



Fachtag Web 2.0 – Alles, was Recht ist

Rechtsanwältin Ricarda Veigel
Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
Markgrafenstr. 15
10969 Berlin
veigel@bdzv.de



Übersicht

- I. Rechtliche Grundlagen
- II. Einzelfragen
- III. Werbung im Web 2.0
- IV. Haftungsfragen
 - Haftungsrisiken
 - Möglichkeiten zur Haftungsreduzierung



Rechtliche Grundlagen

- Rechtslage seit dem 01. März 2007:
 - neuer Begriff Telemedien (Telemediengesetz - TMG)
 - Rundfunk (Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien - RStV)
- bis dahin:
 - Teledienste (TDG / TDDSG)
 - Mediendienste (MDStV)
 - Rundfunk (RStV)



Rechtliche Grundlagen

- Telemediengesetz (TMG)
 - wirtschaftsbezogene Regelungen für Telemedien
 - das TMG regelt:
 - Verantwortlichkeit von Diensteanbietern
 - Herkunftslandsprinzip
 - Informationspflichten



Rechtliche Grundlagen

- Rundfunkstaatsvertrag (RStV)
 - inhaltsbezogene Regelungen für Telemedien
 - der RStV regelt:
 - journalistische Sorgfaltspflicht
 - Gegendarstellungsrecht
 - Impressumspflicht



Einzelfragen

- Blogs als Telemedien?
 - Telemedien sind alle Onlinedienste, die nicht
 - Rundfunk
 - Telekommunikationsdienstesind (§ 1 Abs. 1 TMG)
 - Telemedien sind damit sämtliche On-Demand-Dienste (Texte, Bilder, Videos, Musik...)
 - Blogs (+)



Einzelfragen

- Impressumspflicht für Blogger?
 - nach RStV:
 1. Telemedien, die ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen: keine Angaben notwendig
 2. sonstige Telemedien: Name und Anschrift, bei juristischen Personen auch des Vertretungsberechtigten
 3. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten: Angaben nach dem TMG + zusätzlich Angabe eines inhaltlich Verantwortlichen (Name und Anschrift)



Einzelfragen

- Impressumspflicht für Blogger?
 - nach TMG:
 - bei geschäftsmäßigen, in der Regel gegen Entgelt angebotenen Telemedien sind anzugeben:
 - Name, Anschrift, E-Mail-Adresse
 - Handelsregisternummer und Registergericht
 - Umsatzsteuer-ID etc.
 - Geschäftsmäßigkeit liegt schon vor, wenn sich auf der Seite eine einzige Anzeige befindet
 - Impressum muss „leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“ sein



Einzelfragen

- Journalistische Sorgfaltspflichten für Blogger?
- Gegendarstellungsrecht?
- Auskunftsrechte?

- jeweils (+) bei „Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, in denen insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergegeben werden“



Einzelfragen

- „journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote“
 - Angebote, die insbesondere vollständig oder teilweise Inhalte periodischer Druckerzeugnisse in Text oder Bild wiedergeben
 - journalistisch-redaktionell sind aber auch alle sonstigen Beiträge, die zur Meinungsbildung beitragen können
 - Weblogs, die publizistische Ziele verfolgen (+)
 - Imagepräsentation eines Vereins (+)
 - bloße Sammlung und Wiedergabe von Informationen (-)
 - Chats und Foren (-)



Werbung im Web 2.0

- Grundsätze:
 - § 58 Abs. 1 RStV: Werbung muss:
 - klar als solche erkennbar (= Verschleierungsverbot, ggf. Kennzeichnung notwendig) und
 - vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein (= Trennungsgebot)
 - § 6 Abs. 1 TMG: Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation:
 - Nr. 1: Werbung muss klar als solche zu erkennen sein
 - Nr. 2: Die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag die Werbung erfolgt, muss klar identifizierbar sein



Werbung im Web 2.0

- § 6 Abs. 3 TMG: Die Vorschriften des UWG gelten daneben
- Verschleierungsverbot (§ 4 Nr. 3 UWG)
 - unlauter handelt, wer den Werbecharakter von Wettbewerbshandlungen verschleiert = Verbot getarnter Werbung



Werbung im Web 2.0

- Links im redaktionellen Online-Angebot
 - BGH („Schöner Wetten“): keine rechtswidrige Werbung durch Link, den die Presse in einem redaktionellen Artikel setzt
 - LG Berlin:
 - Beanstandung von Links, die ohne Kennzeichnung aus redaktionellem Beitrag heraus auf werbende Inhalte führen
 - Verstoß gegen Trennungsgebot, Wettbewerbsverstoß
 - BVerfG: Reichweite der urheberrechtlichen Störerverantwortlichkeit für Hyperlinks ist noch nicht geklärt



Werbung im Web 2.0

- Produktbeschreibungen in Wikis / Blogs
 - Gilt hier das Trennungsgebot?
 - Begriff „kommerzielle Kommunikation“
 - ist weit gefasst (E-Mail-Werbung, Pop-Up-Fenster, Banner...)
 - nicht umfasst sind unabhängig (insb. ohne Gegenleistung) gemachte Angaben (z. B. Warentests, erkennbar private Produktbeschreibungen)
 - (+) bei gezielten Marketing-Einträgen
 - offen: gibt es bei Wikis eine schutzwürdige Erwartungshaltung des Users auf objektive Informationen (wie es z. B. beim redaktionellen Teil der Tageszeitung der Fall ist)?



Werbung im Web 2.0

- Produktbeschreibungen in Wikis / Blogs
 - Gilt hier das Verschleierungsverbot des UWG?
 - Wettbewerbshandlung
 - Handlung mit dem Ziel, eigenen o. fremden Absatz oder Bezug von Waren / Dienstleistungen zu fördern
 - (+) bei gezielten Marketing-Einträgen
 - Verschleierung des Werbecharakters
 - (+) wenn Werbung für Verbraucher nicht erkennbar



Werbung im Web 2.0

- Produktbeschreibungen in Wikis / Blogs
 - Wer ist für rechtswidrige Werbung verantwortlich (z. B. für getarnten Marketing-Eintrag)?
 1. Verfasser als unmittelbarer Rechtsverletzer
 2. Auftraggeber, wenn ihm der Beitrag zugerechnet werden kann
 3. Diensteanbieter des Wikis
 - für eigene oder zu eigen gemachte Inhalte
 - für fremde Inhalte in der Regel Haftungsprivilegierung nach dem TMG



Haftungsrisiken

- Haftungsrisiken? Eigentlich keine...

§ 10 Telemediengesetz - Speicherung von Informationen

Diensteanbieter sind für **fremde** Informationen, die sie für einen Nutzer speichern, **nicht verantwortlich**, sofern

1. sie **keine Kenntnis** von der rechtswidrigen Handlung oder der Information haben und ihnen im Falle von Schadensersatzansprüchen auch keine Tatsachen oder Umstände bekannt sind, aus denen die rechtswidrige Handlung oder die Information offensichtlich wird, oder
2. sie **unverzüglich tätig** geworden sind, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren, sobald sie diese Kenntnis erlangt haben.

Satz 1 findet keine Anwendung, wenn der Nutzer dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.



Haftungsrisiken

- Prüfungspflichten? Eigentlich keine...

§ 7 Telemediengesetz – Allgemeine Grundsätze

(2) Diensteanbieter im Sinne der **§§ 8 bis 10** sind **nicht verpflichtet**, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen **zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen.**

Verpflichtungen zur **Entfernung** oder **Sperrung** der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben auch im Falle der Nichtverantwortlichkeit des Diensteanbieters nach den §§ 8 bis 10 unberührt.



Haftungsrisiken

- In der Praxis drohen Haftungsrisiken durch Teile der bisher ergangenen Rechtsprechung:
- LG Trier (2002): Wer eine regelmäßige Kontrolle von Gästebucheinträgen unterlässt, macht sie sich „zu eigen“. Eine wöchentliche Überprüfung und ggf. Löschung sind geboten.
- OLG Köln (2002, Steffi Graf): Foren-Inhalte werden durch die Grobstrukturierung des Angebots initiiert und gelenkt. Wegen der Förderung eigener wirtschaftlicher Interessen und der Einräumung von Nutzungsrechten: Eigene Inhalte!



Haftungsrisiken

- In der Praxis drohen Haftungsrisiken durch Teile der bisher ergangenen Rechtsprechung:
- LG Köln (2004): „Wegen privater Insolvenz Porsche sofort zum Festpreis abzugeben!“ = angeblich erkennbare Persönlichkeitsrechtsverletzung, Verletzung der Prüfungspflicht = Schadensersatz und Schmerzensgeld
- LG Köln (2007, Rapidshare): Einem Anbieter obliegt eine verstärkte Prüfung von Inhalten Dritter, wenn er aufgrund seines Nutzungs- bzw. Geschäftsmodells in erheblichem Maße von den begangenen Rechtsverletzungen seiner Nutzer profitiert.



Haftungsrisiken

- In der Praxis drohen Haftungsrisiken durch Teile der bisher ergangenen Rechtsprechung:
- LG Hamburg (2005, Heise): Forenbetreiber sind vor Freischaltung der Einträge zur Prüfung verpflichtet.
- LG Hamburg (2007, Supernature): Eigene Informationen, für die gehaftet werden muss, sind solche, für deren Verbreitung der Betreiber seinen Internetauftritt zur Verfügung stellt, auch wenn Dritte die konkreten Informationen einstellen. Nicht zurechenbar sind nur solche Inhalte, von denen sich der Betreiber der Seite konkret und ausdrücklich distanziert.



Haftungsreduzierung

- Möglichkeiten zur Haftungsreduzierung?
 1. Distanzierung
 2. Kontrolle
 3. Registrierung
 4. Freizeichnungsklauseln
 5. Rückgriffsklauseln



Haftungsreduzierung

1. Distanzierung?

- *„Die Betreiber des Forums distanzieren sich prinzipiell von allen von ihren Nutzern eingestellten Inhalten unabhängig von deren Inhalt.“*
- *„Eingestellte Beiträge, Informationen oder Meinungen stellen nicht die Meinung von A dar. Diese macht sich diese Meinungen auch nicht zu eigen. A übernimmt auch keine Verantwortung und Gewähr für sonstige Inhalte oder Aktivitäten von Nutzern.“*
- Hintergrund: Sorge um Zurechnung durch Gerichte („zu eigen gemachte Inhalte“)
- Wert: überschaubar
- Entscheidend ist die Rezipientenperspektive



Haftungsreduzierung

2. Kontrolle: Tatsächliche (proaktive) Kontrolle?

- Grundregel: Vertrauen ist gut, Kontrolle ist schlecht!
- Hintergrund: Rechtsprechung der Instanzgerichte zum „zu eigen machen“ durch
 - Steuerung der Inhalte durch grobe Strukturierung der Communities
 - billigende Verbreitung nach Kenntnisnahme
 - Förderung eigener wirtschaftlicher Interessen durch werbefinanzierte „Communities“
- BGH: kein „zu eigen machen“ ohne Kenntnis
- Folge: Haftungsprivilegierung aus § 10 TMG bleibt anwendbar, grundsätzlich keine Ersatzansprüche und strafrechtliche Verantwortlichkeit



Haftungsreduzierung

2. Kontrolle: „Kommunizierte“ (proaktive) Kontrolle?

- Keine Hinweise auf (vermeintlich) planmäßige Kontrolle durch Mitarbeiter
- Alternative: „Ansprechpartner, an die man sich im Bedarfsfall wenden kann“
- Vorsicht vor „versteckten“ Nutzungsbedingungen (Nutzungsrechte)
 - *„Die Redaktion wird die Beiträge sichten, bewerten und gegebenenfalls bearbeiten und diejenigen für die Printversion von [...] auswählen, die als interessant und nützlich eingestuft werden. Mit dem Einstellen der Artikel und/oder der Fotos erklärt sich der Nutzer mit einer Online/Print-Veröffentlichung einverstanden.“*



Haftungsreduzierung

2. Kontrolle? Keine Verpflichtung zur proaktiven Kontrolle!

- LG Hamburg (2005, Heise): Forenbetreiber sind vor der Freischaltung zu einer Prüfung der Einträge verpflichtet
- ist zum Glück Vergangenheit – Hanseatisches OLG (2006):
 - Betreiben eines Internetforums steht unter dem Schutz der Presse- und Meinungsäußerungsfreiheit
 - Existenz solcher Foren darf durch Überspannung der Überwachungspflichten nicht gefährdet werden
 - Verbreitung der eingestellten Beiträge im Unterschied zur Übernahme von Leserbriefen in einem Printmedium wesensmäßiges Element eines Webforums
 - Verbreitung durch den Betreiber des Forums darf auch ohne dessen vorherige Prüfung und damit Kenntnis erfolgen



Haftungsreduzierung

2. Kontrolle? Reaktive Kontrollpflichten

- im Fall der Kenntnis konkreter rechtswidriger Inhalte
- Umfang (strittig):
 - OLG Düsseldorf (2006)
 - Kontrolle durch Mitarbeiter angesichts der Vielzahl der Einträge nicht zumutbar
 - Kontrolle durch Suchrobots nur, falls geeignet (nicht bei äußerungsrechtlichen Fragestellungen)
 - im Ergebnis: Haftung nur bei konkreter positiver Kenntnis
 - Hanseatisches OLG (2006):
 - Prüfung des konkreten „Boards“ durch Mitarbeiter
 - auf vergleichbare Rechtsverletzungen



Haftungsreduzierung

2. Kontrolle? Reaktive Kontrollpflichten

- Prognose: Reaktive Kontrolle nach Rechtsverletzungen notwendig
- Problem: Gefahr des „zu eigen machens“ anderer Rechtsverletzungen
- Lösung:
 - Kontrolle beschränkt auf den abgrenzbaren Teilbereich des Forums
 - beschränkt auf kerngleiche Verstöße / schichtenweise Kontrolle auf identische Betroffene / identische Rechtsverletzungen / keine weiteren Recherchen



Haftungsreduzierung

2. Kontrolle: durch Moderatoren, Veto-Rechte etc.?

- Scouts, Poweruser, Moderatoren unter den Nutzern
 - Pro: Keine „Gleichgültigkeit“ des Anbieters
 - Contra: Wissenszurechnung?
 - LG München: auch unentgeltlich tätige Scouts agieren im Auftrag des Anbieters: Wissenszurechnung möglich
 - Alternative: automatischer Moderatorenstatus nach Dauer der Forumszugehörigkeit o. ä. (keine Beauftragung)
- Veto-Rechte für Betroffene
 - automatische Sperrung des Beitrages
 - Problem: Missbrauch
 - Lösung: Datenabfrage des „Beschwerdeführers“ / Einwilligung zur IP-Adressen-Protokollierung



Haftungsreduzierung

3. Registrierung?

- Keine Haftungsbefreiung dadurch, dass der Forenbetreiber den Zugriff auf den eigentlichen Verletzer ermöglicht (dessen Daten ihm durch die Registrierung vorliegen)
 - so noch OLG Düsseldorf (2006)
 - verworfen durch BGH (März 2007):
Gegen den Forumsbetreiber kann ab Kenntniserlangung ein Unterlassungsanspruch des Verletzten bestehen, unabhängig von den Ansprüchen des Verletzten gegen den Autor des beanstandeten Beitrags.



Haftungsreduzierung

3. Registrierung?

- Hat eine fehlende Registrierung Auswirkungen auf Bestehen und Umfang von Prüfungspflichten? (-), weder positiv noch negativ
- Weitergabe von Daten an Dritte (Verletzte) immer nur mit Einwilligung (TMG) zulässig, daher Einwilligungsklausel in die AGB aufnehmen
- Wert: Registrierung ist empfehlenswert, um ggf. Regressansprüche gegen Nutzer geltend machen zu können.



Haftungsreduzierung

4. Freizeichnungsklauseln?

- *„Die Betreiber übernehmen keine Haftung für Schäden, die aus dem Betreiben dieses Forums oder durch einzelne Beiträge entstehen.“*
- *„Die Betreiber sind für den Inhalt nicht von ihr erstellter Einträge in den Foren, Gästebüchern oder elektronischen Briefkästen nicht verantwortlich.“*
- Wert: derartige Hinweise bringen keinen Schutz.



Haftungsreduzierung

5. Rückgriffsklauseln?

- *„Der Nutzer stellt den Anbieter auf erstes Anfordern von sämtlichen Ansprüchen frei, die von Dritten gegen den Anbieter wegen vom Nutzer eingebrachter Informationen erhoben werden.“*
- Wert: sinnvoll



Fachtag Web 2.0 – Alles, was Recht ist

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Rechtsanwältin Ricarda Veigel
Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger
Markgrafenstr. 15
10969 Berlin
veigel@bdzv.de