

Rechtliche Basics des Webauftritts - Das globale Internet als Werbung vor Ort nutzen -

Dr. Iris Kirchner-Freis, LL.M.Eur.
Rechtsanwältin
Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht

24. Januar 2012

Rechtsgrundlagen

- Das Internetrecht ist, anders als andere Rechtsgebiete, kein klar abgrenzbares Rechtsgebiet.
- Es gibt kein Gesetz, in dem ausschließlich Vorschriften des Internets enthalten sind, die sich mit dem Internetrecht beschäftigen.
- Es wird auf die unterschiedlichsten Gesetze zurückgegriffen, wie u.a.:
 - Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)
 - Gesetz über den unlauteren Wettbewerb (UWG)
 - Urheberrechtsgesetz (UrhG)
 - Markengesetz (MarkenG)
 - Telemediengesetz (TMG)

Vergabe von Domains

- Domains können nur einmal vergeben werden. Interessante Domains sind damit „knapp“.
- Für die Registrierung der Domains gilt der Prioritätsgrundsatz („first come, first served“).
 - D.h., dass in der Regel derjenige, der sich zuerst eine Domain hat registrieren lassen, Vorrang hat vor einer späteren identischen Domainanmeldung hat.

Domainschutz

- Durch Domainnamen kann grundsätzlich jedes der gesetzlich gewährten Kennzeichenrechte verletzt werden:
- Namensrecht ([§ 12 BGB](#)),
 - Unternehmenskennzeichenrecht ([§ 5 II, 15 MarkenG](#)),
 - Markenrecht ([§§ 4, 14 MarkenG](#)),
 - Werktitelrecht ([5 III, 15 MarkenG](#))

Domainvergabe: Verletzung von Rechten Dritter

- Bei der Vergabe wird nicht geprüft, ob die angemeldete Domain Rechte Dritter, wie insbesondere Markenrechte nach dem Markengesetz (MarkenG), verletzt.
 - Vor der Anmeldung einer Domain ist daher die Durchführung einer Identitäts- oder Ähnlichkeitsrecherche zu empfehlen.
 - Z.B. nach identischen Bezeichnungen auf der Internetseite des Deutschen Patent- und Markenamts (DPMA)
 - Nach ähnlichen Bezeichnungen durch ein Recherchedienstleister
- Der Bundesgerichtshof (MMR 2001, 671 – ambiente.de) hat eine grundsätzliche Haftung der DENIC abgelehnt hinsichtlich der Prüfung, ob der angemeldete Domainname Rechte Dritter verletzt.

Gattungsbegriffe

- Nach einer Entscheidung des BGH bzgl. der Domain „mitwohnzentrale.de“ ist die Verwendung eines beschreibenden Begriffs als Domain- Name nicht generell wettbewerbswidrig (BGH, NJW 2001, 3262)
 - Es müsse geprüft werden, ob die Kennung „mitwohnzentrale.de“ bei den Nutzern zu einer Irreführung dahingehend führe, dass der Eindruck entstehen könne, es handele sich um das einzige oder maßgebliche Angebot unter der Gattungsbezeichnung
 - Das Gericht hielt hier einen Hinweis darüber, dass es noch andere Mitwohnzentralen gebe, für ausreichend.
 - Liegt keine Irreführung vor, gilt demnach der Prioritätsgrundsatz.

Impressumspflicht

- Anbieter von geschäftsmäßigen, in der Regel gegen Entgelt angebotene, Telemedien, haben umfangreiche Informationen auf der Webseite bereit zu halten ([§ 5 Telemediengesetz \(TMG\)](#)):
 - Name und Anschrift
 - Angabe der Umsatzsteueridentifikationsnummer
 - E-Mail-Adresse und weitere (unmittelbare) Kontaktmöglichkeiten
 - bei juristischen Personen die Namen und Anschriften des oder der vertretungsberechtigten Personen, außerdem das Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister
 - zuständige Aufsichtsbehörde
 - Angabe der Berufsbezeichnung und zuständigen Kammer sowie Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelung
- Das Impressum muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.
- Bei einem Verstoß drohen kostenpflichtige wettbewerbsrechtliche Abmahnungen oder Geldbußen.

Musterimpresum

- Einzelunternehmen (ohne Handelsregistereintragung)
 - Muster-Handels-Shop
 - Inhaber: Ruth Kauffrau
 - Schloßallee 1
 - 12345 Musterstadt
 - Ust.-IdNr.: DE 1234567 (soweit eine solche Nummer überhaupt vorhanden ist)
 - Telefon: 01234/123456
 - Fax: 01234/123457
 - E-Mail: kauffrau@muster-handels-shop.de

Musterimpressum

- Einzelkaufmann (mit Handelsregistereintragung)
 - Muster-Handels-Shop e.K.
 - Inhaber: Ruth Kauffrau
 - Schloßallee 1
 - 12345 Musterstadt
 - Handelsregister: Amtsgericht Musterstadt, HRA 12345
 - Ust.-IdNr.: DE 1234567 (soweit eine solche Nummer überhaupt vorhanden ist)
 - Telefon: 01234/123456
 - Fax: 01234/123457
 - E-Mail: kauffrau@muster-handels-shop.de

Musterimpresum

- Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)
 - Muster-Handels-Shop
 - Inhaber: Kauffrau und Kaufmann GbR
 - Schloßallee 1
 - 12345 Musterstadt
 - Gesellschafter: Ruth Kauffrau und Hermann Kaufmann
 - Ust.-IdNr.: DE 1234567 (soweit eine solche Nummer überhaupt vorhanden ist)
 - Telefon: 01234/123456
 - Fax: 01234/123457
 - E-Mail: kauffrau@muster-handels-shop.de, kaufmann@muster-handels-shop.de

Musterimpresum

- Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)
 - Muster-Handels-Shop GmbH
 - Schloßallee 1
 - 12345 Musterstadt
 - Vertreten durch die Geschäftsführerin Ruth Kauffrau
 - Handelsregister: Amtsgericht Musterstadt, HRB 12345
 - Ust.-IdNr.: DE 1234567 (soweit eine solche Nummer überhaupt vorhanden ist)
 - Telefon: 01234/123456
 - Fax: 01234/123457
 - E-Mail: kauffrau@muster-handels-shop.de

Impressumspflicht : Soziale Medien

- Nach einem Urteil des LG Aschaffenburg und einem Beschluss des LG Frankfurt a.M. (Urteil vom 19.08.2011, Beschluss vom 19.10.2011) haben auch Nutzer von "Social Media", wie Facebook-Accounts, nach § 5 TMG die Impressumspflicht zu erfüllen, wenn die Accounts zu Marketingzwecken benutzt werden und nicht nur eine rein private Nutzung vorliegt.
 - Wenn auf ein Impressum auf der Internetseite des Unternehmens verlinkt würde, so das Gericht, müsse dort auch angegeben werden, dass sich dieses Impressum auch auf die Facebook-Seite beziehe.
 - Bei Twitter hat man so gut wie keine Möglichkeit ein Impressum direkt einzubinden. Es muss daher zumindest sichergestellt werden, dass das verlinkte Impressum sich ausdrücklich auch auf die angebotenen Social Media Seiten bezieht.

Haftung

- Diensteanbieter sind für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereit halten gemäß [§ 7 Telemediengesetz \(TMG\)](#) nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.

- Eigene Informationen
 - Informationen, die selbst erstellt wurden.
 - Von Dritten stammende Informationen sind, wenn der Provider sich die Informationen zueigen macht.

- Abgrenzung zu fremden Informationen:
 - Entscheidend ist, ob die Inhalte aus der Sicht eines obj. Dritten dem Erklärenden zugerechnet werden können.

Haftung für Inhalte Dritter

- Soweit Inhalte veröffentlicht werden, die von Dritten stammen und die sich der Diensteanbieter nicht zueigen macht, indem er sie als eigene Informationen zur Verfügung stellt, sollte eine Distanzierung zu diesen fremden Inhalten in Form eines ausdrücklichen Hinweises, wie beispielsweise eines Disclaimers erfolgen. Dies hat zur Folge, dass die Haftungsprivilegierung des § 10 TMG zur Anwendung kommt. Ein solcher Disclaimer könnte wie folgt lauten:

„Wir stellen auf dieser Internetseite Beiträge Dritter zusammen. Soweit einzelne Beiträge Rechte Dritter verletzen oder aus anderen Gründen rechtswidrige Inhalte enthalten, ist für den Rechtsverstoß der jeweils genannte Verfasser verantwortlich. Eine inhaltliche Verantwortung – gleich welcher Art – übernehmen wir nicht.“

Haftung: Prüfpflichten

- Nach dem Urteil des OLG Hamm (Urteil vom 20.05.2010, Az.: I 4 U 225/09) sind Diensteanbieter, die Dritte für die Gestaltung und Präsentation eines Internetauftritts beauftragen, für deren Verhalten verantwortlich.
 - Der Diensteanbieter haftet gegenüber den Nutzern auch dann für Rechtsverletzungen, wenn er keine Kenntnis von der Darstellung des Angebots hat. In dem zu entscheidenden Fall hatte ein Betreiber einer Handelsplattform ein Angebot automatisch für den Abruf durch mobile Endgeräte optimiert. Beim mobilen Abruf wurde das Impressum nicht angezeigt. Hier haftet der Anbieter des Angebots wettbewerbsrechtlich. Auf sein eigenes Verschulden kommt es nicht an.
- Für die Praxis: Ein Diensteanbieter sollte die von einem Dritten gestaltete Internetseite auf Einhaltung der rechtlichen Anforderungen überprüfen.

Urheberrechtsschutz im Internet

Urheberrechtlicher Schutz einer Webseite/Content

- Bei der Beurteilung des **urheberrechtlichen Schutzes einer Webseite/Content** können geschützt sein:
 - Die **Inhalte**, die auf der Webseite /als Content präsentiert werden;
 - der **Quellcode** der Webseite;
 - die **Webseite als Ganzes**.

Urheberrechtlich geschützte Werke

- Die Urheber von Werken der **Literatur, Wissenschaft** und **Kunst** sind durch das Urheberrecht geschützt, §§ 1, 2 Abs. 1 UrhG:
 - Sprachwerke, Schriftwerke (bspw. Texte)
 - Werke der bildenden/angewandten Künste (bspw. Grafiken, Layout-Elemente)
 - Lichtbildwerke (Fotos) und Filmwerke (Videos), Musikwerke
 - Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art (bspw. Stadtpläne)
 - Der Quellcode einer Webseite ist als Computerprogramm gemäß § 69 a Abs. 1 UrhG schutzfähig
- Es muss sich bei dem Werk um eine **persönliche geistige Schöpfung** des Urhebers handeln, § 2 Abs. 2 UrhG.
- Das Werk muss **sinnlich wahrnehmbar** sein und eine gewisse **Schöpfungshöhe** aufweisen ⇒ kein Schutz **bloßer Gedanken oder Ideen**.

Entstehung und Dauer des Urheberrechts

- Der Urheberschutz **beginnt** mit der **Entstehung des Werkes**.
 - Das Werk muss vorhanden sein; eine bloße Präsentation der Idee des Werkes reicht nicht aus.
- Der Urheberschutz **erlischt 70 Jahre nach dem Tod** des Urhebers, § 64 UrhG.
- Nach Ablauf des Urheberschutzes ist das Werk **gemeinfrei**.
 - Jeder kann das Werk ohne Zustimmung des Urhebers oder Zahlung einer Vergütung vervielfältigen, verbreiten, aufführen usw.

Recht am eigenen Bild

- Bildnisse dürfen gem. [§ 22 KUG](#) nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet und öffentlich zur Schau gestellt werden.
 - Eine Einwilligung kann entweder ausdrücklich erklärt werden oder durch schlüssiges Verhalten eingeräumt werden.
 - Bemerkt beispielsweise jemand, dass er fotografiert bzw. gefilmt wird, ohne sich dagegen zu wehren, liegt hierin grundsätzlich die Erteilung der Einwilligung in die Anfertigung und Ausstrahlung der Aufnahme
 - Gleiches gilt im Zweifel, wenn der Abgebildete eine Entlohnung erhält.
 - Ausnahmen nach § 23 KUG

Online-Werbeform: Linking

- Bei der Online-Werbeform des Linking wird eine Webseite mit einer anderen Seite derart verknüpft, dass der Nutzer beim Anklicken auf die Seite des anderen geleitet wird.
- Grundsätzlich sind Links zulässig.
 - Daran ändert ein Widerspruch des Inhabers der verlinkten Seite nichts, da er durch die Teilnahme am Internet ein stillschweigendes Einverständnis erteilt.
 - Ausnahmen von der Zulässigkeit sind aber z.B. möglich, wenn über geschäftliche Zusammenhänge irregeführt wird, bei Beleidigungen, Persönlichkeitsrechtsverletzungen oder Rufausbeutung.

Online-Werbeform: Meta-Tags

- Seitenbeschreibungen (Titel, Schlüsselwörter, Kurzbeschreibung), die nur im Quelltext der Internetseite sichtbar sind und von den Suchmaschinen ausgewertet werden.
 - Verwendung von Meta-Tags ist grundsätzlich zulässig
 - rechtlich problematisch ist die Verwendung von Meta-Tags, die von Suchmaschinen bei der Berechnung der Relevanz eines Dokuments berücksichtigt werden nur, wenn fremde Marken oder Namen eingefügt werden oder die Meta-Tags irreführende bzw. sachfremde Angaben enthalten
 - möglich sind Verstöße gegen das Markengesetz oder das UWG ([§ 4 Nr. 10 UWG](#) – gezielte Behinderung), da das Ergebnis des Auswahlverfahrens beeinflusst werden kann, indem der Nutzer auf die entsprechende Internetseite geführt werde.

Online-Werbeform: Keyword-Advertising

- Werbung mit bestimmten Schlüsselwörtern, die User in Suchmaschinen eingeben (Bsp.: Google AdWords)
 - unlauter ist es, gekaufte oder ersteigerte Suchmaschinenplätze unter die herkömmlichen Ergebnisse zu mischen, ohne dass diese hinreichend deutlich abgegrenzt werden (Trennungsgrundsatz, [§ 4 Nr. 3 UWG](#)).
 - eine gemäß [§ 4 Nr. 10 UWG](#) wettbewerbswidrige Behinderung eines Konkurrenten ist nicht gegeben, wenn Marken, Geschäftsbezeichnungen oder Namensbestandteile des Konkurrenten als Keywords verwendet werden, es sei denn es treten besondere die Unlauterbarkeit begründende Umstände hinzu:
 - eine kennzeichenmäßige Verletzung kann vorliegen, wenn die Trefferanzeigen so gestaltet sind, dass es schwer erkennbar ist, ob die beworbenen Waren vom Markeninhaber oder einem wirtschaftlich verbunden Unternehmen stammen.

MLS Legal

Urheber- und Medienrecht | IT-Recht | Gewerbliche Schutzrechte

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:
kirchner-freis@mls-legal.de