

Sehr verehrte Mandantin,
sehr verehrter Mandant,

die aktuelle Sommerausgabe (Juli/August) unseres Mandanten-Newsletters **Medienrecht aktuell** enthält wieder einige wichtige und aktuelle Hinweise zu dem von uns schwerpunktmäßig angebotenen Rechtsgebiet des Medienrechts.

Sicherlich können Sie die eine oder andere Entscheidung auch in Ihre persönliche Planung miteinbeziehen. Wir stehen Ihnen jederzeit gerne mit Rat und Tat zur Seite und klären für Sie ab, ob angesichts der aktuellen rechtlichen Entwicklungen Handlungsbedarf für Sie besteht.

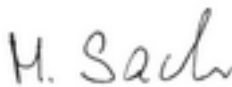
Erlauben Sie uns - wie immer - den kurzen Hinweis, dass der Newsletter nur Ihrer grundlegenden Information dient und keine individuelle Rechtsberatung im Einzelfall ersetzt. Eine Haftung kann daher trotz sorgfältiger Bearbeitung nicht übernommen werden.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre!

Mit besten Grüßen



Dr. Christian Seyfert
Rechtsanwalt, LL.M. (USA)



Martin Sach
Rechtsassessor

Musikrecht

Europäische Kommission kippt nationales Monopol der Verwertungsgesellschaften

Die nationalen Monopole der 24 europäischen Verwertungsgesellschaften sind gefallen. Zukünftig haben Urheber von Musik- und Filmwerken die freie Wahl, bei welcher Verwertungsgesellschaft sie Mitglied werden oder Verwertungsrechte erwerben wollen.

Mit ihrer Entscheidung beendete die Europäische Kommission am Mittwoch ein beinahe zwei Jahre währendes Kartellverfahren gegen die Verwertungsgesellschaften. Urheber sollen sich bei der Wahl einer Verwertungsgesellschaft künftig nach Qualität und Gebührenhöhe entscheiden können. Sogenannte Mitgliedschaftsklauseln, nach denen Urheber bislang gezwungen waren, ihrer nationalen Verwertungsge-

sellschaft beizutreten, erklärte die Kommission für unzulässig. Im Übrigen sind die gängigen Gegenseitigkeitsvereinbarungen zur wechselseitigen Lizenzgewährung nach Auffassung der Kommission aber unbedenklich.

Nutzer von Verwertungsrechten können Lizenzen künftig bei einer Verwertungsgesellschaft ihrer Wahl erwerben. Denn nach der Entscheidung der Europäischen Kommission sind die Gesellschaften auch befugt, Lizenzen für das Ausland zu erteilen.

Nur für die Festlegung der Tantiemen bleibt es bei der Zuständigkeit der nationalen Verwertungsgesellschaften. Diese dürfen die Höhe der Urheberrechtsvergütung in ihrem nationalen Zuständigkeitsbereich weiterhin selbst festlegen.

Pressemitteilung der GEMA v. 16.07.2008

Persönlichkeitsrecht Prominenter

Satirische Namensnennung von Prominenten in Zigarettenwerbung („Lucky Strike“)

Der BGH hatte in zwei Fällen darüber zu entscheiden, ob prominenten Personen des öffentlichen Lebens wegen der von ihnen nicht erlaubten Verwendung ihres Namens in Werbeanzeigen für die Zigarettenmarke „Lucky Strike“ Zahlungsansprüche zustehen. Der BGH hat dies im konkreten Fall verneint.

Die Kläger, Ernst August Prinz von Hannover sowie der Musikproduzent Dieter Bohlen sahen in einer von dem amerikanischen Zigarettenhersteller durchgeführten Werbekampagne eine von ihnen nicht gewollte Kommerzialisierung ihrer Person zu Werbezwecken.

In der einen Werbeanzeige wurde unter Anspielung auf tätliche Auseinandersetzungen, in die Ernst August Prinz von Hannover in den Jahren 1998 und 2000 verwickelt war, mit der Abbildung einer allseits eingedrückten Zigaretenschachtel der Marke „Lucky Strike“ und der Textzeile: „War das Ernst? Oder August?“ geworben. In der anderen Werbeanzeige waren zwei Zigaretenschachteln abgebildet, an denen ein schwarzer Filzstift lehnt. In der darüber befindlichen Textzeile „Schau mal, lieber Dieter, so einfach schreibt man super Bücher“ waren einzelne Wörter geschwärzt, ohne dadurch unleserlich zu werden. Das Werbemotiv spielte darauf an, dass das Buch „Hinter

den Kulissen“ von Dieter Bohlen im Jahre 2000 nach mehreren Gerichtsverfahren nur mit einigen geschwärzten Textpassagen vertrieben werden durfte.

Hatte die Vorinstanz Ernst August von Hannover einen Betrag von 60.000 Euro und Dieter Bohlen einen Betrag von 35.000 Euro zugesprochen, wiesen die Karlsruher Richter die Klagen nun vollumfänglich ab. Das auch im Bereich der Wirtschaftswerbung bestehende Recht auf freie Meinungsäußerung umfasse nicht nur die Bezugnahme auf Ereignisse von historisch-politischer Bedeutung, sondern beziehe sich auch auf unterhaltende Vorfälle, für die ein besonderes Informationsinteresse der Öffentlichkeit besteht. Die Verwendung der Namen der Prominenten würde auch nicht den Eindruck erwecken, die Genannten würden die beworbene Zigarettenmarke empfehlen. Ferner sahen die Richter in den beanstandeten Werbeanzeigen keinerlei beleidigenden oder herabsetzenden Inhalt. Im Ergebnis verneinten sie jegliche Verletzung ideeller oder wirtschaftlicher Interessen sowie des allgemeinen Persönlichkeitsrechts der klagenden Prominenten. Deshalb waren diesen auch keine Ansprüche auf Abschöpfung eines Werbewerts zuzubilligen.

Hinweis: Anders wäre der Fall wohl zu entscheiden gewesen, wenn auch Lichtbilder der Prominenten mit abgebildet worden wären. Insofern wäre nicht nur das allgemeine Persönlichkeitsrecht, sondern auch das Recht am eigenen Bild der Prominenten betroffen gewesen.

BGH, Urteile v. 05.06.2008, Az. I ZR 223/05 und I ZR 96/07

Urheberrecht

Haftung der Eltern für Urheberrechtsverletzungen eines sechzehnjährigen Kindes im Internet

Eltern können für Urheberrechtsverletzungen ihrer Kinder im Internet selbst dann haften, wenn sie nachweisen können, dass diese im Umgang mit modernen Medien versierter sind als sie selbst.

Demnach sind Eltern von ihrer Haftung nur dann befreit, wenn sie nachweisen können, dass sie ihr Kind ausführlich in die Nutzungsmöglichkeiten und Haftungsrisiken des Internets eingewiesen und regelmäßig dem Alter des Kindes angemessene Kontrollen des Nutzungsverhaltens durchgeführt haben.

Die damals sechzehnjährige Tochter der Beklagten hatte auf verschiedenen Internetforen Fotografien der Klägerin veröffentlicht, ohne über die erforderlichen Lizenzrechte zu verfügen. Auf ihre außergerichtliche Abmahnung hatten die Beklagten eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben. Die Klägerin verlangte nun von der Schädigerin und von ihren Eltern Schadensersatz aus § 97 UrhG. Die Beklagten verteidigten sich mit der Behauptung, ihre Tochter sei in der Nutzung des Internets wesentlich erfahrener als

sie selbst und habe insbesondere an ihrer Schule einen EDV-Kurs belegt.

Nach Auffassung des Landgerichts hätte die Eltern gleichwohl die Pflicht getroffen, das Nutzungsverhalten ihrer Tochter durch eingehende Einweisung und regelmäßige Stichproben zu steuern und zu überwachen.

Grundsätzlich haften die Eltern für jedes rechtsverletzende Verhalten ihrer Kinder. Eine Befreiung von dieser Haftung kommt nur dann in Betracht, wenn die Eltern ihrer Aufsichtspflicht genügt haben. Art und Ausmaß dieser Aufsichtspflicht bestimmen sich nach Alter, Eigenart und Charakter des zu beaufsichtigenden Kindes sowie nach der im Einzelfall zu beaufsichtigenden Situation.

Die Beweislast dafür, dass diesen Anforderungen genügt wurde, tragen dabei die Eltern. In dem vom Landgericht München I zu entscheidenden Fall konnten die Eltern keinen Beweis dafür erbringen, dass sie ihrer Aufsichtspflicht genügt hatten. Das Internet berge, so das Gericht, Gefahren und Risiken, die von einer Sechzehnjährigen nicht ohne weiteres überblickt werden könnten. Über diese Gefahren und Risiken hätten die Eltern ihre Tochter umfassend aufklären

und ihr Nutzungsverhalten in regelmäßigen Abständen kontrollieren müssen. Das Landgericht München I lässt somit den von Eltern vielfach vorgebrachten Einwand mangelnder eigener technischer Sachkunde nicht gelten.

Hinweis: Das OLG Frankfurt a.M. (Beschluss v. 20.12.2007, Az. 11 W 58/07; vgl. unseren Newsletter Medienrecht aktuell 03.2008), hatte im Dezember

2007 entschieden, dass ein Elternteil dann nicht für im Internet begangene Urheberrechtsverletzungen seiner minderjährigen Kinder hafte, wenn er nachweisen könne, dass er seine Kinder auf die Folgen illegalen „Filesharings“ ausdrücklich hingewiesen und ihnen dieses ausdrücklich verboten habe. Die Beweislast für die Erfüllung ihrer Aufsichtspflicht trifft damit die Eltern.

LG München I, Urteil v. 19.06.08; Az. 7 O 16402/07

Wettbewerbsrecht

BGH erklärt Einwilligung in Zusendung von Werbung per E-Mail und SMS bei bloßer Möglichkeit einer Opt-out-Erklärung für unzulässig

Der BGH wertet die Zusendung von Werbung per E-Mail oder SMS als unzulässig, wenn der Betroffene seine Einwilligung nur per Opt-out-Erklärung widerrufen kann.

Die Zusendung von Werbung per Email und SMS an Verbraucher ist nur zulässig, wenn sich der Verbraucher damit ausdrücklich einverstanden erklärt (sog. Opt-in-Erklärung). Dagegen ist es nicht ausreichend, wenn dem Verbraucher auf dem Vertragsformular lediglich die Möglichkeit eingeräumt wird, der Zusendung von Werbung auf elektronischem Wege durch Ankreuzen eines Kästchens zu widersprechen.

Mit seinem viel beachteten Urteil hat der BGH erneut die Rechte der Verbraucher gestärkt und die unaufgeforderte Versendung von Werbung an noch engere Voraussetzungen geknüpft.

Gegenstand des Urteils war eine AGB-Klausel, nach welcher der Verbraucher sich mit dem Abschluss eines Vertrags über die Teilnahme an einer Rabattaktion gleichzeitig mit der unaufgeforderten Zusendung von Werbung per E-Mail und SMS einverstanden erklärte. Unter der umstrittenen Vertragsklausel befand sich ein Kästchen, das der Verbraucher ankreuzen musste, wenn er mit der Zusendung von Werbung durch elektronische Post nicht einverstanden war.

Eine solche Vorgehensweise verstoße zwar nicht gegen die §§ 4 Abs. 1, 4a Abs. 1 BDSG. Insbesondere § 4a Abs. 1 BDSG verlange vielmehr nur, dass die

Einwilligung in die Speicherung von Daten zum Zwecke der Zusendung von Werbung schriftlich erteilt werde. Eine ausdrückliche positive Einwilligungserklärung setze die Vorschrift zumindest dann nicht voraus, wenn die Einwilligungserklärung auf dem Vertragsformular besonders hervorgehoben sei.

Jedoch stelle die Zusendung von Werbung unter Verwendung elektronischer Post eine unzumutbare Belästigung im Sinne des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG dar, wenn sich der Betroffene damit nicht durch eine gesonderte Erklärung einverstanden erklärt habe. Der Verbraucher müsse seinen Wunsch nach Zusendung von Werbung in einer spezifischen Angabe zum Ausdruck gebracht haben. Dieses Erfordernis einer gesonderten Erklärung folge aus der EU-Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation, die der deutsche Gesetzgeber mit der Regelung des § 7 UWG habe umsetzen wollen.

Eine gesonderte Erklärung in diesem Sinne liege aber nicht vor, wenn der Verbraucher eine im Vertrag vorgegebene Einwilligungserklärung mit dem übrigen Vertragsinhalt gleichsam mit erkläre. So aber liege es in denjenigen Fällen, in denen Vertragsformulare lediglich eine Opt-out-Möglichkeit vorsehen.

Hinweis: Es bleibt abzuwarten, ob Betroffene mit dieser BGH-Entscheidung der Flut von täglichen SPAM-Mails wirklich Herr werden können. Die unzumutbare Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG hat nach der Rechtsprechung einen Streitwert von nur wenigen hundert Euro. Anwälte sind bei der daraus folgenden niedrigen Vergütung regelmäßig nicht bereit, ein aufwändiges (Gerichts-) Verfahren zu betreiben. Trotz ihrer nun verbesserten Rechtsposition werden Betroffene deshalb nach wie vor Schwierigkeiten haben, ihr Recht tatsächlich durchzusetzen.

BGH, Urteil v. 16.07.2008, Az. VIII ZR 348/06

Domainrecht


DENIC muss Ausnahme für VW machen

Nach einer Entscheidung des OLG Frankfurt a.M. muss die Vergabestelle für Domainnamen der Top-Level-Domain „de“, die DENIC eG, den Domainnamen www.vw.de für den Volkswagenkonzern registrieren.

Die DENIC eG lehnte es bislang ausnahmslos ab, Domains, die nur aus zwei Zeichen bestehen, zu registrieren. Dies wurde mit möglichen Störungen im E-Mail-Verkehr begründet, wenn beispielsweise Second und Top Level Domain gleichlautend sind (Beispiel: www.de.de). Diese Regelung traf den Volkswagenkonzern besonders hart, zumal ihm dadurch - anders als Konkurrenten wie BMW - der Betrieb einer Internetseite mit den Anfangsbuchstaben der Marke verwehrt blieb.

Nun hatte das OLG Frankfurt a.M. nach langem Rechtsstreit ein Einsehen und wies die DENIC eG in ihre Schranken. Wegen der überragenden Marktbedeutung der Marke VW und der ansonsten bestehenden Benachteiligung gegenüber Mitbewerbern musste

die Vergabestelle die begehrte Domain www.vw.de zuteilen.

OLG Frankfurt a.M., Urteil v. 29.04.2008, Az. 11 U 32/04 

Internetstrafrecht


Eindringen in fremdes WLAN-System strafbar

Das AG Wuppertal sprach vor kurzem gegen einen Schwarzsurfer wegen Eindringens in ein fremdes WLAN-System eine Verwarnung aus.

Funknetzwerke, sogenannte WLAN-Systeme, ermöglichen die Einwahl selbst durch Mauern hindurch. Dies birgt die Gefahr, dass unbefugte Dritte in ein Computersystem eindringen und dort Daten ausspionieren. Vor dem Amtsgericht Wuppertal hatte sich ein junger Mann zu verantworten, der in Ermangelung eines eigenen Internetanschlusses einfach den Webzugang über den WLAN-Router des Nachbarn nutzte. Als dieser den „Eindringling“ entdeckte, erstattete er Strafanzeige.

Das Gericht verurteilte den „Schwarzsurfer“ wegen Verstoßes gegen das sogenannte Abhörverbot nach § 89 Satz 1 und § 148 Abs. 1 Satz 1 des Telekommunikationsgesetzes (TKG). Der WLAN-Router ist eine elektrische Sende- und Empfangseinrichtung und damit eine Funkanlage im Sinne von § 89 TKG. Der Täter würde sich dadurch zudem gemäß § 44 in Verbindung mit § 43 Abs. 2 Nr. 3 des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) strafbar machen.

Wegen der bislang insoweit unsicheren Rechtslage beließ es das Gericht bei einer Verwarnung, behielt sich jedoch die Verhängung einer Geldstrafe von 20 Tagessätzen vor. Das „Tatwerkzeug“, ein teures Notebook, wurde eingezogen.

AG Wuppertal, Urteil v. 03.04.2007, Az. 29 Ds 70 Js 6906/06 (16/07) 

Internetrecht

Keine Wahrung der Textform, wenn die Widerrufsbelehrung lediglich über die Homepage des Unternehmers abrufbar ist

Die Möglichkeit, eine im Internet veröffentlichte Widerrufsbelehrung zu speichern und zu reproduzieren, genügt nicht zur Wahrung der Textform nach § 126b BGB.

Dies hat das OLG Naumburg in seinem erst jetzt veröffentlichten Urteil vom 13. Juli 2007 entschieden. Das Textformerfordernis des § 126b BGB sei auch dann nicht erfüllt, wenn der Verbraucher die auf der Internetseite des Unternehmers veröffentlichte Widerrufsbelehrung von dort aus speichern und / oder ausdrucken könne. Damit tritt das OLG Naumburg der langjährigen Rechtsprechung des LG Flensburg und des LG Paderborn entgegen, die das Textformerfordernis bereits dann für erfüllt halten, wenn die für die Ausübung des Widerrufsrechts erforderlichen Informationen im Rahmen des Angebots im Internet zur Verfügung gestellt werden und der Verbraucher die Möglichkeit hat, sie zu speichern und auszudrucken.

Das OLG Naumburg begründet seine Entscheidung damit, dass das Speichern und Drucken der Widerrufsbelehrung einen eigenständigen Willensentschluss des Verbrauchers erfordere. Die Voraussetzungen des § 126b BGB seien in solchen Fällen stets erst dann erfüllt, wenn der Verbraucher die Widerrufsbelehrung tatsächlich abspeichere oder ausdrücke. Damit würden jedoch Beginn und Länge der Widerrufsfrist vom Zufall abhängig gemacht. Speichere der Verbraucher die Widerrufsbelehrung gar nicht ab und

drucke er sie auch nicht aus, erfolge die Belehrung keinesfalls vor Vertragsschluss, so dass automatisch die Vier-Wochen-Frist des § 355 Abs. 2 S.2 BGB in Gang gesetzt werde. Für eine Differenzierung danach, ob die Widerrufsbelehrung im Nachhinein die von § 126b BGB vorausgesetzte Perpetuierung erfahre, lasse die Regelung jedoch keinen Raum. Vielmehr entstehe durch eine solche Auslegung, so das Gericht wörtlich, „unerträgliche Rechtsunsicherheit“. Gebe der Verbraucher seine Bestellung von einem fremden Computer aus ab, könne das Abspeichern der Widerrufsbelehrung dem Textformerfordernis unter keinen Umständen genügen. Ferner zieht das OLG zur Auslegung der §§ 126b, 355 BGB die FernabsatzRL der EU heran. Diese fordert die Verfügbarmachung der Widerrufsbelehrung auf einem dauerhaften Datenträger. Ein Vergleich mit der ECommerceRL, die ausdrücklich nur die Möglichkeiten des Abspeicherns und Ausdruckens der Widerrufsbelehrung voraussetzt, zeige, dass der EU-Gesetzgeber zwischen dem Speichern und Ausdrucken einerseits und der Übermittlung der Widerrufsbelehrung in Textform andererseits unterscheiden wolle.

Hinweis: Diese Auffassung des OLG Naumburg hat sich inzwischen bei den Gerichten auch anderer Gerichtsstände durchgesetzt. Onlinehändler sollten ihrer Ware bei Auslieferung daher unbedingt eine Widerrufsbelehrung in Papierform beifügen.

OLG Naumburg, Urteil v. 13.07.2007, Az. 10 U 14/07



Winheller Rechtsanwälte

Corneliusstr. 34, D-60325 Frankfurt am Main
Geigersbergstr. 37, D-76227 Karlsruhe

Tel.: +49 (0)69 76 75 77 80

Fax: +49 (0)69 76 75 77 810

E-Mail: info@winheller.com

Internet: <http://www.winheller.com>

Rechtsanwälte für deutsches & US

- ▶ Stftungsrecht
- ▶ Nonprofitrecht
- ▶ Medienrecht
- ▶ Kapitalanlagerecht
- ▶ Wirtschaftsrecht

**Weitere Informationen finden
Sie auf unserer Website**

www.winheller.com

**VORAUS denken,
ZUKUNFT planen →**