

# Rechtssichere Internetseiten

Gerd M. Fuchs, BVDW

Berlin/Düsseldorf, 04. April 2008

- Impressum
- Online-Shops und Impressum
- Online-Shops: Rechtsfallen
- Haftungsfragen
  - Blogs
  - Datenerhebung
  - Webseiten und Urheberrecht

## Impressum

## Impressumspflichten

Impressum-Pflicht ist gesetzlich geregelt:

- früher: § 6 TDG (Teledienstegesetz), § 10 Abs 2 MDStV
- aktuell: § 5 TMG (Telemediengesetz)
  - gültig ab dem 1. März 2007
  - Zusammenführung der Regelungen für Tele- und Mediendienste (TDG, MDStV und TDDSG)
  - Anwendungsbereich: alle Informations und Kommunikationsdienste, die nicht ausschließlich dem Telekommunikations- oder Rundfunkbereich zuzuordnen sind (Online-Shops, Auktionshäuser, Weblogs und private Websites), also:
    - Telemediendienste,
    - die durch einen Diensteanbieter
    - geschäftsmäßig angeboten werden.

- -> Anwendungsbereich, auf den sich die Anbieterkennzeichnungspflicht hinsichtlich der Homepages im Internet bezieht, sehr weitreichend, daher immer vorsorglich beachten
- Verletzungen der im TMG verankerten Informationspflichten durch Anbieter von Telediensten und Werbende, können
  - mit Bußgeldern geahndet oder
  - von Mitbewerbern abgemahnt werden
- aber: nicht jeder Verstoß gegen die Impressumspflicht ist wettbewerbswidrig (Bsp. OLG Koblenz, CR 2006, 692: Kein Handeln zu Lasten von Wettbewerbern und Verbrauchern, wenn die Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde fehlt)

Daher beachten: Impressum muss auf der Website

- leicht erkennbar,
- unmittelbar erreichbar
- ständig verfügbar - auf der „Homepage“ präsent
- allgemein verständlich
- ohne großen Aufwand und Mühen auffindbar
- gut wahrnehmbarer Stelle

Beispiel: Nach diesen Anforderungen liegt zum Beispiel keine leichte Erkennbarkeit vor, wenn die Bezeichnung erst nach einem Scrollen auf der vierten Bildschirmseite sichtbar wird (so zumindest: OLG München, Urteil vom 12.02.2004, Az. : 29 U 4564/03).

Eine Erreichbarkeit der Angaben über 2 Links („Kontakt“ und „Impressum“) ist dagegen ausreichend (BGH v. 20.7.2006 - I ZR 228/03).

## Notwendige Angaben:

- den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind
- Rechtspersönlichkeit (natürliche oder juristische Person)
- bei juristischen Personen zusätzlich den Vertretungsberechtigten,
- Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post;  
dies schließt, auch bei Online-Shops, die Angabe einer Telefonnummer mit ein (OLG Oldenburg (Urt. v. 12.5.2006 - 1 W 29/06),
- soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,
- ...

### Notwendige Angaben: (Fortsetzung)

- soweit der Teledienst in Ausübung eines „zuzulassenden Berufes“ angeboten oder erbracht wird: Angaben über die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören, die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist, die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind, ...
- in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer.
- Weitergehende Informationspflichten, insbesondere u.a nach
  - dem Fernabsatzgesetz,
  - Preisangaben- und Preisklauselgesetz und der Preisangabenverordnung,
  - handelsrechtlichen Bestimmungen,
  - den Vorschriften zum Fernabsatz,
  - § 312b BGB, der BGB-InfoVO,
  - Fernunterrichtsschutzgesetz
  - ...

## Impressumspflichten (Beispiel)

Informationen über den Anbieter, reeller Kontakt möglich (Telefon, Email)

Berufsrechtliche Angaben

Haftungshinweise / Disclaimer

**Impressum**

**Angaben zum Anbieter nach § 6 TDG**  
 Rechtsanwalt  
 Gerd M. Fuchs  
 Reskower Weg 10  
 D-10409 Berlin  
 Fon: +49 (0)30 - 280 93 982  
 anwalt@foxlaw.de

Der Rechtsanwalt Gerd M. Fuchs ist in der Bundesrepublik Deutschland als Rechtsanwalt zugelassen und gehört der örtlichen Rechtsanwaltskammer in Berlin (<http://www.rak-berlin.de>) an.

Umsetzung:  
 58 Lohmüller

Quellenhinweis:  
 Ich danke Photocase.de für das hervorragende Bildmaterial

**Als berufsrechtliche Regelungen gelten für Rechtsanwälte:**

- Die Bundesrechtsanwaltsordnung (kurz: BRAO)
- Die Berufsordnung für Rechtsanwälte (kurz: BORA)
- Die Fachanwaltsordnung (FAO)
- Die Ständesregelung der Rechtsanwälte in der Europäischen Gemeinschaft (CCBE-Berufsregeln)
- Das Rechtsanwaltsvergütungsgesetz (RVG)
- Das Gesetz über die Tätigkeit europäischer Rechtsanwälte in Deutschland (EuRAG)
- Law implementing the Directives of the European Community pertaining to the professional law regulating the legal profession<sup>1</sup>.

Die Gesetzestexte finden Sie besonders einfach auf der Internetseite der Bundesrechtsanwaltskammer unter <http://www.brak.de>. Die Gesetze werden aber auch im Bundesgesetzblatt veröffentlicht und sind im Buchhandel erhältlich.

Umsatzsteueridentifikationsnummer:  
 Auf Anfrage

Die gesetzliche Berufsbezeichnung lautet "Rechtsanwalt" und wurde von der Berliner Landesjustizverwaltung über die Rechtsanwaltskammer für des Bezirk des Kammergerichtes Berlin verliehen. Die zuständige Aufsichtsbehörde ist die Rechtsanwaltskammer Berlin.

**Haftungshinweis:**  
 Die nachfolgenden Informationen, die auf diesen Seiten abgerufen werden können, erheben weder

Was passiert, wenn die Regeln nicht eingehalten werden?

- Seitenbetreiber wird per anwaltlicher Abmahnung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung aufgefordert
- Auch Haftung des Admin-C möglich
- Seitenbetreiber verpflichtet sich,
  - fortan ein - rechtlich unbedenkliches - Impressum vorzuhalten und
  - im Falle eines Verstoßes eine Strafe an den Abmahnenden zu zahlen
- wenn Abgemahnter nicht auf Abmahnung reagiert: Abmahner kann Erlass einer einstweiligen Verfügung beantragen
  
- Kosten der Abmahnung (Bsp.)

Streitwert:	zwischen 3.000,- und 6.000,- EUR
Anwaltsgebühren	465,- bis 696,- EUR

## Online-Shops und Impressum

Die Impressumspflicht gilt auch bei gewerblichen Angeboten (Shops) – auch bei eBay

- Das Landgericht Hamburg (Az.: 327 O 196/06):  
Verlinkung der Anbieterdaten bei eBay mittels der Rubrik ‚Mich‘ genügt den Anforderungen aus § 6 TDG hinsichtlich der Impressumspflicht.
  - expliziter Hinweis auf der Angebotsseite selbst, dass sich die Anbieterdaten durch einen Klick auf die Rubrik ‚Mich‘ auffinden lassen, nicht notwendig.
  - eine gesetzliche Vorgabe, unter welcher Bezeichnung die Anbieterkennzeichnung erfolgen soll, besteht nämlich nicht (vgl. BGH v. 20.7.2006 - I ZR 228/03; ebenso die Vorinstanz OLG München, MMR 2004, S. 36).

## Impressumpflicht auch bei gewerblichen Angeboten über ebay (Fortsetzung)

- aber: vollständiges Impressum erforderlich

vgl. OLG Koblenz, MMR 2006, 236, wenn regelmäßig, etwa als Powerseller, über das Internet-Auktionshaus eBay Artikel verkauft wird;

- ähnlich OLG Karlsruhe, WRP 2006, 1038: Unternehmer ist, wer auf der Verkaufsplattform eBay auf Dauer angelegt unternehmerisch Waren anbietet

Kriterien:

- Power-Seller (Mindest-Handelsvolumen € 3.000,- mtl.)
- 228 Käufer-Bewertungen

## Online-Shops: Rechtsfallen

## 1. Rechtsfalle: Widerrufsbelehrung

Rückgaberecht: 1 Monat (auch bei eBay) (§§ 312 d, 355 BGB) – nicht 4 Wochen

- **Kammergericht Berlin**, Beschluss v. 18.7.2006 (5 W 156/06):  
im gewerblichen Endverbraucherhandel über eBay gilt eine Widerrufsfrist von einem Monat (§ 355 Abs. 2 Satz 2 BGB).  
Grund: der Vertrag bei eBay kommt bereits mit Auktionsablauf und Höchstgebot des Kunden und nicht erst mit einer Bestätigungsmail durch den Händler bzw. Versand der Ware zustande und somit die fristauslösende Belehrung in Textform (§ 126b BGB, z.B. E-Mail, Papierform) erst nach Vertragsschluss erteilt wird.
- Die gleiche Auffassung vertritt auch das **OLG Hamburg**, Urteil v. 24.8.2006 (3 U 103/06): bei gewerblichen Verkäufen über die Plattform eBay gilt nach § 355 Abs. 2 Satz 2 BGB eine Widerrufsfrist von einem Monat, da eine Widerrufsbelehrung auf der Artikelseite nicht den Anforderungen der Textform (§ 126a BGB) genügt.

## Rückgaberecht: (Fortsetzung)

- Achtung: Unterscheidung zwischen Rückgabe und Widerruf des Kaufes
- Der Widerruf kann entweder durch schlichte Rückgabe/Rücksendung der Sache erklärt werden, aber auch durch eine fristgerechte Absendung der Widerrufserklärung (vgl. §§ 356, 357 BGB).

## Ordnungsgemäße Widerrufsbelehrung (§§ 312 d, 355 BGB)

- LG Halle Mai 2005 (Az. 1 S 28/05):  
Musterformular des Bundesjustizministerium (BMJ) für das Widerrufsrecht bei Online-Geschäften entspricht nicht den Vorgaben des Gesetzes und ist deshalb unwirksam.
- LG Münster, Urteil vom 2.08.2006 (Az. 24 O 96/06):  
kein Wettbewerbsverstoß, soweit das amtliche Formular zum Online-Widerrufsrecht des Bundesjustizministeriums verwendet wird
- ebenso LG Flensburg, Urteil vom 23.08.2006 (Az. 6 O 107/06)
- Daher nun „neues“ Musterformular des BMJ, gültig zum 1.4.2008
  - annähernd gleich, nur geringfügige Änderungen zur bisher gültigen Fassung
    - vor allem Aktualisierungen hinsichtlich der Gestaltungs- und Verwendungshinweise zur Widerrufsbelehrung
    - ursprüngliches Vorhaben, die Verkäufer zu verpflichten, einen erheblichen Teil der Gesetzestexte als Anlage der Widerrufsbelehrung beizufügen, wurde fallengelassen.
  - Übergangsfrist für alte Formulierung bis 30.09.2008

## 2. Rechtsfalle: Preisangaben

Genauere Preisangabe nebst MwSt. (PreisAngVO)

- OLG Hamburg (Urteil vom 03.02.2005, AZ: 5 U 128/04:  
Bei Preisangaben in Online-Shops muss klargestellt sein, dass es sich um Endpreise incl. Mehrwertsteuer handelt, wobei auf alle zusätzlichen Kosten (Versandkosten, Nachnahmegebühr) hingewiesen sein muss.
- Die Information muss neben jedem Einzelpreis erfolgen (OLG Hamburg, Urt. v. 24. 2. 2005 - 5 U 72/04)
- **Sternchen-Hinweis** vollkommen ausreichend:  
**Sternchen** oder eine **Fußnote** hinter jeder Preisangabe: Diese Art der Preisauszeichnung ist dem durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher hinreichend vertraut.  
Die Angabe der Versandkosten in den AGB oder erstmals im "Warenkorb" ist ebenfalls nicht ausreichend (LG Hamburg, Urt. v. 27.10.2005 - 327 O 614/05)

## Genauere Preisangabe nebst MwSt. (PreisAngVO) (Fortsetzung)

- irreführend und damit wettbewerbswidrig hingegen die Angabe weiterer Preisbestandteile - hier: der Versandkosten - hinter einem mit "weitere Informationen" gekennzeichneten Link. Bei dieser Formulierung erwarte der Verbraucher weitere Informationen zum Produkt, nicht aber zum Preis.

### 3. Rechtsfalle: sonstige notwendige Angaben

"Verordnung über die Kennzeichnung von Haushaltsgeräten mit Angaben über den Verbrauch an Energie und anderen wichtigen Ressourcen" - **EnVKV**. (Verordnung aufgrund des § 1 Abs. 1 Nr. 1 des Energieverbrauchskennzeichnungsgesetzes vom 1. Juli 1997 (BGBl. I S. 1632)).

- gilt für die Arten von Haushaltsgeräten, die in Anlage 1 der Verordnung aufgeführt sind

"neue" Geräte – gilt nicht für gebrauchte Geräte.

- grundsätzlich müssen alle "netzbetriebenen elektrischen Haushaltsgeräte" entsprechend gekennzeichnet werden.

- Auflistung der einzelnen Geräte - hier:

[http://www.gesetze-im-internet.de/envkv/anlage\\_1\\_13.html](http://www.gesetze-im-internet.de/envkv/anlage_1_13.html)

### 3. Rechtsfalle: sonstige Notwendige Angaben

Missachtung der Angabeverpflichtung = Wettbewerbsverstoß

- Wettbewerber hat ggf. einen Anspruch aus UWG.
- Einige OLG sind durchaus der Ansicht, dass Verstöße die EnVKV (überwiegend allerdings hinsichtlich der PKW-EnVKV) mittels wettbewerbsrechtlicher Abmahnungen geahndet werden dürfen, so z.B. das Landgericht Dresden, Urteil vom 03.08.07, Az.: 41 O 1313/07. Hier ging es auch um Angaben zum Energieverbrauch von Elektro-Haushaltsgeräten.

## Haftungsfragen

Haftungsfragen

Weblog / Blogs

## 1. Begriffsklärung und Geschichte

- das Wort „Weblog“ ist eine Wortkreuzung aus den englischen Begriffen „web“ und „log“
- der Bestandteil „log“ stammt von Logbook, dem sog. Schiffstagebuch
- Mitte der 90er Jahre kamen die ersten Weblogs auf und wurden als Online-Tagebücher bezeichnet
- Internetnutzer berichteten in Form von periodischen Einträgen über ihr eigenes Leben
- Quellen:
  1. Picot/Fischer, Weblogs professionell, Heidelberg 2006.
  2. [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)

## 2. Weblogs als neues Kommunikationsphänomen

- durch die technologische Konvergenz von Medien, IT und Telekommunikation entwickeln sich die Weblogs zu einem neuen Kommunikationsphänomen
- Stichwort: digitale Mundpropaganda (Die Zeit, 20.07.2006)
- von Unternehmen werden Weblogs immer mehr als Kommunikationsinstrument eingesetzt
- Stichwort: Corporate Blog
- Ziel: gezielte Unternehmens- und Markenkommunikation

### 3. Erscheinungsformen des Corporate Blog

- innerhalb des Corporate Blog wird nach den Funktionen u.a. unterschieden in:

#### 1. Knowledge-Blogs

- hier werden insbesondere im sog. Intranet persönliche Journale oder Know-How ausgetauscht
- die Mitarbeiter können untereinander kommunizieren

#### 2. Service-Blogs

- mit dieser Form von Blogs sollen Kunden zusätzliche Informationen zu Produkten geben und ggf. auch Verbesserungsvorschläge machen (neue Rezepturen etc. pp.)

### 3. Erscheinungsformen des Corporate Blog

#### 3. Kampagnen-Blogs

- mit Hilfe der Blogger werden Werbekampagnen von Unternehmen über einen bestimmten Zeitraum unterstützt

#### 4. Projekt-Blogs

- in diesem Fall wird im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Marktpartnern oder Zulieferern die Arbeit an einem bestimmten Projekt dokumentiert

#### 5. Krisen-Blogs

- hier soll effektiv und schnell auf Unternehmenskrisen wie z.B. bei Produktmängeln reagiert werden

### 3. Erscheinungsformen des Corporate Blog

- weiterführende Hinweise zu den Funktionen innerhalb eines Corporate Blog finden sich bei: Zerfaß/Boelter, Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien, Graz 2005
- praktische Beispiele eines sog. CEO-Blogs: Jonathan Schwarz (Sun Microsystems), Randy Baseler (Boeing), Bob Lutz (General Motors)

## 4. Risiken von Blogs

- Unternehmen sollten bei der Einrichtung von sog. Corporate Blogs darauf achten, dass, wenn ein Nutzer „über die Stränge schlägt“, sich rechtliche Risiken ergeben (vgl. Punkt 5.)
- die spezifische Gestaltung von Weblogs sowie deren starke Verbreitung und langfristige Archivierung gewähren ggf. auch Einblicke in die Persönlichkeit des jeweiligen Bloggers, die sich nachträglich nur schwer beseitigen lassen
- jeder Blogger sollte aus Gründen des Selbstdatenschutzes genau überlegen, was und wie er formuliert

## 5. Rechtliche Rahmenbedingungen

- Beispielsfall:

Das Unternehmen X betreibt ein Nachrichtenportal, auf dem ein Artikel über die Software eines anderen Unternehmens in das Netz gestellt wird. Der Artikel befasst sich kritisch mit dieser Software, die über das Internet vertrieben wird. In einem Forum zu diesem Beitrag rufen in der Folge mehrere Internetnutzer dazu auf, das Programm so häufig vom Server des Software-Anbieters herunterzuladen, dass dieser überlastet wird und ausfällt.

Wie sieht es mit der Verantwortlichkeit des Betreibers des Nachrichtenportals für diesen „Sabotageaufruf“ aus?

## 5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Düsseldorf

- nach dem Urteil des OLG Düsseldorf vom 26.4.2006 – Az. I-15 U 180/05 soll eine vorrangige Haftung des unmittelbaren Verletzers in Betracht kommen
- der Betroffene muss sich dann zunächst direkt an den Verfasser des rechtswidrigen Beitrages wenden
- den Portalbetreiber trifft nur eine subsidiäre (nachrangige) Haftung
- Problem: Provider ist aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht zur Auskunft über den Namen des Inhabers der IP-Adresse auf eine private Anfrage hin berechtigt
- eine Auskunft darf nur aufgrund einer Anordnung nach §§ 100g, 100h StPO erfolgen (Stichwort: Richtervorbehalt – bei Gefahr in Verzug: Staatsanwaltschaft)

## 5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Hamburg

- nach dem Urteil des OLG Hamburg vom 22.8.2006 – Az. 7 U 50/06 besteht eine Haftung des Portalbetreibers nur bei einem konkreten Anlass
- für den Betreiber eines Internetforums kommt eine Haftung als Störer im Regelfall nicht in Betracht, soweit lediglich der Vorgang des Einstellens eines Beitrags durch Dritte in Frage steht
- eine generelle Verpflichtung zu einer vorherigen „Eingangskontrolle“ existiert nicht
- auch eine allgemeine Pflicht zur nachträglichen Überprüfung von Forumsinhalten trifft den Anbieter nicht, soweit hierfür kein konkreter Anlass besteht

## 5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Hamburg

- der Betreiber hat nach Ansicht des OLG Hamburg jedoch eine spezielle Pflicht zur Überprüfung des konkreten Einzelforums, d.h. eines sog. „Threads“ (Folge von Diskussionsbeiträgen), wenn er
  - a) entweder durch sein eigenes Verhalten vorhersehbar rechtswidrige Beiträge Dritter provoziert hat **oder**
  - b) ihm bereits mindestens eine Rechtsverletzung von einigem Gewicht benannt worden ist und sich damit die Gefahr weiterer Rechtsverletzungshandlungen durch einzelne Nutzer bereits konkretisiert hat

## 5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Hamburg

- diese Auffassung hat gute Aussichten, auch höchstrichterlich eine Bestätigung zu erfahren:
  1. Einerseits berücksichtigt das OLG Hamburg in seiner Entscheidung die wichtige Bedeutung von Foren im heutigen Informationszeitalter. Das Internet ist ein wichtiger Faktor im öffentlichen Meinungsbildungsprozess und wird somit als meinungsbildende Plattform angesehen.
  2. Andererseits stellt die Entscheidung klar, dass das Internet keinesfalls als anarchisches Medium eingestuft werden kann. Es ist kein rechtsfreier Raum, in dem Personen rechtswidrig über andere Personen oder Unternehmen berichten und schreiben dürfen. Auch das Recht entfaltet im Internet seine Steuerungsfunktion.
- weiterführende Literatur zu diesem Urteil: Schmelz, ZUM 2006, 756-758; Feldmann, MMR 2006, 747-748.

## 6. Übertragbarkeit auf Weblogs

- die Entscheidung des OLG Hamburg ist von ihrer rechtlichen Bewertung her auf Weblogs, Versteigerungsplattformen oder Videoplattformen übertragbar
- auch in Weblogs werden Sachverhalte diskutiert, die einem Internetportal vergleichbar sind
- es geht um abwertende Äußerungen von und über Personen, Abbildungen gegen den Willen des Betroffenen, Bewertungen und Leistungsbeschreibungen über Produkte etc. und um die Frage, ob und in welchem Umfang der Betreiber derartiger Angebote (Plattformen) für die Beiträge der Nutzer zur Verantwortung gezogen werden kann
- in allen Fällen geht es rechtlich um den Konflikt zwischen der verfassungsrechtlich garantierten Meinungs- und Pressefreiheit und dem ebenfalls verfassungsrechtlich gewährleisteten (Unternehmens-)Persönlichkeitsrecht

## 7. Praktische Auswirkungen

- als Merksatz lässt sich festhalten: Nur bei einem konkreten Anlass besteht eine spezielle Prüfungspflicht und Entfernungspflicht des Weblog-Anbieters.
- Beispiele:
  1. Die Rubrik „Ihre Erfahrungen mit diesem Unternehmen“ fordert rufschädigende Äußerungen ehemaliger Mitarbeiter heraus.
  2. Das Unternehmen unterhält ein Blog, in dem sich Kunden abwertend über ein Konkurrenzprodukt äußern können.
  3. Der Weblog-Anbieter erhält einen Hinweis auf eine rechtsverletzende Äußerung in seinem Weblog. Bei Kenntnis müssen rechtswidrige Inhalte immer entfernt werden.

## 8. Regelungsrahmen: TMG

- nach dem Telemediengesetz (TMG) stellen nach § 1 Abs. 1 Satz 1 TMG-E Blogs grundsätzlich Telemedien dar, also elektronische Informations- und Kommunikationsdienste
- es kommt also letztlich nur noch auf eine Abgrenzung zwischen Telemedien und Rundfunk an
- die bisherige Unterscheidung in Teledienste, Mediendienste und Rundfunk wird aufgehoben
- weiterführend zum TMG-E: Weiner/Schmelz, K&R 2006, 453-460

Haftungsfragen

Datenerhebung / Newsletter-  
Registrierung

Bei Erhebung von Daten über Webseiten gilt es zu beachten:

- Nutzer muss ausdrücklich in Datenerhebung einwilligen, sog. „Opt-In“
  - nicht versteckt in AGB
  - gesonderte Datenschutzbestimmungen („Privacy Policy“) erforderlich
  - ggf. gesondertes Opt-In-Feld unter dem Webformular, über das die Daten erhoben werden
    - „Confirmed Opt-In“ verwenden, besser noch „Double Opt-In“ (s. Vortrag zur SPAM-Problematik)
- Nutzer kann jederzeit Auskunft über Art und Zweck der Datenspeicherung verlangen
- Nutzer kann der Datenspeicherung jederzeit widersprechen

Bei Erhebung von Daten über Webseiten gilt es zu beachten:

- "Ich willige ein, dass der Anbieter meine (personenbezogenen) Daten (zu dem angegebenen Zweck - z. B. zur Versendung von Emails mit Produktinformationen oder werbendem Charakter (Newsletter) speichert und nutzt".
- aber: jederzeitige Widerrufsmöglichkeit:
- „Jeder Nutzer kann der Nutzung seiner Daten zu Werbezwecken (Widerspruch) jederzeit ohne Angabe von Gründen per Email an die Adresse xx@yyzz.de oder telefonisch unter 01805-12345 widersprechen. Einen entsprechender Hinweis dazu findet sich in jeder E-Mail.“
- gilt nicht für Partner (Dritte)! Partner etc. müssen konkret benannt werden – mit Detailinformationen (vollständige Anschrift etc.) sowie Hinweis auf jederzeitigen Widerruf beim Partner

## Webseiten und Urheberrecht

- Sind Webseiten durch das Urheberrecht geschützt?
- Rechtssprechung: „*es kommt drauf an*“
- Abgrenzung nach im UrhG zwischen einem urheberrechtlich geschützten Werk und einem einfachen Werk:
  - gewisse „Schöpfungshöhe“ muss erreicht sein. Diese gilt als erreicht, wenn die Gestaltung des Internetauftritts besonders individuell ist, d.h. über die durchschnittliche Gestaltung von Webseiten hinausgeht.
  - **OLG Rostock**, Beschluss vom 27. Juni 2007 - AZ 2 W 12/07:  
jedenfalls **suchmaschinenoptimierte** Webseiten können urheberrechtlich geschützt sein, wenn die Verwendung von Meta-Tags im Quellcode dazu führt, dass die Seite auf den vorderen Rängen der Ergebnislisten bei Suchmaschinen rangiert.

- **LG Köln** vom 20.06.2007 (Az: 28 O 298/04):  
„Allein ein einheitliches Design und eine alltägliche grafische Gestaltung der Benutzeroberfläche genügt indes ... nicht für das Erreichen der erforderlichen Schöpfungshöhe.“  
Aber: Entscheidung des LG Köln bildet eine seltene Ausnahme: Abkupfern einer gesamten besonders individuell gestalteten Webpräsenz ist eine unerlaubte Übernahme einer fremden Leistung.
- Das **LG München I** (Urt. v. 11.11.2004 - Az.: 7 O 1888/04):  
Website weist als Computerprogramm i.S.d. [§§ 2 Abs.1 Nr.1, 69a UrhG](#)) bzw. Multimediawerk ([§ 2 Abs.1 Nr.6, 2. Alt. UrhG](#)) die gemäß [§ 2 Abs.2 UrhG](#) erforderliche Schöpfungshöhe auf. (...) Daher kann eine Webseite in ihrer Gesamtheit urheberrechtlich schutzfähig sein.

- Grundsätzlich:
  - Dass was alle machen und können (einfache HTML-Seiten), ist nicht schützfähig.
  - Suchmaschinenoptimierte Webseiten sind urheberrechtlich geschützt
  - Kritisch wird die Angelegenheit, wenn man dem Werk ansieht, aus welcher konkreten Seite es „entnommen“ wurde.
  
- ansonsten:
  - Rechte für Bilder, Texte und sonstige Werke, sofern man die nicht selbst hat, schriftlich einholen:
    - Nutzungsrechte für Nutzung Im Internet
    - „s. Getty Images“
  - § 13 UrhG – Anerkennung der Urheberschaft: Der Urheber hat das Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft am Werk (Autorennennung)

Sie haben es geschafft – vielen  
Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Fragen?

Gerd M. Fuchs, Rechtsanwalt  
Justiziar

Bundesverband Digitale Wirtschaft  
(BVDW) e.V., Geschäftsstelle Berlin  
Poststraße 4-5, 10178 Berlin  
Tel.: +49 (0)30 88 00 78 30; Fax: -33  
mobil: +49 (0)177 - 852 86 17  
<mailto:fuchs@bvdw.org>  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

Infos zum Autor:

[https://www.xing.com/profile/GerdM\\_Fuchs](https://www.xing.com/profile/GerdM_Fuchs)

**Gemeinsam die digitale Welt bewegen.**  
[www.bvdw.org](http://www.bvdw.org)

© Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.