

März 2007

Alles Recht im Internet?!

Zusammenfassung des Vortrags vom 20.3.2007 im time port II

1. Vorbemerkung

Nachfolgend sollen die wesentlichen Inhalte der Informationsveranstaltung „Alles Recht im Internet?!“ zusammengefasst werden, die am 20.3.2007 vom Designlabor Bremerhaven und der datenschutz nord GmbH durchgeführt wurde. Wie auch anfangs des Vortrags erwähnt, möchte ich auch hier noch einmal darauf hinweisen, dass es sich bei den Inhalten um ausgewählte rechtliche Probleme im Zusammenhang mit der Nutzung des Internets bzw. des Kommunikationsmediums E-Mail handelt und keinesfalls der Anspruch erhoben wird, alle relevanten Rechtsfragen angesprochen zu haben. Hierfür ist die Materie zu komplex, da die virtuelle Welt letztlich nicht nur die reale Welt und damit deren rechtliche Probleme abbildet, sondern durch die Eigenart und Dynamik der Medien zum großen Teil auch neue, bisher unbekannte rechtliche Fragen aufgeworfen werden. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend einige wichtige Aspekte herausgegriffen, deren Berücksichtigung hilft, abmahnrächtige „Fallstricke“ zu umgehen.

2. Verantwortlichkeit

Noch vor einigen Jahren, als das Internet als Massenmedium noch relativ neu war, gab es diverse (Rechts-)Streitigkeiten um die Frage, wer - d.h. welcher Anbieter - für (rechtswidrige) Inhalte auf Webseiten verantwortlich ist und vor allem, ab welchem Zeitpunkt eine solche Verantwortlichkeit eintritt. Seit es hierzu obergerichtliche und vor allem auch recht einheitliche Rechtsprechung gibt, ist dieser Rechtsbereich in der Diskussion wieder etwas in den Hintergrund getreten, denn es haben sich folgende Grundsätze etabliert:

2.1 Verantwortlichkeit für eigene Inhalte

Eine Verantwortlichkeit des Inhabers gilt grundsätzlich für eigene Inhalte, § 7 Telemediengesetz. Eigene Inhalte sind zum einen diejenigen, die vom Anbieter mit dem Anspruch eigener Urheberschaft ins Netz gestellt werden, als auch fremde Inhalte, die sich der Anbieter *zu eigen* macht. Ein solches „Zu-eigen-Machen“ liegt dann vor, wenn der Anbieter aus der Sicht eines durchschnittlichen Nutzers die Inhalte so übernimmt, dass er erkennbar die Verantwortung hierfür übernehmen will. Dies ist nicht generell bei jedem externen Link der Fall; wie so oft bei der juristischen Betrachtung kommt es hier für die Abgrenzung auf den konkreten Einzelfall an. Ebenso wichtig wie die Frage, ob es sich um einen eigenen oder um einen fremden Inhalt handelt, ist im Weiteren die Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des Inhalts: Ab wann habe ich als Anbieter Kenntnis von Inhalten die ich - unter Berücksichtigung der o.g. Definition - als von mir mitverantwortet auf meinen Seiten präsentiere?

Auch diese Frage wurde in der Vergangenheit des Öfteren von Gerichten unterschiedlich entschieden, auch hier hat sich mittlerweile jedoch eine grundsätzliche Auffassung durchgesetzt: Eine Kenntnis des rechtswidrigen Inhaltes und damit eine Haftung kann dem Anbieter erst dann zugerechnet werden, wenn dieser nachweisbar positiv von der Rechtswidrigkeit des Inhalts weiß. Mit anderen Worten: Eine fahrlässige Nichtkenntnis, also ein sog. „Kennenmüssen“, reicht für die Begründung der Verantwortlichkeit nicht aus. Daraus folgt weiter, dass der Anbieter nicht verpflichtet ist, in regelmäßigen Abständen die Inhalte auf (weiterhin bestehende) Rechtmäßigkeit zu kontrollieren. Erst wenn klare, nachweisbare Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass Inhalte rechtswidrig sind, z.B. durch eine hierauf hinweisende Email eines Nutzers, kann dem Anbieter die Kenntnis unterstellt werden. Auf einen Umstand ist an dieser Stelle allerdings hinzuweisen: Noch immer finden sich auf vielen Webseiten sog. Disclaimer bzw. Haftungsausschlüsse, mit denen Anbieter versuchen, sich von jeglicher Haftung für Inhalte zu distanzieren. Solche Haftungsausschlüsse haben im deutschen Recht keinerlei rechtliche Bewandnis, denn - wie zuvor erläutert - hängt die Frage der Verantwortlichkeit und damit der Haftung allein von der Kenntnis eines eigenen rechtswidrigen Inhalts ab ohne dass es möglich ist, sich mit solchen Disclaimern davon freizuhalten. Im US-amerikanischen Rechtsraum haben solche Disclaimer durchaus ihre Berechtigung, im deutschen Bereich hingegen nicht. Von der Verwendung ist daher abzuraten.

2.2 Sonderfall Internet-Foren

Einen Sonderfall im Hinblick auf die Verantwortlichkeit bildet der Bereich der Internetforen. Gerade in diesem Bereich hat es im August 2006 und anschließend - bestätigend - nochmals im März 2007 Entscheidungen des LG Hamburg zur Verantwortlichkeit für rechtswidrige Beiträge in Internetforen gegeben. Solche Foren werden gelegentlich von den Nutzern zur Veröffentlichung nicht nur unsachlicher, sondern zum Teil auch strafrechtlich relevanter Beiträge (wie z.B. Beleidigungen, Verleumdungen o.ä.) genutzt, da viele Foren inhaltlich von den Betreibern nicht kontrolliert werden. Diese Möglichkeiten der „freien Meinungsäußerung“ haben für die Betreiber durchaus ihre Kehrseiten, wie die o.g. Entscheidungen nunmehr deutlich gemacht haben. Für Internetforen gilt also abweichend von den o.g. Grundsätzen eine erhöhte bzw. verschärfte Verantwortlichkeit. Die Gerichte nehmen eine solche dann an,

„wenn der Anbieter durch Kenntnis der vorherigen Postings Anlass zu der Befürchtung hätte haben müssen, dass es dort zu Rechtsverletzungen kommen würde.“

und weiter:

....trifft den Betreiber eines Internetforums zwar keine Pflicht zur generellen „Eingangskontrolle“ der in sein Forum eingestellten Beiträge; eine Pflicht zur Überwachung des Forums besteht aber jedenfalls dann, wenn der Forumsbetreiber Anlass zu der Befürchtung haben muss, dass es dort zu Rechtsverletzungen kommen wird und ihm hiervon ausgehend eine Überwachung zumutbar ist. (LG Hamburg, Ur. v. 22.08.2006 - Az.: 7 U 50/06)

Hier muss also für den Bereich der Internetformen zu einer erhöhten „Wachsamkeit“ bzw. Kontrolle geraten werden.

3. Informationspflichten im Internet

Im Hinblick auf die Informationspflichten im Internet hat sich mit Inkrafttreten des Telemediengesetzes (TMG) zum 1.3.2007 insoweit eine neue Rechtslage ergeben, als dass die bisherigen bereichsspezifischen Gesetze (Teledienstegesetz, Teledienstedatenschutzgesetz, Mediendienstestaatsvertrag) nunmehr gebündelt und zu einem Gesetz zusammen gefasst wurden. Entgegen vieler Gerüchte wurden damit jedoch keine neuen Informationspflichten geschaffen, die nun eine neue „Abmahnwelle“ befürchten lassen. Die nachfolgend erläuterten Informationspflichten bestehen viel mehr schon seit mehreren Jahren und haben mit dem TMG lediglich eine neue gesetzliche Bezeichnung gefunden.

3.1 Anbieterkennzeichnung / Impressum

Gem. § 5 TMG muss jeder Inhaltenanbieter auf seinen Seiten eine Anbieterkennzeichnung veröffentlichen, mittlerweile hat sich hierfür weitgehend der presserechtliche Begriff „Impressum“ durchgesetzt. Im Impressum sind folgende Angaben zu machen:

- Name und Anschrift des Anbieters (bei jur. Personen mit Vertretungsberechtigtem)
- Angaben zur Organisationsform
- Informationen zur schnellen Kontaktaufnahme (Tel.Nr, Fax.Nr, E-Mail)
- Handels- /Vereins-/Genossenschafts-Register mit der Registernummer
- soweit die Tätigkeit der Aufsicht durch eine Aufsichtsbehörde unterliegt, die Nennung dieser Aufsichtsbehörde
- bei bestimmten Berufsgruppen (z.B. Freiberuflern) die Zugehörigkeit zur entsprechenden Kammer
- die Umsatz-bzw. Wirtschafts-Identifikationsnummer
- ggfls. weitere Angaben aufgrund spezieller Gesetze

Die vorgenannten Angaben müssen für den Nutzer leicht erkennbar und erreichbar platziert werden, auch hierzu gibt es eine höchstrichterliche Entscheidung, die es ausreichen lässt, dass der Nutzer spätestens über zwei Klicks zu den Angaben gelangt. Zu empfehlen ist gleichwohl, den Link auf das Impressum im stets festen Frame der Internetseiten unterzubringen, so dass dieser auf jeder Seite sichtbar ist.

3.2 Datenschutzerklärung

So bekannt die Pflicht zur Veröffentlichung der Anbieterkennzeichnung ist, so unbekannt ist auf der anderen Seite noch immer die Pflicht, in einer Datenschutzerklärung Angaben über die Verarbeitung der personenbezogenen Daten der Nutzer zu machen, vgl. § 13 TMG. Die Nutzer müssen hierbei informiert werden über

- alle Datenarten, die erhoben, gespeichert, verarbeitet und übermittelt werden sowie den Zweck der Verarbeitung, z.B.:
- Gewinnspiele, Newsletter, Gästebücher, Foren, Chats, Online-Formulare

- die Empfänger, an die ggf. Daten übermittelt werden, insb. außerh. der EU
- die Nutzungsdatenverarbeitung (Logfiles)
- pseudonyme Profile, wenn solche gebildet werden
- die Verwendung von Cookies oder ähnlichen Dateien
- Sicherheitsvorkehrungen, die bei der Datenübermittlung getroffen werden (z.B. Einsatz von SSL)
- die Betroffenenrechte und den Ansprechpartner (i.d.R. der betriebliche Datenschutzbeauftragten mit E-Mail-Adresse)
- das Widerspruchsrecht der Nutzer (gegen Profilbildung, Werbung),

Im Hinblick auf die Platzierung gilt das Gleiche, wie bereits zum Impressum erläutert, es empfiehlt sich auch hier, den Link „Datenschutz“ in einem festen Frame der Seite unterzubringen, so dass die Informationen leicht auffindbar sind.

4. Informationspflichten bei der Email

4.1 E-Mails als Geschäftsbriefe

Wurden die Informationspflichten für den Bereich Internet „nur“ auf rechtlich andere Beine gestellt als bisher, so bestehen seit Anfang des Jahres für geschäftliche E-Mails tatsächlich neue, erweiterte Informationspflichten. Mit Gesetzesänderungen im HGB, dem GmbHG und dem AktG werden nun auch geschäftliche E-Mails als „Geschäftsbriefe“ im Sinne dieser Gesetze verstanden, womit die für solche Geschäftsbriefe bisher schon geltenden Anforderungen nun auch auf geschäftliche E-Mails erweitert werden. Adressaten dieser neuen Anforderungen sind folgende Kaufleute:

- die GmbH
- die AG
- die KG
- die OHG
- die GmbH & Co KG bzw. GmbH & Co OHG
- die AG & Co KG bzw. die AG & Co OHG
- der Einzelkaufmann

Anzugeben ist z.B. bei der GmbH

- der vollständige Firmenname in Übereinstimmung mit dem im Handelsregister eingetragenen Wortlaut;
- die Rechtsform der Gesellschaft;
- der Sitz der Gesellschaft
- das Registergericht des Sitzes der Gesellschaft und die HR-Nummer
- der/die bzw. die Geschäftsführer(in) (Vor- und Zuname)
- soweit ein Aufsichtsrat vorhanden, den Vorsitzenden des AR (Vor- und Zuname)

Einzelheiten zu den Pflichtangaben der jeweiligen Gesellschaftsformen finden Sie mittlerweile auf vielen Webseiten, exemplarisch sei folgende URL der HK Hamburg genannt:

http://www.hk24.de/produktmarken/recht_und_fair_play/allgemeine_rechtsauskuenfte/recht_der_unternehmensgruendung/pflichtangaben_briefe.jsp

4.2 Wettbewerbsrechtliche Rahmenbedingungen für die Nutzung von E-Mail-Adressen

Nicht nur aus handelsrechtlicher Sicht gibt es für das im Wirtschaftsleben mittlerweile standardmäßig genutzte Kommunikationsmedium E-Mail konkrete Vorgaben - auch das Wettbewerbsrecht gibt im Hinblick auf die werbliche Nutzung von E-Mail-Adressen von Verbrauchern relativ enge Vorgaben. Hierbei gilt es, § 7 des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) zu beachten. Zu unterscheiden ist bei der Nutzung von (Verbraucher-) E-Mail-Adressen zwischen bestehenden Kundenbeziehungen einerseits und neuen, potenziellen Kundenbeziehungen andererseits. Zur Eindämmung der Flut von unerwünschten Werbe-E-Mails (Spam) hat hier der europäische Gesetzgeber vor die erstmalige Nutzung von E-Mail-Adressen zur „Bewerbung“ der Verbraucher die nachweisbare Einwilligung des Adressaten gesetzt. Grundsätzlich gilt also (im übrigen auch für die Telefon- und Faxwerbung), dass der Beworbene der Nutzung seiner E-Mail-Adresse für diese Zwecke zuvor zugestimmt haben muss, wenn noch keine Geschäftsbeziehung besteht. Sollte bereits eine solche bestehen, z.B. durch einen bereits getätigten Vertragsschluss, so ist darauf zu achten, dass der Verbraucher bei der erstmaligen Erhebung der E-Mail-Adresse (im Rahmen des eCommerce-Geschäfts) darauf hingewiesen wurde, dass er der Nutzung seiner E-Mail-Adresse für werbliche Zwecke widersprechen kann. Nur wenn dieser Hinweis erfolgt ist, kann anschließend die Adresse ohne (nochmalige) Einwilligung genutzt werden.

Im Übrigen sind für beide Szenarien weitere Anforderungen zu beachten:

- die Werbung darf nur zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen erfolgen
- der Absender muss genannt werden (wie Impressum)
- auf das Widerspruchsrecht muss hingewiesen und ein solcher berücksichtigt werden
- jeder Newsletter bzw. jede Werbe-E-Mail muss eine Abbestellmöglichkeit beinhalten.

5. Urheber- und Domainrechtsfragen (Auszug)

Abschließend sollen noch kurz einige Aspekte zum Urheber- und Domainrecht angesprochen werden.

5.1 Urheberrecht und Risiken

Das Medium Internet birgt aufgrund der einfachen technischen Möglichkeit des Kopierens bzw. Reproduzierens von Inhalten große rechtliche Risiken im Hinblick auf die Verletzung von Urheber- bzw. Verwertungsrechten, der wirtschaftliche Schaden durch unberechtigtes Kopieren und Verbreiten von geschützten Inhalten (Musik,

Filme, Bilder, Spiele etc.) ist nicht zu unterschätzen. Aus diesem Grund muss unabhängig von den jeweiligen Quellen, aus denen Inhalte stammen, dazu geraten werden, sich stets vorher über die Nutzungs- bzw. Lizenzbestimmungen zu vergewissern. Selbst Quellen, die einen freien Download anbieten, können Rahmenbedingungen vorsehen, die die Nutzung unter einen bestimmten Vorbehalt stellen oder die Nutzung nur zu ganz bestimmten Zwecken zulassen. Für Material, was von Dritten (z.B. Auftraggebern) zur Verarbeitung z.B. zu einer Webseite geliefert wird, sollte vertraglich stets zugesichert werden, dass solches nicht mit Rechten Dritter „belastet“ ist, welche die Nutzung für den vorgesehenen Zweck ausschließen oder beschränken. In jedem Fall sollte stets dokumentiert werden, unter welchen (Nutzungs-)Bedingungen urheberrechtlich relevantes Material verwendet wurde.

Auch hier gilt das bereits oben zum Haftungsausschluss Gesagte: Ein Hinweis auf Copyright-Rechte, wie er auf noch immer vielen Webseiten zu finden ist, ist für den gesetzlichen Schutz von Werken nicht erforderlich und daher verzichtbar: Der Schutz des Urheberrechts greift bereits mit Schöpfung des Werkes, ohne dass es eines solchen Hinweises bedarf.

5.2 Domainvergabe

Bei der Reservierung und Nutzung von sog. Second-Level-Domains (der Name vor der First-Level-Domain .de oder .com) ist ebenfalls Vorsicht geboten: Derjenige, der eine Domain für sich reserviert und nutzt, muss zuvor sicherstellen, dass er mit dieser Nutzung keine Rechte Dritter verletzt. Bei solchen Rechten kann es sich um Namensrechte handeln, die bereits gesetzlich, d.h. ohne weiteren Akt des Rechteinhabers, geschützt sind oder um Markenrechte, die aufgrund einer erfolgreichen Anmeldung beim Patent- und Markenamt bzw. aufgrund Verkehrsbekanntheit geschützt sind. In jedem Fall sollte vor der Registrierung eine (professionelle) Recherche erfolgen, ob nicht gleiche oder ähnliche Bezeichnungen bereits einen gesetzlichen Schutz genießen. Die DENIC als zentrale Domainvergabeinstelle ist zu einer solchen Prüfung nicht verpflichtet und kann auch im Nachhinein nicht verantwortlich gemacht werden, wenn Rechteinhaber mit älteren (bzw. besseren) Rechten entsprechende Schadensersatz- oder Herausgabeansprüchen geltend machen. Hier gilt es also, vor der Registrierung bzw. Nutzung durch Fachleute prüfen zu lassen, ob der Begriff im geschäftlichen Verkehr genutzt werden darf.

Im Übrigen haben viele Gerichtsentscheidungen in der Vergangenheit gezeigt, dass Firmen, die bestimmte Bezeichnungen schon länger nutzen, bessere (Domain-) Rechte für sich beanspruchen können, als Privatpersonen mit möglicherweise einem gleichlautenden Namensrecht. Gleiches gilt für Städte und Gemeinden, auch diese haben im Zweifel einen Herausgabeanspruch gegen Domaininhaber, die den Stadt- oder Gemeindefüramen (wenn auch vielleicht in guter Absicht) als Domain nutzen.

Oliver Stutz

Rechtsanwalt