpräsenz enthalte somit bereits seit mindestens 16 Jahren Links auf A._____.com, womit die angeblichen Ansprüche der Klägerinnen verwirkt seien (act. 18 Rz. 181 f.). 2002 hätten die Klägerinnen einen Teil der Themen überhaupt erst angesprochen und einen gemeinsamen Internetauftritt vorgeschlagen. Von einer Rechtsverletzung sei damals allerdings nicht die Rede gewesen (act. 18 Rz. 187). Damit liege zumindest schuldhaftes Unkenntnis der Klägerinnen vor (act. 18 Rz. 188 mit Hinweis auf HG100072). Jedenfalls würden sich die Parteien stets kontinuierlich überwachen, was durch die ergänzende Vereinbarung von 1975 illustriert werde. Würden Probleme auftauchen, so würden diese abgemahnt. Daher sei ein besonders strenger Massstab anzusetzen (act. 18 Rz. 189). Spätestens im Zeitpunkt des klägerischen Vorschlags einer gemeinsamen Internetseite hätten die Beklagten davon ausgehen dürfen, dass sie sich korrekt verhielten. Die Beklagten hätten die Nutzung des Zeichens A._____ im Internet seit 2002 nicht intensiviert, vielmehr habe die Bedeutung des Internets zugenommen (act. 18 Rz. 191). Die Beklagten seien folglich gutgläubig gewesen (act. 18 Rz. 194). Da die Klägerinnen während sehr langer Zeit keine Ansprüche gegen die Internetpräsenz A._____.com geltend gemacht hätten, hätten die Beklagten in guten Treuen davon ausgehen dürfen, dass die Ausgliederung von Teilen der Internetpräsenz in andere Domains wie A._____L._____.com etc. von den Klägerinnen ebenfalls nicht angefochten würden. All diese Domains seien inhaltlich nach demselben Schema aufgebaut und würden sich an die erste Domain A._____.com anlehnen (act. 18 Rz. 195). Sämtliche Anspruchsgruppen der Beklagten 1 und 2 würden die Internetseite A._____.com seit Jahren benutzen. Die Beklagten hätten einen wertvollen Besitzstand erworben (act. 18 Rz. 199 ff.; act. 53 Rz. 58). Eine unzulässige Intensivierung des Gebrauchs liege nicht vor. Die Bedienung eines früher nicht existierenden Mediums wie des Internets könne nicht als Eintritt einer neuen Wettbewerbslage gesehen werden (act. 18 Rz. 203). Am Eintritt der Verwirkung habe die Fusion mit BC._____ im Jahr 2009 nichts geändert, die von den Klägerinnen aufgezeigten Änderungen an den Internetseiten der Beklagten hätten weder die Art noch das Ausmass der Zeichennutzungen durch die Beklagten verändert (act. 53 Rz. 59, 488). Lange Ladezeiten und animierte Grafiken seien vor dem Hinter-

grund der Rechtsbegehren 1, 2, 5 und 8 irrelevant (act. 53 Rz. 518). Die Anhänge zum Schreiben vom 11. Februar 2005 seien mit den Anhängen des Schreibens vom 9. April 2013 grösstenteils identisch. Kein einziger Anhang erwähne A.____.com, A.____G.____.com, A.____K.____.com oder A.____manuals.com (act. 53 Rz. 524). Zum ersten Mal hätten sie auf die @A.____.com E-Mailadressen Bezug genommen, nicht jedoch auf die vorerwähnten Internetseiten. Hätten sie etwas dagegen gehabt, hätten sie Einwände dagegen erhoben (act. 53 Rz. 526). Im Jahr 2005 hätten die Beklagten die Domain A.____.com sowie die E-Mailadressen @A.____.com bereits seit über zehn Jahren verwendet (act. 53 Rz. 527).

Seit ihrem ersten Schreiben an die Klägerinnen (act. 44/193) im Jahr 1995 hätten die Beklagten davon ausgehen können, dass die Klägerinnen Kenntnis sowohl von der Registrierung und Aktivierung von A.____.com, der Nutzung des Zeichens A.____ auf der Internetseite, als auch der Nutzung der E-Mail-Adressen Kenntnis gehabt hätten (act. 53 Rz. 574). Zudem könne ausnahmsweise auch bei unverschuldeter Unkenntnis der Rechtsverletzung Verwirkung angenommen werden (sog. Interessenmissbrauch, mit Hinweis auf BGE 117 II 575 E. 4c). Im Zeitpunkt der angeblichen "Expansion" seien die relevanten Ansprüche infolge langen Zuwartens bereits verwirkt gewesen (act. 53 Rz. 577).

Sollte das Gericht der Ansicht sein, dass eine wirtschaftliche Wirkung der streitgegenständlichen Seiten zu bejahen sei, so folge daraus zwingend, dass das Zeichen A.____ auf Schweizer Territorium (zumindest online) verwendet worden sei. Damit könnten sich die Beklagten auf einen wertvollen Besitzstand berufen (act. 53 Rz. 590).

11.4. Rechtliches

Immaterialgüter- und lauterkeitsrechtliche Abwehransprüche unterliegen der Verwirkung wegen verzögerter Rechtsausübung. Die Verwirkung darf nicht leichthin angenommen werden, sondern setzt voraus, dass der Verletzte das streitige Kennzeichen des Mitbewerbers während längerer Zeit geduldet und letzterer durch den gutgläubigen Gebrauch des Zeichens einen wertvollen Besitzstand er-

worben hat (BGE 109 II 338 E. 2a). Selbst gegenüber demjenigen, der sich ein verwechselbares Zeichen bewusst anmasst, kann der Berechtigte ausnahmsweise seine Ansprüche verwirken, und zwar insbesondere dann, wenn langes Zuwarten mit der Rechtsverfolgung beim anfänglich bösgläubigen Verletzer zur berechtigten Überzeugung führt, die Verletzung werde geduldet (BGE 117 II 575 E. 4a). Verzögerte Rechtsausübung kann auch dann missbräuchlich sein, wenn sie auf fahrlässige oder gar unverschuldete Unkenntnis der Rechtsverletzung zurückzuführen ist. Im letzteren Fall kann dem Untätigen aber mangels Kenntnis kein widersprüchliches Verhalten vorgeworfen werden, sondern die Grundlage findet sich im Verbot des Interessenmissbrauchs (BGE 117 II 575 E. 4b). Das Bundesgericht hat sich für eine Einzelfallbeurteilung in Bezug auf die Länge des Gebrauchs ausgesprochen. Als Faustregel wird vertreten, dass eine Verwirkung kaum vor fünf Jahren zu bejahen und nach Ablauf von zehn Jahren meistens erfüllt sein dürfte (MARBACH/DUCREY/WILD, Immaterial- und Wettbewerbsrecht, 4. Aufl., N 1061). Die Rechtsfolgen der Verwirkung sind in örtlicher, sachlicher und zeitlicher Hinsicht auf den Besitzstand der Verwirkung beschränkt. Der Verletzer hat kein Recht, seinen Besitzstand darüber hinaus auszubauen (BSK MSchG – Markus R. Frick, N 77 Vor Art. 51a-60 MSchG). Kenntnis bzw. fahrlässige Unkenntnis sowie das Vorliegen eines wertvollen Besitzstands sind von dem zu beweisen, der daraus die Verwirkung eines besseren Rechts ableitet (BGE 109 II 338 E. 2a). Die Gegenseite hat dagegen allfällige Rechtfertigungsgründe für sein Zuwarten vorzutragen und unter Beweis zu stellen (BSK MSchG – Markus R. Frick, N 78 Vor Art. 51a-60 MSchG).

11.5. Würdigung

Die Frage der Verwirkung ist jeweils separat für jede angebliche Verletzung zu prüfen. Zudem ist bei Internetseiten auf das Aktivierungsdatum und nicht auf den Zeitpunkt der Registrierung abzustellen. Davon gehen auch die Parteien aus (act. 43 Rz. 423 und 100). Die Domain A.____F.____.com wurde am 27. September 2012 registriert und am 6. Oktober 2012 in Gebrauch gesetzt (act. 43 Rz. 394). Die Domain A.____H.____.com wurde am 22. Juni 2011 registriert und am 4. Oktober 2011 aktiviert (act. 43 Rz. 395). A.____L.____.com wurde

am 11. August 2011 registriert und im September 2011 aufgeschaltet (act. 43 Rz. 397). Die Domain C.____.ch wurde 1997 von der Beklagten 2 registriert und wird bis heute von ihr gehalten. Anfangs wurden Aufrufe von C.____.ch automatisch auf die Domain C.____-switzerland.com weitergeleitet (act. 18 Rz. 181 f.).

Der vorliegende Fall ist anders gelagert als die bislang unter dem Aspekt der Verwirkung in der Rechtsprechung behandelten Fälle, denn das verletzende Verhalten findet auf einer Internetseite statt, die an sich nicht in der Schweiz bestimmungsgemäss abrufbar ist. Einzig die – heute überdies nicht mehr existierenden – Linksetzungen führten zu einer bestimmungsgemässen Abrufbarkeit in der Schweiz und in der Folge zu einer Rechtsverletzung in Bezug auf die Benutzung von A.____ in Alleinstellung. Die Linksetzung isoliert betrachtet stellt an sich noch keine Rechtsverletzung dar. Dies sehen auch die Parteien so (act. 43 Rz. 428).

Die Beklagten stellen sich auf den Standpunkt, dass die schweizerische Internetpräsenz bereits seit 16 Jahren Links auf die streitgegenständliche Domain A.____.com enthalte. Als Beispiele führen sie das A.____ Manual oder das A.____ ... Manual an, die beide auf A.____.com verfügbar seien (act. 18 Rz. 182). Die Klägerinnen bestreiten, dass Schweizer Internetseiten bereits 1997 auf .com Seiten verlinkt hätten. Diese Verlinkung gehe aus dem von den Beklagten offerierten Ausdruck vom Januar 2000 nicht hervor. Erst im Zuge der Klagevorbereitung hätten die Klägerinnen Kenntnis von den Linksetzungen erhalten. Unstrittig wurde 1997 die Seite C.____.ch registriert. Damals wurde zwar mit der Weiterleitung auf C.____-switzerland.com ein weiterer Zwischenschritt eingeschaltet, und die Links fanden sich auf der Seite C.____-switzerland.com und nicht auf C.____.ch. Die Weiterleitung bzw. Verlinkung wird nur dann relevant, wenn damit ein Bezug zur Schweiz und zu Kennzeichen verbunden ist, die verletzt werden können. Damit ist nicht entscheidend, ob sich die Verlinkungen auf C.____.ch oder C.____-switzerland.com befanden. Ebenfalls nicht im Vordergrund steht, dass es sich nicht um exakt dieselben Links handelt und heute neben A.____.com auch auf A.____F.____.com und A.____L.____.com verlinkt wird, geht es im Kern doch um dasselbe Verhalten. Die Klägerinnen bestreiten,

dass Schweizer Internetseiten bereits 1997 auf .com Seiten verlinkt hätten. Eine solche Verlinkung gehe aus dem von den Beklagten offerierten Ausdruck vom Januar 2000 nicht hervor (act. 43 Rz. 444 ff.). Die Beklagten offerieren zum Beweis einen auf archive.org gefundenen Auszug, der unstrittig dem Stand vom Januar 2000 entspricht. Dem Ausdruck lassen sich die von der Beklagten aufgeführten Links mit der Bezeichnung A._____ Manual und A._____ ... Manual entnehmen. Die unterstrichenen und farblichen Hervorhebungen lassen den Linkcharakter deutlich erkennen. Zudem trägt der Zwischentitel die Bezeichnung A._____.com. Aus dem folgenden Abschnitt ("Die Homepage der A._____ & Co. Inc.") geht ohne weiteres hervor, dass die Links auf die A._____.com Seite verweisen. Damit gelingt den Beklagten der Beweis, dass bereits im Januar 2000 Links von einer Schweizer Internetseite auf A._____.com existierten.

Entscheidend ist aber wie gezeigt nicht nur die Tatsache der Verlinkung, sondern auch, ob auf der verlinkten Seite das Zeichen A._____ in Alleinstellung benutzt worden ist und wenn ja, wann. Denn dies ist hinsichtlich einer allfälligen Verwirrung relevant. Die Klägerinnen weisen zutreffend darauf hin, dass aus dem Ausdruck vom Januar 2000 nicht hervorgeht, welche Zeichen auf den verlinkten Seiten zu sehen gewesen sind (vgl. act. 43 Rz. 437). Konkrete Ausführungen zum Zeichen A._____ in Alleinstellung, insbesondere ab wann dieses Zeichen auf A._____.com verwendet worden ist (denn dorthin führten die Links von A._____ Manual und A._____ ... Manual), machen die Beklagten für den Zeitpunkt Januar 2000 oder kurz danach nicht (vgl. act. 18 Rz. 177, 187, 192, act. 53 Rz. 486, 509, 514, 529). Es ist somit unklar, wann erstmals A._____ in Alleinstellung auf A._____.com verwendet worden ist. Es bleibt auch im Dunkeln, wann die weiteren neben A._____.com streitgegenständlichen Linksetzungen auf A._____F._____.com und A._____L._____.com erfolgten und wann auf diesen Seiten A._____ in Alleinstellung verwendet worden ist. Ausgeschlossen ist jedenfalls, dass die C._____.ch-Verlinkungen vor 2011/2012 erfolgten, denn die Präsenzen A._____F._____.com und A._____L._____.com wurden erst zu diesem Zeitpunkt in Betrieb genommen. Aber wie ausgeführt, geht es um die Linksetzung als solche; ob später noch weitere Seiten gelinkt wurden, ist für den Beginn der Verwirkungsfrist nicht entscheidend. Die Beklagten weisen anhand der von den

Klägerinnen offerierten Beilage act. 44/272 zutreffend darauf hin, dass A._____ in Alleinstellung im Jahr 2009 mehrfach auf A._____.com verwendet wurde (act. 53 Rz. 584 mit Hinweis auf act. 44/272 S. 4, 10, 20, 55, 57, 35, 49 und 50). Somit können die Klägerinnen frühestens 2009 Kenntnis von der Verlinkung auf die A._____.com-Seiten, wo A._____ in Alleinstellung verwendet wird, gehabt haben. Denn vorher fehlt es an den notwendigen beklagischen Behauptungen.

Unter dem Titel "Erkennbarkeit der Verletzung seitens des Verletzten" führen die Beklagten aus, dass die Klägerinnen einen Teil der Themen überhaupt erst im Jahr 2002 angesprochen hätten, indem sie einen gemeinsamen Internetauftritt vorgeschlagen hätten und von einer Rechtsverletzung damals noch keine Rede gewesen sei (act. 18 Rz. 187). Die Beklagten scheinen somit davon auszugehen, dass die Klägerinnen zumindest 2002 Kenntnis von den Rechtsverletzungen hatten bzw. hätten haben sollen. Ein Vorschlag für eine gemeinsame Internetpräsenz kann nicht als Einverständnis mit dem Internetauftritt der Beklagten gewertet werden. Wären die Klägerinnen absolut einverstanden gewesen, so wäre eher zu erwarten gewesen, dass sie sich gar nicht weiter darum gekümmert hätten.

Das Anstreben einer gemeinsamen Lösung entsprach dem von den Parteien bislang gelebten Standard. Die Parteien versuchten denn bei auftauchenden Problemen stets, eine Lösung zu finden, was ihnen – wie die Vereinbarungen belegen – in früheren Zeiten immer gelang. Erst das Aufkommen des Internets und die damit verbundenen Problematiken vermochten die Parteien nicht mehr zu lösen. Angesichts dieses Verhaltens kann nicht von den Klägerinnen erwartet werden, dass sie harsche Worte verwenden, Fristen ansetzen oder formelle Abmahn-schreiben verfassen. Dies deuten auch die Beklagten an (act. 53 Rz. 503). Damit liegt kein Einverständnis im Jahr 2002 vor. Ein Einverständnis setzt zudem Kenntnis voraus. Eine explizite Kenntnis legen die Beklagten nicht dar. Eine fahr-lässige Unkenntnis kann nicht leichthin angenommen werden, zumal es nicht um den Domainnamen selber, sondern um Verlinkungen geht.

Im Schreiben vom 11. Februar 2005 bemängelte die Klägerin 1 erstmals konkret diverse Punkte, so den Gebrauch des Namens A._____ & Co. ohne oder mit un-genügendem geographischen Hinweis, den Gebrauch des Unternehmenslogos

der Beklagten 1 auf diversen Internetseiten sowie den Gebrauch der Bezeichnung "A._____ Manual" (act. 1 Rz. 74 mit Hinweis auf act. 5/38; act. 43 Rz. 361). Da die klägerische Aufforderung sich auch auf den Inhalt der Internetseite und die Benutzung von A._____ ohne Zusatz bezog, könnte frühestens in diesem Moment von Kenntnis bzw. zumindest von fahrlässiger Unkenntnis der Linksetzung auf eine Seite, die das Zeichen A._____ alleine verwendete, ausgegangen werden. Wie gezeigt ist aber erst ab dem Jahr 2009 – und damit rund vier Jahre später – die Linksetzung auf A._____.com mit Benutzung des Zeichens A._____ in Alleinstellung erstellt. Angesichts der konkreten Beanstandungen im Jahre 2005 konnten die Beklagten aber nicht von einer Duldung ihres Tuns ab 2009 ausgehen. Eine Duldung des Verhaltens kann auch nicht darin erblickt werden, dass die Klägerinnen nicht sofort zur Klageerhebung schritten, entspräche ein solches Verhalten doch gerade nicht den bisherigen Gepflogenheiten. Die Klägerinnen haben jedenfalls keine Anhaltspunkte für eine Duldung geliefert. Eine Verwirkung von Ansprüchen darf nur bei offensichtlichem Rechtsmissbrauch angenommen werden, was – wie gezeigt – nicht vorliegt.

Damit sind die Ansprüche der Klägerinnen in Bezug auf die Verlinkungen von C._____.ch auf A._____.com, A._____L._____.com und A._____F._____.com nicht verwirkt.

12. Interessenabwägung

Das Bundesgericht hat wiederholt festgehalten, dass es bei kollidierenden Rechten kein Primat der Marke gibt, mithin der Eintragungspriorität einer Marke keine ausschlaggebende Bedeutung zukommt (BGE 125 III 91 E. 3c; BGE 126 III 239 E. 2c). Dem klägerischen Unterlassungsanspruch steht das Recht der Beklagten an der Benutzung ihres eigenen Namens gegenüber (vgl. E. 2), das folgerichtig dann besteht, wenn der schweizerische Bezug bejaht wird. Das blosse Verbot, Links von C._____.ch zu setzen (dazu sogleich unter E. 13), greift nur schwach in die Rechtsstellung der Beklagten ein, zumal keine Änderungen an den verlinkten Seiten vorzunehmen sind. Das Interesse der Klägerinnen ist ungleich höher. Die Links von C._____.ch wurden zwischenzeitlich von den Beklagten entfernt, wes-

halb es sich umso mehr rechtfertigt, die Interessen der Klägerinnen höher zu gewichten.

13. Unterlassungsanspruch

13.1. Formulierung des Dispositivs

Die Klägerinnen beantragen eine Unterlassung in Bezug auf Linksetzungen gegenüber den Beklagten 1, 2 und 3 (Rechtsbegehren 7). Weiter verlangen sie gegenüber den Beklagten 1 und 2 ein Verbot, gewisse Zeichen Personen in der Schweiz zugänglich zu machen (Rechtsbegehren 5). Wie gezeigt, führt einzig die Verlinkung zu einer bestimmungsgemässen Abrufbarkeit und damit zu einer Markenrechtsverletzung in der Schweiz. Geotargeting-Massnahmen, die den Zugriff ganz verbieten, scheiden somit aus, da nur *einzelne* Zeichenverletzungen bestehen. Die Klägerinnen weisen zutreffend darauf hin, dass Unterlassungsurteile nicht zwingend negativ formuliert sein müssen, da es auch Fälle gibt, in denen der Richter den Beklagten nicht nur sagt, was er nicht tun darf, sondern auch, was er tun soll (act. 1 Rz. 593 mit Hinweis auf DAVID ET AL., SIWR I/2, N 277). Somit sind Unterlassungsansprüche betreffend Rechtsbegehren 7 dahingehend einzuschränken, dass die Verlinkungen auf A.____.com, A.____L.____.com und A.____F.____.com zu verbieten sind.

13.2. Aktiv- und Passivlegitimation

Es wurde bereits ausgeführt, dass die Unterlassungsansprüche markenrechtlicher Natur sind. Die Klägerin 1 ist zufolge Inhaberschaft sämtlicher Marken aktivlegitimiert (vgl. act. 1 Rz. 601).

Die Beklagten verneinen in Bezug auf Klagebegehren 7 (vormals 6) die Passivlegitimation der Beklagten 3, da sie blosser Copyright-Inhaberin der Internetseite C.____.ch sei. Aus Urheberrechten an der Internetseite könne keine Verantwortung für den Inhalt von Links abgeleitet werden. Sodann sei auch die Passivlegitimation der Beklagten 1 nicht gegeben, die lediglich aus der Datenschutzerklärung aus C.____.ch abgeleitet werde (act. 18 Rz. 427; act. 53 Rz. 60 und Rz. 781). Die Klägerinnen halten dagegen, dass die Beklagten selber die Verant-

wortung für die graphische Benutzeroberfläche und das Design von C.____.ch der Beklagten 3 zuordnen, wozu auch die rechtswidrigen Links gehören würden (act. 43 Rz. 943). Da die Beklagten von "unseren Produkten" sprechen würden und nicht von Produkten der A.____ & Co. Inc., AC.____, AD.____, USA, werde indiziert, dass die Beklagte 1 für den Internetauftritt unter C.____.ch und somit auch für die Verlinkung mitverantwortlich sei. Zudem werde die Beklagte 1 als Muttergesellschaft in der Datenschutzerklärung genannt. Die Verlinkungen würden denn auch auf A.____.com-Seiten erfolgen (act. 1 Rz. 531 f.; act. 43 Rz. 946). Im Rahmen der Duplik halten die Beklagten an der fehlenden Passivlegitimation der Beklagten 1 fest, wobei sie sich zur Passivlegitimation der Beklagten 3 nicht mehr äussern. Durch den Antrag, dass das Begehren 7 insoweit abzuweisen sei, als es die Beklagte 1 betreffe, ergibt sich, dass sie nicht mehr an der fehlenden Passivlegitimation der Beklagten 3 festhalten (act. 53 Rz. 782).

Im Verletzungsprozess ist diejenige Partei passivlegitimiert, die in der Schweiz in eigener Verantwortung in den rechtlich geschützten Bereich eingreift oder denselben gefährdet. Aktivitäten von dritten Gesellschaften der gleichen Gruppe genügen hierzu ohne zusätzlichen Nachweis der Mitverantwortung nicht (MARBACH/DUCREY/WILD, Immaterial- und Wettbewerbsrecht, N 1041, mit Hinweis auf das Urteil des Bundesgerichts vom 12. Januar 2017 [4A_360/2016] E. 3.5.1.). Ein solcher Nachweis kann alleine im Umstand, dass von "unseren Produkten" die Rede ist bzw. eine Datenschutzerklärung das Mutterhaus erwähnt wird, nicht gesprochen werden. Die Passivlegitimation der Beklagten 1 ist damit zu verneinen. Die Beklagten halten implizit nicht mehr an der fehlenden Passivlegitimation der Beklagten 3 fest, die angesichts der Urheberrechte ohnehin zu bejahen wäre.

14. Vollstreckungsbegehren (Rechtsbegehren 9)

Die Klägerinnen verlangen zudem Vollstreckungsmassnahmen. Vorliegend scheint die Anordnung verbunden mit der Androhung der Bestrafung der verantwortlichen Organe mit Busse wegen Ungehorsams gegen eine amtliche Verfügung gemäss Art. 292 StGB als ausreichend, zumal die Linksetzungen gar nicht mehr existieren.

15. Urteilspublikation (Rechtsbegehren 10)

Die Klägerinnen verlangen gestützt auf Art. 60 MSchG und Art. 9 Abs. 2 UWG die Veröffentlichung des Urteils bzw. Teilen davon (act. 1 Rz. 762; act. 43 Rz. 949 ff.). Die Beklagten stellen sich u.a. mangels schutzwürdigen Interesses dagegen (act. 18 Rz. 431 ff.; act. 53 Rz. 796 ff.). Gemäss Art. 60 MSchG kann der Richter auf Antrag der obsiegenden Partei anordnen, dass das Urteil auf Kosten der anderen Partei veröffentlicht wird, wobei er Art und Umfang der Veröffentlichung bestimmt. Sie dient der Behebung einer eingetretenen Marktverwirrung und soll weiteren Verletzungen vorbeugen (BSK MSchG - MARKUS R. FRICK, N 1 zu Art. 60 MSchG). Die Klägerinnen unterliegen weitgehend mangels bestimmungsgemässer Abrufbarkeit und Fehlens einer Verwechslungsgefahr. Von einer Marktverwirrung kann keine Rede sein. Zudem wurden die Linksetzungen vor nunmehr rund zweieinhalb Jahren eingestellt. Vor diesem Hintergrund ist ein schutzwürdiges Interesse der Klägerinnen zu verneinen. Das Begehren um Urteilspublikation ist abzuweisen.

16. Kosten- und Entschädigungsfolgen

16.1. Kosten

Der Streitwert wird durch das Rechtsbegehren bestimmt. Eine allfällige Publikation des Entscheids sowie allfällige Eventualbegehren werden nicht hinzugerechnet. Lautet dieses nicht auf eine bestimmte Geldsumme, so setzt das Gericht den Streitwert fest, sofern sich die Parteien darüber nicht einigen oder ihre Angaben offensichtlich unrichtig sind (Art. 91 Abs. 1 und 2 ZPO). Die Kosten für eine beantragte Urteilsveröffentlichung eines vermögensrechtlichen Anspruchs sind für die Bestimmung des Streitwerts von Bedeutung, wenn die Urteilsveröffentlichung als solche Streitgegenstand ist (KuKo ZPO – BEATRICE VAN DE GRAAF, N 12 zu Art. 91 ZPO).

Die Klägerinnen beziffern den Streitwert in der Klageschrift ohne das Eventualbegehren Ziff. 1b mit mindestens CHF 690'000.– (act. 1 Rz. 10). Die Beklagten schätzen den Streitwert in ihrer Klageantwort auf CHF 9'600'000.– (act. 18 Rz. 20). In der Folge änderten die Klägerinnen ihre Rechtsbegehren geringfügig,

ohne sich nochmals zum Streitwert zu äussern (act. 43 und 53). Damit liegt eine stillschweigende Einigung über den Streitwert vor (vgl. Urteil des Bundesgerichts vom 22. September 2016 [4A_83/2016] E. 4.4). Die Klageänderung ist abgesehen von vereinzelt weiteren Internetseiten bzw. Facebook- oder Twitterkanälen geringfügiger Natur, zumal die Offlinenutzungen vormals unter Ziffer 5 des Rechtsbegehrens figurierten. Selbst wenn der Streitwert zu schätzen wäre, so erschiene ein Streitwert von 9.6 Millionen als angemessen. Die in Anwendung von § 4 Abs. 1 GebV OG ermittelte ordentliche Gerichtsgebühr beträgt CHF 116'750.–. Vorliegend erscheint es insbesondere unter Berücksichtigung des Zeitaufwandes des Gerichts, des Aktenumfangs inklusive umfangreichen Beilagen sowie zahlreichen Noveneingaben und Stellungnahmen angemessen, die Grundgebühr gemäss § 4 Abs. 2 GebV OG um rund die Hälfte auf CHF 170'000.– zu erhöhen. Für den Beschluss rechtfertigt sich keine separate Kostenfestsetzung.

Die Rechtsbegehren überschneiden sich teilweise und mussten überdies gerichtlich reduziert werden, was in die Kostenverteilung Eingang zu finden hat. Die Klägerin 1 obsiegt in Bezug auf Rechtsbegehren 7 (vormals Rechtsbegehren 6 und mit einem Streitwert von CHF 1 Mio. bezeichnet) teilweise, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Beklagte 1 nicht passivlegitimiert ist, was aber nur leicht ins Gewicht fallen kann. Insgesamt obsiegt die Klägerin 1 zu rund 10 % und die Beklagten zu 90%. Da sowohl die Klägerinnen als auch die Beklagten gemeinsame Rechtspositionen vertreten, haften sie für die Kosten solidarisch (Art. 106 Abs. 3 ZPO). Die Kosten sind den Klägerinnen zu 153'000.– und den Beklagten zu CHF 17'000.– aufzuerlegen und vorab aus dem von den Klägerinnen geleisteten Kostenvorschuss zu decken. Für die den Beklagten auferlegten Kosten ist den Klägerinnen das Rückgriffsrecht auf die Beklagten einzuräumen (Art. 111 ZPO).

16.2. Parteientschädigung

Die Grundgebühr für die Parteientschädigung beträgt CHF 103'400.– (§ 4 Abs. 1 AnwGebV). Der Anspruch auf die Gebühr entsteht u.a. mit der Erarbeitung der Begründung (§ 11 Abs. 1 AnwGebV). Für die Teilnahme an der Referentenaudienz sowie für die zweite Rechtsschrift ist ein Zuschlag von insgesamt der Hälfte zu gewähren (§ 11 Abs. 2 AnwGebV). Die Stellungnahmen und Noveneingaben

fallen nicht ins Gewicht, da es sich mehrheitlich um die Zustellung ausländischer Urteile handelte. Ausgehend von einer gesamten Parteientschädigung von CHF 155'000.– haben die Klägerinnen die Beklagten somit – unter Verrechnung der gegenseitigen Ansprüche – mit insgesamt CHF 124'000.– zu entschädigen. Angesichts der gemeinsamen Vertretung und gleichlaufender Interessen ist auf eine interne Aufteilung zu verzichten; die Klägerinnen haften solidarisch.

Das Handelsgericht beschliesst:

1. Auf das Rechtsbegehren Ziff. 4 und 5 (Twitter- und LinkedIn-Kanäle gemäss Ziff. 4) wird nicht eingetreten, soweit darin das Verbot des Versendens von Werbung beantragt wird.
2. Schriftliche Mitteilung sowie Rechtmittelbelehrung gemäss nachfolgendem Erkenntnis.

Das Handelsgericht erkennt:

1. In teilweiser Gutheissung der Klage der Klägerin 1 wird den Beklagten 2 und 3 – je unter Androhung der Bestrafung ihrer Organe mit Busse wegen Verstosses gegen Art. 292 StGB im Falle der Zuwiderhandlung – verboten, von der Domain www.C.____.ch auf A.____.com, A.____F.____.com sowie A.____L.____.com zu verlinken, sofern dadurch auf den verlinkten Seiten A.____ (in Alleinstellung) zur Kennzeichnung ihrer Unternehmung bzw. im geschäftlichen Verkehr verwendet wird.
2. Im Übrigen wird die Klage der Klägerin 1 abgewiesen, soweit darauf eingetreten wird.
3. Die Klage der Klägerin 2 wird abgewiesen, soweit darauf eingetreten wird.
4. Die Gerichtsgebühr wird festgesetzt auf CHF 170'000.–.

5. Die Kosten werden den Klägerinnen zu CHF 153'000.– und den Beklagten zu CHF 17'000.– auferlegt, jeweils unter solidarischer Haftung, und vorab aus dem von den Klägerinnen geleisteten Kostenvorschuss gedeckt. Für den Anteil der Beklagten (CHF 17'000.–) wird den Klägerinnen das Rückgriffsrecht auf die Beklagten eingeräumt.
6. Die Klägerinnen werden solidarisch verpflichtet, den Beklagten eine Parteientschädigung von insgesamt CHF 124'000.– zu bezahlen.
7. Schriftliche Mitteilung an die Parteien sowie an das IGE, Stauffacherstrasse 65/59g, 3003 Bern.
8. Eine bundesrechtliche Beschwerde gegen diesen Entscheid ist innerhalb von 30 Tagen von der Zustellung an beim Schweizerischen Bundesgericht, 1000 Lausanne 14, einzureichen. Zulässigkeit und Form einer solchen Beschwerde richten sich nach Art. 72 ff. (Beschwerde in Zivilsachen) oder Art. 113 ff. (subsidiäre Verfassungsbeschwerde) in Verbindung mit Art. 42 und 90 ff. des Bundesgesetzes über das Bundesgericht (BGG). Der Streitwert beträgt CHF 9'600'000.–.

Zürich, 27. Mai 2019

Handelsgericht des Kantons Zürich

Vizepräsidentin:

Gerichtsschreiberin:

Dr. Claudia Bühler

Adrienne Hennemann