



BESCHLUSS

In der Löschungssache

der



- Antragsteller -

- Verfahrensbevollmächtigte:



gegen

den Herrn



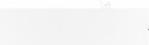
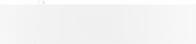
- Antragsgegner und Markeninhaber -

- Verfahrensbevollmächtigte:



betreffend die Wortmarke 305 24 784

law blog

hat die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts durch den Leitenden Regierungsdirektor  als Vorsitzenden und die Regierungsdirektorin  sowie die Regierungsdirektorin 

beschlossen:

1. Die Wortmarke Nr. 305 24 784 „law blog“ wird antragsgemäß gelöscht.
2. Kosten werden weder auferlegt noch erstattet.

Gründe

Die angegriffene Wortmarke 305 24 784 **law blog** ist für

„Dienstleistungen zur Zerstreuung und Entspannung von Personen sowie die öffentliche Präsentation von Werken der bildenden Kunst und Literatur für kulturelle Zwecke; einzeln oder gemeinsam erbrachte Dienstleistungen zur Rechtsberatung und -vertretung“

am 26.04.2005 angemeldet und am 20.09.2005 in das Markenregister eingetragen worden.

Die Antragsteller beantragen mit am 23.05.2008 eingegangenen Schreiben die vollständige Löschung dieser Marke wegen Nichtigkeit gemäß §§ 50 Abs. 1, 54 Abs. 1 MarkenG.

Sie tragen zur Begründung vor, der Eintragung der angegriffenen Marke hätten die mangelnde Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sowie ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegengestanden. Die angesprochenen Verkehrskreise würden die Marke als „Rechts(we)blog“ oder „Jura(we)blog“ ohne weiteres verstehen. Denn das Wort „(we)blog“ habe bereits vor dem Eintragungszeitpunkt Eingang in den allgemeinen Sprachgebrauch gefunden. In Verbindung mit den so gekennzeichneten Dienstleistungen im Bereich der Rechtsberatung und -vertretung bezeichne die Marke die Art der Erbringung der Dienstleistungen über ein Weblog oder unter Zuhilfenahme eines Weblogs. Im Zusammenhang mit den „Dienstleistungen zur Zerstreuung und Entspannung von Personen“ gebe die Marke gleichermaßen lediglich einen unmittelbaren Hinweis darauf, dass diese Dienstleistungen mittels eines die Rechtswissenschaft oder rechtliche Themen betreffenden Weblogs im Internet angeboten werden. Hinsichtlich der „öffentlichen Präsentation von Werken der bildenden Kunst und Literatur für kulturelle Zwecke“ enthalte die Marke ausschließlich die Information, dass beispielsweise redaktionelle Beiträge oder Karikaturen zu aktuellen juristischen Themen der Öffentlichkeit im Internet unter Zuhilfenahme eines Weblogs zur Verfügung gestellt werden.

Die Antragsteller beantragen daher, die Wortmarke vollumfänglich zu löschen.

Der Antragsgegner und Markeninhaber hat dem ihm am 05.6.2008 zugestellten Löschungsantrag mit am gleichen Tag datierten Schreiben, eingegangen am 09.06.2009, widersprochen.

Er beantragt, den Löschungsantrag zurückzuweisen.

Er ist der Ansicht, Gegenstand der Beurteilung der Schutzfähigkeit sei die Marke „law blog“ als Ganzes, so dass die von den Antragstellern vorgenommene zergliedernde Betrachtung nach einer beschreibenden Bedeutung der einzelnen Bestandteile „law“ und „blog“ nicht zulässig sei. Im Jahr 2005 seien Wortkombinationen mit dem Bestandteil „blog“ im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen nicht gebräuchlich gewesen. „Blog“ sei ein neu gebildetes Kunstwort, das von dem angesprochenen Verkehr nicht ohne weiteres verstanden werde. Jedenfalls hatte der Wortbestandteil „blog“ aber zum Anmelde- und Eintragungszeitpunkt im September 2005 noch keinen Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden, das Gegenteil sei von den Antragstellern auch nicht nachgewiesen worden. Die Marke sei dementsprechend unterscheidungskräftig. Auch sei das Zeichen nicht freihaltebedürftig, denn dem Zeichen sei jedenfalls kein unmittelbarer Hinweis auf die Art der Erbringung der beanspruchten Dienstleistungen zu entnehmen, allenfalls ein mittelbarer Hinweis. Der Antragsgegner verweist zudem auf mehrere Eintragungen, die den Bestandteil „blog“ enthielten, so beispielsweise die Wortmarke „inso blog“, die vom Amt sowie die Marken „Test & BLOG, BLOGORAMA oder Space Blog, die von Seiten des HABM für schutzfähig erachtet worden seien. Der Markeninhaber sei darüber hinaus mit der Bezeichnung seines Internet-Tagebuches als „law-blog“ der bundesweit Erste gewesen, der ein Internet Tagebuch mit juristischem Hintergrund betreibe. Deutschsprachige Blogs mit juristischem Hintergrund würden ohnehin nicht „lawblog“, sondern „Jurablog“ genannt.

Gleichzeitig bittet der Antragsgegner um rechtlichen Hinweis, soweit seiner Auffassung nicht gefolgt würde, damit er entsprechend zur Verkehrsdurchsetzung vortragen könne.

Mit Schreiben vom 07.05.2009 hat ihn die Markenabteilung aufgefordert, zu der Frage der Verkehrsdurchsetzung entsprechend vorzutragen. Eine weitere Eingabe des Markeninhabers ist nicht erfolgt.

Wegen der weiteren Einzelheiten aus dem Vortrag der Beteiligten wird auf deren Schriftsätze verwiesen.

II.

Der Löschantrag ist gemäß §§ 54 Abs. 1, 50 i. V. m. § 8 MarkenG zulässig und auch begründet.

Die Eintragung einer Marke wird auf Antrag wegen Nichtigkeit gelöscht, wenn sie entgegen § 8 MarkenG eingetragen worden ist, und wenn das geltend gemachte Schutzhindernnis sowohl bei der Eintragung der Marke vorgelegen hat, als auch noch im Zeitpunkt der Entscheidung über den Löschantrag vorliegt. Maßgeblicher Eintragungszeitpunkt ist September 2005.

1. Der Eintragung hat vorliegend, wie die Antragsteller zu Recht vortragen, das Schutzhindernnis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegengestanden.

Nicht schutzfähig sind nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG Zeichen, die im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig sind.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Bestimmung ist die einer Marke innewohnende Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, 431, Rdn. 48 - Henkel; GRUR 2004, 1027, 1029, Rdn. 33 und 42 – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH GRUR 2006, 850, 854, Rdn. 19 - FUSSBALL WM 2006).

Die Marke ist aus den Wortbestandteilen „law“ und „blog“ zusammengesetzt. Bei dem Zeichenbestandteil „blog“ handelt es sich um die gebräuchliche Abkürzung für „Weblog“. Weblog (Kombination: World Wide Web und Logbuch) wird übersetzt als „Internet-Journal“ (vgl. z. B. Heinz Schulte, Informationstechnologie von A-Z, Band 4, Stand Juni 2009). Ein Blog ist eine öffentlich zugängliche Website, auf der ein Einzelner oder eine Personengruppe ein Journal mit persönlichen Eindrücken, Beiträgen, Meinungen und Ausschnitten aus dem Internet zu einem bestimmten oder zu mehreren Themen führt (aus: Peter Winkler, Computer Lexikon 2008, Markt und Technik Verlag, 2007). Der Blog kann in der Form eines öffentlich einsehbaren Tagebuchs erfolgen und als Kom-

munikationsplattform genutzt werden (vgl. hierzu auch die Ausführungen aus dem Beschluss des BPatG, 29 W (pat) 161/04 vom 10.10.2007 – „Blogger“, veröffentlicht auf PAVIS PROMA CD-Rom und die dort zu dem Begriff Blogger aufgeführten Fundstellen wie Microsoft Press, Computerlexikon, 7. Auflage 2003, S 119). Blogs werden von Prominenten oder auch von Unternehmen zur Außendarstellung betrieben und genutzt. Spezielle Themenblogs behandeln ein Themengebiet, mit dem sich der Bloginhaber befasst oder hinsichtlich dessen er besondere Kenntnisse hat. Anders als der Markeninhaber meint, ist der Begriff des Blogs bereits im Zeitpunkt der Eintragung im September 2005 den angesprochenen Verkehrskreisen verständlich gewesen. Abzustellen ist auf das aktuelle Verständnis des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im jeweils entscheidungserheblichen Zeitpunkt (vgl. auch Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Auflage, § 8 Rdn. 83 ff.).

Das Wort „Blog“ findet sich erstmals in dem Standardwerk des Rechtschreibduden in der 24. Auflage (Duden Die deutsche Rechtschreibung), der Wortneuheiten bis März 2006 berücksichtigt. Dies macht deutlich, dass im vorangegangenen Zeitraum Blog jedenfalls im deutschen Sprachgebrauch verwendet wurde.

Aus dem unter dem Suchwort Blog in der Internet Enzyklopädie Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/wiki/Blog>) gefundenen Eintrag, den die Antragsteller als Anlage TMP 1 ihrem Schriftsatz vom 23.06.2008 beigefügt hatten, geht hervor, dass „... im Jahr 1999... der Boom dieser Art von Webseiten begann. Nach 2001 wurden auch traditionelle Medien auf die neue Darstellungsform aufmerksam...“ (Auszug aus Seite 3 der genannten Anlagen). Weiter wird in diesem Eintrag unter der Überschrift „Merkmale der Blogger“ auf eine Umfrage aus dem Jahr 2005 unter Nutzern hingewiesen, in der „mehr als 4.000 deutschsprachige Blogger“ befragt wurden.

Das Ergebnis der von der Markenabteilung ergänzend hierzu durchgeführten Recherche stützt diese Erkenntnisse.

Aus einer Internetseite des WebWriting-Magazins zu der Geschichte deutschsprachiger Blogs (www.webwriting-magazin.de/die-geschichte-deutschsprachiger-blogs) geht hervor, dass Blogs in Deutschland seit 1998 existieren (Anlage 1).

Ein Bericht über die Geschichte des Blogs (www.dp-on.com/unternehmenskommunikation/24-corporate-blog/37-die-geschichte-des-blogs.html) erläutert, dass „... 1997 als das eigentliche Startjahr von Weblogs angesehen (wird)... Bis in den Herbst 2001 stellten Weblogs ein reines Internet ... Phänomen dar... Dies änderte sich mit den Terroranschlägen vom 11. September 2001 in New York und Washington. Es stellt sich heraus, dass Weblogs in der Lage waren zum Teil schneller, persönlicher und direkter über die Geschehnisse ... zu berichten. Der folgende Krieg im Irak und die intensive Medienbeobachtung und Berichterstattung bescherte Weblogs einen weiteren Wachstumsschub... Demgegenüber boten Weblogs aus dem Krisengebiet oder themenbezogene Weblogs eine Alternative zur klassischen Berichterstattung über die klassischen Medien... Einen weiteren Schub erhielten Weblogs durch den US-Präsidentenwahlkampf 2004, über den zahl-

reiche Weblogs berichteten. Dies führte auch dazu, dass das Wort „Blog“ in den USA zum Wort des Jahres gekürt wurde...“ (Anlage 2).

Ebenso ist einem Bericht über das Wahlergebnis der Bundestagswahl 2005 vom 18. September 2005 zu entnehmen, dass „...die Blogger sind der Zeit mal wieder ein Stück voraus...“ (Auszüge der Internetseite www.suchmaschinen-optimierung-seo.info/sosblog/2005/09/18wahlergebnis-der-bundestagswahl-2005/- Anlage 3).

Damit dürfte zweifelsfrei nachgewiesen sein, dass die Bezeichnung „Blog“ im September 2005 für die hier angesprochenen allgemeinen Verbraucher ohne weiteres verständlich war.

In Verbindung mit dem englischen Wort „law“, also Jura, Gesetz, Gesetzgebung, das Recht, ergibt sich zwanglos das Verständnis eines Blogs, in dem es um das Thema „Recht“ geht oder einer Kommunikationsplattform zum Thema Recht, Jura oder Gesetz. Dieses Verständnis erschließt sich dem Verbraucher zwanglos, da es sich bei dem Wort „Law“ zweifellos um ein Wort des englischen Grundwortschatzes handelt.

Für die angesprochenen Verkehrskreise erweist sich die Wortkombination im Zusammenhang mit den Dienstleistungen Rechtsberatung und -vertretung als Hinweis darauf, dass es sich um einen Blog mit dem Themenschwerpunkt „law“ handelt, dort also Informationen über Rechtsberatung und -vertretung über das Medium eines Blogs erhalten werden. Rechtliche Angelegenheiten und Fragestellungen sind längst Thema von Unterhaltungsdienstleistungen. So können auch die in Rede stehenden Dienstleistungen zur Zerstreuung und Entspannung von Personen der Klasse 41 in unterhaltsamer Art und Weise präsentierte juristische Fragen zum Inhalt haben und den Themenschwerpunkt darstellen, so dass „law blog“ lediglich ein ohne weiteres verständlicher Hinweis auf den sachlichen Schwerpunkt und die Art und Weise der Erbringung und des Zugangs zu den Dienstleistungen darstellt. Insoweit ist den Ausführungen der Antragsteller insgesamt zuzustimmen.

Hinsichtlich der Dienstleistungen der „öffentlichen Präsentation von Werken der bildenden Kunst und Literatur für kulturelle Zwecke“ werden die angesprochenen Verbraucher „law blog“ ebenso wenig als Hinweis auf die Herkunft der Dienstleistungen verstehen. Denn mit diesen Präsentationen können verschiedene juristische Fragestellungen einhergehen, die schwerpunktmäßig Gegenstand eines law blogs sein können. Auch hier ist somit ein unmittelbar beschreibender Zusammenhang zwischen der Wortkombination und den Dienstleistungen festzustellen.

Nach alledem stellt sich die angegriffene Marke als lediglich beschreibende und nicht unterscheidungsfähige Angabe dar.

An dieser Beurteilung kann auch das Vorbringen des Markeninhabers, wonach er der Erste gewesen sei, der ein Internettagebuch mit juristischem Hintergrund betrieben habe, nichts ändern. Denn aus der bloßen Neuheit einer Marke, ergibt sich keinerlei Aussage über deren Unterscheidungskraft. Die angesprochenen Verkehrskreise sind daran gewöhnt, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, die ihnen sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form vermitteln sollen. So wird der Durchschnittsverbraucher eine bisher noch nicht verwendete, gleichwohl verständliche Sachaussage durchaus als solche und damit nicht als betrieblichen Herkunftshinweis auffassen (vgl. auch Ströbele, a. a. O., § 8 Rdn. 89).

Auch der Hinweis des Anmelders auf vermeintlich vergleichbare Voreintragungen des Amtes (inso blog) oder des HABM rechtfertigt keine andere Beurteilung. Die zu ähnlichen Anmeldungen ergangenen Entscheidungen muss die zuständige nationale Behörde zwar berücksichtigen, ist aber an diese Entscheidungen nicht gebunden (vgl. zuletzt EuGH GRUR 2009, 667 - Bild. T-Online u. ZVS). Dies hat der EuGH in seiner auch für das nationale Verfahren maßgeblichen Rechtsprechung mehrfach ausdrücklich bestätigt (vgl. EuGH a. a. O. unter Hinweis u. a. auf die Entscheidungen EuGH GRUR 2008, 229 (Tz. 47 - 51) - BiolD; GRUR 2004, 674 (Tz. 42 - 44) - Postkantoor; GRUR 2004, 428 (Tz. 63) - Henkel). Das entspricht auch der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und des Bundespatentgerichts (vgl. BGH GRUR 2008, 1093 (Tz. 18) - Marlene-Dietrich-Bildnis; BPatG GRUR 2007, 333 - Papaya). Die Frage der Schutzfähigkeit einer angemeldeten Marke ist keine Ermessensentscheidung, sondern eine gebundene Entscheidung, die allein auf der Grundlage des Gesetzes und nicht auf der Grundlage einer vorherigen Entscheidungspraxis zu beurteilen ist. Aus dem Gebot rechtmäßigen Handelns folgt, dass sich niemand aus Gründen der Gleichbehandlung auf eine fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines anderen berufen kann, um eine identische Entscheidung zu erlangen (so EuGH - Bild. T-Online u. ZVS a. a. O. (Tz. 18)).

Im Eintragungsverfahren folgt daraus allenfalls, dass sich die zur Entscheidung berufene Stelle mit den ins Verfahren eingeführten oder sonst ersichtlichen, für die Eintragung der verfahrensgegenständlichen Marke sprechenden Argumenten, die sich u. a. auch aus der Begründung von Eintragungsentscheidungen zu Drittmarken ergeben können, auseinandersetzen muss. Damit ist dem Begründungserfordernis nach dem maßgeblichen deutschen Verfahrensrecht dann ausreichend Genüge getan. Entsprechendes gilt wohl für das Lösungsverfahren, wenn der Markeninhaber die Eintragung der Marke mit dem Hinweis auf vermeintlich vergleichbare Eintragungen verteidigt.

Mit der Nennung der Voreintragungen im vorliegenden Verfahren wurden keine weiteren sachlichen Argumente vorgebracht, die für die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke sprechen. Es wurden auch keine Fundstellen genannt, bei denen solche Argumente zu finden sein könnten.

Deshalb bestand vorliegend kein Anlass, sich mit den genannten Voreintragungsentscheidungen im Rahmen der hier zu treffenden Schutzfähigkeitsentscheidung argumentativ auseinanderzusetzen.

Die vom Anmelder im vorliegenden Verfahren genannten Voreintragungen mit dem Bestandteil "blog" sind darüber hinaus mit der hier zu beurteilenden Marke weitgehend nicht vergleichbar, weil die genannten Vergleichszeichen anders strukturiert oder für andere Waren und Dienstleistungen geschützt sind. Die Beurteilung der Schutzfähigkeit einer Wortkombination mit dem Bestandteil "blog" hängt jeweils vom Einzelfall ab, nämlich davon wie der Verkehr die jeweilige Gesamtbezeichnung im Zusammenhang mit den geschützten Waren und Dienstleistungen versteht.

Ob der Bezeichnung „law blog“ in Bezug auf die angemeldeten Dienstleistungen auch noch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann dahingestellt bleiben, da ihr bereits die Unterscheidungskraft fehlt.

Nähere Ausführungen des Markeninhabers, aus denen sich ergibt, dass sich die Wortmarke infolge ihrer Benutzung in den beteiligten Verkehrskreisen gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG durchgesetzt hat, fehlen.

Der Eintragung des Zeichens als Marke steht und hat bereits zum Zeitpunkt der Eintragung das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegengestanden, so dass sie nach §§ 50 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu löschen ist.

Dem Löschungsantrag der Antragsteller war mithin stattzugeben und die Wortmarke zu löschen.

Zu einer einseitigen Kostenauflegung zu Lasten eines der Verfahrensbeteiligten bestand kein Anlass.

Auf die nachfolgende Rechtsmittelbelehrung wird hingewiesen.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Löschungsbeschluss findet gemäß § 66 des Markengesetzes die **Beschwerde** statt. Die Beschwerde steht den am Verfahren vor dem Patentamt- und Markenamt Beteiligten zu, sofern sie durch den Beschluss beschwert sind. Sie hat aufschiebende Wirkung. Die Beschwerde ist **innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses** beim Deutschen Patent- und Markenamt **schriftlich** einzulegen. Die Anschriften lauten:

- Deutsches Patent- und Markenamt, 80297 München
- Deutsches Patent- und Markenamt, Dienststelle Jena, 07738 Jena
- Deutsches Patent- und Markenamt, 81534 München
- Deutsches Patent- und Markenamt, Technisches Informationszentrum Berlin, 10958 Berlin

Innerhalb der Beschwerdefrist ist eine **Beschwerdegebühr (Gebührennummer 401 100 PatkostG = 500,00 EUR)** auf das Konto der Bundeskasse Weiden für das Deutsche Patent- und Markenamt zu entrichten. Wird sie nicht, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig gezahlt, so gilt die Beschwerde als nicht eingelegt.

Bei der Zustellung durch die Post mit Zustellungsurkunde ist der Tag der Zustellung auf der übergebenen Abschrift der Zustellungsurkunde oder auf der übergebenen Sendung vermerkt.

Bei der Zustellung durch die Post mittels Einschreiben durch Übergabe gilt dieses am 3. Tag nach der Aufgabe zur Post als zugestellt, es sei denn, dass das zuzustellende Dokument nicht oder zu einem späteren Zeitpunkt zugegangen ist. Bei der Zustellung mittels Einschreiben mit Rückschein gilt diese an dem Tag als bewirkt, den der Rückschein angibt.

Hinweis: Es besteht die Möglichkeit, die Beschwerde in elektronischer Form einzulegen. Die näheren (technischen) Voraussetzungen entnehmen Sie bitte dem Merkblatt "Elektronische Beschwerde (W 7736)" oder der Homepage des DPMA unter: http://www.dpma.de/veroeffentlichungen/mitteilungen/mittig2003_07.html.

Der Beschwerde und allen Schriftsätzen sollen Abschriften für die übrigen Beteiligten beigelegt werden.

Markenabteilung 3.4



Beglaubigt

Anlage 1

Vom Publizieren und Kommunizieren im Internet

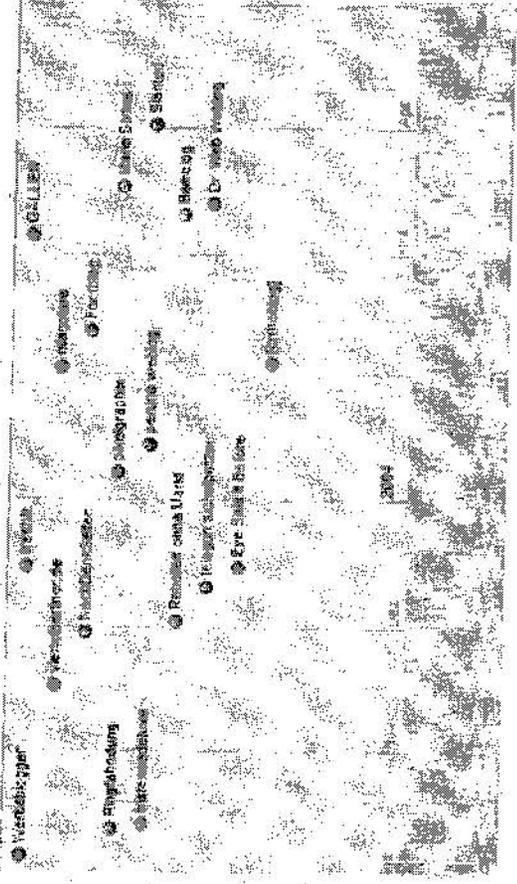
Webwriting-Magazin

20. Oktober 2008

Die Geschichte deutschsprachiger Blogs

...bzw. ihr Erscheinen und Verschwinden lässt sich an einer wundervollen Zeitleiste ablesen, die Benedikt Köhler ins Netz gestellt hat:

Blog History Project Die Geschichte der deutschsprachigen Blogosphäre



Durch Verschieben der Leiste eröffnet sich der Blick in die Vergangenheit bis weit zurück in die Urzeiten des Webs.

Und ein Klick auf das jeweilige Projekt zeigt auch gleich, ob es noch existiert oder nur noch eine schöne Erinnerung ist. (Das zweitälteste noch aktive Blog ist übrigens das **Digital Diary**: im nächsten Jahr feiere ich das "Zehnjährige"!).

Chris

...oder abonniere den Newsfeed.



3 Reaktionen zu "Die Geschichte deutschsprachiger Blogs"



Chris

Am 20. Oktober 2008 um 14:47 Uhr

chickes Dingen, thx für den Hinweis!



bauherr

Am 23. Oktober 2008 um 13:41 Uhr

onnerwetter 10 Jahre sind aber echt lang für einen Blog. a hat jemand aber Ausdauer gehabt.



Carol

Am 21. August 2009 um 12:17 Uhr

as ist ja eine tolle Idee! Man muss sie erweitern, in einiger Zeit wird das noch interessanter!

Einen Kommentar schreiben

Kommentare ohne Namen werden gelöscht - ebenso solche mit einer rüden und beleidigenden Wortwahl. Verlinkungen zu rein kommerziellen Seiten

ohne Themenbezug werden ebenfalls entfernt.

Name

eMail (optional)

Webseite (optional)

Mit dem Absenden deines Kommentars willigst du ein, dass der angegebene Name, die E-Mail- und die IP-Adresse, die deinem Internetanschluss aktuell zugewiesen ist, von mir im Zusammenhang mit deinem Kommentar gespeichert wird. Die E-Mail-Adresse und die IP-Adresse werden nicht veröffentlicht oder weitergegeben.

© Claudia Klinger
Der jeweils aktuelle Beitrag steht unter www.webwriting-magazin.de.
Das Webwriting-Magazin - vom Publizieren und Kommunizieren im Internet läuft mit WordPress (Theme-Design: Klinger Webwork) 

Die Geschichte des Blogs

Geschrieben von: Daniel Pfeiffer

Die Blog Geschichte

Die Ursprünge von Weblogs gehen auf einfache Linklisten, bis hin zu mit persönlichen Filmen versehene und kommentierte „personal journals“ zurück, die als einfache Webseiten auf Basis von HTML im World Wide Web entstanden. Als Ur-Vater der Weblogs gilt der Erfinder des World Wide Web: Tim Berners-Lee, mit seiner Website <http://info.cern.ch>, auf der er alle neuen Websites im WWW verzeichnete. Dadurch entstand eine chronologisch angeordnete Linkliste existierender Websites.

Im Jahr 1997 tauchte zum ersten Mal der Begriff „Weblogs“ auf. Er geht vermutlich auf Barger zurück. Barger betrieb eine Website namens Robot Wisdom in der er Websites, die in umgekehrter chronologischer Reihenfolge auf andere Seiten verwiesen, als Weblogs bezeichnete. Ein Weblog ist laut Barger eine Website, die ein „log of the web“ darstellt und Einträge enthält, die auf verfügbares Material im World Wide Web verweisen.

Die Vorfahren der Blogs waren einfache Linklisten

1997 wird als das eigentliche Startjahr von Weblogs angesehen. Zu dieser Zeit entwickelte sich mit Camworld einer Website von Cameron Barret, die auch heute noch als Blog online ist. Barret begann Websites aufzulisten, die so ähnlich waren wie seine und erhielt von anderen Internetnutzern Links, um diese auf seiner Seite zu integrieren. Die ursprünglichen Weblogs waren sehr link-intensive Webseiten. Jedes Weblog war eine einzigartige Mischung von Links und persönlichen Kommentaren. Zu diesem Zeitpunkt konnten Weblogs nur von wenigen Leuten erstellt werden, die bereits genügend Fähigkeiten hatten, eine eigene Webseite mit Hilfe eines Editors zu erstellen.

Terroranschläge und Kriege verhalfen Weblogs zum Durchbruch

Bis in den Herbst 2001 stellten Weblogs ein reines Internet, bzw. World Wide Web Phänomen dar, das von den traditionellen Massenmedien wie TV und Print als Marginalie oder Nischenphänomen betrachtet wurde. Dies änderte sich mit den Terroranschlägen vom 11. September 2001 in New York und Washington D.C. Es stellte sich heraus, dass Weblogs in der Lage waren zum Teil schneller, persönlicher und direkter über die Geschehnisse in den Tagen nach dem Anschlag zu berichten. Der folgende Krieg im Irak und die intensive Medienbeobachtung und Berichterstattung bescherte Weblogs einen weiteren Wachstumsschub, da die Berichterstattung durch das US-Militär zensuriert oder sogar z. T. gänzlich untersagt worden war. Ausländische Medien wurden in ihrer

journalistischen Berichterstattung behindert oder als Teil der psychologischen Kriegsführung genutzt. Demgegenüber boten Weblogs aus dem Krisengebiet oder themenbezogene Weblogs – sogenannte Warblogs – eine Alternative zur klassischen Berichterstattung über die klassischen Medien.

2004 wurde "Blog" zum Wort des Jahres in den USA

Einen weiteren Schub erhielten Weblogs durch den US-Präsidentenwahlkampf 2004, über den zahlreiche Weblogs berichteten. Dies führte auch dazu, dass das Wort „Blog“ in den USA zum Wort des Jahres gekürt wurde. Das Wachstum der Weblogs ist aber nicht allein auf die Berichterstattung gesellschaftlich relevanter Themen und einer damit einhergehenden höheren Aufmerksamkeit der Leser zurückzuführen. Auch technische und gesellschaftliche Entwicklungen trugen maßgeblich zum Erfolg der Blogs bei. In Deutschland hält sich der Erfolg der Blogs bislang immer noch in Grenzen. 2008 nutzten nur 6 Prozent der Internetnutzer gelegentlich einen Blog.

Quellen:

- Bausch, Haughey & Hourihan, 2002
- Möller, 2005
- Fikisz, 2004
- Toyfl, 2003
- Prezpioraka, 2003
- Fischer, 2005
- Maatz, 2004
- Fisch & Gscheidle, 2008

Bookmark!

S-O-S SEO Blog

- Home
- Blogrolle
- Impressum

Das Suchmaschinen Optimierung Seo Blog

Wahlergebnis der Bundestagswahl 2005

Ja, die Blogger sind der Zeit mal wieder ein Stück voraus. Einer von ihnen ist AndreasB, bei ihm gibt es schon einen Artikel zum Wahlergebnis 2005. Für alle die das Ergebnis auch jetzt schon wissen wollen, der Zug ist leider schon abgefahren. Nach dem Motto 3 - 2 - 1 - meins wurde dieses einmalige Angebot für schlappe 24,38 über eBay verhökert.

Bei einer Suche mit Googles neuer Blog-Suche mit den Begriffen ergebnis bundestagswahl sah auf den ersten Blick auch alles nach einem guten Treffer aus, doch bei den Web-Junkies gibt es nur Das Ergebnis der Bundestagswahl im Rahmen einer eigenen kleinen Umfrage, zudem eher in Form einer Kanzlerwahl.

Auf jeden Fall wird man sehen, dass zu Ereignissen wie der Bundestagswahl ein Service wie Google News und auch die neue Google Blog-Suche einen klaren Vorteil gegenüber der normalen Suche haben werden. Was hier zählt ist die Geschwindigkeit. Wir nähern uns immer mehr der Realtime-Suche an. Wer rechtzeitig verbaut, hat aber auch gute Chancen in Googles normaler Suche vorne gefunden zu werden. Ich lese gerade das Ergebnis Bundestagswahl 2005 Wetter (Ruhr), wo die Stadt Wetter schon alles vorbildlich vorbereitet hat, und wo andere oft nur eine fast leere Seite zeigen, gibt es hier schon mal eine Tabelle mit den Werten der Bundestagswahl 2002. Lobenswert.

So, gleich werde ich mich auf die Socken machen und meine Stimme abgeben. Ich kann mich nicht entsinnen in den letzten Jahren schon mal so motiviert Richtung Wahlurne gelaufen zu sein. Es wird spannend, das Ergebnis wird knapp, da möchte ich nicht derjenige sein, der die Wahl hatte und die Chance nicht nutzte. Nehmt euch ein Beispiel an Alt-Bundeskanzler Konrad Adenauer, da ging es am Ende um eine Stimme, und er hatte die Wahl. Er hat die Chance genutzt. Er hat gewählt! Ihr auch?

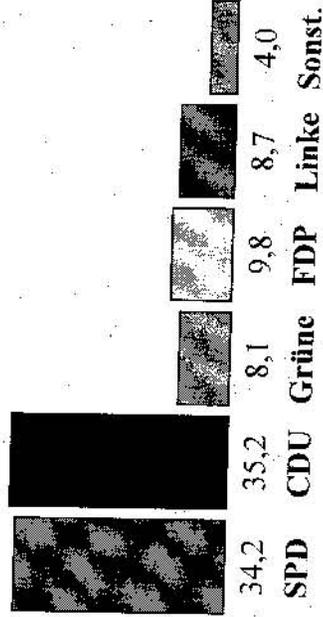
Münze: Anlage 3



Hier geht's lang zur Wahlurne.

Aus aktuellem Anlass hier ein Update 01:03 (19.09.2005)
Zweites Update Stand 7.10.2005:

Vorl. amtl. Endergebnis der Bundestagswahl



Wer es noch genauer wissen möchte, inklusive der Geschichte drum herum und auch mit Auflösung der Stimmen für die kleinen Parteien der sollte sich die **Bundestagswahl 2005** im Wikipedia anschauen.

18. September 2005 [Allgemeines, Blogging, Kurioses, Suchmaschinen](#) [Trackback-URI](#) [kommentieren](#)

2 Kommentare