



Neues aus Gesetzgebung und Rechtsprechung

1) Gesetzentwurf der großen Koalition zum Urheberrecht liegt vor

Was ist relevant?

Das meiste spielt sich im privaten Bereich ab oder betrifft öffentliche Forschung und Lehre. Relevant für Unternehmen die aktiv selber Content produzieren oder vermarkten, ist der Vorschlag der Regierung, dass die Urheber anderen Nutzungsrechte auch für noch unbekanntes Nutzungsarten einräumen können. Das war bisher zum Schutz der Urheber gesetzlich ausgeschlossen.

Weit dramatischer können sich die Konsequenzen auf Provider auswirken. Die Regierung plant den Inhabern von Urheberrechten einen gesetzlichen Anspruch einzuräumen, von den Providern die gespeicherten Daten solcher Internet-Nutzer verlangen zu können, die über das Internet Urheberrechte verletzt haben (und bei diesen Providern gespeichert sind).

2) Entscheidung zum Teledienststedatenschutzgesetz (Brandenburgisches OLG, Urteil vom 11.1.2006 - Az.: 7 U 52/05)

Hinter dem Wortmonster "Teledienststedatenschutzgesetz (TDSG)" verbirgt sich eine für viele Unternehmen sehr relevante Fragestellung: Wie und wann lassen sich die gesammelten Kundendaten aus einem Teledienst weiterverwerten.

§ 3 Abs. 4 des besagten Gesetzes verbietet es, die Erbringung von Telediensten von der Einwilligung des Nutzers in die Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten abhängig zu machen. Dies gilt allerdings nur unter der Einschränkung, dass dem Nutzer ein anderer Zugang zu diesen Telediensten nicht oder in nicht zumutbarer Weise möglich ist.

Nun hat das Brandenburgische Oberlandesgericht dahingehend entschieden, dass es darauf ankommt, ob der Diensteanbieter eine Monopolstellung innehat *und diese auch ausnutzt*. Wenn also andere Anbieter gleichwertige Dienste bereitstellen, auf die der Nutzer ohne unzumutbare Nachteile ausweichen könnte, liegt ein Verstoß gegen das Teledienststedatenschutzgesetz *nicht* vor.

In vielen Fällen lassen sich also – die Einwilligung des Nutzers vorausgesetzt – die Nutzerdaten auch für andere Zwecke verwenden, etwa für Werbezwecke. Entscheidend für die Zulässigkeit ist jedoch eine sehr transparente Anmelde- und Einwilligungsprozedur für den Nutzer. Das Gericht hat in seinem Urteil klargestellt, dass eine doppelte Einwilligung des Nutzers vorliegen muss und der Nutzer die Datenschutzerklärung unmittelbar und deutlich auf seinem Bildschirm erkennen und lesen können muss. Der Anbieter muss klarstellen, ob und wofür die Daten genutzt werden. Klauseln, die sich ausschließlich in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen befinden, reichen nicht aus.

Praxistip: Um zukünftigen rechtlichen Anforderungen aus dem Wege zu gehen, verwenden Sie keine Bestätigungskästen in denen die entsprechende Option standardmäßig schon aktiviert ist. Vielmehr ist ein aktives Handeln durch die Nutzer erforderlich.

3) Haftung eines Forenbetreibers für anonyme Beiträge (Urteil des OLG Düsseldorf, in Az.: 1-15 U 180/05)

Um es kurz zu machen: Es gibt zwei Varianten.

1. Sie betreiben ein Forum, in das die Nutzer anonym Beiträge einstellen können. Dann sind Sie nicht verpflichtet, den Kommunikationsvorgang zu überwachen. Wenn Sie aber von einem unzulässigen Inhalt Kenntnis erlangen, müssen Sie diesen entfernen oder sperren. Ansonsten sind Sie selber direkt haftbar. Insbesondere also auch dann, wenn an Sie von dritter Seite ein Verlangen gerichtet wird, einen Beitrag zu sperren oder zu entfernen, etwa wegen (subjektiv wahrgenommener) ehrverletzender Aussagen.
2. Sie betreiben ein Forum, für das sich jeder Teilnehmer registrieren lassen muss, und auf diese Weise auch identifiziert werden kann. Jeder Unterlassungsanspruch richtet sich dann direkt gegen den Teilnehmer. Sie sind als Forenbetreiber nicht haftbar.

4) Fremde Markennamen in den Metatags einer Website (Urteil des Bundesgerichtshofes, Az.: 1 ZR 183/03)

Bisher war es häufige Praxis, dass Unternehmen die Web-Präsenz und Suchpopularität ihres Online-Auftritts durch sehr bekannte Begriffe in den beschreibenden (Meta-) Angaben ihrer Web-Seiten zu steigern versuchten. Eine sehr nahe liegende Möglichkeit, die immer wieder vorgekommen ist, besteht in der Verwendung populärer Markennamen. Was bislang ziemlich unklar war, ist jetzt endlich definitiv geregelt worden: *Markennamen die nicht tatsächlich auch im eigenen Produktportfolio geführt werden, dürfen nicht als Metatags für die eigenen Web-Seiten verwendet werden.*

Im vorliegenden Fall hatte ein Versicherungsmakler den Begriff "Impuls" in seinen Metatags verwendet, um über Suchmaschinen besser gefunden zu werden. Der Konkurrent Impuls Medienmarketing klagte dagegen und gewann.