

Internetrecht

I. Informationen und Recht – Kernbegriffe

1. Einführung

Das Internet ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Ob zu Hause, am Arbeitsplatz oder unterwegs – die meisten Menschen kommen früher oder später mit dem Internet in Berührung. Dabei eröffnet einem das Internet neue Möglichkeiten mit Menschen aller Welt in Verbindung zu treten, an Informationen zu gelangen oder sich einfach zu amüsieren.

Leider gibt es im Internet auch allerlei Gefahren. Es ist nicht nur leicht, sich einen Trojaner einzufangen – ebenso schnell tappt man in eine rechtliche Falle und schon kommt eine teure Abmahnung ins Haus gesehelt. Diese Gefahr besteht nicht nur für Programmierer oder Inhaber einer eigenen Homepage, sondern auch für Privatleute, die ein urheberrechtlich geschütztes Bild auf Facebook posten oder beim angeblichen Download von Filmen „erwischt“ werden. Um sich vor solchen rechtlichen Tücken zu schützen, haben wir für Sie diesen Leitfaden zusammengestellt.

2. Kernbegriffe

a) Domain:

Um die Suche nach Websites im Internet zu erleichtern, wurde das Domain-Name-System („DNS“) eingeführt. Dabei wird die einmalige IP-Adresse einer Website oder eines Servers, die zur Teilnahme am Internet benötigt wird, mit einem für Menschen leichter zu merkenden Namen überlagert. So verbirgt sich hinter der Domain www.beispiel.de eine IP-Adresse folgender Form: 17.153.32.75. Damit man beim Surfen nicht solche Zahlenkolonnen auswendig lernen muss, werden diese IP-Adressen in alphanumerische Adressen (URL, „uniform resource locator“) umgewandelt. Eine Domain besteht aus mehreren hierarchisch zusammenhängenden Teilen. So bildet das „de“ in www.beispiel.de die sogenannte Top-Level-Domain. Selbstverständlich gilt das auch für .com, .org. und alle weiteren gängigen Adress-Endungen. Das „beispiel“ in der Domain www.beispiel.de ist die Second-Level-Domain und befindet sich auf der zweiten Ebene. Schließlich folgt noch das „www“ als Third-Level-Domain. Selbstverständlich können fast beliebig weitere Subdomains erteilt werden (z.B. www.hamburg.bergedorf.verwaltung.beispiel.de).

b) Server und Host

Als Server bezeichnet man entweder eine Software oder umgangssprachlich auch einen Computer, der mit einem anderen Computer kommuniziert und somit bestimmte Dienstleistungen zur Verfügung stellt. Solche Server benutzen Sie beispielsweise, wenn Sie auf Ihren Emailanbieter zugreifen, wenn Sie sich eine Website ansehen oder wenn Sie eine

App benutzen. Ein Hostler kann entweder die Hardware, auf dem das Server-Programm zur Verfügung gestellt wird, bezeichnen, oder aber die Bereitstellung von Ressourcen (Webhosting) durch einen Internetserviceprovider (z.B die Telekom). Dabei wird dem Kunden Webspace zur Verfügung gestellt, teilweise werden auch andere Dienste (wie zum Beispiel Content Management oder Datenschutz) angeboten.

c) Provider:

Provider sind allgemein gesprochen Dienstleister. Gerade im Zusammenhang mit IT-Recht spielt der Content-Provider eine wichtige Rolle. Er ist derjenige, der den Inhalt einer Website bereitstellt und für dessen Richtigkeit haftet. Ein weiterer nennenswerter Anbieter ist der Access-Provider, der den Zugang zum Internet für Kunden ermöglicht, aber nicht für die Bereitstellung von Inhalten verantwortlich ist.

d) Filesharing:

Filesharing bezeichnet das direkte Weitergeben von Dateien unter Nutzern eines Filesharing-Netzwerkes. Einzelne Nutzer können hier Dateien von dedizierten Servern oder fremden PCs downloaden und nutzen. Gleichzeitig werden diese Inhalte beim Download anderen Nutzern zur Verfügung gestellt. Im Deutschen findet man häufig die Bezeichnung Internettauschbörse für diese Form des Datenaustausches. Von rechtlicher Bedeutung ist die Unterscheidung zwischen solchem Filesharing und dem Download von sog. „Filehostern“, auf denen Dateien direkt, und ohne sie anderen zur Verfügung zu stellen, heruntergeladen werden können.

e) Streaming:

Es gibt grundsätzlich zwei verschiedene Arten des Streamings. Zum einen ist das Live-Streaming wichtig, z.B. bei Sportereignissen. Die Daten werden direkt über das Internet übermittelt und vom Client fast in Echtzeit abgerufen. Auf technischer Seite ist hier zu beachten, dass die Daten lediglich in den Arbeitsspeicher (RAM) geladen werden. Eine andere Variante des Streamings ist das sogenannte On-Demand Streaming, das vorrangig von Internetradios, Videoplattformen wie Youtube und Online-Videotheken wie Maxdome verwendet wird. Der Unterschied liegt darin, dass die bereitgestellten Dateien auf Servern gespeichert und jederzeit abrufbar sind. Durch diese Methode wird auch ein Vor- oder Zurückspulen bzw. ein Anhalten der Sendung oder des Liedes ermöglicht. Bei dieser Streaming-Variante werden die Daten meist nur kurzfristig im Arbeitsspeicher des Computers gespeichert, wo das Video, nachdem es vollständig geladen ist, ganz gespeichert wird. Dies kann bei Urheberrechtsfragen von Bedeutung sein.

f) Sourcecode / Objectcode

Quellcode (engl.: Sourcecode) und Maschinencode (engl.: Objectcode) sind Begriffe aus der Computerprogrammierung. Als Quellcode bezeichnet man die veränderliche Programmiersprache, in dem einen Softwareprogrammierer sein Programm schreibt. Er besteht aus Wörtern bzw. Abkürzungen, die für Menschen lesbar und verständlich sind. Da ein Computer diese Sprache allerdings nicht versteht, muss man auf den Maschinencode zurückgreifen. Er besteht aus 0 und 1, da ein Computer nur zwei Zustände kennt. Für

Menschen ist dieser Code meist unlesbar, ein Computer versteht jedoch nur diese Sprache. Um den vom Programmierer geschriebenen Quellcode in Maschinencode zu „übersetzen“, bedient man sich eines weiteren Programmes, dem Compiler. Dieser dient also dazu, dass die vom Menschen geschriebenen, „verständlichen“ Programme in eine sehr lange Abfolge von 0 und 1 übersetzt und vom Computer ausgeführt wird.

g) Cloud-Computing

Im Prinzip ist damit gemeint, dass bestimmte Bereiche oder Aufgaben, die normalerweise ein lokaler Computer erledigen würde, von einem Cloud-Provider z.B. über das Internet gemietet werden. Diese Cloud lässt sich flexibel nach dem eigenen Bedarf einrichten und nutzen. Für Unternehmen ist dies insbesondere interessant, da das Anmieten von Speicher, Software etc. sehr viel kostengünstiger ist als die entsprechenden Dienste lokal einzurichten und zu nutzen. Zudem bedeutet die Nutzung von Clouds Flexibilität für das Unternehmen in vielfachem Sinne.

Allerdings ergibt sich für die Unternehmen auch ein wichtiger Nachteil aus dem oben genannten Nicht-Vorhandensein auf lokaler Ebene. Das Unternehmen begibt sich nämlich in eine sehr starke Abhängigkeit zum Cloud-Provider, weil ein Großteil der Firmenfunktion in die Hände des Anbieters gelegt wird und bei möglichen Störungen des Anbieters unter Umständen verloren geht.

II. Domainrecht

Beim Erwerb und Betreiben einer Domain können sich viele rechtliche Probleme einstellen. So sind beim Eintragen und Benutzen einer Marke insbesondere Marken- und Namensrechte Dritter zu beachten. Hier finden Sie eine Übersicht der wichtigsten Informationen, die Sie wissen sollten.

1. Domain-Vergabe

Die Vergabe von .de-Domains erfolgt durch die DeNIC. Top-Level-Domains wie beispielsweise .com werden von der ICANN verwaltet. Um eine Domain anzumelden, muss man sich entweder an diesen registrar selbst wenden, oder aber an einen Service-Provider, der mit dem registrar vertraglich verbunden ist. Dies ist für den Kunden oft einfacher und preisgünstiger, kann aber zu rechtlichen Problemen führen, wenn der Service Provider sich als Domaininhaber oder als Admin-c der Website eintragen lässt. Prinzipiell erfolgt die Vergabe schnell und nach dem Prinzip „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“. Allerdings sollte man sich bei der Domainsuche nicht nur an seiner Wunschdomain orientieren, sondern zunächst prüfen, ob die Wunschdomain evtl. gegen Rechte Anderer verstößt.

Bei einer Glaubhaftmachung von Ansprüchen kann die Denic eine Domainübertragung durch einen sog. Disputer sperren. Eine Übertragungspflicht einer Domain, oder eine Prüfungspflicht nach kennzeichnerechtsverletzungen kommt ihr auch bei der

Domainvergabe nicht zu, wie jüngst der BGH entscheiden hat (BGH vom 17.05.2001 - I ZR 251/99, Ambiete.de)

Ambiente.de

2. Kennzeichenrecht (Marken und Namen)

a) Markenrecht

(1) Geschützte Marken vor Anmeldung der Domain

Gewisse Bezeichnungen, Bilder oder Kombinationen hiervon können markenrechtlichen Schutz nach §§ 14,15 MarkenG genießen. Daher empfiehlt sich vor der Registrierung einer Domain zunächst einmal eine Recherche, um herauszufinden, ob möglicherweise der Domainbegriff bereits belegt ist. Dafür sollte die DPMA (Deutsches Patent- und Markenamt) Markenrecherche für deutsche und europäische Gemeinschaftsmarken, und die ROMARIN-Datenbank der WIPO für internationale Marken genutzt werden. Befindet sich Ihr Begriff in einer dieser Datenbanken, gilt es herauszufinden, ob Sie die Domain trotzdem anmelden und nutzen dürfen. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn Sie die Domain privat nutzen (und den Markeninhaber nicht gezielt schaden) wollen, ein eigenes Recht an der Domain besitzen (zB. weil es sich um Ihren Nachnamen handelt), oder einen anderen Kundenkreis anzielen, sodass kein Konflikt und insbesondere keine Verwechslungsgefahr mit der Marke bestehen. Hierbei gilt: je unterschiedlicher das Kennzeichen/die Bezeichnung Ihrer Domain, desto vergleichbarer dürfen Ihre Produkte sein. Umgekehrt gilt: je ähnlicher das Kennzeichen, desto unähnlicher müssen dafür die Produkte/Dienstleistungen sein, die Sie anbieten. Nicht erlaubt ist jedoch in jedem Fall eine Rufausbeutung, also die Anmeldung einer Domain dergestalt, dass Nutzer nur wegen der Verbindung oder Ähnlichkeit zu einer Marke dazu verleitet werden, eine Website zu besuchen, die sie ansonsten nicht besucht hätten. Letztendlich hängt die Zulässigkeit der Registrierung einer Domain aber immer vom Einzelfall ab und sollte deshalb im Zweifelsfall mit einem Anwalt überprüft werden.

Da im Markenrecht das Prinzip „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ gilt, sollten Sie, nachdem Sie sich für eine Domain entschieden haben, überprüfen, ob Sie diese nicht selbst markenrechtlich schützen lassen wollen.

(2) Markenrechtsschutz nach/durch Benutzung einer Domain

Markenrechtlicher Schutz kann aber nicht nur durch Eintragung, sondern auch durch Benutzung einer Domain entstehen. Wer eine Domain besitzt, diese aber nicht durch Registrierung schützt, ist dennoch nicht gänzlich schutzlos gestellt. Ein Schutz der Domain oder der Second-Level-Domain (s. Kernbegriffe) kann allerdings nur durch Benutzung und Erlangen von Verkehrsgeltung oder durch notorische Bekanntheit entstehen. Notorisch bekannt sind lediglich berühmte Marken, wie z.B. Coca-Cola. Verkehrsgeltung haben Marken, die mindestens 19% des entsprechenden Verkehrskreises bekannt sind. Dies kann nachträglich allerdings nur schwierig nachgewiesen werden.

(b) Schutz als Unternehmenskennzeichen (§15 MarkenG)

Ein Schutz der Domain kommt weiterhin nach §15 MarkenG in Frage. Als Unternehmenskennzeichen wird die Domain nur geschützt, wenn die Bezeichnung für eine aktive Website, im geschäftlichen Verkehr und „kennzeichenmäßig“ (also nicht lediglich als „Umleitung“ zu einer anderen Website) benutzt wird. Zudem muss die Domain einen Inlandsbezug haben und Unterscheidungskraft haben (also einigermaßen „originell“ sein). Da hier nicht zwingend Verkehrsgeltung notwendig ist und möglicherweise bereits Benutzung genügt, ist der Schutz weitreichender. Auch hier empfiehlt sich im Zweifel die Einschaltung eines Anwalts.

(c) Titelschutz

Eine Domain könnte unter Umständen auch als Werktitel gem. § 5 III MarkenG geschützt sein. Dies ist dann der Fall, wenn die Domain dem Namen einer Zeitschrift, eines Buches, von Software oder einem ähnlichen Werk entspricht. Dies gilt allerdings nur, wenn der Titel unterscheidungskräftig und nicht zu allgemein gehalten ist und der Titel einigermaßen bekannt ist.

(3) Namensrecht

Auch das Namensrecht aus §12 BGB kann einer Domain Schutz bieten. Wenn die Domain dem Namen des Registrierenden, dem Namen seiner Firma oder seines Unternehmens entspricht, hat der Registrierende ein Recht an dieser Domain, dass er anderen entgegensetzen kann.

(4) Hindernisse gegen die Registrierung – Sittenwidrigkeit (826 BGB)

Unzulässig ist das Registrieren von einer großen Zahl an Domains ohne jegliche Namensrechte an den gesicherten Domains zu besitzen, ohne Absicht, die Domains zu nutzen, und mit dem eigentlichen Zweck, die Domains später an den eigentlichen Rechtsinhaber zu verkaufen („Domaingrabbing“). Hiergegen kann ein Anspruch aus § 826 BGB bestehen.

(5) Wettbewerbsrecht

Soweit kein Kennzeichenrechtsschutz greift, können wettbewerbsrechtliche Ansprüche, wie Behinderung, Irreführung oder Rufausbeutung einer Nutzung der Domain entgegenstehen.

Generell ist aber die Nutzung eines beschreibenden – sog. generischen Domainnamens zulässig. Rechtsprechung (Vgl. BGH, 17.05.2001 - I ZR 216/99, Mitwohnzentrale.de)

Das Landgericht Hamburg hat hierzu jüngst ausgeführt, dass kein Verwehlungsschutz bei der Verwendung allgemeinsprachlicher generischer Domains besteht (LG Hamburg, Urteil vom 1.10.2014, Az.: 408 HKO 131/13, wallart.de):

„Die Registrierung und Nutzung beschreibender Domainnamen im Internet ist dann wettbewerbsrechtlich zulässig, wenn die angegriffene Domain mit der angreifenden Domain eine sprachlich gleichwertige Variante darstellt und damit nicht gezielt auf Tippfehler spekuliert, sondern, wie im allgemeinen Sprachgebrauch üblich, lediglich eine Schreibvariante eines allgemein gängigen Begriffs darstellt. Dies schließt Getrennt- und Zusammenschreibung ebenso ein wie den Einsatz von Binde- und Unterstrichen. Einen Verwehlungsschutz für Domainnamen kennt das Wettbewerbsrecht nicht.“

III. Urheberrecht

1. Einleitung

Das Urheberrecht ist eines der häufigsten rechtlichen Stolpersteine im Internet. Ob Bilder, Musik, Filme oder Texte – hier ist es besonders leicht, unbeabsichtigt in eine Falle zu tappen. Sollte das Ihnen passieren, gilt es zunächst einmal, die Ruhe zu bewahren und sich den nächsten Schritt zu überlegen. Aber auch, wenn Sie Urheber sind und ihr Werk auf einer fremden Homepage finden, sollten Sie Ihre Rechte kennen. Um Ihnen den Umgang mit Urheberrechten im Internet zu erleichtern, klären wir Sie über die wichtigsten Punkte auf.

2. Was ist geschützt?

Zunächst einmal gilt es, den Kreis der urheberrechtlich geschützten Werke einzugrenzen. Im nächsten Abschnitt wird dann erläutert, was dies für Konsequenzen hat.

Welche Werke geschützt werden, ist in §§1, 2 des Urheberrechtsgesetzes festgelegt. Schutzzfähig sind demnach Schriftwerke wie Bücher, Zeitschriften und Software, aber auch Musikstücke, Werke der bildenden Kunst (Gemälde, Porträtzeichnungen etc.) sowie Fotos und Filme. Da der Schutz sehr weitreichend ist und sämtliche geistige Schöpfungen erfasst, können selbst Bedienungsanleitungen urheberrechtlich geschützt sein. Aus diesem Grunde ist im Umgang mit jeglichen fremden Texten, Liedern oder Bildern strengste Vorsicht geboten.

Obwohl das Urheberrecht sehr weitreichenden Schutz bietet, sind die Ideen hinter den Werken selbst nicht geschützt. Es ist immer nur das Werk in seiner konkreten Form und Anwendung geschützt, nicht aber das Prinzip dahinter. So liegt es beispielsweise bei Software, bei der die einzelnen Programmelemente oder das vom Programm erzielte Ergebnis nachgeahmt werden kann, nicht aber direkt aus dem Quellcode übernommen. Die Abgrenzung ist aber im Einzelfall recht schwierig.

a) Literarische Werke/Texte

Geschützt sind nach §2 UrhG unter anderem Texte und literarische Werke. Das führt dazu, dass die meisten Texte auf die eine oder andere Art urheberrechtlich geschützt sind und Kopien bzw. Veröffentlichungen (mit einigen Ausnahmen, s. sogleich) grundsätzlich unzulässig sind. Das heißt, dass beim Umgang mit Texten auf fremden Websites, Büchern, Artikeln oder selbst Facebook-Posts Vorsicht geboten ist. Auch gilt: was in privaten Netzwerken oder im privaten Emailverkehr geschrieben wurde, darf nicht ohne weiteres veröffentlicht werden. Vor Verwendung fremder Texte ist stets die Einwilligung des Urhebers einzuholen.

b) Musik, Remixes und Coverversionen

Auch beim Umgang mit Musik ist Vorsicht geboten. Die Verbreitung von fremden Liedern, z.B. auf YouTube, ist laut § 85 Abs. 1 UrhG nicht erlaubt. Zwar ist bei Musik meist erst die Melodie selbst, und nicht der einzelne Sound, als Werk geschützt. Allerdings bestehen für Tonträger Leistungsschutzrechte, so dass selbst winzige „Samples“ Urheberrechtsverletzungen darstellen können. Aus diesem Grunde sollten Remixes mit Einwilligung des Urhebers veröffentlicht werden.

Problematisch sind auch Cover-Versionen von bekannten Songs, da hier die rechtliche Lage etwas vertrackt ist. Wenn die Coverversion erheblich von dem Original abweicht und von diesem quasi nur „inspiriert“ ist, gilt §24 Abs. 1 UrhG. Nach § 24 Abs. 1 UrhG ist es allerdings erlaubt, Songs auf Grundlage fremder Titel zu veröffentlichen. Dabei muss der Bezug auf das Original nicht oder nur noch sehr schwer erkennbar sein. Ist dieser Abstand nicht gegeben, weil z.B. die Melodie eines Liedes kopiert wurde, ist nach § 23 UrhG die Zustimmung des Urhebers nötig, um das Lied zu veröffentlichen. Dies wird bei den meisten herkömmlichen Coverversionen der Fall sein. Allerdings erfolgt die Rechtswahrnehmung für Urheber in Deutschland unter Umständen durch die „GEMA“. Wenn sich ein Urheber entschieden hat, die Rechtswahrnehmung der GEMA zu überlassen, kann die Erlaubnis zur Veröffentlichung von Coverversionen von der Gema eingeräumt werden. So kommt es, dass Heino ein Album bekannter deutscher Lieder veröffentlichen konnte, ohne die Urheber persönlich vorher um Einverständnis zu fragen.

c) Kunst und Bilder

Grundsätzlich ist nach § 72 UrhG jedes Foto, sei es ein Porträtfoto o.Ä. urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht obliegt derjenigen Person, die das Foto erzeugt hat, dem sogenannten Lichtbildner. Es ist also äußerste Vorsicht geboten, wenn z.B. Fotos von fremden Websites kopiert und für die eigene Website genutzt werden, da ansonsten eine

sehr teure Abmahnung und Schadensersatzforderungen folgen können. Wenn für die Verwendung von Fotos Urheberrechte eingeholt werden, muss unbedingt darauf geachtet werden, dass der angebliche Urheber auch der tatsächliche Urheber ist, da die Prüfpflichten von Gerichten hier relativ hoch angesetzt werden und der gute Glaube nicht geschützt werden.

d) Datenbanken

Auch Datenbanken genießen urheberrechtlichen Schutz. Haben sie die erforderliche Schöpfungshöhe (also sind sie kreativ genug), sind sie als Datenbankwerke (§4 Abs. 2 UrhG) geschützt, wenn nicht, können sie nach § 70 UrhG geschützt sein. Zusätzlich schützen die §§ 87a ff. UrhG den Datenbankhersteller. Zu Datenbankwerken gehören unter anderem oft Websites, sodass diese nicht ohne weiteres kopiert werden dürfen. Sogenanntes Data-Mining oder Web-Scraping, also das systematische Auslesen von Datenbanken, kann somit urheberrechtlich verboten sein.

Der EuGH hat in einem neuen Urteil klargestellt, dass auf das Datenbank-Recht oder besser gesagt auf die Datenbankrichtlinie nur eine solche Datenbank geschützt ist, die durch das Urheberrecht bzw. das Schutzrecht sui generis nach der Datenbankrichtlinie geschützt ist. Unbeschadet dessen kann aber den Hersteller von Datenbanken nicht verwehrt werden, vertragliche Regelungen zum Schutze der Datenbank zu treffen (EuGH, Urteil vom 15.01.2015 – C-30/14).

3. Wie sind solche Werke geschützt?

Grundsätzlich umfasst der Schutz von Werken zwei Komponenten: die Verwertungsrechte, die dem Urheber die finanzielle Verwertung seines Werkes ermöglichen soll, und Urheberpersönlichkeitsrechte, die die besondere Verbindung zwischen Künstler und Werk schützen sollen. Der Urheber kann daher bestimmen, wer sein Werk vervielfältigen, bearbeiten, verbreiten, öffentlich zugänglich machen, aufzuführen etc. darf. Urheberpersönlichkeitsrechte sorgen dafür, dass der Urheber eines Werkes selbst bei zulässiger Verwertung genannt werden muss, sein Werk nicht entstellt werden darf und Bearbeitungen nicht ohne weiteres erlaubt sind.

Das Urheberrecht kann bis zu 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers weiterbestehen, sodass auch bei alten Werken der Schutz nicht ohne weiteres entfällt. Erst nachdem sämtliche Rechte an einem Werk erloschen sind (also beispielsweise das Urheberrecht an Text und Musik eines Liedes, das Recht des Tonträgerherstellers, das Recht des aufführenden Künstlers usw.), geht ein Werk in das Allgemeingut über und darf nach Belieben vervielfältigt und genutzt werden.

Bei einem Verstoß gegen Urheberrechte drohen nicht nur empfindliche Schadensersatzforderungen und teure Abmahnungen, sondern auch strafrechtliche Sanktionen und Freiheitsstrafen.

4. zulässige Nutzungen

Das Urheberrecht bietet zahlreiche Ausnahmen von den oben aufgezeigten Benutzungen, die normalerweise zustimmungspflichtig sind. Diese Schrankenbestimmungen sind in den §§ 44 ff. UrhG normiert und erlauben die zustimmungsfreie Benutzung von urheberrechtlichem Material unter bestimmten Umständen. Die Tatbestände sind zahlreich und verworren – so gibt es Ausnahmen bei öffentlichen Reden, bei Erschöpfung, bei Schulfunksendungen und vielem mehr. Für einige dieser zulässigen Nutzungen muss eine (direkte oder indirekte) Vergütung gezahlt werden, andere sind vergütungsfrei. Die wohl wichtigsten Ausnahmen im Internet sind die Privatkopie, das Zitatrecht, vorübergehende Vervielfältigungen und Ausnahmen für Unterricht und Forschung.

a) Privatkopie - Vervielfältigung von urheberrechtlich geschütztem Material zum eigenen Zweck

Die Vervielfältigung von urheberrechtlich geschütztem Material zum privaten oder eigenen Gebrauch ist gem. § 53 Abs. 1 UrhG erlaubt. Dies gilt allerdings nur, solange die Kopien entweder nur für den eigenen Gebrauch oder für Familienangehörige und Freunde gemacht wird. Die Kopien dürfen zudem nur durch eine natürliche Person (also bspw. kein Unternehmen) gemacht werden und dürfen nicht der eigenen Bereicherung dienen, also nicht betrieblich genutzt werden. Auch sollten nicht mehr als sieben Kopien erstellt werden. Zudem darf keine Privatkopie erstellt werden, wenn die Quelle offensichtlich illegal erstellt und veröffentlicht wurde. Was „offensichtlich“ ist, ist weit umstritten – bei vielen Tauschbörsen wird dies allerdings der Fall sein. Der Download von Musik auf YouTube ist eine rechtliche Grauzone, da hier viele Videos mit Einwilligung des Urhebers hochgeladen werden, andere aber auch nicht. Da es sich aber bei YouTube kaum um eine „offensichtlich“ rechtswidrige Quelle handeln dürfte, ist der Download hier meist legal, solange dies dem privaten oder eigenen Gebrauch dient.

Zu beachten ist allerdings, dass dieser Ausnahmetatbestand auch wieder von Ausnahmen gespickt ist. Eine davon ist, dass zum Erstellen der Privatkopie kein Kopierschutz oder ähnliche technische Maßnahmen umgangen werden dürfen. Zwar ist dies nicht strafrechtlich verboten, kann aber zivilrechtliche Folgen wie zum Beispiel Schadensersatzforderungen nach sich ziehen. Damit sind gerade Privatkopien von legal erworbenen Liedern oder Filmen, die meist mit einer Art Kopierschutz belegt sind, nicht erlaubt. Nicht erlaubt ist zudem das Herstellen oder Überlassen von Software, die eine solche Umgehung erlaubt.

Eine Ausnahme gilt auch für Computerprogramme, für die §53 UrhG nicht eingreift. Hier darf lediglich eine Sicherheitskopie gemacht werden (§69 Abs. 2 UrhG), und zwar nur durch den zur Benutzung des Programms berechtigten Nutzer und nur, wenn dies zur Sicherung der künftigen Benutzung notwendig ist.

b) Zitatrecht (§51 UrhG)

Nach §51 UrhG ist das Kopieren von Werken zum Zwecke des Zitats zulässig. Dies gilt auch nicht nur, wie fälschlicherweise oft angenommen, für literarische Werke, sondern für jegliche Art von Werken – also auch Bilder, Filme und Musikstücke. Allerdings hat auch das Zitatrecht seine Schranken. So muss das Zitat auch den Zitatzweck erfüllen, also wirklich den eigenen Text untermauern oder die eigene Aussage veranschaulichen. Es muss zudem ein sachlicher Zusammenhang zwischen Zitat und Werk bestehen und der Umfang des Zitats muss sich auf das Erforderliche beschränken. Es können daher auch längere Zitate gemacht werden, sofern diese notwendig sind. Selbstverständlich müssen Zitate zudem gekennzeichnet und mit einer Quellenangabe versehen werden.

c) vorübergehende Vervielfältigungen (§ 44a UrhG) und Streaming

Da im elektronischen Verkehr und im Internet viele technische Vorgänge ohne Vervielfältigung nicht möglich sind und eine Einschränkung hier den technologischen Fortschritt erheblich hemmen könnte, erlaubt §44a UrhG bestimmte kurzzeitige Vervielfältigungen.

Demnach sind Vervielfältigungshandlungen zulässig, die flüchtig oder begleitend sind und einen integralen und wesentlichen Teil eines technischen Verfahrens darstellen. Zusätzlich müssen diese Vervielfältigungen den alleinigen Zweck haben, eine Übertragung in einem Netz zwischen Dritten durch einen Vermittler oder eine rechtmäßige Nutzung eines Werkes oder sonstigen Schutzgegenstands zu ermöglichen. Zudem dürfen sie keine eigenständige wirtschaftliche Bedeutung haben. Diese Vorschrift ermöglicht beispielsweise das Browsen und Caching, Vorgänge, die tagtäglich genutzt werden und bei denen für den Nutzer unerkennbar Vervielfältigungen geschaffen werden.

Umstritten ist, ob die Vorschrift auch das Streamen von Werken (also zum Beispiel auf kinox.to) erfasst. Ob das Live-Streaming von Videos im Internet erlaubt ist, lässt sich nicht ganz einfach beantworten, da die Daten lediglich in den Arbeitsspeicher geladen, aber nicht gespeichert werden. Die Diskussion dreht sich meist darum, ob die im Arbeitsspeicher kurzfristig gespeicherte Kopie beim Streamen eine eigenständige wirtschaftliche Bedeutung hat. Da dieser Sachverhalt noch umstritten ist und eine eindeutige Rechtsprechung nicht existiert, ist hier Vorsicht geboten – insbesondere bei „offensichtlich rechtswidrigen Quellen“ wie kinox.to. Allerdings hat das Landgericht Köln zu den Auskunftersuchen im RedTube-Fall hervorgehoben, dass das bloße Streaming einer Video-Datei grundsätzlich noch keinen relevanten urheberrechtlichen rechtswidrigen Verstoß darstelle (LG Köln, Beschluss vom 24.01.2014, Az 209 O 188/13 RedTube Streaming Abmahnungen).

d) Ausnahmen für Unterricht und Forschung

Ausnahmebestimmungen bestehen auch für Unterricht und Forschung. Hier ist insbesondere § 52a UrhG für das Internet relevant, da damit die öffentliche Zugänglichmachung, also die Veröffentlichung im Internet, zu Unterrichtszwecken oder für die Forschung ermöglicht wird. Die Vorschrift ist allerdings vorläufig nur bis zum 31. Dezember 2014 anwendbar.

Zudem ist nach § 53 Abs. 2 Nr. 1 UrhG auch die Nutzung von Inhalten zum eigenen wissenschaftlichen Gebrauch zulässig, allerdings nicht das Kopieren von ganzen Büchern und nicht für mittelbare oder unmittelbare kommerzielle Zwecke.

e) Tauschbörsen

Grundsätzlich verstößt die Nutzung von Tauschbörsen im Internet gegen keine Rechte und ist somit vollkommen legal. Kritisch wird es bei dem Download von Inhalten auf besagten Seiten, da der Upload von Werken oft ohne Urheberrechte erfolgt ist und somit gegen § 19a UrhG verstößt. Ist es offensichtlich, dass der Upload illegal erfolgt ist, weil z.B. ein Lied von Robbie Williams kostenlos angeboten wird, ist auch der Download nach § 53 Abs. 1 UrhG nicht erlaubt.

f) Links

Auch beim Setzen von Links war lange Zeit umstritten, ob Urheberrechte betroffen sind. Inzwischen ist jedoch etabliert, dass normale Links keine Urheberrechte verletzen, da sie nur auf Inhalte verweisen und diese nicht kopieren, zugänglich machen oder sonstiges. Zudem muss sich jeder, der das Internet nutzt, um Inhalte zu präsentieren, auch gefallen lassen, wenn auf diese Inhalte verwiesen wird. Dies gilt auch für sogenannte Deep Links, bei denen direkt auf einen Inhalt unter Umgehung der eigentlichen Homepage (an der oft die wichtigste Werbung platziert ist) verwiesen wird. Auch diese sind urheberrechtlich zulässig. Problematisch können solche Links aber unter strafrechtlichen und haftungsrechtlichen Aspekten werden (s. unter dem jeweiligen Abschnitt).

Zu Hyperlinks hat der EuGH jüngst entschieden, dass man als Inhaber einer Internetseite ohne Erlaubnis der Urheberrechtsinhaber über Hyperlinks auf geschützte Werke verweisen darf, die auf einer anderen Seite frei zugänglich sind (EuGH, Urteil vom 13.02.2014 – C-466/12 – Nils Svensson ua/Retriever Sverige AB).

Anders steht es mit Inline-Linking und Framing. Bei letzterer Technik wird der verlinkte Inhalt in der Website des Programmierers „eingerahmt“, während bei ersterer ein Medieninhalt direkt in die Seite eingebettet wird (wie bei Youtube). Da hier der betreffende Inhalt sofort wiedergegeben kann, sieht die Rechtsprechung das Setzen von solchen Links als „Zugänglichmachen“ und somit als urheberrechtlich relevante Handlung an. Ist der Inhalt urheberrechtlich geschützt, kann der Websiteanbieter neben dem eigentlichen Inhalt-Hoster vom Rechteinhaber in Anspruch genommen werden.

Allerdings gibt es jetzt Einschränkungen zum Framing. Nach einem neuen Beschluss des EuGH (EuGH Beschluss vom 21.10.2014 – Az. C – 348/13 – „Bestwater International“) stellt mitunter die Framing-Technik keine öffentliche Wiedergabe dar. Soweit das Werk, das auf einer Website öffentlich zugänglich ist, in eine andere Website mittels eines Links unter Verwendung der Framing-Technik

eingebettet wird, liegt keine Urheberrechtsverletzung vor, soweit das betreffende Werk weder für ein neue Publikum och nach einem speziellen technischen Verfahren wiedergegeben wird, das sich von demjenigen der ursprünglichen Wiedergabe unterscheidet.

5. Rechteübertragung

Wer im Internet urheberrechtlich geschütztes Material benutzen möchte, muss zunächst die benötigten Nutzungsrechte von den betroffenen Urhebern einholen. Dies ist nach § 32 UrhG möglich. Vor Übertragung von Rechten sollte sich ein Interessent zunächst einmal genau überlegen, welche Rechte er benötigt, wie lange er diese benötigt, was nach Ablauf der Lizenz geschehen soll und vieles mehr. Nicht möglich ist die Übertragung vom „Urheberrecht“ allgemein (vgl. §29 UrhG). Urheberpersönlichkeitsrechte können vom Urheber nicht übertragen werden, anders als im angloamerikanischen Rechtssystem, in dem das gesamte Urheberrecht kommerzialisiert werden kann. Auch muss sich der Interessent darüber Gedanken machen, ob die Lizenz ausschließlich (d.h. kein Dritter, nicht einmal der Urheber, darf das Nutzungsrecht ausüben) oder einfach (Mitbenutzung durch Dritte ist möglich), zeitlich beschränkt, lokal oder weltweit, und weiterübertragbar sein soll. Pauschalklauseln sind in Verträgen zu vermeiden und eine Beschreibung des Zwecks der Übertragung ist empfehlenswert, da diese im Zweifelsfall von Gerichten in Erwägung gezogen wird.

IV. Werbung im Internet

Grundsätzlich gilt für die Werbung im Internet das gleiche wie für normale Werbung. Landesrecht, das die Zulässigkeit von Werbung regelt, gilt gleichermaßen im Internet. Auch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) findet im Internet Anwendung.

Wer sich gegen Werbung im Internet wehren möchte, findet hierzu einige Tipps

1. Bannerwerbung und Pop-ups

Bannerwerbung besteht darin, dass Banner im Sichtfeld des Internetnutzers erscheinen und mittels Klick auf die beworbene Website oder ähnliches führen, was nach §§ 14, 15 MarkenG dann erlaubt ist, wenn beide Websites mit der Verlinkung einverstanden sind. Auch im Internet besteht ihr Erfolg jedoch in der unbewussten Aufnahme der Werbung. Ein Klick bleibt meist aus, die Werbung bleibt jedoch im Gedächtnis.

Eine spezielle Form der Bannerwerbung sind Pop-ups, die, wie der Name sagt, auf dem Bildschirm erscheinen und oft nicht einfach wieder verschwinden. Diese verstoßen laut §§ 3, 7 UWG gegen das Wettbewerbsrecht, wenn sie übermäßig aufdringlich sind und sich nicht leicht wieder schließen lassen und sind folglich verboten. Auch Werbung, die den Nutzer auf andere Websites umleitet, kann gegen wettbewerbsrechtliche Regeln verstoßen und von Konkurrenten abgemahnt werden. Legal und wirksam gegen Pop-ups und andere Werbungen sind Ad-Blocker.

2. E-Mail Marketing

Für das E-Mail Marketing muss zunächst eine Unterscheidung zwischen Newslettern und Spams getroffen werden. Newsletter sind Informationsmails, die vom Nutzer mithilfe des Opt-In Verfahrens ausdrücklich angefordert wurden, indem er sich in die Empfängerliste eingetragen hat. Eine Ausnahme bilden Newsletter von Online-Shops, bei denen gemäß § 7 Abs. 3 UWG eine Form des Opt-Out Verfahren greift. Man wird also automatisch in die Empfängerliste eingetragen. Nach einer Bestellung sind die Shops befugt, Newsletter ohne Zustimmung des Kunden an dessen Mail-Adresse zu verschicken. Diese können im Normalfall jedoch leicht wieder abbestellt werden.

Anders verhält es sich mit Spam Emails. Diese werden massenhaft und ohne Zustimmung versandt. Obwohl sie laut § 7 Abs. 2 UWG und § 823 Abs. 1 BGB verboten sind, ist es in der Praxis häufig nicht möglich, die Verantwortlichen ausfindig zu machen und zu bestrafen.

V. Informationspflichten

Als Online-Shop Betreiber muss man einige Vorschriften beachten, um sich nicht strafbar zu machen. Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang vor allem die Angabe von Preisen, das Impressum und Lieferfristen. Ein weiterer wichtiger Punkt, der für Anbieter zu beachten ist, sind die AGB, sie werden gesondert besprochen im Kapitel „Verträge im Internet“.

1. Impressumspflicht

a) Allgemein

Zu beachten ist zunächst einmal die allgemeine Impressumspflicht, die in § 5 Telemediengesetz (TMG) geregelt ist. Nach dieser Vorschrift muss jeder, der in der Regel entgeltlich tätig ist, folgende Angaben machen:

- Namen oder die Firma (inklusive Vornamen)
- Ihre Anschrift (nicht nur ein Postfach)
- (falls vorhanden) Vorstandsmitglieder aufzählen
- E-Mail-Adresse und weitere Angaben, die eine schnelle Kontaktaufnahme ermöglichen (beispielsweise eine Telefonnummer oder eine Faxnummer)
- Angaben zu den zuständigen Aufsichtsbehörden (beispielsweise das zuständige Handelsregister oder die zuständige Aufsichtsbehörde)
- Handelsregisternummer
- USt-Identifikationsnummer

Bei juristischen Personen (also beispielsweise einer GmbH) kommen zusätzliche Angaben hinzu:

- Rechtsform
- Sitz
- Vertretungsberechtigte

Diese Angaben müssen deutlich sichtbar (zum Beispiel unter „Impressum“ und einfach, also nach spätestens 2 Klicks, zu erreichen sein. Zudem dürfen diese Informationen nicht in Java-Skripten o.ä. eingebunden sein, da sie auch für Internetnutzer mit älteren Geräten auffindbar sein müssen. Es gibt allerdings auch Seiten, wie Preisvergleichdienste oder soziale Netzwerke, die von dieser Regelung ganz oder teilweise ausgeschlossen sind.

Werden diese Angaben nicht gemacht, drohen Bußgelder oder teure Abmahnungen durch Konkurrenten.

b) Besonders

Gem. §55 Abs. 2 Rundfunkstaatsvertrag müssen Anbieter von journalistischen Inhalten zusätzlich den Verantwortlichen im Sinne des Presserechts angeben. Zu solchen Anbietern gehören alle, die journalistisch-redaktionell gestaltete Inhalte periodisch anbieten. Ob dazu auch Blogs gehören ist umstritten.

2. Informationspflichten im Fernabsatzrecht

a) Für wen gilt das Fernabsatzrecht?

Das Fernabsatzrecht ist nur im Verhältnis von Unternehmern zu Verbrauchern anwendbar und ist in §§ 312b ff. BGB geregelt. Zudem muss es sich um einen Fernabsatzvertrag handeln. Darunter fallen alle Verträge, die nur mit Hilfe von Fernkommunikationsmitteln zustande kommen, also unter anderem auch der Online-Vertrieb und der Versandhandel. Zu Fernkommunikationsmitteln gehören aber auch Telefonate, Briefe, Fernsehen und Hörfunk. Zudem muss es sich um einen Betrieb handeln, der ein für den Fernabsatz organisiertes Vertriebs- und Dienstleistungssystem unterhält. Allerdings sind einige Bereiche vom Fernabsatzrecht ausgenommen. Dazu gehören unter anderem Versicherungen oder die Lieferung von Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs im Rahmen häufiger Fahrten (also zum Beispiel ein Pizzaservice). Da die Anwendbarkeit der Vorschriften im Einzelfall komplex sein kann, ist die Einschaltung eines Anwalts im Zweifelsfall zu empfehlen. Für die meisten Online-Shops wird dies allerdings wohl zutreffen. Insbesondere auch beim Verkauf auf eBay, beispielsweise als Powerseller, kommen Fernabsatzregeln zur Anwendung.

b) Was sind die wichtigsten Informationspflichten?

Der Verbraucher muss schon vor Abschluss des Vertrages umfangreich informiert werden. So muss die Preisangabenverordnung beachtet werden und die Identität des Verkäufers sowie der technische Vorgang bei Vertragsabschluss offengelegt werden. Auch über das Widerrufsrecht muss umfangreich informiert werden.

c) Widerrufsbelehrung

Hat der Verbraucher ein Widerrufsrecht, mussten bis zum 13.06.2014 bestimmte Informationen spätestens bei Lieferung der Waren in Textform vorliegen. Diese Widerrufsbelehrung muss auf das Widerrufsrecht hinweisen, darauf, dass der Widerruf keinerlei Begründung benötigt und in Textform oder durch Rücksendung der Waren möglich ist, den Namen und die Adresse des Ansprechpartners nennen und Hinweise auf Dauer und Frist des Widerrufs enthalten. Diese Belehrung darf auch unverzüglich nach Vertragsschluss, beispielsweise als Email, versandt werden.

Einige Änderungen gab es zum 13.06.2014 durch das neue Verbraucherrecht.

Die Informationen über das Widerrufsrecht des Verbrauchers sind „vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers in klarer und verständlicher Form zu erteilen“, Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB n.F. Die Informationen zum Widerrufsrecht des Verbrauchers sind in einer dem benutzten Fernkommunikationsmittel angepassten Weise zur Verfügung zu stellen, Art. 246a § 4 Abs. 3 Satz 1 EGBGB n.F., z.B. durch Hinterlegung auf einer eindeutig bezeichneten (und verlinkten) Informationsseite.

Aus § 312d Abs. 1 Satz 1, 2 n.F., § 312f Abs. 2 n.F. i.V.m. Art. 246a EGBGB n.F. ergibt sich die nachvertragliche Pflicht zur Überlassung der Informationspflichten (inkl. der Widerrufsbelehrung), welche grundsätzlich Vertragsinhalt werden, auf einem dauerhaften Datenträger, mithin als Emailtext, pdf oder in Papierform.

Die neue Musterwiderrufsbelehrung finden Sie unter folgendem Link

Muster neue Widerrufsbelehrung ab dem 13.06.2014

Wie bereits jetzt üblich, handelt es sich um ein allgemeines Muster, das nicht einfach eins zu eins übernommen werden kann. Vielmehr müssen Internethändler, je nachdem, welche Art von Waren etc. angeboten werden, das Muster unter Berücksichtigung der durch den Gesetzgeber vorgegebenen Gestaltungshinweise noch "zusammensetzen".

Anders als bei dem aktuellen Muster gibt es eine Vielzahl von Kombinationsmöglichkeiten und Alternativen, die nach unserer Auffassung zu sehr komplexen Gestaltungsproblemen für Shopbetreiber führen kann. Diese hängen sehr stark von Art und Umfang der verkauften Ware ab.

Die Widerrufsbelehrung ist aber nach dem neuen amtlichen Muster nicht vollständig.

So fehlt ein Hinweis darauf, dass das Widerrufsrecht nur für Verbraucher gilt. Fehlt dieser Hinweis, kann die Folge ein vertragliches Widerrufsrecht sein, mit der Folge, dass auch Unternehmer ein Widerrufsrecht haben. Zudem ist der Verbraucher gem. Art. 246 a § 3 EGBGB auch über das Nicht-Bestehen des Widerrufsrechtes zu informieren bzw. in den Fällen, in denen das Widerrufsrecht vorzeitig erlöschen kann, über die Umstände zu informieren, unter denen der Verbraucher ein zunächst bestehendes Widerrufsrecht verliert. Die Widerrufsfrist beträgt einheitlich 14 Tage. Der Widerruf kann auch telefonisch erklärt werden kann, er muss aber eindeutig sein.

Deshalb ist auch eine Telefonnummer im Rahmen der Widerrufsadresse anzugeben ist. Ein telefonischer Widerruf war bisher nicht möglich. Es besteht jedenfalls darüber hinaus die Möglichkeit, dass der Internethändler auf seiner Internetseite ein Widerrufsformular (z. B. eine Eingabemaske) zur Verfügung stellt. Ein Muster stellen wir Ihnen anbei zur Verfügung. In diesem Fall ist er verpflichtet, dem Verbraucher unverzüglich z. B. per Email eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs zu übermitteln. Es geht wohlgermerkt nur um die Bestätigung des Eingangs des Widerrufs, nicht um die rechtliche Akzeptanz der Widerrufserklärung an sich.

Praxisrelevant dürfte für Händler der Ausschlussgrund des § 312 g Abs. 2 Nr. 3 BGB sein: Ein Widerrufsrecht besteht nicht bei Verträgen zur Lieferung versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach ihrer Lieferung entfernt wurde.

Einen weiteren neuen Ausschlussgrund gibt es unter bestimmten Voraussetzungen bei der Lieferung alkoholischer Getränke. Hierbei geht es in erster Linie um Wein

Im Rahmen der neuen Widerrufsbelehrung gibt es die Möglichkeit, dass der Händler dem Verbraucher die Rücksendekosten grundsätzlich auferlegen kann. Dies bedeutet, dass der Verbraucher immer und zwar unabhängig vom Rücksendewert, die Rücksendekosten zu tragen hat.

Ganz neu ist auch, dass das Widerrufsrecht umfassend auf Dienstleistungen Anwendung findet, und auf jede Form von Vertragsschlüssen außerhalb von Geschäftsräumen.

Bei der Klärung, ob ein Widerrufsrecht und somit eine Verpflichtung zur Belehrung besteht, kann die folgende Skizze helfen. Eine anwaltliche Beratung wird hierdurch nicht ersetzt:

Besteht eine Informationspflicht und das Widerrufsrecht?

I. Informationspflicht

Voraussetzungen:

1. Verbraucher als Vertragspartner
2. Vertragsschluss außerhalb von Geschäftsräumen (immobil/mobil) oder per E-Mail, Fax oder Telefon/Kauf von Waren oder bei Dienstleistungen
3. Beginn der Frist: Bei Dienstleistungen mit Abschluss des Vertrages bzw. bei Waren mit Erhalt der Ware

4. Ausnahmen vom Widerrufsrecht: bei individuell gefertigten Waren, bei Einbau oder Vermischung der Lieferung von Waren, Ausführung dringender Reparatur und Instandhaltungsarbeiten, Hygieneartikeln

5. Umfang der Informationspflicht

- Eingeschränkte Informationspflichten: Bau neuer Gebäude, erhebliche Umbaumaßnahmen, geringfügige Geschäfte unter 40,00 Euro
- Erleichterte Informationspflicht bei Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten unter 200,00 Euro Brutto
- Ansonsten 100%ige Informationspflicht

6. Form: Schriftform oder sonstiger Textträger,

7. Zeitpunkt: Vor Vertragsschluss

3. Preisangaben und Lieferfristen

Macht man im Internet Werbung für das eigene Produkt, ist es nicht zwingend nötig, die Produktpreise anzugeben. Eine Ausnahme dieser Regelung sieht § 4 Abs. 4 der Preisangabenverordnung dann, wenn mit den Preisen selbst geworben wird. In diesem Fall ist es nötig, den gesamten Preis anzugeben. Allgemein hat der Händler an den tatsächlichen Preis seiner Ware einschließlich Versandkosten und Mehrwertsteuer z.B. in Preissuchmaschinen wahrheitsgemäß und gut sichtbar anzugeben und muss jede Preisänderung unverzüglich kenntlich machen. Preisangaben dürfen nicht in AGB, oder hinter Buttons wie „mehr Info“ versteckt werden. Dies gilt zumindest für Händler, die mit Verbrauchern in Kontakt kommen.

Shop Betreiber sollten Lieferfristen bei den Angeboten immer gut sichtbar kenntlich machen. Wird dies nicht getan, liegt zwar kein direkter Verstoß gegen das Gesetz vor, es betrifft aber indirekt § 5a Abs. 3 Satz 4 UWG. Ist die Lieferfrist also nicht angegeben, kann der Kunde automatisch davon ausgehen, dass seine Bestellung unverzüglich bearbeitet und versandt wird.

4. Information über technische Schritte bis zum Vertragsschluss

Auch Art. 246 EGBGB enthält bestimmte Informationspflichten. Unter anderem muss für Verbraucher ersichtlich sein, durch welche Schritte genau ein Vertrag mit dem Unternehmer zustande kommt.

5. Hinweis zum Datenschutz

Auch ein Hinweis zum Datenschutz sollte auf einer Website gem. § 13 TMG erfolgen. Danach muss auf Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten hingewiesen werden. Diese Angaben müssen stets abrufbar sein.

Wenn eine Datenschutzerklärung fehlt, besteht Abmahngefahr. So kann ein Wettbewerbsverstoß wegen fehlender Datenschutzhinweise vorliegen. Nach Auffassung des OLG Hamburg handelt es sich bei § 13 Abs. 1 TMG um eine das Marktverhalten regelnde Norm im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG (OLG Hamburg, 27.06.2013 - 3 U 26/12)

6. geschäftliche Emails

Wer geschäftliche Emails versenden möchte, muss diese mit den allgemeinen Angaben, die auf Geschäftsbriefen anzugeben sind, versehen. Vorschriften, die dies regeln, sind §§ 37a HGB, 125a HGB und § 35a GmbH-Gesetz. Hier müssen Firma, Ort, Registergericht, Handelsregisternummer und die vertretungsberechtigten Gesellschafter genannt werden. Diese Informationspflicht gilt allerdings nicht für Newsletter oder Werbung.

VI. Verträge im Internet

1. Allgemeines

Grundsätzlich kommen Verträge im Internet auf gleicher Weise zustande wie analoge Verträge. Allerdings gibt es einige Besonderheiten und Spezialfälle, wie zum Beispiel Verkäufe auf Ebay. Zu beachten sind auch hier auch die Kollisionsregeln, die bei Internetverträgen besondere Bedeutung haben. So können auf einen Vertrag UN-Recht, europäisches Recht (insbesondere die Rom I Verordnung) oder Rechtsabsprachen anwendbar werden.

2. Online-Auktionshäuser

In Online-Auktionshäusern wie eBay findet ein Vertragsschluss zwischen Verkäufer und Käufer mit der Abgabe des Höchstgebotes statt. Der Anbieter kann diesen Vertrag zumindest auf eBay allerdings laut den AGB wieder auflösen, wenn besondere Umstände dies erfordern. Das ist z.B. der Fall, wenn das angebotene Objekt kaputt geht und somit nicht mehr verkauft werden kann.

Der potentielle Käufer sollte außerdem darauf achten, dass sein Gebot laut § 130 Abs. 1 Satz 2 BGB bindend ist. Dies gilt auch für Bietagenten oder gem. §§ 117, 118 Abs. 1 BGB für „Spaßbieter“, die kein echtes Interesse an dem Objekt haben.

Unterschieden werden muss bei Anbietern zwischen Privatpersonen und Gewerbetreibern, da diese sich vor allem im Gewährleistungsausschuss unterscheiden. Der Verkäufer muss

den Zustand des Artikels in jedem Fall wahrheitsgemäß beschreiben, auch wenn man als Privatperson einen Gewährleistungsausschuss vereinbaren kann, um nicht haftbar gemacht zu werden. Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal ist die Rechtsform, nach der man beurteilt wird. Als Gewerbetreiber gilt man, wenn man eine gewisse Anzahl an Produkten in einem festgelegten Zeitraum verkauft. Normwerte gibt es hier nicht, da von Fall zu Fall unterschieden wird. Verkauft aber ein Händler nicht nur wenige, selbst getragene Kleider in verschiedenen Größen und deutlich über handelsüblichen Mengen, ist von einem kommerziellen Anbieter auszugehen.

2. Kostenfallen

Angebote im Internet, bei denen der Preis für den Käufer nicht oder nur sehr schwer ersichtlich ist, sog. „Kostenfallen“, müssen nicht bezahlt werden, auch wenn man eine Email oder einen Brief mit Zahlungsforderungen erhält. Denn ein wirksamer Vertrag ist hier nicht entstanden. Der Käufer geht im Regelfall von einem kostenlosen Angebot aus und wurde damit getäuscht. Dadurch kommt laut §§ 137, 155 BGB keine Willenserklärung des Käufers und folglich kein rechtskräftiger Vertrag zustande. Sollten Sie eine Abmahnung erhalten, befolgen Sie einfach unseren Leitfaden zu Abmahnungen.

3. Allgemeine Geschäftsbedingungen

Bei einem Großteil der Käufe im Internet muss der Kunde die AGB des Anbieters akzeptieren, um ein Produkt oder eine Dienstleistung zu erwerben. Provider müssen den Nutzer vor dem Kauf ausdrücklich auf die AGB hinweisen und ihn diese akzeptieren lassen, indem diese in den Kaufprozess vor Vertragsabschluss eingebunden werden.

Für den Kunden muss außerdem laut § 312g Abs. 1 Nr. 4 BGB die Möglichkeit bestehen, die AGB über einen Link abzuspeichern oder auszudrucken, um sich diese auch ohne Internet durchlesen zu können.

Für die Klauseln in den AGB herrschen strenge Vorschriften, was enthalten sein darf und was nicht. Wer also als Provider unzulässige AGB aufstellt, kann nach § 3 UWG abgemahnt werden. Der Nutzer hat außerdem Anspruch auf Schadensersatz gem. §§ 280, 311 BGB.

VII. Datenschutz

1. Pflichten für Websitebetreiber und Unternehmer

Die genauen Pflichten für Websitebetreiber sind im Telemediengesetz (TMG) und im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) geregelt. So muss er zum Beispiel die Einwilligung des Nutzers in die Verarbeitung und Übertragung seiner Daten einholen, Betroffenen Auskunft bezüglich der gespeicherten Daten geben und bestimmte Unternehmen müssen einen betrieblichen Datenschutzbeauftragten einstellen. Die Einhaltung diese Vorgaben ist nicht nur wegen der möglichen Bußgelder und Abmahnkosten wichtig. Auch aus

werbestrategischen Gesichtspunkten ist es empfehlenswert, datenschutzrechtliche Vorgaben einzuhalten, um nicht in der IT-Branche negative Schlagzeilen zu machen.

a) Einwilligung in Datenspeicherung

Im Internet gilt laut Telemediengesetz, dass jegliche Datenspeicherung, die nicht gesetzlich erlaubt ist, einer ausdrücklichen Einwilligung des Nutzers bedarf. Das bloße Recht zum Widerspruch genügt nicht. So muss zum Beispiel vor Weitergabe von Daten an Dritte zu Werbezwecken eine solche Einwilligung eingeholt werden.

Wird diese Einwilligung in den AGB eingeholt, muss dies deutlich hervorgehoben werden. Auch ein pauschaler Hinweis auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben kann die Einwilligung nicht ersetzen.

b) Datenschutzbeauftragter

(1) Personenbezogene Daten

Unter personenbezogenen Daten versteht man jegliche Daten, die etwas über eine Person aussagen. Ausgenommen sind also Daten über juristische Personen, wie beispielsweise Unternehmen. Auf die Sensibilität der Daten kommt es nicht an. Bei gesammelten, anonymisierten Daten kommt es darauf an, ob diese noch auf einen konkreten Menschen zurückgeführt werden können oder Rückschlüsse über diesen Menschen erlauben. Ist dies der Fall, zählen auch solche Angaben zu den personenbezogenen Daten.

(2) Pflicht zur Bestellung eines Datenschutzbeauftragten

Unternehmen, die regelmäßig personenbezogene Daten bearbeiten, unterliegen strengeren Regeln. So hat nach §§ 4g, 4f BDSG ein Unternehmen, das personenbezogene Daten automatisiert erfasst, für die Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen zu sorgen. Zudem müssen Unternehmen, in denen sich mindestens 9 Arbeitnehmer mit der automatisierten Datenverarbeitung befassen oder Unternehmen, in denen 20 Personen personenbezogene Daten auf andere Art und Weise erheben, verarbeiten oder nutzen, einen Datenschutzbeauftragten bestellen. Gleiches gilt für Unternehmen, die geschäftsmäßig Daten erheben. Diese Bestellung muss schriftlich erfolgen. Zudem muss der Datenschutzbeauftragte bestimmte Merkmale erfüllen. So muss er das für seine Aufgabe erforderliche Fachwissen in rechtlicher und technischer Hinsicht besitzen, zuverlässig sein und darf nicht in Interessenskonflikte bezüglich seiner Aufgabe verwickelt sein.

2. Informationspflicht

Grundsätzlich gilt: wer personenbezogene Daten sammelt, muss darauf auch hinweisen. Für eine ausführlichere Behandlung, s. unter „Informationspflichten“.

2. Cookies

Cookies sind kleine Datensätze, die von besuchten Websites im Browser „platziert“ werden, um den PC des Nutzers wiederzuerkennen. Sich gegen das Installieren der Cookies zu wehren, ist nicht einfach, da häufig nicht erkennbar ist, welche Cookies von welchen Anbietern kommen. Auch sind die Datensätze, die in Cookies abgelegt werden, vom Nutzer selbst beim jeweiligen Browsen erzeugte Daten. Enthalten Cookies jedoch

personenbezogene Daten, ist § 12 Abs. 1 TMG anwendbar, der das unerlaubte Verarbeiten kundenbezogener Daten verbietet. Die meisten Browser wie Firefox, Google Chrome etc. bieten jedoch eine Art Inkognito-Modus oder ähnliches an, wodurch keine Cookies im Browser gespeichert werden.

VIII. Haftungsfragen

1. Haftung des Anbieters/Content-Providers

Grundsätzlich gilt: für eigene Inhalte haftet der Anbieter oder Content-Provider selbst (§7 Abs. 2 TMG). Das heißt, dass ein Anbieter von pornografischen oder terroristischen Inhalten selbst haftet. Aber auch für beleidigende Inhalte auf der eigenen Website wird gehaftet. Aber auch für fremde Inhalte, die sich ein Content-Provider zueigen macht, indem er sie beispielsweise auf seiner Website ohne Distanzierung wiedergibt, wird voll gehaftet. Anderes gilt nur für Anbieter, die Inhalte lediglich weiterleiten oder hosten (also für andere bereithalten), auf die diverse Ausnahmenvorschriften anwendbar sein können. Auch ein Disclaimer kann die allgemeine Haftung nicht pauschal beschränken.

2. Links

Wer mithilfe von Links auf fremde Websites verweist, kann im Normalfall für den Inhalt der verlinkten Website laut §§ 8 bis 10 TMG nicht haftbar gemacht werden und muss die Richtigkeit des dort bereit gestellten Inhalts nicht überprüfen. Nimmt der Betreiber einer Website allerdings Kenntnis von dem rechtswidrigen und falschen Inhalt der verlinkten Webseite, so ist er haftbar zu machen, sofern er den Link nicht löscht. Von dieser Regelung gibt es allerdings eine Reihe von Ausnahmen, bei denen der Provider haftbar gemacht werden kann, wie z.B. Werbebanner zu Glückspielseiten mit rechtswidrigem Inhalt, einem Download-Link etc.

VIII. Internetstrafrecht

1. Filesharing& Download

Wie im Kapitel „Urheberrecht im Internet“ angedeutet, ist sowohl der Upload als auch der Download von Werken, die offensichtlich illegal erstellt und veröffentlicht wurden, strafbar. Nach § 106 Abs. 1 UrhG kann dieser Verstoß mit bis zu drei Jahren Haft oder einer Geldstrafe bestraft werden. Nach § 106 Abs. 2 UrhG sind außerdem der Versuch des Uploads sowie des Downloads bei einer illegalen Quelle strafbar.

2. Streaming

Wer urheberrechtlich geschützte Werke illegal zum Streaming im Internet bereithält begeht wegen Verstoßes von § 17 Abs. 1 UrhG ein Verbrechen, das wie auch im Abschnitt

„Filesharing & Download“ mit einer Haftstrafe von bis zu drei Jahren oder einer Geldstrafe geahndet wird. Die gleichen Regelungen gelten außerdem für das On-Demand Streaming von offensichtlich illegal erstellten und öffentlich gemachten Quellen und sind in gleichem Maße strafbar. In beiden Fällen ist auch der Versuch strafbar.

3. Raubkopien

Auch wenn es vielen nicht klar ist, verbietet das Urheberrechtsgesetz das unerlaubte Kopieren nach §§ 69 ff. UrhG von Computerprogrammen. Diese genießen den gleichen Schutz wie Fotos, Filme etc., weswegen die Herstellung von Raubkopien laut § 106 Abs. 1 UrhG mit Geld- oder Haftstrafen (in manchen Fällen bis zu fünf Jahren, wenn die Kopien zu gewerblichen Zwecken genutzt werden) bestraft werden kann. Wer hingegen eine Raubkopie besitzt, ohne diese zu vervielfältigen, veröffentlichen oder zu verbreiten ist nicht strafbar. Zu erwähnen ist außerdem, dass die Polizei erst bei Raubkopien im großen Stil oder, wie vorhin genannt, bei gewerblicher Nutzung der Kopien, aktiv wird.

IX. Abmahnungen

1. Vorbeugen

Am einfachsten entgeht man einer teuren Abmahnung immer, indem man ihr vorbeugt. Selbstverständlich tut man dies am besten, indem man sich sorgfältig vor Betreiben einer Website oder vor dem Nutzen gewisser Services informiert, alle Sorgfalts- und Informationspflichten einhält und keine Rechte Dritter verletzt. In der Praxis heißt das für Sie, dass Sie die in den Kategorien „Urheberrechte im Internet“, „Verträge im Internet“ und „Haftung von Online-Diensteanbietern“ (sofern Sie ein Diensteanbieter sind) beschriebenen Fälle beachten sollten und Konfliktsituationen nach Möglichkeit aus dem Weg gehen sollten.

Besonders wichtig ist dies bei jeglichem Upload von Inhalten ins Internet. Hier kann es schnell passieren, dass unbeabsichtigt in fremde Rechte eingegriffen wird. Wollen Sie dennoch Material ins Internet stellen, empfiehlt es sich, den Urheber um Erlaubnis zu fragen sofern Sie nicht selbst Urheber sind. Ansonsten könnten Sie schnell eine Abmahnung des Urhebers erhalten.

Ein weiterer wichtiger Punkt, den Sie beachten sollten, ist das Downloaden von kostenlosen Inhalten. Ist das Werk eines bekannten Künstlers kostenlos und ohne Hinweise auf die Rechtmäßigkeit des Downloads erhältlich, sollte man sich das Herunterladen lieber zweimal überlegen und im Zweifel die Finger von solchen Angeboten lassen. Auch sollten minderjährige Kinder oder andere Haushaltsangehörige über angemessenes Verhalten im Internet informiert werden.

Dennoch kann es passieren, dass eine Abmahnung trotz aller Vorsichtsmaßnahmen und ohne, dass Sie einen Download getätigt haben, ins Haus flattert. Oft ist es in solchen Fällen schwierig, der Zahlung von Abmahnkosten und Schadensersatzforderungen zu entgehen, wenn nicht gewisse zusätzliche Vorsichtsmaßnahmen getroffen worden sind. Denn selbst wenn Sie die Urheberrechtsverletzung nicht begangen haben, spricht laut BGH eine tatsächliche Vermutung dafür, dass der Anschlussinhaber auch der Täter ist – selbst, wenn im Haushalt 7 verschiedene Personen wohnen. Hier kann die Position des Anschlussinhabers gestärkt werden, wenn er Zeugen oder Nachweise für die Nichtanwesenheit während der Tatzeit hat oder sich vom Internet-Provider regelmäßig Protokolle seiner Internetverbindungen schicken lässt. Zudem sollte das Netzwerk grundsätzlich immer nach dem Stand der Technik zum Kaufzeitpunkt (oder neuer) geschützt werden. Auch können auf dem Computer Programme installiert werden, die das sog. Seeden von Inhalten in Tauschbörsen (also den Upload von Dateien) vereiteln und somit verhindern, dass Kinder Urheberrechtsverletzungen begehen.

2. Wie reagiere ich richtig?

Haben Sie eine Abmahnung erhalten, gilt es erstmal, einen kühlen Kopf zu bewahren.

Abzuraten ist davon, eine Abmahnung zu ignorieren und die genannte Frist verstreichen zu lassen. Dies führt häufig dazu, dass die Gegenpartei gerichtliche Schritte ergreift und eine einstweilige Verfügung anfordert. Damit können die Kosten schnell in die Höhe schießen.

Vorsicht ist auch bei beigelegten Unterlassungserklärungen angebracht. Denn diese können teilweise über das Erforderliche hinausgehen und den Unterschreibenden zur Schuldanererkennung oder zur Zahlung von Schadensersatz verpflichten. Eine eigene, modifizierte Unterlassungserklärung zu unterschreiben ist möglich, kann aber Risiken bergen, wenn diese Erklärung nicht den gesetzlichen Anforderungen entspricht. Sinnvoll kann auch eine vorbeugende Unterlassungserklärung sein, wenn weitere Abmahnungen befürchtet werden.

Ist die Abmahnung eindeutig berechtigt, sollten Sie schleunigst eventuelle Dateien löschen, Inhalte ändern oder Informationen entsprechend und sorgfältig ändern und eine (evtl. modifizierte oder vorbeugende) Unterlassungserklärung abgeben. Sind Sie sich allerdings nicht sicher, ob die Anschuldigungen berechtigt sind, sollte ein Anwalt eingeschaltet werden. Wichtig ist hierbei, dass es sich um einen für Ihr Rechtsproblem spezialisierten Anwalt handelt. Einen passenden Anwalt für den Fall einer Abmahnung finden Sie unter dem Punkt „Anwaltssuche“ in dieser App.

X. IT-Recht (Software)

1. Beauftragung zur Entwicklung von Individualsoftware

Beauftragt ein Unternehmen eine IT-Firma mit der Entwicklung von Software für den eigenen Gebrauch, ist diese meist auch daran interessiert, die Nutzungsrechte an diesem Programm weitestgehend zu erwerben. Weiterhin sollte der Auftraggeber darauf achten, dass das von ihm erworbene Computerprogramm laut Urheberrecht geschützt ist. Folglich müssen entsprechende Klauseln im Vertrag enthalten sein. Außerdem ist für den Auftragnehmer wichtig, dass er für die regelmäßige Sicherung des Programmes verantwortlich ist und den Auftraggeber über die Aktualität der Software auf dem Laufenden halten muss.

Welche Klauseln ein Softwareentwicklungsvertrag typischerweise beinhaltet, ist im Folgenden kurz aufgelistet. Neben der Nennung der beiden Vertragsparteien und dem Vertragsgegenstand sind hier die einzelnen Phasen der Softwareentwicklung zu klären. Angefangen mit der Planungsphase zur Vorbereitung sind hier selbstverständlich die Programmerstellung, ein mögliches Änderungsverlangen des Auftraggebers sowie die Installation, Funktionsprüfung und Überlassung zu regeln. Hier kann es in manchen Fällen vor allem aber für den Auftraggeber von Interesse sein, den Sourcecode vom Auftragnehmer zu erhalten, um Wartung etc. selbst zu erledigen. Eine mögliche Übertragung des Sourcecode kann auch interessant sein, um eine Absicherung im Falle der Insolvenz des Auftragnehmers zu erhalten.

Anschließend werden die Abnahme sowie die Einräumung von Nutzungsrechten geklärt. Hier ist auf Seiten des Auftraggebers darauf zu achten, dass diese Rechte möglichst umfassend auf ihn übertragen werden. Zusätzlich wird neben der Gewährleistung des Auftragnehmers bei Sachmängeln und seiner Nichtbeeinträchtigung von Rechten Dritter auch die letzte Phase, nämlich die Einweisung und Schulung des Auftraggebers geregelt. Dazu kommen noch gewöhnliche Vertragsklauseln bezüglich der Vergütung, der Haftung etc. mit abschließender Unterschrift.

2. Arbeitsverträge für Softwareentwickler

Stellt ein Unternehmen einen Softwareentwickler ein, will er üblicherweise sämtliche Urheberrechte an den vom Arbeitnehmer geschriebenen Programmen. Laut § 69b UrhG stehen der Firma diese auch umfassend zu, allerdings nur an der Software. Zusätzliche Rechteübertragungen müssen im Arbeitsvertrag festgelegt werden. Weiterhin muss dieser neben üblichen Arbeitsverträgen klären, dass der Arbeitnehmer keinen Open-Source Code für betriebliche Zwecke nutzen darf, da hier oft keine Nutzungsrechte bestehen. Dasselbe gilt auch für Code, der in einem vorhergegangenen Arbeitsverhältnis erstellt wurde. Die Urheberrechte liegen, wie oben genannt, beim früheren Arbeitgeber und nicht beim Softwareentwickler selbst. Des Weiteren muss das Unternehmen den Programmierer nicht nur über das Datengeheimnis gem. § 5 Satz 2 BDSG unterrichten, sondern auch

entsprechende Klauseln in den Vertrag einbinden oder einen gesonderten Vertrag zur Geheimhaltung schließen.

3. Freie Mitarbeit an einer Software

Der Werkvertrag für die Einbindung von Selbstständigen in Softwareprojekte unterscheidet sich in manchen Punkten vom gewöhnlichen Arbeitsvertrag. Das Softwareunternehmen will das ausschließliche Nutzungsrecht an dem Projekt zwar behalten. Dies gestaltet sich allerdings schwieriger als es bei einem normalen Arbeitnehmer der Fall ist. Für freie Mitarbeiter findet § 69b UrhG nämlich keine Anwendung. Die Übertragung der Nutzungsrechte wird lediglich im Rahmen von § 31 Abs. 5 UrhG geregelt, so dass der Arbeitgeber nur die nötigen Urheberrechte, nicht aber die vollständigen vom Auftragnehmer erhält. Hier ist insbesondere bei der Vertragsgestaltung darauf zu achten, dass der Arbeitgeber diese Rechte zugeschrieben bekommt.

4. Vertriebslizenzvereinbarung

Will ein Unternehmen seine Software vermarkten, bietet es sich an, eine Vertriebslizenzvereinbarung mit einem Vertriebsunternehmen zu schließen. Lukrativ für das Softwareunternehmen ist das deshalb, da seine Urheberrechte potentiellen Gewinn für die Firma bedeuten, indem man die Vervielfältigung des Programmes regelt.

Zunächst muss hier geklärt werden, wer bei möglichen Beschaffenheitsmängeln haftet. Diese Frage lässt sich pauschal jedoch nicht klären, da die Gewährleistung meist von der Seite ausgeht, deren Vertrag am meisten zum beschriebenen Vertrag passt. Die Parteien sollten möglicherweise auch sog. Verhaltensbeschränkungen auferlegen, die den Vertrieb der Lizenzen für beide Seiten regeln.

5. Verträge mit Endanwendern

Unterschieden werden sollte bei den Endanwendern zwischen Privatkäufen und den Softwarelizenzverträgen mit anderen Unternehmen.

Bei privaten Endnutzern regeln meist die AGB den Kauf, der in der Regel einmalig gegen Entgelt stattfindet. Im Gegenzug darf die Lizenz bzw. die Software beliebig lange genutzt werden. Grundsätzlich steht dem Käufer ein Widerrufsrecht nach Fernabsatzrecht zu. Im Bereich der Software kann es allerdings eine Möglichkeit für das Unternehmen sein, den Vertrieb per Download zu tätigen, da hier kein Widerrufsrecht für den Nutzer besteht. Außerdem ist für Unternehmen zu beachten, dass sie den Weiterverkauf der gebrauchten Software durch die Nutzung eines Nutzerkontos unterbinden können. Die Software wird hierfür an den Account gebunden (z.B. durch einen Aktivierungscode), der wiederum darf nicht verkauft werden.

Auf der anderen Seite steht der Verkauf an Unternehmen, bei denen oft der Verkauf von Volumenlizenzen für mehrere Rechner einer Firma, bzw. ein firmeninternes Netzwerk abgewickelt wird. Dieser Verkauf wird nicht durch § 69d UrhG geregelt. Folglich sind entsprechende Klauseln im Vertrag zu berücksichtigen. Ein weiteres Problem das sich beim Verkauf an Unternehmen häufig stellt ist die Frage nach dem angewandten Recht. Bei einem Kauf der, wie oben genannt, einmalig und die Lizenz zeitlich unbefristet ist, findet standardmäßig Kaufrecht Geltung. Wird die Software allerdings nur gemietet, muss entsprechend auf das zugrunde liegende Mietrecht Rücksicht genommen werden. Um hier den unzulässigen Weiterverkauf der Softwarelizenzen zu unterbinden, ist es dem Softwareunternehmen nach § 809 BGB gestattet, eine Prüfung im Betrieb vorzunehmen, wenn ein Verdacht auf den unrechtmäßigen Weiterverkauf besteht.

XI. Meinungenfreiheit im Internet

1. Einleitung

Vielen ist nicht bewusst, dass die Meinungsfreiheit aus Art. 5 GG keine Lizenz zur Veröffentlichung und Äußerung jeglicher Ansichten gibt. Denn obwohl das Grundgesetz die Meinungsfreiheit grundsätzlich schützt, hat diese ihre Grenzen in den Rechten Anderer. Beleidigende oder unwahre Behauptungen, pornografische oder rechtsextreme Inhalte können sogar strafrechtlich verfolgt werden, von zivilrechtlichen Folgen ganz zu schweigen. Dies gilt auch für Äußerungen auf Facebook, Twitter und Co. Auch die Frage für die Verantwortlichkeit für fremde Beiträge auf der eigenen Homepage (zum Beispiel in Foren) kann relevant werden. Hier finden Sie eine Zusammenfassung der wichtigsten Verhaltensregeln, die Sie bei Bewertungen, in Foren oder allgemein beachten sollten.

2. Allgemeines: Beleidigungen und Tatsachenbehauptungen

§§ 185 ff. Strafgesetzbuch sanktionieren Beleidigungen und schädigende, unwahre Tatsachenbehauptungen. Dabei ist zu unterscheiden zwischen Meinungsäußerungen/ Werturteilen (die sich nicht belegen lassen) und Tatsachenbehauptungen. Ist §185 StGB (Beleidigung) erfüllt, droht eine Freiheitsstrafe von bis zu einem Jahr. Der Tatbestand ist erfüllt, wenn die Ehre des Gegenübers vorsätzlich durch Kundgebung der Missachtung oder Nichtachtung verletzt wird. Nicht jede beleidigende Äußerung erfüllt allerdings sofort den strafrechtlichen Tatbestand, da die Vorschrift mit dem Grundrecht auf Meinungsfreiheit ausbalanciert werden muss. Hier ist Vorsicht geboten und im Zweifelsfall ein Anwalt einzuschalten.

Auch unwahre oder selbst nicht erweislich wahre, negative Tatsachenbehauptungen dürfen nicht ohne weiteres verbreitet werden und können strafrechtliche Folgen haben. Auch hier muss allerdings die Meinungsfreiheit in die Waagschale geworfen werden.

3. Bewertungen auf eBay

Grundsätzlich schützt die Meinungsfreiheit auch Äußerungen, die im Rahmen von Bewertungen auf eBay gemacht werden. So darf der Kunde über den Verkäufer auch eine negative Bewertung abgeben, ohne Gefahr zu laufen, gleich in einen Rechtsstreit zu geraten. Diese Bewertung sollte allerdings sachlich und wahr bleiben. Sog. Schmähkritik ist nicht erlaubt. Damit sind Beleidigungen gemeint, welche nicht gerechtfertigt sind und schlichtweg die Ehre des Verkäufers angreifen sollen, ohne einen sachlichen Grund. Grobe Unsachlichkeit ist außerdem nicht erlaubt. Man darf demnach z.B. nicht behaupten, der empfangene Gegenstand sei defekt, obwohl dies nicht der Wahrheit entspricht. Abgesehen von diesen Einschränkungen darf man allerdings die eigene subjektive Meinung darstellen, ohne Konsequenzen fürchten zu müssen. Insgesamt sollte man aber gemäßigt und vorsichtig handeln.

2. Foren

In Foren geht es bekanntlicherweise oft etwas derber zu. Da dies aber als öffentliche Auseinandersetzung gilt, ist eine etwas polemischere Auseinandersetzung grundsätzlich zulässig. Auch hier ist eine Schmähkritik allerdings nicht erlaubt (also quasi der verbale Schlag „unter die Gürtellinie“). Dies ist bei besonders gehässigen oder böartigen Äußerungen der Fall, bei denen die Diffamierung der Person, und nicht die Sache, im Vordergrund stehen. Auch die Benotung von Ärzten, Lehrern oder anderen Personen auf Foren wie „spickmich.de“ ist grundsätzlich zulässig, zumindest, wenn bei der Bewertung sachliche Kriterien genutzt werden.

Foreninhaber müssen beleidigende oder sonstige rechtswidrige Beiträge, die auf ihrem Forum zu finden sind, spätestens bei Kenntnisnahme entfernen. Eine allgemeine Prüfpflicht für Inhalte auf Foren besteht zwar nicht, dies gilt aber nur, wenn rechtswidrige Beiträge vom Forumsinhaber nicht in voraussehbarer Weise provoziert wurden. Hier ist der Betreiber auch dann haftbar, wenn er keine Kenntnis vom konkreten Verstoß hat. Gleiches gilt, wenn der Forumsbetreiber bereits Kenntnis von einem Verstoß von einigem Gewicht hat und die Gefahr besteht, dass weitere Beiträge (zum Beispiel durch einen bestimmten Nutzer) folgen könnten.