

IP/IT

(Intellectual Property / Information Technology)

Neue Regelungen ab 13. Juni 2014 für Online-Händler

Filesharing durch volljährige Familienangehörige

BGH gibt ständige Rechtsprechung zur Abgrenzung des
Geschmacksmusterrechts vom Urheberrecht auf

Urhebervermerk muss auch bei direktem Aufruf
eines Fotos im Internet sichtbar sein

Online-Rollenspiel

Unlautere Behinderung durch Tippfehlerdomains

Neue Regelungen ab 13. Juni 2014 für Online-Händler

Bereits am 12. Dezember 2011 ist die Verbraucherrechterichtlinie (2011/83/EU) in Kraft getreten. Ziel der Richtlinie ist es, durch eine Angleichung des Rechts der Mitgliedstaaten zu einem ordnungsgemäßen Funktionieren des Binnenmarktes und zu einem hohen Verbraucherschutzniveau beizutragen. Am 20. September 2013 wurde das Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie (und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung) verkündet. Durch dieses Gesetz wurden die europäischen Vorgaben über die Rechte der Verbraucher in nationales Recht umgesetzt. Das Gesetz tritt ohne eine Übergangsfrist am 13. Juni 2014 in Kraft und ersetzt die bisher gültigen Regelungen des Versandhandels und des Fernabsatzrechts. Von den neuen Vorschriften betroffen sind insbesondere Online-Händler, die nunmehr gut beraten sind, ihren Internetauftritt sowie ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen („AGB“) rechtzeitig an die neue Gesetzeslage anzupassen.

Die wichtigsten Änderungen für Online-Händler:

Sofern der Kunde ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht informiert wurde, beträgt die Widerrufsfrist nun europaweit einheitlich 14 Tage (grundsätzlich ab Vertragsschluss).

Das bisherige „unendliche Widerrufsrecht“ entfällt. Bei Nichtbelehrung bzw. nicht ordnungsgemäßer Belehrung über das Widerrufsrecht kann der Vertrag nur innerhalb von 12 Monaten und spätestens nach 14 Tagen ab Erhalt der Ware widerrufen werden.

Außerdem sieht das Gesetz neue Aspekte vor, bei deren Vorliegen Online-Händler das Widerrufsrecht des Verbrauchers ausschließen können. Ein neuer Ausschlussgrund besteht z. B., wenn versiegelte Ware geliefert wird, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder aus Hygienegründen nicht zur Rückgabe geeignet sind und deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde.

Das Rückgaberecht entfällt ersatzlos, es gibt also nur noch das Widerrufsrecht.

Eine kommentarlose Rücksendung der Ware zur Ausübung des Widerrufsrechts ist nicht mehr möglich. Der Verbraucher muss den Widerruf nun ausdrücklich erklären.

Verbraucher können die Erklärung des Widerrufs auf unterschiedliche Weisen ausüben: a) durch Ausfüllen und Übersenden des Muster-Widerrufsformulars der Anlage 2 zu Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 2 EGBGB n.F., welches dem Verbraucher zusammen mit der Muster-Widerrufsbelehrung zur Verfügung zu stellen ist oder b) durch eine andere entsprechend eindeutige Erklärung.

Die „40-Euro-Klausel“ wird abgeschafft. Sofern der Verbraucher über die Kostentragungspflicht entsprechend belehrt wurde, hat er künftig die Rücksendekosten immer zu tragen, und zwar unabhängig vom Preis der zurückzusendenden Ware.

Der Online-Händler ist verpflichtet, den Kaufpreis innerhalb von 14 Tagen ab Widerruf zurück zu erstatten. Allerdings hat der Online-Händler ein Zurückbehaltungsrecht, bis er die Ware wieder zurückerhalten hat bzw. der Verbraucher den Nachweis erbracht hat, dass er die Waren zurückgeschickt hat.

Überdies ergeben sich erhöhte vorvertragliche Informationspflichten des Online-Händlers. So ist z.B. die Angabe des Liefertermins erforderlich.

Unser Kommentar

Sicherlich bringt die europäische Vollharmonisierung zunächst für Online-Händler viel Arbeit mit sich. Die Unternehmenshomepage, die AGB sowie die Versandprozesse müssen überprüft und an die neuen Gesetzesvorschriften angepasst werden. Allerdings ergeben sich durch die neuen Verbraucherregelungen langfristig auch enorme Vorteile für diejenigen Online-Händler, die ihre Waren auch außerhalb Deutschlands vertreiben. Denn ab dem 13. Juni 2014 müssen sie sich nicht mehr mit unterschiedlichen Verbraucherschutzvorschriften auseinandersetzen und können auf europaweit einheitliche Prozesse bauen.

Filesharing durch volljährige Familienangehörige

(BGH, Urteil vom 8. Januar 2014 –
Az: I ZR 169/12 BearShare)

Der Fall

Der Beklagte war Inhaber eines Internetanschlusses. In seinem Haushalt lebten zudem seine Frau und sein 20jähriger Stiefsohn. Der Zwanzigjährige hatte über eine Online-Tauschbörse mehr als dreitausend Musikaufnahmen für andere Nutzer zum Download bereitgehalten. Er hatte bei der polizeilichen Beschuldigtenvernehmung die Taten zugegeben. Der Anschlussinhaber wurde von vier führenden deutschen Tonträgerherstellern wegen Urheberrechtsverletzungen abgemahnt. Er gab eine Unterlassungserklärung ab, weigerte sich aber, die geforderten Anwaltskosten in Höhe von EUR 3.454,60 zu zahlen. Die Tonträgerhersteller klagten.

Die Entscheidung

Der Bundesgerichtshof (BGH) entschied, dass der Inhaber des Anschlusses nicht für die Urheberrechtsverstöße des Stiefsohnes haftete. Dabei sei zu berücksichtigen, dass die Überlassung des Internetzugangs an volljährige Familienangehörige auf familiärer Verbundenheit beruht und Volljährige für ihre Handlungen selbst verantwortlich sind. In Anbetracht dieses besonderen Vertrauensverhältnisses zwischen Familienangehörigen und der Eigenverantwortung von Volljährigen darf der Anschlussinhaber die Nutzung überlassen, ohne den volljährigen Familienangehörigen zu belehren oder überwachen zu müssen. Erst wenn der Anschlussinhaber konkrete Verdachtsmomente für eine Rechtsverletzung durch das Familienmitglied hat – etwa durch Erhalt einer Abmahnung – muss er die zur Verhinderung von Rechtsverstößen erforderlichen Maßnahmen ergreifen. Im vorliegenden Fall gab es jedoch solche Anhaltspunkte nicht – daher bestand auch keine Haftung des Anschlussinhabers als Störer für die Urheberrechtsverletzungen des volljährigen Stiefsohnes.

Unser Kommentar

Diese Entscheidung konkretisiert weiter die Haftung des Inhabers eines Internetanschlusses für Urheberrechtsverletzungen, die andere über seinen Anschluss begehen. So hatte der BGH bereits entschieden, dass Eltern von minderjährigen Kindern nur für die Rechtsverletzungen haften, wenn sie die Kinder nicht ausreichend belehrt haben. Eine Pflicht zur Kontrolle und Überwachung bestehe aber nicht. Diese Grenze zieht der BGH nun weiter, indem er die Eigenverantwortung volljähriger Familienangehöriger betont. Bei diesen sei bereits eine Belehrung nicht erforderlich. Weitergehende Kontrollen oder Überwachungen sind jedenfalls bei Familienangehörigen erst bei konkreten Verdachtsmomenten erforderlich.

Die Betonung des engen Vertrauensverhältnisses in Familien zeigt, dass der BGH diese Rechtsprechung nicht zwangsläufig auf andere Fallkonstellationen, etwa Wohngemeinschaften, ausdehnen will. Hierzu gab es noch keine endgültige Klärung durch den BGH. Das vorliegende Urteil wird die Rechtsdurchsetzung der Musik- und Filmindustrie weiter erschweren, da sie sich auch in diesem Fall an den tatsächlichen Verursacher der Urheberrechtsverletzungen halten müssen. Der Anschlussinhaber ist jedenfalls nicht automatisch und in jedem Fall über die Störerhaftung haftbar.

BGH gibt ständige Rechtsprechung zur Abgrenzung des Geschmacksmusterrechts vom Urheberrecht auf

(BGH, Urteil vom 13. November 2013 –
Az. I ZR 143/12 – Geburtstagszug)

Der Fall

Die Klägerin ist selbständige Spielwaredesignerin und zeichnete für die Beklagte Entwürfe für Spielzeug, u.a. einen „Geburtstagszug“, einen Zug aus Holz, auf dessen Waggons sich Kerzen und Ziffern aufstecken lassen. Die Klägerin hält ihre Entwürfe für urheberrechtlich geschützte Werke. Angesichts des großen Verkaufserfolges des Spielzeugs erachtet sie die vereinbarte Vergütung zu gering und nimmt die Beklagte auf Zahlung einer (weiteren) angemessenen Vergütung (§§ 32, 32a UrhG) in Anspruch. Das Landgericht wies die Klage mangels Urheberrechtsschutz des „Geburtstagszuges“ ab. Die Berufung blieb ohne Erfolg.

Die Entscheidung

Der BGH hebt die Vorinstanzen auf. Diese hatten sich auf die ständige höchstrichterliche Rechtsprechung zur Abgrenzung des Urheberrechts vom Geschmacksmusterrecht gestützt, wonach bei dem Geschmacksmusterschutz zugänglichen Werken der angewandten Kunst i.S.v. § 2 Abs. 1 Nr. 4, Abs. 2 UrhG deutlich höhere Anforderungen an die Gestaltungshöhe zu fordern sind als bei Werken der zweckfreien bildenden Kunst (sog. „kleine Münze“).

An dieser jahrzehntelangen Rechtsprechung könne vor dem Hintergrund der Reform des Geschmacksmusterrechts im Jahr 2004 nicht festgehalten werden. Mit dieser Reform sei das bis dahin bestehende Stufenverhältnis des Geschmacksmusterrechts – als wesensgleiches Sonderrecht für Werke der angewandten Kunst – zum Urheberrecht aufgelöst worden. Bisher wurden an die Gestaltungshöhe von Designleistungen hohe Anforderungen gestellt, weil das Geschmacksmusterrecht sonst leer liefe. Durch die Neugestaltung im Jahr 2004 wurde das Erfordernis der „Eigentüm-

lichkeit“ (besondere Gestaltungshöhe) zugunsten der „Eigenart“ (Unterschiedlichkeit des Musters, vgl. § 2 Abs. 3 DesignG) und mithin das Stufenverhältnis aufgegeben. Beide Rechte seien daher nicht mehr wesensgleich und stünden gleichwertig nebeneinander.

Allerdings sei bei der Prüfung der urheberrechtlichen Gestaltungshöhe zu berücksichtigen, dass die ästhetische Wirkung der Gestaltung einen Urheberrechtsschutz nur begründen könne, soweit sie nicht dem Gebrauchszweck geschuldet sei, sondern auf einer künstlerischen Leistung beruhe. Bei Gebrauchsgegenständen, die (naturbedingt) durch den Gebrauchszweck und dessen Funktion erforderliche Merkmale aufwiesen, sei der Gestaltungsspielraum regelmäßig sehr begrenzt, so dass hier in besonderem Maße zu prüfen sei, ob das Erzeugnis eine darüber hinausgehende künstlerische Gestaltung aufweise.

Unser Kommentar

Soweit einfache Schöpfungen der angewandten Kunst eine gestalterische Leistung aufweisen, sind auch sie nunmehr dem Urheberrechtsschutz und nicht mehr allein dem Geschmacksmusterschutz (seit 1.1.2014 „Gesetz über den rechtlichen Schutz von Design“-„DesignG“) zugänglich. Dies ist auch mit Blick auf die lange urheberrechtliche Schutzfrist (70 Jahre nach dem Tod des Urhebers, § 64 UrhG) relevant. Für die Rechtspraxis ergeben sich jedoch Herausforderungen bei der Prüfung, ob über die Verwendung technischer Gestaltungselemente hinaus eine Schöpfung individueller Prägung vorliegt, die einen Urheberrechtsschutz rechtfertigt. Ferner ist der Schutzbereich derartiger Gestaltungen der „kleinen Münze“ eng zu bemessen, so dass gegen Verletzungen nur eingeschränkt vorgegangen werden kann.

Aus der Entscheidung können sich praktische Konsequenzen für die Urheber und Verwerter von Werken der angewandten Kunst im Hinblick auf einen Anspruch auf angemessene Nutzungsvergütung ergeben. Durch eine Einordnung als Werke der angewandten Kunst fallen diese in den Anwendungsbereich der §§ 32, 32a UrhG und ermöglichen eine nachträgliche Anpassung bestehender vertraglicher Vergütungsregelungen. Dies gilt auch, soweit eine Gestaltung bereits vor Änderung des Geschmacksmusterrechts am 01.06.2004 entwickelt wurde. Ein Anspruch besteht dann allerdings erst ab diesem Zeitpunkt, es sei denn, dass die Schöpfung die erhöhten Anforderungen nach altem Recht erfüllt.

In der Praxis wird sich allerdings zeigen, ob die Einordnung als Werk der angewandten Kunst tatsächlich zu zusätzlichen und höheren Vergütungsansprüchen führen wird. §§ 32, 32a UrhG fordern ein auffälliges Missverhältnis bzw. eine unangemessene Vergütungsvereinbarung, was ggf. bei Werken der „kleinen Münze“ einen Anspruch auf „weitere“ Beteiligung, sei es in Gestalt eines Absatzhonorars oder sei es in Gehalt einer zusätzlichen Pauschalzahlung, nicht so einfach rechtfertigt.

Urhebervermerk muss auch bei direktem Aufruf eines Fotos im Internet sichtbar sein

(LG Köln, Urteil vom 30. Januar 2014 – Az: 14 O 427/13)

Der Fall

Der Verfügungskläger ist Hobbyfotograf, der im Internet über die kostenlose Bilddatenbank Pixelio eigene Fotos zum Download bereitstellte. Eines dieser Fotos verwendete die Verfügungsbeklagte auf der von ihr betriebenen Website zur Illustrierung eines Artikels. Am unteren Ende der Artikelseite fügte die Verfügungsbeklagte einen Urhebervermerk ein. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit, das Foto separat über einen Direktlink zur Bilddatei als Vollbild aufzurufen, wo ein Urhebervermerk fehlte. Aus Sicht des Verfügungsklägers widersprach dies den Lizenzbedingungen von Pixelio, wonach die Nennung des Urhebers „in der für die jeweilige Verwendung üblichen Weise und soweit technisch möglich am Bild selbst oder am Seitenende“ zu erfolgen habe. Daher hätte die Urhebernennung auch unter dem Direktlink zur Bilddatei erfolgen müssen. Der Verfügungskläger erwirkte daher beim Landgericht Köln den Erlass einer entsprechenden Unterlassungsverfügung, gegen die die Verfügungsbeklagte Widerspruch einlegte.

Die Entscheidung

Das Gericht bestätigte die einstweilige Verfügung. Der Verfügungskläger sei in seinem Recht auf Urhebernennung gemäß § 13 Satz 2 UrhG verletzt worden, indem die Verfügungsbeklagte das streitgegenständliche Foto über einen Direktlink zur Bilddatei im Internet veröffentlichte, ohne einen Urhebervermerk zu setzen. Darin sei eine Verletzung der Lizenzbedingungen von Pixelio zu sehen, die Vertragsinhalt zwischen den Parteien geworden seien.

Dem Rechtsverstoß stehe auch nicht entgegen, dass die Artikelseite einen Urhebervermerk enthalte. Denn bei den Verwendungen des streitgegenständlichen Fotos auf unterschiedlichen URL handele es sich um verschiedene „Verwendungen“ im Sinne der Lizenzbedingungen, die jeweils eine gesonderte

Urhebernennung erfordern. Werde das Foto also mehrfach genutzt, so sei auch eine mehrfache Urheberbenennung erforderlich; auch in der Bilddatei bzw. im Bild selbst. Die in den Lizenzbedingungen enthaltene Konkretisierung der „üblichen Weise“ und technischen Möglichkeit beziehe sich nach Ansicht des Gerichts lediglich auf die Form der Anbringung der Urheberbenennung nicht jedoch auf die Erforderlichkeit der Anbringung selbst.

Unser Kommentar

Wenn sich die Argumentation des Gerichts durchsetzt, wäre eine neue Lawine von Abmahnungen möglich. Daher ist zu empfehlen, bei der Verwendung von Fotos aus Bilddatenbanken die Lizenzbedingungen genau daraufhin zu prüfen, welche Anforderungen an den Urhebervermerk gestellt werden. Abhängig von dieser Prüfung ist ggf. die Möglichkeit zum Einzelabruf der Fotos technisch zu unterbinden oder einen Urhebervermerk in die Fotos selbst einzufügen. Pixelio selbst hat seine Lizenzbedingungen indes in Folge des Urteils wie folgt präzisiert: „Bei der isolierten Darstellung des Bildes durch direkten Aufruf der Bild-URL ist eine Urheberbenennung nicht erforderlich.“

Ob das Urteil Bestand haben wird, ist allerdings fraglich. Die Verfügungsbeklagte hat Berufung gegen das Urteil eingelegt. Sie beruft sich auf die Lizenzbedingungen von Pixelio, in denen es heißt, der Nutzer des Bildes müsse „in der für die jeweilige Verwendung üblichen Weise“ Pixelio und den Fotografen benennen. Üblich – so die Verfügungsbeklagte – sei aber eben ein Vermerk auf der Website, nicht auf dem Foto selbst.

Auch an der gerichtlichen Auslegung des Begriffs der „Verwendung“ wird Kritik geübt. Die Verwendung des streitgegenständlichen Fotos zur Illustration eines Artikels und die Darstellung des Fotos als Vollbild unter der URL des konkreten Speicherorts müssten als einheitlicher Vorgang und damit lediglich als eine Verwendung betrachtet werden. Daher habe die Urheberbenennung nur einmal erfolgen müssen.

Letztlich geht das Gericht auch weit über den Wortlaut der Lizenzbedingungen hinaus, wenn es meint, dass die Urheberbenennung „im Bild selbst“ erfolgen müsse, während die Lizenzbedingungen eine Urheberbenennung „am Bild selbst oder am Seitenende“ fordern. Ginge man (wie das Gericht) davon aus, dass der Urhebervermerk „im Bild selbst“ zu erfolgen habe, stellt sich die Folgefrage, ob diese Anforderung nur in Bezug auf den Direktlink zur Bilddatei gelte oder auch in Bezug auf die Artikelseite, auf der das Foto eingebunden ist. Diese Frage war nicht Gegenstand der Entscheidung des Landgerichts Köln.

Online-Rollenspiel

(BGH, Versäumnisurteil vom 17. Juli 2013 – I ZR 34/12 – Runes of Magic)

Der Fall

Die Beklagte bietet das Rollenspiel „Runes of Magic“ im Internet an. „Runes of Magic“ funktioniert nach dem sogenannten „Free-to-play“-Modell: Das Spielen selbst ist kostenlos, virtuelle Gegenstände für die Charaktere, etwa Waffen oder auch Zeitvorteile, kann man dazukaufen. Die Zahlung dieser virtuellen Gegenstände kann per Kreditkarte oder per SMS erfolgen. Die Beklagte bewarb in ihrem Internet-Forum unter der Überschrift „Pimp deinen Charakter Woche“ u.a. wie folgt: „Es warten tausende von Gefahren in der weiten Welt von Tabora auf Dich und Deinen Charakter. Ohne die entsprechende Vorbereitung kann die nächste Ecke im Dungeon der letzte Schritt gewesen sein. Schnapp Dir die günstige Gelegenheit und verpasse Deiner Rüstung & Waffen das gewisse ‚Etwas‘! Von Montag, den 20. April 17:00 bis Freitag, den 24. April 17:00 hast Du die Chance, Deinen Charakter aufzuwerten!“

Hierbei waren die unterstrichenen Wörter „Deinen Charakter aufzuwerten“ mit der Internetseite, dem sogenannten „Item-Shop“ der Beklagten verlinkt, auf der die virtuellen Zubehörtartikel zum Kauf angeboten wurden. Der Kläger, der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv), beanstandete diese Werbung als unlauter und beantragte die Unterlassung.

Das Urteil

Der BGH entschied entgegen den Vorinstanzen, dass die konkrete Formulierung der Werbung durch die Verwendung kindertypischer Begriffe einschließlich gängiger „Anglizismen“ sowie das durchgängige „Duzen“ (welches für sich genommen nicht ausreichend sei) eine stets unlautere, unmittelbare Kaufaufforderung an Kinder gemäß § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 28 des Anhangs darstelle. Dem stehe nicht entgegen, dass die Preise und Merkmale der beworbenen Produkte und Dienstleistungen erst auf der verlinkten Internetseite, dem „Item-Shop“, und nicht bereits im direkten Verbund mit der Werbung angezeigt werden. Eine Aufspaltung in einen Kaufappell und eine davon getrennte Produktwerbung, wie sie die Vorinstanz angenommen hatte, hat der BGH bewusst nicht vorgenommen.

Unser Kommentar

Dieses Urteil könnte (wenn es Bestand hat, denn die Beklagte hat gegen das Versäumnisurteil Einspruch eingelegt) erheblichen Einfluss auf das lukrative Geschäftsmodell „Free to Play“ in Deutschland haben. Der Markt für „Free to Play“ Spiele wächst derzeit weltweit rasant, und hat sich von einer „Nischenbranche“ in den letzten Jahren zu einer der am schnellsten wachsenden Branchen der Unterhaltungsindustrie entwickelt. Spiele wie „Runes of Magic“ finanzieren sich durch den Zukauf von Zusatzausstattung. Werden derartige Spiele als Produkte eingestuft, die sich gezielt an Kinder richten, so sind bei der im Rahmen dieser Spiele geschalteten Werbung die strengen Vorschriften zum Schutz von Kindern und Jugendlichen zu beachten. Im Grunde muss sich die Spiele-Industrie nach dem Urteil des BGH die Frage stellen, ob es künftig überhaupt erlaubt ist, sich in der Werbung für Free-to-Play Spiele einer informellen Sprache zu bedienen.

Zunächst ist bedauerlicherweise der Streit, ob der Begriff „Kinder“ im Sinne der Nr. 28 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG generell Minderjährige oder nur Minderjährige bis zur Vollendung des 14. Lebensjahres erfasst, unentschieden geblieben. Der BGH stellt lediglich fest, dass sich die streitgegenständliche Werbung aufgrund der konkreten Formulierung in erster Linie an Minderjährige unter 14 Jahren richte, und versucht, diese Feststellung auf folgende Erwägungen zu stützen:

- Die durchgängige Anrede in der 2. Person Singular
- Die (angeblich) „kindertypische“ Sprache, sowie
- die Verwendung von Anglizismen.

Keines dieser drei Argumente vermag jedoch bei näherem Hinsehen zu überzeugen:

Welche der in der Anzeige verwendeten Formulierungen nun genau „kindertypisch“ sind, und warum diese gerade gezielt Kinder ansprechen sollen, wird vom BGH in der Urteilsbegründung leider nicht näher erläutert. Der Verweis auf „gebräuchliche Anglizismen“ kann ebenfalls nicht überzeugen. Denn die einzigen Anglizismen in der Werbeanzeige sind die Begriffe „pimp“ und „Dungeon“. Warum diese Begriffe „kindertypisch“ sein sollen, erschließt sich nicht. Auch die Annahme des BGH, es läge eine unmittelbare Kaufaufforderung vor, erweist sich als problematisch: Das Gericht sieht die Werbeaussage und das verlinkte Angebot im Item-Shop als Einheit, so dass der erforderliche Produktbezug hergestellt werde. Das Betätigen eines Links stelle keinen erheblichen Zwischenschritt dar, der einer Aufforderung die Unmittelbarkeit nehmen könnte.

Insgesamt argumentiert der BGH stark mit dem Minderjährigenschutz. Wenn er jedoch § 3 Abs. 3 UWG i.V.m. Nr. 28 des Anhangs derart weit verstanden wissen will, so wäre eine Vorlage zum EuGH die erforderliche Konsequenz gewesen (die hier nicht erfolgt ist), um die Auslegung der Richtlinie 2005/29/EG, die den genannten deutschen Normen zugrunde liegt, zu überprüfen.

Für die online Spiele-Industrie bietet die vorliegende Entscheidung keine Rechtssicherheit, sondern wirft im Gegenteil mehr Fragen auf, als sie beantwortet. Es bleibt festzuhalten, dass der BGH in dieser Entscheidung der Werbung im Internet sehr enge Grenzen gesetzt hat, die in der Praxis kaum befolgt werden können. Es ist jedenfalls dringend zu raten, Werbeaussagen im Internet als solche genau überprüfen zu lassen und diese im Zweifelsfall eher vorsichtiger (indirekter) zu formulieren.

Unlautere Behinderung durch Tippfehlerdomains

(BGH, Urteil vom 22. Januar 2014 – Az. I ZR 164/12)

Der Fall

Die Klägerin betreibt unter der Domain „www.wetteronline.de“ einen Wetterauskunftsdienst. Der Beklagte ist Inhaber der Domain „wetteronlin.de“. Hierbei macht sich der Beklagte Tippfehler der User, die die Internetseite der Klägerin aufrufen wollen, zunutze und leitet diese auf eine Internetseite weiter, auf der für private Krankenversicherungen geworben wird. Der Beklagte erhält für jeden Aufruf dieser Internetseite ein Entgelt. Die Klägerin machte geltend, dass sie durch die Umleitung der Interessenten für Ihren Onlinedienst auf eine andere Internetseite in ihrem Namensrecht verletzt sei und zugleich in unlauterer Weise behindert werde. Sie nahm den Beklagten daher auf Unterlassung und Auskunftserteilung in Anspruch und begehrte darüber hinaus die Feststellung der Schadensersatzpflicht.

Das LG Köln hat den Beklagten im Wesentlichen antragsgemäß verurteilt. Die Berufung des Beklagten hatte keinen Erfolg, da das OLG Köln sowohl eine Verletzung des Namensrechts der Klägerin als auch eine unlautere Behinderung annahm. Hiergegen legte der Beklagte Revision beim Bundesgerichtshof (BGH) ein.

Die Entscheidung

Der BGH hob das Berufungsurteil auf und wies die Klage – soweit diese auf die Verletzung der Namensrechte gestützt wurde – ab. „Wetteronline“ – so die Karlsruher Richter – stelle lediglich einen rein beschreibenden Begriff dar, so dass es an der für den Namensschutz erforderlichen namensmäßigen Unterscheidungskraft fehle. Mit „wetteronline“ werde ausschließlich der Geschäftsgegenstand der Klägerin, Informationen zu dem Themengebiet „Wetter“ „online“ anzubieten, bezeichnet.

Der BGH sah allerdings in der konkreten Benutzung der Tippfehlerdomain eine unlautere Behinderung gemäß § 4 Nr. 10 UWG unter dem Aspekt des Abfangens von Kunden. Dies gelte jedenfalls dann, wenn der Nutzer auf der sich öffnenden Internetseite nicht sogleich und unübersehbar auf den

Umstand hingewiesen werde, dass er sich nicht auf der Seite „wetteronline.de“ befinde. Eine rechtlich zulässige Nutzung der Domain „wetteronlin.de“ hielt der BGH aber grundsätzlich für denkbar.

Unser Kommentar

Die Entscheidung des BGH hat zur Folge, dass die Registrierung von Tippfehlerdomains (sofern es sich hierbei um rein beschreibende Domains handelt) und deren Nutzung zulässig sind, soweit auf der sich öffnenden Seite ein deutlicher Hinweis erfolgt, dass es sich nicht um die Internetseite handelt, die eigentlich aufgerufen werden sollte. Somit hält der BGH – entgegen der Urteilsbegründung – weniger den Umstand der Umleitung an sich als vielmehr das Fehlen eines aufklärenden Zusatzes für unlauter, was in rechtlicher Hinsicht eher dem Aspekt der Irreführung als dem Aspekt des Kundenabfangens zuzuordnen ist. Insoweit überrascht es, dass der BGH dem durchschnittlich intelligenten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher nicht zutraut, selbst zu erkennen, dass er nicht auf einem Wetteronlinedienst, sondern auf einer Internetseite eines Anbieters für private Krankenversicherungen gelangt ist und dementsprechend seine Adresseingabe überprüft bzw. wiederholt.

Anders wäre dies sicherlich zu beurteilen, wenn es sich bei dem Inhaber der Tippfehlerdomain um einen Wettbewerber des anderen Domaininhabers handelt. Ob der aufklärende Hinweis, den der BGH als maßgebliches Kriterium für die Frage der Zulässigkeit angesehen hat, die Unlauterkeit der Umleitung in diesem Fall tatsächlich entfallen lässt, erscheint indes fragwürdig. Denn wenn der Nutzer einmal auf eine Internetseite gelangt ist, auf der er ebenfalls Informationen über das Wetter abrufen kann, wird er sich voraussichtlich nicht die Mühe machen, nochmals die ursprünglich gewünschte Internetseite aufzurufen.

Veranstaltungen

| Termin | Thema/Referent | Veranstalter/Ort |
|--------------------|--|--|
| 07.-08. April 2014 | WORLD of CLOUD 2014 – Kongressmesse rund um Cloud Computing Datenschutz und Datensicherheit in der Cloud <i>(Dr. Michael Rath)</i> | Management Circle AG Frankfurt a.M. |
| 06.-07. Mai 2014 | Management Circle Intensiv-Seminar – Kompaktkurs IT-Compliance So gewährleisten Sie rechtssichere IT- Strukturen und IT-Prozesse <i>(Dr. Michael Rath, Christian Kuß, LL.M.)</i> | Management Circle AG Köln |
| 16.-17. Juni 2014 | Management Circle Intensiv-Seminar - Kompaktkurs IT-Compliance So gewährleisten Sie rechtssichere IT- Strukturen und IT-Prozesse <i>(Dr. Michael Rath, Christian Kuß, LL.M.)</i> | Management Circle AG Hamburg |
| 02.- 03. Juli 2014 | Management Circle Intensiv-Seminar - Kompaktkurs IT-Compliance So gewährleisten Sie rechtssichere IT- Strukturen und IT-Prozesse <i>(Dr. Michael Rath, Christian Kuß, LL.M.)</i> | Management Circle AG Frankfurt a.M. |

Weitere Informationen zu den Veranstaltungen der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH finden Sie auf unserer Homepage unter dem Stichwort „Veranstaltungen“.

Impressum

Verleger: Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Anna-Schneider-Steig 22, 50678 Köln, Telefon +49 221 9937 0
Telefax +49 221 9937 110, contact@luther-lawfirm.com
V.i.S.d.P.: Dr. Michael Rath, Partner
Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH, Anna-Schneider-Steig 22
50678 Köln, Telefon +49 221 9937 25795
michael.rath@luther-lawfirm.com
Copyright: Alle Texte dieses Newsletters sind urheberrechtlich geschützt. Gerne dürfen Sie Auszüge unter Nennung der Quelle nach schriftlicher Genehmigung durch uns nutzen. Hierzu bitten wir um Kontaktaufnahme. Falls Sie künftig keine Informationen der Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Stichwort „IP/IT“ an unsubscribe@luther-lawfirm.com

Haftungsausschluss

Obgleich dieser Newsletter sorgfältig erstellt wurde, wird keine Haftung für Fehler oder Auslassungen übernommen. Die Informationen dieses Newsletters stellen keinen anwaltlichen oder steuerlichen Rechtsrat dar und ersetzen keine auf den Einzelfall bezogene anwaltliche oder steuerliche Beratung. Hierfür stehen unsere Ansprechpartner an den einzelnen Standorten zur Verfügung.

Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH berät in allen Bereichen des Wirtschaftsrechts. Zu den Mandanten zählen mittelständische und große Unternehmen sowie die öffentliche Hand. Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH ist das deutsche Mitglied von Taxand, einem weltweiten Zusammenschluss unabhängiger Steuerberatungsgesellschaften.

Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH ist nach dem Qualitätsstandard ISO 9001 zertifiziert.

Berlin, Dresden, Düsseldorf, Essen, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Köln, Leipzig, München, Stuttgart
Brüssel, Budapest, London, Luxemburg, Shanghai, Singapur

Ihren Ansprechpartner finden Sie auf www.luther-lawfirm.com

Auf den Punkt. Luther.

