

HÄRTING-PAPER

TOP 10 Urteile zum Internetrecht 2013

Chausseestraße 13
10115 Berlin
Tel +49 30 - 28 30 57 40
Fax +49 30 - 28 30 57 44
mail@haerting.de
www.haerting.de

Das Jahr 2013 brachte eine Reihe wichtiger Urteile für das Internetrecht mit sich. Die zehn wichtigsten Urteile haben wir kritisch durchgesehen und zusammengefasst.

1. BVerfG – 1 BvR 3167/08 zur informationellen Selbstbestimmung

Das allgemeine Persönlichkeitsrecht umfasst die Befugnis des Einzelnen, über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten selbst zu bestimmen. Dieses Recht strahlt auch auf die Auslegung und Anwendung privatrechtlicher Vorschriften aus. Die aus dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung folgende Schutzpflicht gebietet es dabei, dafür Sorge zu tragen, dass informationeller Selbstschutz für den Einzelnen tatsächlich möglich ist.

Hat in einem Vertragsverhältnis ein Vertragspartner ein solches Gewicht, dass er den Vertragsinhalt faktisch einseitig bestimmen kann, so ist es Aufgabe des Rechts, auf die Wahrung der Grundrechtspositionen der beteiligten Parteien hinzuwirken. Enthält das einfache Recht keine Regelungen zum Schutz der informationellen Selbstbestimmung, so obliegt es den Gerichten, bei der Rechtsauslegung und -anwendung einen wirksamen Schutz dieses Rechts zu gewährleisten, indem sie prüfen, wie das Interesse der Betroffenen an einem wirkungsvollen informationellen Selbstschutz und das in der von [Art. 12 GG](#) geschützten Vertragsfreiheit wurzelnde Offenbarungsinteresse des Datenempfängers, in einen angemessenen Ausgleich gebracht werden können.

- BVerfG vom 17.07.2013 – Az. 1 BvR 3167/08

2. BGH zu Google Autocomplete

Die Ergänzung eines Suchwortes mit passenden Algorithmus gesteuerten Stichwörtern (Autocomplete) stellt eine eigene Aussage des Betreibers der Internet-Suchmaschine dar. Will der Betroffene den Betreiber wegen einer das Persönlichkeitsrecht verletzenden Aussage in Anspruch nehmen, setzt diese Haftung eine Verletzung zumutbarer Prüfpflichten voraus.

Der Betreiber einer Internet-Suchmaschine ist grundsätzlich nicht verpflichtet, die durch eine Software generierten Suchergänzungsvorschläge generell vorab auf etwaige Rechtsverletzungen zu überprüfen. Verantwortlich ist er erst, wenn er Kenntnis von der rechtswidrigen Verletzung des Persönlichkeitsrechts erlangt. Weist ein Betroffener den Betreiber auf eine rechtswidrige Verletzung seines Persönlichkeitsrechts hin, ist der Betreiber verpflichtet, zukünftig derartige Verletzungen zu verhindern.

- BGH vom 14.5.2013 – Az. VI ZR 269/12 – Autocomplete-Funktion

3. BGH zu Tell-a-friend/ Empfehlungs-E-Mail

Als Werbung wird grundsätzlich jede Äußerung in Ausführung der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern, gesehen. Dabei kommt es für die Werbung nicht darauf an, ob der Versand auf dem eigenen oder dem Willen Dritter beruht.

Schafft ein Unternehmen auf seiner Website die Möglichkeit für Nutzer, Dritten unverlangt eine sogenannte Empfehlungs-E-Mail zu schicken, die auf den Internetauftritt des Unternehmens hinweist, ist dies nicht anders zu beurteilen als eine unverlangt versandte Werbe-E-Mail des Unternehmens selbst. Nach [§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG](#) stellt grundsätzlich jede Werbung unter Verwendung elektronischer Post ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers eine unzumutbare Belästigung dar. Wegen des unzumutbar belästigenden Charakters derartiger Werbung gegenüber dem Empfänger ist die Übersendung einer Werbe-E-Mail ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung daher grundsätzlich rechtswidrig.

- BGH vom 12.09.2013 – Az. I ZR 208/12 – Empfehlungs-E-Mail

4. BGH zum Ausfall des Internetzugangs als ersatzfähige Vermögensposition

Die Nutzbarkeit des Internets ist ein Wirtschaftsgut, dessen ständige auch im privaten Bereich für die eigenwirtschaftliche Lebenshaltung typischerweise von zentraler Bedeutung ist und bei dem sich eine Funktionsstörung als solche auf die materiale Grundlage der Lebenshaltung signifikant auswirkt.

Es kann daher einen ersatzfähigen Vermögensschaden darstellen, wenn dem Inhaber eines DSL-Anschlusses die Möglichkeit genommen wird, seinen Zugang zum Internet zu nutzen, ohne dass ihm hierdurch Mehraufwendungen entstanden oder Einnahmen entgangen sind.

- BGH vom 24.01.2013 – Az. III ZR 98/12 – Ausfall des Internetzugangs

HÄRTING-PAPER

TOP 10 Urteile zum Internetrecht 2013

Chausseestraße 13
10115 Berlin
Tel +49 30 - 28 30 57 40
Fax +49 30 - 28 30 57 44
mail@haerting.de
www.haerting.de

5. KG Berlin zum Plattformverbot

Die im Rahmen eines selektiven Vertriebssystems getroffene Vereinbarung des Markenherstellers von Schulranzen und -rucksäcken mit den Weiterverkäufern, dass die betreffenden Waren nicht über eBay oder andere Internetportale vertrieben werden dürfen, stellt eine unzulässige Wettbewerbsbeschränkung dar und begründet einen Unterlassungsanspruch nach §§ 33 Abs. 1, 1, 21 Abs. 2 GWB.

Die Handhabung eines solchen selektiven Vertriebssystems erfolgt in diskriminierender Weise, wenn der Markenhersteller wegen der Erforderlichkeit der Wahrung des Qualitätsimage seiner Waren ein Vertriebsverbot über eBay verlangt und die Waren gleichzeitig über Discounterketten vertreibt, die nicht den Anforderungen entsprechen, die der Hersteller hinsichtlich eines stationären Einzelhandelsgeschäfts an seine Vertriebspartner stellt.

- KG Berlin vom 19.09.2013 – Az. 2 U 8/09 Kart

6. OLG Düsseldorf zur Kundenbewertungen bei eKomi

Die Werbung mit auf einem Bewertungsportal verlinkten Kundenbewertungen u. a. mit dem Hinweis “Garantiert echte Kundenmeinungen” ist irreführend, wenn die Veröffentlichung von neutraler oder negativen Bewertungen durch ein zusätzliches Schlichtungsverfahren erschwert wird, das u. a. dazu führt, dass neutrale und negative Bewertungen gar nicht oder später eingestellt werden als positive Bewertungen. Es bedarf grundsätzlich der gleichwertigen Veröffentlichung von neutralen, negativen und positiven Bewertungen.

- OLG Düsseldorf vom 19.02.2013 – Az. 20 U 55/12 - Kundenbewertungen

HÄRTING-PAPER

TOP 10 Urteile zum Internetrecht 2013

Chausseestraße 13
10115 Berlin
Tel +49 30 - 28 30 57 40
Fax +49 30 - 28 30 57 44
mail@haerting.de
www.haerting.de

7. LG Hamburg zu Facebook-Gewinnspielen und Like-Button

Die Verknüpfung eines Gewinnspiels mit der Teilnahmebedingung, den "Gefällt mir"-Button auf der Seite eines Werbenden bei Facebook zu betätigen, führt weder bei dem Gewinnspielteilnehmer noch bei seinen Kontakten zu einer Irreführung.

Dem angesprochenen Gewinnspielinteressent ist bewusst, dass das Betätigen des "Gefällt mir"-Buttons Voraussetzung für die Teilnahme an dem Gewinnspiel ist und er tritt durch das Betätigen zudem ganz bewusst mit dem Werbenden in Kontakt, eben weil er die ausgelobte Gewinnchance wahrnehmen möchte. Dem Nutzer darüber hinaus bekannt und bewusst, dass seine Betätigung des "Gefällt mir"-Buttons auch dazu führt, dass seinen Kontakten dieses "Ereignis" mitgeteilt wird.

Mit der Betätigung des "Gefällt mir"-Button bei Facebook kommt nach dem Verkehrsverständnis lediglich eine unverbindliche Gefallensäußerung zum Ausdruck, mit der das Netzwerk des betroffenen Nutzers keine weiteren Erwartungen oder Gütevorstellungen verbindet. Den Kontakten bleibt vielmehr das Motiv und die Hintergründe der Gefallensäußerung durch den "Gefällt mit"-Button in Ermangelung weiterer Angaben des Nutzers unbekannt.

- LG Hamburg vom 10.01.2013 – Az. 327 O 438/11 – Facebook-Gewinnspiel

8. LG Berlin zur Button Beschriftung

Die Beschriftung eines Bestell-Buttons muss nach dem § 312g Abs. 3 Satz 2 BGB so gestaltet sein, dass der Verbraucher mit der Betätigung der Schaltfläche ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Dabei ist „diese Schaltfläche gut lesbar mit nichts anderem als den Wörtern "zahlungspflichtig bestellen" oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung“ zu beschriften.

Auch bei der Verwendung einer „entsprechenden eindeutigen Formulierung“ ist der Button „mit nichts anderem“ als dieser Formulierung zu beschriften. Im

vorliegenden Fall nahm das Gericht an, dass die Beschriftung mit den Wörtern „Jetzt verbindlich anmelden! (zahlungspflichtiger Reisevertrag)“ weder hinreichend eindeutig und unmissverständlich auf den Rechtsbindungswillen und das Entstehen einer Zahlungspflicht hinweise. Vor allem aber dürfe die gewählte Formulierung in seiner Länge nicht über den gesetzlichen Vorschlag „zahlungspflichtig bestellen“ hinausgehen und mit keinen weiteren Zusätzen versehen werden.

- LG Berlin vom 17.07.2013 – Az. 97 O 5/13

9. VG Schleswig – Betreiber einer Fanpage datenschutzrechtlich nicht verantwortlich

Der Betreiber eine Fanpage bei Facebook ist nicht verantwortliche Stelle i.S.d. § 3 Abs. 7 BDSG. Verbraucherschützende Organisationen (hier das ULD) sind daher nicht berechtigt, von den Betreibern von Facebook-Fanpages zu verlangen, diese Seiten wegen etwaiger datenschutzrechtlicher Verstöße zu deaktivieren.

- VG Schleswig vom 09.10.2013 – Az. 8 A 218/11

10. BGH zu „MOST-Pralinen“

Wird Internetnutzern anhand eines mit der Marke identischen oder verwechselbaren Schlüsselworts eine Anzeige eines Dritten angezeigt (Keyword-Advertising), ist eine Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion der Marke grundsätzlich ausgeschlossen, wenn die Anzeige in einem von der Trefferliste eindeutig getrennten und entsprechend gekennzeichneten Werbeblock erscheint und selbst weder die Marke noch sonst einen Hinweis auf den Markeninhaber oder die unter der Marke angebotenen Produkte enthält.

- BGH vom 13.12.2012 – Az. I ZR 217/10

Berlin, den 13. Januar 2014

Ansprechpartner:

HÄRTING Rechtsanwälte
Corinna Grasmück
Studentische Mitarbeiterin
Tel.: + 49 30 28 30 57 40
Fax.: + 49 30 28 30 57 44
grasmueck@haerting.de