

Das Internet und die Rechtsprechung

Protokoll einer Annäherung

Arne Rathjen, Rechtsanwalt

E-Mail: netlaw@rathjenra.com

1. Einführung

" Law is the prophecy of what the courts will do in fact ".

Unlängst wurde mir etwas schwindlig, als ich las, dass eine Vereinigung ehrenhafter Persönlichkeiten versuchte, die Bank von Sizilien um den bescheidenen Betrag von 2 Milliarden DM zu erleichtern, und dies auch noch mit Hilfe eines virtuellen Bankschalters, den man mit einigem Einfallsreichtum und diversen gestohlenen Passwörtern konstruiert hatte. Hätte das Unternehmen Erfolg gehabt, es wäre der größte "Bankraub" aller Zeiten geworden. Kaum wieder etwas beruhigt, wurde man von der Nachricht, Hacker hätten den Quellcode einiger Microsoft-Programme gestohlen, überrollt und der bange Frage ausgeliefert, wie hoch denn der Schaden wäre, würde man das Material auf den Markt werfen.....wieder eine Antwort unter Rekordverdacht. Von Superlativen, Rekorden, einem schwindelerregenden Tempo und dem Gespenst der Anarchie umgetrieben, in einer Welt, in der scheinbar alles möglich ist, wird es immer schwerer, dem oben skizzierten Anspruch nachzukommen, Vorhersagen zu treffen, wie in konkreten Fällen konkrete Entscheidungen aussehen werden.

Viele juristische Lösungsansätze lassen sich ohne weiteres auf Internet-typische Sachverhalte übertragen; es macht von der Sache keinen Unterschied, ob eine online gestellte oder eine Papier-Rechnung nicht bezahlt, illegales Material auf der Strasse oder über das Netz feilgeboten wird, oder gar Banküberfälle mittels Datenleitung oder auf die gute alte Art ausgeführt werden.

Man ahnt es: Betrüger ist eben auch, wer online bestellt ohne zu zahlen, Dealer, wer z.B. (der letzte Schrei) ein geistiges Getränk namens Ayahuasca via Internet vertreibt und über Kreditkarte abbuchen lässt, aber Räuber ? Ist der Versuch, 2 Milliarden über einen virtuellen

Bankschalter zu ziehen, nun Raub ? Was ist es ? Juristisch vorgebildete Leser werden den Tatbestand sicher als Computerbetrug (nach deutschem Recht) einordnen wollen, eine Vorschrift, die einzig und allein einer Regelungslücke ihre Existenz verdankt. Solche Lücken tun sich - was viele begrüßen - im Internet in reichhaltiger Zahl und Größe auf. Dunkel wurde da bereits von einem rechtsfreien Raum orakelt, nicht zu Unrecht. Was wäre, wenn der Bankrechner, der abgezapft wird, in einem Land steht, welches den Tatbestand des Computerbetruges nicht kennt (solche gibt es), und der Täter ohnehin außerhalb dieses Staates sich befindet, und dann noch das Geld per elektronischer Überweisung quer über den Globus transportiert ? Dunkle Visionen werden da wach....ein perfektes Verbrechen.....

Was das Internet auszeichnet, ist die kaum zu gewährleistende Kontrolle durch nationale Jurisdiktionen. Was denn nun passiert, wenn ein, sagen wir einmal in Venezuela sitzender " Dieb " in einen Bankrechner in Panama eindringt und dort ein wenig schwarzes Geld zieht, lässt sich mit juristischer Methode kaum vorhersehen. Was passiert, wenn man online einige in Deutschland nicht erhältliche Bücher bestellt, diese bezahlt, aber nicht geliefert bekommt, ist zwar in Grenzen vorhersehbar, aber dann zumeist unerfreulich - man wird kaum einem Ratsuchenden empfehlen können, sich teure Anwälte zu nehmen, um beispielsweise in Oregon Prozesse wegen einiger Bücher anzuzetteln. Noch weniger erfreulich wird es, wenn der Server des Unternehmens, welches Bücher nur anbietet, aber nicht liefert, in Kanada steht, und die Vertriebsgesellschaft in Oregon sitzt, während die Zahlung über eine in New York ansässige Kreditkartenfirma abgewickelt wird, die AGB der Vertriebsgesellschaft auf das Recht Oregons verweisen, die Haftung wegen zufälligen Untergangs der Ware auch noch ausschließen und nur über einen Hyperlink in der unteren rechten Ecke eingesehen, aber nicht heruntergeladen werden können....was meinen Sie ? Wie stehen die Chancen eines Prozesses in Deutschland, Oregon, oder New York ? Verlassen Sie sich darauf, dass sich der Verkäufer darauf stützen wird, die Ware sei verlorengegangen. Keine Theorie, mit der durchaus schnellen Einführung des elektronischen Handels (B2C) häufen sich derartige Fälle, und man ist nicht schlecht beraten, wenn man trotz der Verlockung der weltweiten Angebotspalette grenzüberschreitende Aktivitäten erst einmal unterlässt, oder per Nachnahme bestellt, was aber selten praktiziert wird. Im B2B-Bereich treten - da ohnehin meist auf der Basis dauerhafter und verlässlicher Beziehungen gearbeitet wird - Fälle wie etwa die Nichtlieferung weniger häufig auf.

Die Rechtsprechung, die Politik und andere sind nun, trotz aller Vorsicht, genötigt, sich mit den rechtlichen Implikationen eines Phänomens auseinander zusetzen, welches durchaus bewusstseinsverändernden Charakter hat.

Entsprechend skurril sind zum Teil die Versuche, das besagte Phänomen in eine juristische Form zu gießen und dieser eine erkennbare Kontur zu verleihen.

Vorhersehbar ist vieles nicht, wie ich feststellen musste. Was würde passieren, wenn ich anfinde, einige tausend Werbe-E-Mails über das Internet zu verschicken ? Eine durchaus attraktive Methode, um auf sich aufmerksam zu machen. Was würde einem Mandanten passieren ?

Die Antwort, die von der Rechtsprechung geliefert wurde, ist denkbar klar. Man befand, das Versenden von E-Mails, ohne aufgefordert zu sein, greife stärker in die Privatsphäre des Kunden in spe ein als etwa die (generell für zulässig gehaltene) Briefkastenwerbung. Man

müsse nämlich Werbe-Mails erst lesen, was Zeitaufwand bedeute. Dass auch Briefumschläge erst gelesen werden müssen, und dass dies ungefähr ebenso viel Zeit kostet wie das Überfliegen einer Werbemail, wurde nicht erwähnt. Was passiert also ? Die Rechtslage ist in euphorisierender Weise eindeutig:

Gericht: LG Berlin 16. Zivilkammer
Datum: 13. Oktober 1998
Az: 16 O 320/98

Orientierungssatz

1. Die unaufgeforderte Zusendung von Werbe-E-Mails ist unzulässig, auch wenn ein Wettbewerbsverstoß im Sinne des UWG § 1 nicht vorliegt, weil es im Einzelfall im Verhältnis der Parteien (hier: einem Vermieter von Jahrmarktgeräten und einem Rechtsanwalt) an jeglicher wettbewerblicher Relevanz mangelt.

Aber dann:

Gericht: LG Braunschweig 22. Zivilkammer
Datum: 11. August 1999
Az: 22 O 1683/99

Orientierungssatz

1. Im Anschluß an die Richtlinie 97/7/EG über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz ist darauf abzustellen, daß die Übersendung einer E-Mail-Werbung nur dann unzulässig ist, wenn der Empfänger einer Werbung eine solche offenkundig abgelehnt hat.

Und, vor kurzem:

LG Kiel
Urteil vom 20.06.2000
8 S 263/99
E-Mail-Werbung
JurPC Web-Dok. 166/2000, Abs. 1 - 19

Leitsätze (des Einsenders)

1. Dem Empfänger unaufgeforderter E-Mail-Werbung steht gegen den Absender kein Unterlassungsanspruch aus §§ 1004, 823 Abs. 1 BGB oder § 823 Abs. 2 BGB i.V.m. Art. 10 Abs. 2 FARL zu.

2. Die unaufgeforderte Versendung von E-Mail-Werbung stellt keinen Eingriff in ein durch § 823 BGB geschütztes Rechtsgut dar. Insbesondere ist durch die E-Mail-Werbung weder das allgemeine Persönlichkeitsrecht noch das Recht auf informationelle Selbstbestimmung beeinträchtigt (entgegen AG Brakel, Urteil vom 11.02.1998, 7 C 747/97, MMR 1998, 492 = NJW CoR 1998, 431 = AfP 1999, 663 [= JurPC Web-Dok. 25/1999])

Die Frage hat deshalb einige Brisanz, weil die Direktwerbung per (Massen -) E-Mail zu den bevorzugten Vermarktungsmethoden gehört, welche das Internet zu bieten hat. Eine obergerichtliche Klarstellung ist bisher nicht erfolgt, und es ist schwer, vorherzusehen, wie diese vorgenommen wird. Immerhin ist der Wortlaut der EU-Fernabsatz-Richtlinie relativ eindeutig: E-Mail-Werbung ist als solche zu kennzeichnen (am besten durch ein Kürzel in der Betreff-Zeile), dann aber auch als " belästigende " unaufgefordert zugeschickte zulässig.

Die Einführung des Internet als weite Lebensbereiche beeinflussendes Kommunikations - medium führte in den letzten 10 Jahren zu einer ganzen Reihe spezifischer

Interessenkonflikte, um deren Lösung sich jetzt ganze Heerscharen von Experten zu streiten haben, und die nach und nach von der Rechtsprechung bearbeitet werden - ein Überblick.

2. Domains

Ein Produkt lässt sich am besten vermarkten, wenn es einen einprägsamen Namen hat. Je einprägsamer, und als Folge bekannter der Name des Produkts oder Anbieters, desto größer der geschäftliche Erfolg. Auf einem globalen Marktplatz mit x Millionen potentiellen Kunden und Interessenten, kommt dem Namen eine geradezu schicksalhafte Rolle zu, wie auch dem Namensschutz und der Namenszuteilung. Und: Mit der Zahl der Registrierungen und der faktischen Handelbarkeit von Namen (domains, vielleicht besser als Adressen bezeichnet) wuchs die Zahl der angestregten Prozesse. Eine beliebte Methode war, möglichst frühzeitig bei der unabhängigen Vergabestelle Domain-Namen registrieren oder reservieren zu lassen, welche Bezüge zu bekannten Marken aufwiesen oder diesen nachgebildet waren, um diese dann gewinnbringend zu verkaufen - nunmehr als unzulässig klassifiziert:

Gericht: OLG München 6. Zivilsenat
Datum: 12. August 1999
Az: 6 U 4484/98

Leitsatz

Die "Reservierung" von Domain-Namen, welche als Wortbestandteil bekannte Firmennamen enthalten, verstößt gegen BGB § 12, sofern kein sachlicher Bezug besteht ("Rolls-Royce").

Oder, etwas drastischer, der Court of Appeal London:

Gericht: Court of Appeal London
Datum: 23. Juli 1998
Az: XX

Orientierungssatz

1. Im Rahmen einer passing-off-Klage kann dem Beklagten mittels einer einstweiligen Verfügung untersagt werden, daß er sich oder einem anderen ein Betrugswerkzeug ("instrument of fraud") verschafft.
2. Um ein solches Betrugswerkzeug handelt es sich auch bei einem Internet-Domain-Namen, wenn er wegen seiner Ähnlichkeit mit einem anderen Namen (einer Markenbezeichnung), in Anbetracht der Absichten des Anmelders und unter Berücksichtigung der Art der jeweiligen Geschäftstätigkeit und der übrigen Fallumstände wahrscheinlich in betrügerischer Weise benutzt werden wird. Nicht erforderlich für den Erlaß der einstweiligen Verfügung ist es, daß eine tatsächliche irreführende Verwendung erfolgt.
3. Eine einstweilige Verfügung kann erlassen werden, um eine drohende Markenverletzung gemäß Trade Marks Act 1994 sec 10 Abs 3 zu verhindern, wenn der Anmelder von Internet-Domain-Namen, die bekannten Marken ähnlich sind, beabsichtigt, diese zu verkaufen.

Fundstelle
GRUR Int 1999, 551-553 (Leitsatz und Gründe)

Man tut gut daran, sehr genau zu prüfen, mit welcher Domain man ins Netz gehen möchte - insbesondere der sehr weitreichende Markenschutz kann - kostenträchtige ! - Probleme bereiten:

Gericht: BPatG München 32. Senat
Datum: 23. Juni 1999
Az: 32 W (pat) 102/99

Orientierungssatz

mathe.de

mathe.de ist wegen des Akzents auf dem e, der von der Abkürzung Mathe für Mathematik als auffällige Abwandlung wegführt, als Marke für Hardware und Software sowie Vermittlung des Zugangs zum Internet schutzfähig.

Wo angesichts der Weite der Definition die Grenze zur Verwechslung oder Verwässerung liegt, bleibt fraglich.

Insbesondere besteht der Kennzeichenschutz bereits mit der Registrierung einer Domain, und nicht erst mit der Eintragung als Marke:

Gericht: LG München I 17. Kammer für Handelssachen
Datum: 4. März 1999
Az: 17 HKO 18453/98
NK: MarkenG § 5 Abs 2, MarkenG § 6, MarkenG § 12, MarkenG § 51

Orientierungssatz

Dem Domain-Namen "fnet.de" kommt Unternehmenskennzeichenschutz iSd MarkenG § 5 Abs 2 ab dem Zeitpunkt der ersten Ingebrauchnahme zu. Es kommt insoweit nicht auf eine Verkehrsgeltung an. Dieser Schutz geht auch dem einer später eingetragenen Marke nach MarkenG § 6 vor.

Fundstelle
CR 1999, 451-452 (red. Leitsatz und Gründe)
K&R 1999, 237-239 (red. Leitsatz und Gründe)

Was dem einen allerdings recht, das ist dem anderen noch lange nicht billig:

Gericht: LG Rostock 3. Zivilkammer
Datum: 8. Dezember 1998
Az: 3 O 522/98

Orientierungssatz

Die Anmeldung einer Internetdomain als Marke begründet noch keinen Markenschutz. Dieser entsteht erst durch Eintragung in das Markenregister beim Bundespatentamt.

Fundstelle
K&R 1999, 90-91 (red. Leitsatz und Gründe)

Man könnte dem LG Rostock ins Stammbuch schreiben, es müsse ein wenig über den feinsinnigen Unterschied zwischen Unternehmenskennzeichen und Marken reflektieren, und die Ausweitung des Markenbegriffs durch das neugefasste MarkenG.

Chancenlos dann allerdings wieder - vorläufig - die Firma Krupp:

Gericht: OLG Hamm 4. Zivilsenat
Datum: 12. Januar 1999
Az: 4 U 199/98
NK: UWG § 25, MarkenG § 4, MarkenG § 5, MarkenG § 14

Orientierungssatz

1. Die Dringlichkeitsvermutung des UWG § 25 gilt nicht in Markensachen analog. In Markensachen bedarf es einer speziellen Dringlichkeit.
2. Verlangt ein weltweit tätiges Unternehmen (hier: Krupp AG) die Freigabe einer Internet-Domain, die zugunsten einer Privatperson (nach ihrem Familiennamen) erteilt wurde und namensidentisch ist mit seinem Firmenschlagwort (hier: krupp.de), und im einstweiligen Verfügungsverfahren den Ausspruch eines Nutzungsverbots, geht es im Rahmen der Prüfung der Eilbedürftigkeit allein darum, ob ausnahmsweise deshalb bereits ein vorläufiges Nutzungsverbot auszusprechen ist, weil ein Verbotsausspruch erst im Hauptsacheverfahren zu spät käme, um die berechtigten Namensinteressen des Unternehmens (Schutz vor einer Verwässerung seines Namensschutzes) ausreichend zu schützen. Dazu reicht es nicht aus, daß der Antragsgegner unter der umstrittenen Internet-Domain seine Homepage jederzeit zugreifbar machen kann. Auch dann ist nicht ersichtlich, daß das Unternehmen einen merklichen Ansehensverlust dadurch erleidet, daß der Antragsgegner weiterhin bis zur Entscheidung in der Hauptsache unter der beanstandeten Internet-Domain auftritt, daß also das Unternehmen im Kern seines Namensrechts betroffen ist.

Fundstelle
K&R 2000, 90-91 (red. Leitsatz und Gründe)

Es erübrigt sich mitzuteilen, dass ein anderes Gericht die zitierte analoge Anwendung des § 25 UWG, welcher dem Kläger umständliche und schwer fassliche Darlegungen über seine Notlage erspart, vornimmt:

Gericht: OLG Dresden 14. Zivilsenat
Datum: 20. Oktober 1998
Az: 14 U 3613/97
NK: MarkenG § 14 Abs 2 Nr 1, MarkenG § 27 Abs 3, MarkenG § 140, MarkenG §§ 140ff, UWG § 1, UWG § 25, ZPO § 265

Leitsatz

cyberspace.de

1. Für die Beurteilung des Vorliegens eines Verfügungsgrundes kann im Verletzungsprozeß (MarkenG §§ 140ff) die Dringlichkeitsvermutung des UWG § 25 analog herangezogen werden.
2. Verfolgt nach Umschreibung einer eingetragenen Marke (MarkenG § 27 Abs 3) während eines Verletzungsprozesses der ursprüngliche Markenrechtsinhaber den geltend gemachten Unterlassungsanspruch gemäß ZPO § 265 weiter, bedarf es keiner in der Formulierung auszudrückenden Umstellung des Klageantrags auf "Leistung" an den Rechtsnachfolger.
3. Die Anmeldung und Innehaltung einer Internet-Domain ist wegen der mit der Registrierung verbundenen Sperrwirkung für eine Benutzung desselben Zeichens durch Mitbewerber im Internet-Verkehr auch dann ein Handeln im geschäftlichen Verkehr, wenn unter der betreffenden Domain noch keine sog Homepage eingerichtet ist, über die Informationen abgerufen werden können.
4. Zur wettbewerbswidrigen (UWG § 1) Absatzbehinderung durch unlautere Aneignung und Blockierung einer Internet-Domain.

Fundstelle
NJWE-WettbR 1999, 133-137 (Leitsatz und Gründe)

Man ahnt, dass bereits die Registrierung einer Domain von einigen rechtlichen Komplikationen begleitet wird, da man gezwungen ist, zunächst vorrangige Namensrechte, Markenrechte, und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb peinlich genau zu prüfen, um nicht teuren einstweiligen Verfügungen, bösartigen Ersatzforderungen und komplizierten Umschreibeverfahren ausgesetzt zu sein. Dies gilt umso mehr, als die Vergabestelle selbst keine namens- oder markenrechtliche Zulässigkeitsprüfung durchführt und auch erst bei positiver Kenntnis einer Verletzungshandlung auf Unterlassung /

Beseitigung in Anspruch genommen werden kann (s. LG Magdeburg NJW-CoR 1999, 431). Insbesondere das UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) hat in der Auslegung durch die Gerichte immer wieder Erstaunen hervorgerufen, wie etwa die nachstehend zitierte Entscheidung:

Gericht: LG München I 21. Zivilkammer

Datum: 18. Juli 1997

Az: 21 O 17599/96

NK: MarkenG § 14 Abs 2 Nr 1, MarkenG § 14 Abs 2 Nr 2, MarkenG § 14 Abs 2 Nr 3, MarkenG § 14 Abs 5, MarkenG § 25 Abs 1, BGB § 12, BGB § 823 Abs 1, UWG § 1, UWG § 3

Orientierungssatz

1. Ein Zeitungsverlag, der unter anderem die Frauenzeitschrift "Freundin" verlegt, kann nicht durchsetzen, daß die Bezeichnung "Freundin" nicht als Domain-Name im Internet für eine Homepage für ein Partnerschaftsvermittlungsinstitut verwendet wird.
2. Diesbezüglich bestehen keine markenrechtlichen Unterlassungs- bzw Beseitigungsansprüche. Auch auf wettbewerbsrechtliche (UWG §§ 1, 3) bzw sonstige Anspruchsgrundlagen (BGB §§ 12, 823 Abs 1) können die geltend gemachten Ansprüche nicht gestützt werden.
3. Ein Unterlassungsanspruch gemäß MarkenG § 14 Abs 5 in Verbindung mit MarkenG § 14 Abs 2 setzt voraus, daß die angegriffene Bezeichnung im geschäftlichen Verkehr verwendet wird, was vorliegend zu bejahen ist, da das beklagte Partnerschaftsvermittlungsunternehmen die Internet-Adresse im Rahmen seines Gewerbebetriebes benutzen will und den Betrieb einer Partnerdatenbank für die nahe Zukunft ankündigt.
4. Es ist streitig, ob sich der Schutz einer Marke nach dem MarkenG auf einen Schutz gegen eine kennzeichenmäßige Verwendung beschränkt; ebenso wird die Frage kontrovers diskutiert, wie die Benutzung eines Domain-Namens zu beurteilen ist (vergleiche OLG Hamburg, 1996-09-26, 3 U 83/96, WRP 1997, 106; LG Köln, 1996-12-17, 3 O 478/96, GRUR 1997, 377 und BGH, 1996-03-14, I ZB 36/93, WRP 1996, 739). Die Entscheidung dieses Streites kann aber jedenfalls dahinstehen, wenn - wie hier - keine konkrete Verletzungsform, sondern umfassende Unterlassungsansprüche geltend gemacht werden.
5. Ein Unterlassungsanspruch im Rahmen des Markenrechts setzt dann voraus, daß sich die gegenüberstehenden Waren, für die die Marken eingetragen sind, nach ihrer wirtschaftlichen Bedeutung und Verwendungsweise, Beschaffenheit und Herstellung, regelmäßigen Herstellungs- und Verkaufsstätte derart ähnlich sind, daß eine konkrete Verwechslungsgefahr besteht.
6. Weiter besteht unabhängig von der Ähnlichkeit der Waren, die hier zu verneinen ist, ein Unterlassungsanspruch nur dann, wenn der Bekanntheitsgrad einer Ware ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausgenutzt wird, also von einer Beeinträchtigung der Werbekraft der Marke auszugehen ist. Diese Beeinträchtigung ist konkret darzulegen und ist nicht allein in der früheren Domain-Anmeldung durch andere als den Markeninhaber zu sehen.

Fundstelle

CR 1997, 540-543 (red. Leitsatz und Gründe)

ZUM-RD 1998, 236-242 (red. Leitsatz und Gründe)

Im Wettbewerbsrecht sind inhaltlich gegensätzliche Entscheidungen gang und gäbe, so dass einstweilen die Frage offen bleibt, ob der Name eines Druckerzeugnisses Sperrwirkung gegenüber der namensgleichen Internet-Domain eines " Konkurrenten " im Netz entfaltet:

Gericht: LG Mannheim 7. Zivilkammer

Datum: 18. Dezember 1998

Az: 7 O 196/98

NK: MarkenG § 5 Abs 3, MarkenG § 15 Abs 4

Orientierungssatz

1. Titelschutz genießt die Bezeichnung "BAUTIP", unter der in einer Druckschrift Informationen und Werbung für den privaten Bauherrn zusammengefaßt sind.
2. Wer unter der Internet-Domain "bautip.de" eine Homepage eingerichtet hat, ist zur Unterlassung der Benutzung und zur Löschung der Domain verpflichtet, wenn die angebotenen Informationen und die angebotene Werbung ihrer Art nach identisch mit dem Inhalt der Druckschrift "BAUTIP" ist, der ein älteres Titelrecht zusteht.

weitere Fundstellen

CR 1999, 528 (red. Leitsatz)

Ich muss zugeben, dass ich mir nur schwer erklären kann, weshalb denn die Zeitschrift Freundin nicht, das Blatt Bautip aber sehr wohl Titelschutz erhält.

Ergänzend dazu:

Gericht: LG Berlin 16. Zivilkammer
Datum: 7. Juli 1998
Az: 16 O 656/97
NK: MarkenG § 5, MarkenG § 15

Orientierungssatz

Im Internet ist keine Vielzahl identischer Domain-Namen mit unterschiedlichen Geschäftsbereichen möglich. Daher ist auch, anders als im Firmenrecht, eine auf bestimmte Geschäftsbereiche beschränkte Unterlassung der Verwendung von Domain-Namen nicht möglich. Eine Beseitigungsverpflichtung muß deshalb auf den Verzicht der Domain insgesamt gerichtet sein.

Fundstelle
K&R 1998, 557-558 (red. Leitsatz und Gründe)

weitere Fundstellen
NJW-CoR 1999, 248 (red. Leitsatz)

Man glaubt es nicht: Vor dem Registrierungsantrag ist nicht nur die Vereinbarkeit desselben mit Namens-, Marken- und sonstigen Rechten zu prüfen (und zwar von dem Anmelder, nicht von der DENIC), sondern auch noch über den eigenen Geschäftsbereich hinaus, und obendrein noch weltweit, denn:

Gericht: KG Berlin 5. Zivilsenat
Datum: 25. März 1997
Az: 5 U 659/97
NK: ZPO § 32, BGBEG Art 38, BGB § 12, BGB § 823

Leitsatz

1. Tatort der Verletzung von Firmen- und Namensrechten durch Verwendung von "domain names" im Internet ist dort, wo der "domain name" bestimmungsgemäß abrufbar ist.

Also - im Grundsatz - die ganze (computerisierte) Welt. Das naheliegende Risiko besteht darin, wegen dieses fliegenden Gerichtsstandes fast überall - auch zufällig - in Anspruch genommen zu werden.

Dies ging dem OLG Bremen etwas zu weit:

Hanseatisches Oberlandesgericht Bremen
Urteil vom 17.02.2000
2 U 139/99
Gerichtsstand für Wettbewerbsverstöße im Internet
JurPC Web-Dok. 205/2000, Abs. 1 - 13

Leitsatz (der Redaktion)

Der Verletzungsort für unerlaubte Handlungen im Internet ist auf solche Gebiete zu beschränken, in denen sich die Verletzungshandlung bestimmungsgemäß auswirken sollte; die Auffassung, wonach der Erfolgsort überall sei, da das Internet weltweit abrufbar ist, führt zu einer Sinnentleerung des § 32 ZPO, da es - unter Zugrundelegung dieser Ansicht - in Fällen der vorliegenden Art an der in § 32 ZPO vorausgesetzten räumlichen Bestimmbarkeit des besonderen Gerichtsstands fehlen würde.

2. Vertragsschluss und AGB

Nachdem der Sprung ins grosse Internet-Geschäft durch Registrierung einer möglichst markanten, dabei aber nicht haftungsanfälligen Domain vollbracht ist, und einige schwer kalkulierbare Hürden juristischer Art genommen, steht man vor der nächsten interessanten Frage: Wie regelt sich die Beziehung des Anbieters einer Leistung im Internet und seinen Kunden ?

Wann kommt online ein Vertrag zustande ? Unter welchen Voraussetzungen werden AGB in diesen Vertrag einbezogen ?

Wie lässt sich eine Vereinbarung wieder lösen ? Wie steht es mit der Mängelhaftung ?

Die Antworten auf diese einfachen Fragen sind so kompliziert, dass es den Rahmen dieser kurzen Darstellung sprengen würde, erschöpfend auf sie einzugehen, aber einige charakteristische Lösungsansätze seien im folgenden wiedergegeben:

Im Grundsatz besteht Einigkeit, dass ein Vertragsschluss online selbstredend möglich ist, auch per E-Mail zulässig oder durch upload eines Formulars mit anschliessender wechselseitiger Empfangsbestätigung, aber was passiert bei den nicht so seltenen Übertragungsstörungen, in doppelt lästiger Weise z. B. bei entgeltpflichtigen downloads von Computerprogrammen ? Welches Recht ist überhaupt anzuwenden, wenn sich der Anbieter außerhalb des Territoriums der Bundesrepublik befindet ?

Die Antworten der Rspr. fallen eher spärlich aus, was sich mit der vergleichsweise langsamen Entwicklung des B2C-Verkehrs erklären lässt, und der daher niedrigen Klagehäufigkeit. Berichte über fehlende oder unzulängliche Lieferungen nehmen jedoch rapide zu, in etwa parallel zu den Steigerungsraten des online-Handels. Publierte Entscheidungen, gering an der Zahl, befassen sich meist mit Formalien bei der Durchführung von online-Auktionen und ähnlichem. Im allgemeinen kann man davon ausgehen, dass nur in Ausnahmefällen die Präsentation einer Ware im Internet ein Angebot darstellt - mit der Folge einer fehlenden Bindung für den content-provider.

Die wohl interessanteste, weil folgenschwerste Frage ist die nach dem anzuwendenden Recht. Grundsätzlich lässt sie sich vergleichsweise leicht beantworten, wenn man erst einmal über die Begründung der (internationalen) Zuständigkeit eines deutschen Gerichts zur Anwendbarkeit des deutschen internationalen Privatrechts gelangt (hier die Art.27 - 37 EGBGB). Es gibt mehrere Optionen, die der Rechtswahl, der Anknüpfung an den Ort der vertragscharakteristischen Leistung, und einige Sonderregeln für Verbraucherverträge in Art. 29 EGBGB. Das UN-Kaufrecht ist in seiner Anwendung auf den kaufmännischen Verkehr weitgehend beschränkt, indem es " Waren, die zum persönlichen Gebrauch " bestimmt sind, ausklammert. Liegt keine wirksame Rechtswahl (in AGB ?) vor, wäre als der Ort der charakteristischen Leistung derjenige anzusehen, an welchem der Rechner steht, auf dem die Software zum Herunterladen bereitgestellt wird - so dass Firmensitz, Leistungsort, Erfüllungsort usw. schnell nicht mehr identisch sein können.

Als gepeinigter user einer teuren, schlecht übertragenen oder in sonstiger Weise fehlerbehafteten Software wäre man dann vor die ansprechende Alternative gestellt,

vielleicht in Deutschland klagen zu können (da man sich den Gerichtsstand aussuchen kann), allerdings daraufhin ein deutsches Gericht mit der Anwendung italienischen Rechts behelligen zu müssen, wenn der fragliche Server in Italien, oder gar irischen, wenn der Server in Irland steht....wieder sei vor übereilten Käufen gewarnt, da bereits die Rechtslage eher unklar ist, und bei der Vollstreckung eines möglicherweise erwirkten Titels bekannte Probleme auftauchen wie etwa jahrelange Wartezeiten.

Immerhin kann - nach jahrzehntelanger Diskussion - nunmehr als gesichert gelten, dass die Regeln des Kaufrechts auf den Erwerb von Software anzuwenden sind, vgl. etwa U. S. Court of Appeals for the 3rd Circuit v. 14. 2. 1991, Advent Systems Limited v. Unisys Corporation, 925 F 2d 670 [1991], BGHZ 109, S. 97, 99.

Da eine grosse Zahl von online - Käufen weder in den Einzugsbereich des CISG fallen noch als Verbraucherverträge im Sinne von Art. 29 EGBGB zu klassifizieren sind, wird man in den wohl meisten Fällen auf das Recht des Staates verwiesen, in dem die Ware bereitgehalten und nach Bestellung ausgeliefert wird.

Der globale Markt sorgt dabei für eine geradezu berauschende Vielfalt der Lösungsmöglichkeiten.

3. Deliktsrecht

Für eigene Inhalte ist der content-provider selbst verantwortlich (§ 5 TDG). Die Präsentation von Warenangeboten, Diensten, Veröffentlichungen usw. führt zu einer Reihe von Angriffspunkten, die unter verschiedenen rechtlichen Gesichtspunkten zu würdigen sind bzw. von der Rspr. gewürdigt wurden.

Interessant ist in diesem Zusammenhang die Strafbarkeit des Bereitstellens von Inhalten, die (zivilrechtliche) Illegalität und die Auswirkungen. Eine große Zahl verschiedener Strafgesetze grenzt den Handlungsspielraum des online-providers beträchtlich ein, angefangen bei den §§ 185 ff. StGB (Beleidigung, Verleumdung usw.), § 184 StGB (Gruselpornos), § 130 a StGB (Anleitung zu Straftaten) usw.. Eine bedeutende zivilrechtliche Grenze liefert das allgemeine Persönlichkeitsrecht und Artverwandtes, wie etwa das Recht am eigenen Bild nach KUrHG.

Wo kann man klagen bzw. verklagt werden ? Im Ergebnis liefert die bisherige Gesetzesauslegung z. T. eine globale Universalzuständigkeit:

Gericht: LG München I 4. Kammer für Handelssachen
Datum: 17. Oktober 1996
Az: 4 HKO 12190/96

Orientierungssatz

1. Wird durch die Verbreitung einer Nachricht im Internet eine Rechtsverletzung begangen, ist jedes Gericht örtlich zuständig, wo diese Nachricht aus dem Internet abgerufen werden kann.
2. Bezeichnet ein Computerhändler in einem über das Internet verbreiteten Erfahrungsbericht den von einem Mitbewerber hergestellten und vertriebenen Computerbausatz als "Müll" von "R's rätselhaftem Schrottplatz", stellt dies eine gemäß UWG § 1

unzulässige Schmähkritik bzw eine unzulässige Anschwärtzung iSv UWG § 14 Abs 1 dar, wenn der Bausatz nachweislich funktionsfähig ist. Selbst wenn mit solcher Kritik einer behaupteten Verwilderung der Sitten in der Computerbranche entgegen getreten werden soll, rechtfertigt dies nicht, ein gesetzwidriges Handeln hinzunehmen.

Fundstelle

CR 1997, 155-157 (red. Leitsatz und Gründe)

IPRax 1998, 208-210 (Leitsatz und Gründe)

Diese allerdings wird angezweifelt, was nicht anders zu erwarten war:

Hanseatisches Oberlandesgericht Bremen

Urteil vom 17.02.2000

2 U 139/99

Gerichtsstand für Wettbewerbsverstöße im Internet

JurPC Web-Dok. 205/2000, Abs. 1 - 13

Leitsatz (der Redaktion)

Der Verletzungsort für unerlaubte Handlungen im Internet ist auf solche Gebiete zu beschränken, in denen sich die Verletzungshandlung bestimmungsgemäß auswirken sollte; die Auffassung, wonach der Erfolgsort überall sei, da das Internet weltweit abrufbar ist, führt zu einer Sinnentleerung des § 32 ZPO, da es - unter Zugrundelegung dieser Ansicht - in Fällen der vorliegenden Art an der in § 32 ZPO vorausgesetzten räumlichen Bestimmbarkeit des besonderen Gerichtsstands fehlen würde.

Man wird indes angesichts des Art. 5 GG und der verfassungsrechtlich verbrieften Meinungsfreiheit davon ausgehen können, dass die Qualifizierung eines Produkts als " Müll " von " Rs rätselhaftem Schrottplatz " gerade noch als zulässig eingestuft wird, sofern nicht zu Wettbewerbszwecken benutzt. Hierzu eine interessante neue Entscheidung:

OLG Köln

Urteil vom 10.03.2000

6 U 152/99

Virtuelles Urinieren im Internet

JurPC Web-Dok. 75/2000, Abs. 1 - 21

Leitsatz (der Redaktion)

Die Darstellung eines auf die Markenabbildung eines Jagdschutzverbandes urinierenden Männchens durch ein im Internet publiziertes Tierrechtsmagazin verletzt keine Markenrechte des Verbandes und stellt auch keinen rechtswidrigen Eingriff in seine Persönlichkeitsrechte dar, da diese Form der Darstellung durch das Recht auf freie Meinungsäußerung nach Art 5 Abs. 1 GG gedeckt ist.

Gewisse Probleme bereitet auch hier die Internationalisierung von Sachverhalten. Internet-Delikte sind zumeist Distanzdelikte, heißt, Erfolgsort und Handlungsort fallen auseinander. Probleme besonderer Art bereitet die massive Streuwirkung von Publikationen (über mehrere Grenzen) und das Auftreten vieler Verletzungsorte (etwa bei der Verbreitung von Viren) oder aber die Möglichkeit, Spuren elektronisch wieder zu verwischen, so dass die Haftungsfrage bei Hacker-Angriffen oder dem nicht nur wettbewerbswidrigen Lahmlegen der site der Konkurrenz inklusive vorsätzlicher Datenvernichtung eine eher theoretische bleibt. Auf interessante Entscheidungen wird man noch warten müssen, da bereits die Ermittlungsmöglichkeiten fehlen. Wo kein Täter, da kein Kläger...

4. Urheberrecht

Die meisten bisher publizierten Entscheidungen, welche sich dem Sachverhalt " Internet " zu nähern hatten, betreffen die Fragen des gewerblichen Rechtsschutzes und Urheberrechts, angefangen bei Konflikten über die Zulässigkeit von Domain-Nutzungen in namens-, marken- und wettbewerbsrechtlicher Hinsicht, bis zu Auseinandersetzungen über die Zulässigkeit der Übernahme fremder Leistungen iwS.

Die Frage, ob eine Internet-Präsentation in Gestalt einer homepage als solche Urheberrechtsschutz genießt, wurde in erstaunlicher Weise klar beantwortet, und zwar mit nein:

Gericht: OLG Düsseldorf 20. Zivilsenat
Datum: 29. Juni 1999
Az: 20 U 85/98

Orientierungssatz

1. Es kann nicht mit Erfolg gegen ein Internet-Link vorgegangen werden, der dazu führt, daß eine Webseite (Homepage) bei Aufruf auf dem Bildschirm zwar vollständig und unverändert, aber in einem anderen Gestaltungsrahmen dargestellt wird (sogenanntes "Framing" oder "Inline-Linking").
2. Ein urheberrechtlicher Unterlassungsanspruch besteht nicht, denn die streitgegenständliche Webseite kann unter keinem Gesichtspunkt Urheberrechtsschutz für sich in Anspruch nehmen. Die Darstellung einzelner Webseiten auf dem Computerbildschirm ist keine Ausdrucksform eines Computerprogramms iSd UrhG § 2 Abs 1 Nr 1. Das auf dem Bildschirm sichtbar gemachte Ergebnis ist zu unterscheiden von dem geschützten HTML-Programmcode.
3. Es besteht auch kein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch. Ein ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz greift nicht ein, denn wer Webseiten ins Internet stellt, muß mit Verweisen rechnen und ist mit Links, insbesondere wenn es sich (wie hier) um Werbung handelt, grundsätzlich einverstanden. Es fehlt (hier) auch die wettbewerbliche Eigenart der verlinkten Webseite. Insbesondere enthält die durchschnittliche Gestaltung der Seite, von Domainnamen abgesehen, keine besonderen Hinweise auf deren Herkunft. Daher kann durch das Framing auch nicht über deren betriebliche Herkunft getäuscht oder der Ruf einer fremden Leistung ausgebeutet werden.
4. Ebenso besteht keine Irreführung über den Ursprung der Leistung iSd UWG § 3, da sich Internetbenutzer keine (und daher auch keine irrigen) Vorstellungen über die Person des Gestalters der Webseite machen, sondern sich vielmehr für die Information als solche interessieren.
5. Schließlich besteht auch kein Unterlassungsanspruch nach BGB § 12. Das Verweisen auf fremde Internetseiten in eigenen Frames ist keine Namensanmaßung, da die Namen der Ersteller der verlinkten Seiten als solche nicht aufgerufen oder gebraucht werden. Unabhängig davon ist, nicht jede Verwendung eines fremden Namens ein Verstoß gegen BGB § 12, sondern nur der Namensgebrauch, der geeignet ist, eine namensmäßige Identitäts- oder Zuordnungsverwirrung hervorzurufen. Eine derartige Täuschungsgefahr ist nicht gegeben, da sich die Benutzer über die Beziehungen zwischen den einzelnen abrufbaren Informationen und denjenigen, die sie verbreiten, keine Gedanken machen.

Fundstelle
ZUM-RD 1999, 492-497 (red. Leitsatz und Gründe)

Man sollte allerdings nicht die voreilige Schlussfolgerung ziehen, dass Internetseiten per se vom Urheberrechtsschutz ausgenommen wären, weil die explizite Einordnung in den Katalog schutzfähiger Werke in § 2 UrhG fehlt. Je nach Schwerpunkt wird man eine Seite - das Minimum an Originalität vorausgesetzt - entweder als literarisches oder sonstiges Werk einordnen können, gegebenenfalls als Computerprogramm.

Streit und Zweifel warf die Frage auf, unter welchen Voraussetzungen die im Internet zahlreich zu findenden Datenbanken schutzfähig sind, bzw. ab wann Verletzungshandlungen vorliegen:

Gericht: LG Verden 10. Zivilkammer

Datum: 7. Dezember 1998
Az: 10 O 117/98
NK: UrhG § 97

Orientierungssatz

1. Eine unlautere Ausbeutung einer fremden Leistung kann nicht in dem Setzen eines sogenannten Links auf der Internetpräsentation eines sonstigen Netzteilnehmer gesehen werden.
2. Eine Liste von (hier: 251) Internetadressen in Form einer Linksammlung im Internet stellt eine urheberrechtlich geschützte Datenbank dar.
3. Bei Internetseiten, auf denen nur Produkte eines Anbieters dargestellt werden, handelt es sich regelmäßig nicht um Werke im urheberrechtlichen Sinne.

Fundstelle
MMR 1999, 493 (red. Leitsatz und Gründe)

Eine gewisse Großzügigkeit ist dem LG Verden zuzugestehen, denn 251 links lassen sich in kurzer Zeit zusammenstellen.

Gericht: LG Berlin 16. Zivilkammer
Datum: 8. Oktober 1998
Az: 16 O 448/98

Orientierungssatz

1. Ein Online-Dienst im Internet, in dem der Kleinanzeigenmarkt diverser Zeitungen zusammengefaßt ist, der über Werbeeinschaltungen finanziert wird, so daß der Anwender kostenlos die Kleinanzeigen sichten kann, ist eine Datenbank im Sinne des UrhG § 87a.
2. Es liegt auf der Hand, daß die zunächst für das Printmedium aufgenommenen Anzeigen gesondert nach Datenbankkriterien gesichtet und sortiert werden müssen und zugleich die Datenbank als solche auch gepflegt und auf dem aktuellen Stand gehalten werden muß. So ist auch offenkundig, daß die hierfür erforderlichen finanziellen Mittel nebst Personalaufwand keine unwesentliche Investition darstellt. Die Aufbereitung des Anzeigenmarktes für die Präsentation im Online-Dienst ist also eine "wesentliche Investition" im Sinne von UrhG § 87a Abs 1 S 1.
3. Wird dieses Online-Angebot systematisch durch sogenannte "Meta-Suchmaschinen" unter Umgehung der Werbeeinschaltungen abgegriffen, liegt darin eine Vervielfältigung der Datenbank im Sinne des UrhG § 87b Abs 1 S 2, die die berechtigten Interessen des den Online-Dienst anbietenden Verlages unzumutbar beeinträchtigt.

Fundstelle
AfP 1998, 649-651 (red. Leitsatz und Gründe)

Als griffige Faustregel könnt man die These aufstellen, dass die Übernahme von Daten aus fremden Beständen umso riskanter wird, je größer die Investitionen in die Erstellung der Datenbank gewesen sind - und je größer die " abgegriffene " Datenmenge. Wo genau die Grenze der Schutzfähigkeit anzusetzen ist, bleibt allerdings vergleichsweise unklar, man wird aber im Zweifel eher mit einer urheberrechtlichen Position zu rechnen haben, welche der Datenbankinhaber geltend machen kann.

Gericht: LG Berlin 16. Zivilkammer
Datum: 29. September 1998
Az: 16 O 446/98

Orientierungssatz

1. "Wesentliche Investitionen" im Sinne des UrhG § 87a Abs 1 S 1 erfordert eine Anzeigendatenbank, wenn für ihre Pflege und ihren Aufbau jährlich ein Betrag in Höhe von etwa 761.000 DM aufgewandt wird. Der Datenbank kommt dann Urheberrechtsschutz zu, ohne daß es darauf ankäme, ob die Datenbank eine eigene schöpferische Leistung verkörpert. Eine

eigene schöpferische Leistung ist auch unter Berücksichtigung der EG Richtlinie 96/9 (juris: EGRL 9/96) nicht Voraussetzung für den Schutz nach UrhG § 87a Abs 1 S 1.

2. Es stellt eine "unzumutbare Beeinträchtigung der berechtigten Interessen" durch wiederholte und systematische Vervielfältigung von Teilen der Datenbank" im Sinne des UrhG § 87b Abs 1 S 2 dar, wenn ein Zugriff und eine anderweitige Veröffentlichung von Inhalten aus der Datenbank durch eine sogenannte Meta-Suchmaschine erfolgt. Dies gilt auch dann, wenn die zur Finanzierung des Angebots geschaltete Werbung nach Seitenaufrufen (Pageviews) abgerechnet wird, die sowohl durch Suchmaschinen wie durch natürliche Personen als Benutzer ausgelöst werden, denn es ist dennoch eine Beeinträchtigung der Werbewirkung und dadurch der Werbeerlöse zu erwarten.

3. Das Tatbestandsmerkmal der "Vervielfältigung" in UrhG § 87b Abs 1 S 2 ist bereits dann zu bejahen, wenn die empfangenen Daten von dem Benutzer gespeichert werden können.

weitere Fundstellen

NJW-CoR 1999, 244 (red. Leitsatz)

Es ist allerdings auch möglich, dass Investoren vom Gesetzgeber selbst ein Strich durch die Rechnung gemacht wird, wobei die Neigung der EU-Mitgliedsstaaten, ihre Verpflichtungen zur Umsetzung von EU-Richtlinien pünktlich zu erfüllen, als nicht vorbildlich eingestuft werden können, wie auch im nachstehenden Fall einmal wieder zu vermerken:

Gericht: Rechtbank Den Haag

Datum: 20. März 1998

Az: 98/147

Orientierungssatz

1. Eine von einem niederländischen Verlag zunächst als Buchreihe und weiter als CD herausgegebene Sammlung von Gesetzen stellt eine "Datenbank" im Sinne der EG-Datenbankrichtlinie Art 1 (Richtlinie 96/9/EG juris: EGRL 6/96) dar. Auch eine solche Gesetzessammlung kann unter das von der Richtlinie Art 13 vorgesehene sui-generis-Recht der Mitgliedsstaaten der EG fallen.

2. Für das niederländische Recht bedeutet dies, daß einer Gesetzesdatenbank, in die Texte aufgenommen sind, die gemäß dem UrhG Art 11 (juris: UrhG NLD) von dem durch das Urheberrecht gewährten Schutz ausgenommen sind, noch kein Urheberrechtsschutz zukommen kann, weil der niederländische Gesetzgeber den bis zum 1.1.1998 gesetzten Termin für die Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht versäumt hat.

3. Vor ihrer Umsetzung in nationales Recht kommt der Datenbankrichtlinie der EG im Verhältnis von Bürgern untereinander keine unmittelbare Wirkung zu. Von daher kann sich ein Verlag, der Gesetzessammlungen in Buchform und auf CD vertreibt, nicht mit Erfolg dagegen wenden, daß Auszüge aus diesen Gesetzessammlungen über eine Web-Site im Internet jedermann zugänglich gemacht werden.

Fundstelle

MMR 1998, 299-301 (red. Leitsatz und Gründe)

Wie weit reichen die Möglichkeiten, sich das geistige Eigentum anderer, welches ja quasi zur Selbstbedienung zur Verfügung steht (auch Java-Script- Sperrvorkehrungen lassen sich durch ein billiges screenshot-Programm aushebeln...), anzueignen ?

Sicher bleiben Vervielfältigungen zum privaten oder wissenschaftlichen Gebrauch weiter zulässig, wobei man die Grenze gerade bei Internet-Publikationen weit ziehen kann, da sich die Rechtsinhaber wohl klar darüber sein dürften, dass bereits aufgrund der technisch stark vereinfachten Reproduzierbarkeit ein Risiko existiert, dem sie sich allerdings freiwillig ausliefern.

Die Problematik beginnt bereits bei der Vervielfältigung, ein nicht eindeutig ausgelegter Begriff, wobei sich die juristischen Streithähne um die These versammelt haben, die Vervielfältigung beginne bei der möglichen Speicherung auf einem Datenträger - also bereits mit dem Laden in den Arbeitsspeicher, oder dem Versenden einer E-Mail.

Das " Laufenlassen " eines Computerprogramms etwa - dies dürfte feststehen - genügt als Vervielfältigung sicher nicht:

Gericht: LG Mannheim 7. Zivilkammer
Datum: 11. September 1998
Az: 7 O 142/98
NK: UrhG § 69c S 1 Nr 1

Titelzeile

(Urheberrechtsschutz von Computerprogrammen: "Ablaufenlassen" als Vervielfältigungshandlung)

Orientierungssatz

Bei dem reinen "Ablaufenlassen" eines Computerprogramms handelt es sich nach wie vor nicht um eine Vervielfältigungshandlung im Sinne des UrhG § 69c (Anschluß BGH, 1994-01-20, I ZR 267/91, GRUR 1994, 363).

Fundstelle
ZUM-RD 1999, 210-212 (red. Leitsatz und Gründe)
CR 1999, 360-361 (red. Leitsatz und Gründe)

Ebensowenig die schlichte Nutzung eines Programms, ohne eine Kopie davon herzustellen:

Gericht: AG Freising
Datum: 10. August 1989
Az: 62 Js 36797/88
NK: UrhG § 16, UrhG § 17, UrhG § 106

Titelzeile

(Laden eines Computerprogramms als Vervielfältigung)

Orientierungssatz

1. Bei der Nutzung eines raubkopierten Computerspiels handelt es sich wegen des notwendigen Einlesens des Programmes in den Arbeitsspeicher des Computers um eine Vervielfältigung ohne Einwilligung des Rechtsinhabers im Sinne des UrhG § 16.

Fundstelle
CR 1990, 55 (ST)

Bereits nach dieser (alten) Entscheidung war für die Vervielfältigung das vorherige Raubkopieren begriffsnotwendig. Im übrigen sehen die meisten Softwarelizenzverträge ohnehin die Lizenzübertragung für einen Arbeitsplatz (nicht: Nutzer) vor, was aus naheliegenden Praktikabilitätsabwägungen heraus schlüssig ist. Ähnlich sieht es bei dem angrenzenden Begriff des " Verbreitens " aus - eine unkörperliche Weitergabe genügt dafür in der Regel nicht:

Bayerisches Oberstes Landesgericht
Beschluss vom 27.06.2000
5 St RR 122/2000
Begriff des Verbreitens pornographischer Schriften über Internet
JurPC Web-Dok. 167/2000, Abs. 1 - 19

StGB § 184 Abs. 3 Nr. 1

Leitsatz (der Redaktion)

Ein "Verbreiten pornographischer Schriften" setzt voraus, dass die Schrift bzw. die ihr gleichgestellten Ton- und Bildträger, Datenspeicher, Abbildungen und anderen Darstellungen der Substanz nach, nicht nur inhaltlich, an den Empfänger weitergegeben werden. Dieses Körperlichkeitskriterium ist nach herrschender Meinung unverzichtbar, so daß bei Computernetzen der Datenspeicher selbst, d.h. die Festplatte oder die Diskette, übergeben werden muß. Eine Übertragung per E-Mail fällt nicht darunter.

Man darf zu bedenken geben, dass allerdings auch die Übertragung per E-Mail die Speicherung der Mail auf dem Mailserver, und oft auch beim Empfänger automatisches Nebenprodukt der Übertragung ist, so dass sich bestimmt jemand finden wird, der die obenstehende These des BayObLG anzweifelt.

Man sollte auch in Erinnerung behalten, dass in der Regel die Vervielfältigung von Shareware oder gar Freeware in der Regel nicht gestattet ist, es sei denn, es liegt eine ausdrückliche Erklärung des Rechtsinhabers vor. Jedenfalls bei kommerziellem Gebrauch ist einige Vorsicht angebracht, bei der Nutzung zum privaten, wissenschaftlichen oder künstlerischen Gebrauch sollten allerdings keine überspannten Anforderungen gestellt werden, da dies nicht zuletzt den wirtschaftlichen Interessen der Programmautoren dienlich ist.

Gericht: OLG Köln 6. Zivilsenat

Datum: 12. Juli 1996

Az: 6 U 136/95

NK: UrhG § 2 Abs 1 Nr 1, UrhG § 32, UrhG § 69c Nr 1, UrhG § 69c Nr 3, UWG § 1

Leitsatz

1. Aus der Qualifizierung eines Programms als "Shareware" läßt sich nicht eine generelle Zustimmung der Rechteinhaber zur beliebigen Vervielfältigung und Verbreitung ableiten; entscheidend sind vielmehr deren konkrete Nutzungsbedingungen.
2. Die Nutzung von Software kann nach UrhG § 32 darauf beschränkt werden, daß nur das Produkt selbst verwendet werden darf und jedweder Zusammenschluß mit anderen Produkten untersagt wird.

Fundstelle

CR 1996, 723-726

Recht eindeutig geklärt ist auch die Einstufung von Internet-Publikationen als eigenständige Nutzungsart, die nicht gleichzusetzen ist mit der Veröffentlichung in Druckwerken oder durch andere Medien:

Hanseatisches Oberlandesgericht

Urteil vom 11.05.2000

3 U 269/98

Zeitung im Internet

JurPC Web-Dok. 187/2000, Abs. 1 - 42

Leitsatz (der Redaktion)

Die Nutzung von Nachrichtenmaterial im Rahmen einer Internet-Zeitung ist eine völlig neue Nutzungsart mit erheblich eigenständigem Verwertungspotential gegenüber der vertraglich geregelten Verwendung des Nachrichtenmaterials in Papierform; das spätere Hinzutreten der Nutzungsform Internet-Zeitung ist für sich genommen nicht geeignet, den Vertragszweck nachträglich zu verändern.

Gericht: LG Berlin 16. Zivilkammer
Datum: 14. Oktober 1999
Az: 16 O 26/99
NK: UrhG § 2 Abs 1 Nr 5, UrhG § 16, UrhG § 34 Abs 1, UrhG § 72, UrhG § 97

Titelzeile

(Urheberrechtsverletzung: Nutzung von Pressefotos in der Internet-Homepage einer Zeitung)

Orientierungssatz

Das Recht zum Abdruck von Fotos in einer Zeitung umfaßt nicht zugleich das Recht, die Fotos online im Internet zu nutzen. Denn für die Online-Nutzung der Zeitung hätten Nutzungsrechte für diese als eigenständige Nutzungsart zu beurteilende Verwertung eingeräumt werden müssen.

Fundstelle
ZUM 2000, 73-77 (red. Leitsatz und Gründe)

Gericht: LG München I 21. Zivilkammer
Datum: 10. März 1999
Az: 21 O 15039/98
NK: BGB § 242, UrhG § 31 Abs 4, UrhG § 31 Abs 5, UrhG § 34 Abs 5, UrhG § 97 Abs 1

Titelzeile

(Urheberrecht: Auslegung einer pauschalen Rechteübertragung im Hinblick auf die Ausstrahlung eines Fernsehbeitrags im Internet)

Orientierungssatz

1. Bei pauschalen Vereinbarungen über die Einräumung von urheberrechtlichen Nutzungsrechten wird der Umfang des Nutzungsrechts durch den Vertragszweck bestimmt und im allgemeinen beschränkt, selbst wenn der Wortlaut eindeutig ist. Bei einer pauschalen Rechteeinräumung bestimmt der Vertragszweck nicht nur, welche Nutzungsrechte im einzelnen zur Verfügung gestellt worden sind, sondern auch, ob diese nur inhaltlich, räumlich oder zeitlich beschränkt eingeräumt worden sind.
2. Haben die Parteien einen Vertrag über die Erstellung und Nutzung eines Filmbeitrags zur "exklusiven Ausstrahlung" durch ein Fernsehmagazin geschlossen, so werden dadurch neben den Fernsehrechten nicht auch die Rechte zur Bereitstellung des Beitrags im Internet übertragen.
3. Hat sich der Berechtigte einer pauschalen Rechteübertragung erst nach dem Vertragsschluß zu einer bei Vertragsschluß bereits bekannten neuen Nutzungsart (hier: Bereitstellen im Internet) entschlossen, dann bedarf es einer Abwägung der beiderseitigen Interessen, ob nach Treu und Glauben eine Zustimmungspflicht des Urhebers zu dieser Nutzungsart besteht.

Fundstelle
K&R 1999, 522-524 (red. Leitsatz und Gründe)
ZUM-RD 2000, 77-80 (red. Leitsatz und Gründe)

Es blieb die Entscheidung darüber, ob eine Internet-Präsentation noch unter " privaten Gebrauch " fällt, oder bereits per se als Veröffentlichung anzusehen ist, was unterschiedlich beantwortet wurde.

Man wird festhalten können, dass jedenfalls die Benutzung in einer privaten homepage ohne häufige Seitenzugriffe und Werbemaßnahmen noch keine Publikation, sondern privater Gebrauch ist - mit dem nachvollziehbaren Argument, dass ohnehin nur eine begrenzte Zahl von Benutzern der Seite zustandekommt.....klar ist der Fall jedenfalls dann, wenn die Zahl der Benutzer durch Passwortschutz oder ähnliches begrenzt wird.

Wieder etwas unterschiedlich sind die Ansichten betreffend das Problem wissenschaftlicher und damit kostenfreier Nutzung.

OLG Köln
Urteil vom 14.01.2000
6 U 73/99
Juristischer Recherche- und Kopierservice
JurPC Web-Dok. 115/2000, Abs. 1 - 30

Leitsätze (der Redaktion)

1. Ist bei der Beurteilung der Urheberrechtsfähigkeit eines wissenschaftlichen Schriftwerks auch und gerade auf die Formgestaltung zurückzugreifen, kann weder die Urheberrechtsschutzfähigkeit eines in Fachzeitschriften veröffentlichten Beitrags noch die Urheberrechtsschutzfähigkeit der von den Redakteuren des Verlages etwa durch Verfassen von Leitsätzen bearbeiteten Entscheidungen in Zweifel gezogen werden.
2. Bei dem Privilegierungstatbestand des § 53 Abs. 2 Nr. 4 a UrhG, wonach es gestattet ist, Vervielfältigungsstücke eines Werkes zum eigenen Gebrauch herzustellen, handelt es sich um einen eng auszulegenden Ausnahmetatbestand.
3. Der Privilegierungstatbestand des § 53 Abs. 2 Nr. 4 a UrhG kann nur eingreifen, wenn sich die Tätigkeit auf den technisch-maschinellen Vorgang der Vervielfältigung beschränkt. Durch einen Recherche- und Kopierdienst wird eine urheberrechtliche Nutzung höherer Intensität vorgenommen, die sich mit dem Privilegierungstatbestand nicht mehr vereinbaren läßt.

Eine interessante Leitentscheidung des BGH sei nachstehend wiedergegeben:

Gericht: BGH 1. Zivilsenat
Datum: 25. Februar 1999
Az: I ZR 118/96

NK: UrhG § 16 Abs 1, UrhG § 17 Abs 1, UrhG § 27 Abs 2, UrhG § 27 Abs 3, UrhG § 49 Abs 1 S 2, UrhG § 49 Abs 1 S 3, UrhG § 53 Abs 2 Nr 4 Buchst a, UrhG § 53 Abs 6, UrhG § 54a Abs 2, UrhG § 54h Abs 1, UrhG § 97 Abs 1, GG Art 14 Abs 1, Übk Bern 1971 Art 9 Abs 2, TRIPS Art 9 Abs 1 S 1, TRIPS Art 13

Titelzeile

(Verletzung des urheberrechtlichen Vervielfältigungs- und Verbreitungsrechts durch Kopienversanddienst öffentlicher Bibliotheken; Vergütungspflicht analog Geräte- und Betreibervergütung; Sachbefugnis - Kopienversanddienst)

Leitsatz

Kopienversanddienst

1. Eine öffentliche Bibliothek, die auf Einzelbestellung Vervielfältigungen einzelner Zeitschriftenbeiträge fertigt, um sie an den Besteller im Wege des Post- oder Faxversands zu übermitteln, verletzt nicht das Vervielfältigungsrecht, wenn sich der Besteller auf einen durch UrhG § 53 privilegierten Zweck berufen kann. Dies gilt auch dann, wenn die Bibliothek ihre Bestände durch einen online zugänglichen Katalog erschließt und für ihren Kopienversanddienst weltweit wirbt.
2. Werden Zeitschriftenbeiträge unter den Voraussetzungen des UrhG § 53 rechtmäßig von einem Dritten vervielfältigt, unterliegt die Übermittlung der Vervielfältigungsstücke an den Auftraggeber nicht dem Verbreitungsrecht.
3. Die Werbung für die Herstellung von Vervielfältigungen und deren Post- oder Faxversand an Besteller, die sich auf einen nach UrhG § 53 privilegierten Zweck berufen können, verletzt auch bei Fehlen der Zustimmung der Urheberberechtigten nicht das Verbreitungsrecht.
4. Bei einer reprographischen Vervielfältigung eines urheberrechtlich geschützten Werkes durch eine öffentliche Bibliothek oder eine andere für die Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung zum Zweck des Post- oder Faxversands an einen Besteller, der sich auf einen nach UrhG § 53 privilegierten Zweck berufen kann, ist - in rechtsanaloger Anwendung des UrhG § 27 Abs 2 und 3, des UrhG § 49 Abs 1 sowie des UrhG § 54a Abs 2 iVm § 54h Abs 1 - als Ausgleich für den Ausschluß des Verbotsrechts ein Anspruch des Urhebers auf angemessene Vergütung anzuerkennen, der nur durch eine Verwertungsgesellschaft geltend gemacht werden kann.

Fundstelle

BGHZ 141, 13-40 (Leitsatz und Gründe)
NJW 1999, 1953-1959 (Leitsatz und Gründe)

Man ist also gut beraten, sich die Zustimmung der Urheber einzuholen, bevor man gewerblich nutzbare Datenbanken aus fremden Quellen zusammenstellt. Eine ungeklärte Problematik bleibt, ob eine Vergütung für die Bibliothek dann fällig wird, wenn die Werke

im Internet direkt abrufbar gemacht werden, und nicht lediglich im Rahmen des § 53 UrhG an Interessenten als Kopie verschickt. Bekannterweise gehen immer mehr Forschungseinrichtungen dazu über, ihre Literaturbestände einzuscannen und über das Internet zugänglich zu machen. Die damit erzielte Verbreitung des Wissens dürfte ungeahnte Ausmaße haben, und es darf prognostiziert werden, dass eine Unterlassungspflicht kaum konstruiert werden wird.

5. Gewerbliche Schutzrechte

Wie oben bereits ausgeführt, genießen Internet-Domains auch markenrechtlichen Schutz, wenn die nach dem MarkenG einschlägigen Voraussetzungen vorliegen. Schwierigkeiten bereitete die Frage, wie die Begriffe der Unterscheidungsfähigkeit angesichts verlagerter Bedeutungen oder auch der Verkehrsgeltung überragender Art auszulegen waren, da es sich bei dem Internet um eine raumlose Sphäre handelt, und die Verkehrsgeltung nicht so eindeutig festgelegt werden kann wie in räumlich abgrenzbaren Märkten.

Gericht: OLG München 29. Zivilsenat

Datum: 23. September 1999

Az: 29 U 4357/99

NK: MarkenG § 15 Abs 2, MarkenG § 15 Abs 3, UWG § 1

Leitsatz

1. Zwischen der Firma "buecher.de AG" und der Internet-Domain "buecherde.com" besteht Verwechslungsgefahr.
2. Für den Fall einer wettbewerbswidrigen Behinderung kann zum Schutz einer bekannten geschäftlichen Bezeichnung der Unterlassungsanspruch auch auf UWG § 1 gestützt werden, da MarkenG § 15 Abs 3 insoweit keinen Schutz gewährt.

Fundstelle

ZUM 2000, 69-71 (Leitsatz und Gründe)

MMR 2000, 100-101 (red. Leitsatz und Gründe)

NJWE-WettbR 2000, 70 (Leitsatz und Gründe)

Geklärt war bisher, dass sich der Schutz in erster Linie gegen Konkurrenten aus der gleichen Branche richtet. Was aber würde geschehen, wenn dieses Konkurrenzverhältnis fehlte, oder Privatpersonen Domains mit gleichem Namen beanspruchten wie Unternehmen ?

Orientierungssatz

1. Wenn ein gewerbliches Unternehmen die Freigabe bzw Umschreibung einer aus einem Familiennamen gebildeten Domain erstrebt, die bislang von den Mitgliedern einer Familie gleichen Namens als Privatpersonen benutzt wird, liegt keine Kennzeichenstreitsache nach MarkenG § 140 vor. Funktionell und örtlich zuständig ist nach ZPO § 32 daher jedes Landgericht, in dessen Bezirk die betreffende Internetsite der Privatpersonen aufgerufen werden kann.
2. Dem Inhaber eines Unternehmenskennzeichens können gegen eine Privatperson nur dann Ansprüche auf Freigabe bzw Umschreibung einer Domain zustehen, wenn dem Unternehmen überragende Verkehrsgeltung zukommt. Dies hat im Falle der top level domain "de" zur Voraussetzung, daß das Unternehmen eine bundesweit etablierte Geschäftstätigkeit entfaltet (vergleiche OLG München, 1999-03-25, 6 U 4557/98, CR 1999, 382).

Fundstelle

MMR 2000, 49-50 (red.

Gericht: OLG München 6. Zivilsenat

Datum: 25. März 1999
Az: 6 U 4557/98
NK: BGB § 12, MarkenG § 5 Abs 2, MarkenG § 14

Leitsatz

1. Die Eintragung eines überragende Verkehrsgeltung aufweisenden Unternehmenskennzeichens als Internet-Adresse durch eine Person gleichen Namens, und zwar auch bei rein privater Nutzung, behindert den Inhaber des Unternehmenskennzeichens in seiner geschäftlichen Betätigung. Bei der erforderlichen Interessenabwägung gebührt dem Interesse des Unternehmers der Vorrang gegenüber dem des Namensträgers.
2. Der Kennzeicheninhaber kann von dem Eingetragenen verlangen, daß dieser Zug um Zug gegen Erstattung der Registrierungskosten in die Umschreibung des domain name auf ihn einwilligt.

Fundstelle
ZIP 1999, 895-897

Aus hiesiger Sicht unklar bleibt immer noch, was angesichts der zitierten Raumlosigkeit als überragende Verkehrsgeltung definiert werden kann.

Auch der interessante Komplex der möglichen Verletzungshandlungen wurde durch innovative Behebungsmöglichkeiten neu beleuchtet:

Gericht: LG Paderborn 4. Zivilkammer
Datum: 1. September 1999
Az: 4 O 228/99
NK: BGB § 12, ZPO § 32, MarkenG § 140

Orientierungssatz

Ein Unternehmen, das auf seiner Internet-Webseite sogenannte Mega-Tags setzt, die Teile eines geschützten fremden Unternehmenskennzeichens enthalten, begeht einen Wettbewerbsverstoß und eine Verletzung einer geschäftlichen Bezeichnung. Jedenfalls eine mittelbare Verwechslungsgefahr ergibt sich in diesem Fall daraus, daß für die Internet-Benutzer die Annahme, zwischen beiden Unternehmen bestehe eine Verbindung und/oder Kooperation, naheliegend erscheint. Dies gilt umso mehr, wenn das verletzte Unternehmen im Internet selbst nicht vertreten ist, und zwischen beiden Unternehmen Branchenidentität besteht.

Fundstelle
K&R 1999, 521-522 (red. Leitsatz und Gründe)
MMR 2000, 46-47 (red. Leitsatz und Gründe)
CR 2000, 121-122 (red. Leitsatz und Gründe)

Würden Sie gelbe mit violetten Seiten verwechseln ?

Gericht: OLG Frankfurt 6. Zivilsenat
Datum: 15. Juli 1996
Az: 6 W 81/96
NK: MarkenG § 14 Abs 2 Nr 2

Orientierungssatz

1. Zwischen der Bezeichnung "Gelbe Seiten" für Branchenfernsprechbücher und der Bezeichnung "Die Violetten Seiten" für ein elektronisches Branchenverzeichnis besteht Verwechslungsgefahr iSv MarkenG § 14 Abs 2 Nr 2.
2. Zwar unterfällt dem Begriff der Verwechslungsgefahr iSv MarkenG § 14 Abs 2 Nr 2 nicht jegliche wie auch immer geartete gedankliche Assoziation zur geschützten Marke, gemeint sind aber jedenfalls solche Fälle, die während der Geltung des Warenzeichengesetzes unter den Begriff der "mittelbaren Verwechslungsgefahr" gefaßt wurden.

Fundstelle
Archiv PT 1996, 340-342 (red. Leitsatz und Gründe)

6. Wettbewerbsrecht

Das Internet ist für die Inanspruchnahme oder gar das " Abgreifen " fremder Leistungen besonders anfällig. Hinzu treten medienbedingt Geschäftsmodelle und - praktiken, die es aus erklärbaren Gründen im traditionellen geschäftlichen Verkehr nicht gibt, und die mehrfach auf die Ungnade der Gerichte gestoßen sind:

Gericht: LG Wiesbaden 13. Zivilkammer
Datum: 13. Januar 2000
Az: 13 O 132/99
NK: UWG § 3, BGB § 156, GewO § 34b

Orientierungssatz

Ein Anbieter von "Auktionen" im Internet täuscht die angesprochenen Interessenten nicht. Zwar handelt es sich bei einer solchen Verkaufsveranstaltung nicht um eine Auktion im klassischen Sinne, weil eine zeitliche Begrenzung der Angebotsabgabe besteht und die vorhandenen Bieter nicht solange auf die Ware Gebote abgeben, bis der Meistbietende ermittelt ist. Darin liegt aber keine Täuschung der angesprochenen Verkehrskreise, weil Internetnutzer regelmäßig die Unterschiede zu einer klassischen Versteigerung und die damit verbundenen Risiken kennen.

Fundstelle
K&R 2000, 152 (red. Leitsatz und Gründe)

Löblich, dass es Gerichte gibt, welche den deutschen Verbraucher nicht in der bereits beklagten Weise als an der Grenze zur Debität verharrend (ein geflügeltes Wort) einstufen, sondern ihm ein eigenständiges Denkvermögen zubilligen. Aber auch dies hat Grenzen:

Gericht: LG Köln 31. Zivilkammer
Datum: 25. November 1999
Az: 31 O 990/99
NK: UWG § 1

Orientierungssatz

Sogenannte Online-Gruppenkäufe, bei denen sich der Verkaufspreis des Anbieters für ein bestimmtes Produkt nach der Anzahl der Besteller richtet, dh bei denen die Käufer ihre Kaufkraft im Internet bündeln, verstoßen gegen UWG § 1 unter dem Aspekt des übertriebenen Anlockens. Der Anbieter nutzt die Spiellust der angesprochenen Verbraucher aus und verkoppelt sie derart mit der Art und Weise seines Angebots bzw seiner Preisgestaltung, daß der Kaufentschluß der Verbraucher nachteilig beeinflußt wird.

Fundstelle
K&R 2000, 137-138 (red. Leitsatz und Gründe)

Gericht: LG Köln 31. Zivilkammer
Datum: 23. September 1999
Az: 31 O 522/99
NK: UWG § 1

Orientierungssatz

Der Begriff "Hauptbahnhof" wird zwangsläufig mit dem Angebot der Deutschen Bahn verbunden. Wer diesen Umstand ausnutzt, indem er unter der Domain "Hauptbahnhof.de" ein Internet-Forum einrichtet und mittels dieser Domain Kunden der Deutschen Bahn abfängt, um sie mit der von ihm angebotenen Dienstleistung zu konfrontieren und für sein Angebot zu gewinnen, verstößt gegen die Grundsätze eines fairen Leistungswettbewerbs.

Fundstelle
MMR 2000, 45-46 (red. Leitsatz und Gründe)

weitere Fundstellen
AfP 2000, 213 (Leitsatz)

Selbstverständlich wird auch hierzu eine Gegenposition vertreten, mit der Begründung, es fehle bei Einkäufen und Streifzügen im Internet an der für Ladengeschäfte typischen Zwangslage des Kunden, mit der Folgerung, es könne im Internet ein Abfangen von Kunden nicht geben.

Welches Wettbewerbsrecht ist anwendbar, wenn eine site global fokussiert ist ?

Gericht: OLG Frankfurt 6. Zivilsenat
Datum: 3. Dezember 1998
Az: 6 W 122/98
NK: BGBEG Art 38, UWG § 1

Orientierungssatz

1. Enthält eine Website wettbewerbswidrige Werbung, tritt der Verletzungserfolg dieses Wettbewerbsverstößes überall dort ein, wo diese Website bestimmungsgemäß aufgerufen werden kann.
2. Deutsches Wettbewerbsrecht ist nur anwendbar, wenn das Angebot der beworbenen Leistung auf deutsche Verkehrskreise ausgerichtet ist. Enthält die Website einen Hinweis, daß nur in bestimmte Länder bzw nicht nach Deutschland geliefert wird, ist dies ein Indiz gegen eine solche Ausrichtung. Bloß interne Vertriebsbeschränkungen, die nicht sofort nach außen ersichtlich sind, reichen aber nicht aus. Eine weltweit ausgerichtete Website ist auch auf Deutschland ausgerichtet, wenn sie keine einschränkenden Hinweise enthält.

Fundstelle
CR 1999, 450-451

Mit dieser Frage darf ich diese kurze Darstellung abschließen und die Folgerungen dem Leser überantworten.

Berlin, November 2000