

Tobias H. Strömer

Recht-zeitig geprüft

Juristische Überlegungen vor der Gestaltung der eigenen Internet-Präsenz



Wer sich heute im WWW mit eigenen Seiten präsentiert, wirbt rund um die Uhr weltweit. Klar, daß dabei auch ein paar Spielregeln eingehalten werden müssen. Konkurrenz und Staatsanwalt schlafen nicht.

Private und kommerzielle Anbieter gestalten im multimedialen Teil des Internet Millionen von Web-Seiten – immer bunter und lebendiger. Leider achtet dabei kaum jemand auf die rechtliche Seite seiner Internet-Präsenz. Wenn dann die erste Abmahnung kommt, können die der Gegenseite zu erstattenden Anwaltshonorare schnell vierstellige Beträge ausmachen. Diese leidvolle Erfahrung mußten in den vergangenen Wochen zahlreiche Seitenanbieter machen – völlig unabhängig davon, ob sie ihre Internet-Präsenz kommerziell

oder nichtkommerziell gestaltet hatten.

Wahl der Domain

Ganz am Anfang der Überlegung, wie die eigene Darstellung im WWW aussehen soll, stellt sich die Frage nach dem rechten Ankerplatz. Wer es ganz professionell mag, der trachtet danach, sich seinen Lesern mit einer eigenen aussagekräftigen Domain nach dem Muster `www.firma.de` zu präsentieren. Internet-Domains, die auf 'de' enden, müssen beim Interessenverbund DE-NIC

die ihre Domain 'www.luebeck.de' von einem Unternehmen, das pikanterweise zugleich Mitglied des DE-NIC war, erst nach Androhung von Schadensersatzforderungen in Millionenhöhe zurückerhielt. Nicht viel besser erging es der Deutschen Messe AG, die die Domain 'www.cebit.de' ein paar Monate zuvor erstreiten mußte.

Sofern Domain-Namen geschützte Marken oder Namen real existierender Personen, Unternehmen oder Körperschaften enthalten, sind sie nicht frei verfügbar. Der gesetzliche Schutz von Namen und Bezeichnungen ist vor allem in § 12 BGB geregelt, derjenige von Marken im Markengesetz. Er erstreckt sich auf alle Benutzungsarten und deshalb auch auf die Verwendung in Internet-Domains. Soweit es den vergleichbaren Fall von Telegramm- und Fernschreibkennungen betrifft, hat die Rechtsprechung dies ausdrücklich entschieden. Erforderlich ist allein, daß die Bezeichnungen 'Verkehrsgeltung' erlangt haben. Hierzu ist erforderlich, daß der Name im Geschäftsverkehr so langdauernd und umfangreich benutzt worden ist, daß er innerhalb der beteiligten Verkehrskreise – also in der Branche – bekannt ist.

Aber nur der Gebrauch des fremden Namens oder Namensbestandteils ist namensrechtlich verboten. Wer eine Domain beim DE-NIC lediglich reservieren läßt, ohne sie zu delegieren, das heißt, für die Bezeichnung einer Website einzusetzen, benutzt den fremden Namen noch nicht. Einige Presence Provider haben gleich Dutzende von Marken für sich reservieren lassen. Ihr Kalkül: Falls der Namensträger sich eines Tages für eine Internet-Präsenz entscheidet, wollen sie ihm als besonderen Service die passende Domain gleich mitliefern. Ob eine solche faktische Sperre allerdings von der Rechtsprechung als 'sittenwidrig' und deshalb unlauter im Sinne von § 1 UWG gewertet werden wird, ist derzeit völlig offen. Ebenso gut ist denkbar, daß hier unter Beachtung der Regeln des freien Wettbewerbs eine Marktlücke erkannt und ausgefüllt wird.

Wer den fremden Namen tatsächlich für seine Web-Präsenz nutzbar macht, der verletzt im Zweifel schutzwürdige Ge-

(Deutsches Network Information Center) in Karlsruhe registriert werden. Dabei handelt es sich um einen Zusammenschluß deutscher Internetprovider, die einen Teil der Aufgaben des amerikanischen InterNIC übernommen haben. Die Registrierung der Domain-Namen, die seit dem 1. Mai 1996 nur noch über ein DE-NIC-Mitglied erfolgen kann, unterliegt lediglich gewissen Beschränkungen hinsichtlich der Anzahl der zulässigen Zeichen. Ist ein Name erst einmal registriert worden, kann er kein zweites Mal vergeben werden: First come, first served.

Diesen Mechanismus nutzten in der Vergangenheit findige Köpfe, um gleich mehrere wohlklingende Domains für sich registrieren zu lassen. Das Nachsehen hatte im Oktober 1995 zum Beispiel die Stadt Lübeck,

schäftsinteressen des Namens-trägers. Der durch die unbefugte Benutzung seines Namens Verletzte kann deshalb vom Erstregistrierer die Löschung der Eintragung beim DE-NIC, faktisch also den Verzicht auf die Domain, verlangen. Anders sieht es bei erfundenen Marken aus: Benutzung von und gewerbsmäßiger Handel mit solchen 'Spekulationsmarken' ist zulässig.

Die eigene Domain kann man sich übrigens auch als Marke schützen lassen. Das seit dem 1. Januar 1995 geltende Markengesetz gilt für alle grafisch darstellbaren Kennzeichen, also vor allem Namen. Erlaubt ist nunmehr die Eintragung von Marken sogar dann, wenn, wie bei nichtkommerziellen Webseiten, ein Geschäftsbetrieb gar nicht vorliegt. Der durch die Eintragung der Marke in das Register beim Deutschen Patentamt gewährte Schutz erstreckt sich auf einen bestimmten Bereich von Waren und Dienstleistungen. Damit kann der Systembetreiber sich vor allem gegenüber Konkurrenten im Online-Bereich schützen, die für ihr System den gleichen oder einen ähnlichen Namen benutzen möchten. Vorrang hat aber immer das ältere Recht, ob es eingetragen ist oder nicht. Der Vorteil der Eintragung besteht allerdings darin, daß der Zeitpunkt des Erwerbs der Marke genau dokumentiert werden kann. Die Gebühr für die Eintragung beträgt etwa 500 DM.

Texte, Grafiken und Musik

Wer seinen Platz und seine Adresse im Netz gefunden hat, der muß sich Gedanken über den Inhalt seiner Web-Seiten machen. Dabei können Vorleistungen anderer nicht einfach übernommen werden.

Texte, Cliparts und Musikdateien sind in Deutschland in aller Regel urheberrechtlich geschützt, auch wenn daran kein Urheberrechtsvermerk angebracht ist. In vielen anderen europäischen Staaten sieht das nicht anders aus, weil im Urheberrecht auf Grund internationaler Abkommen weitgehend gleiche Regeln gelten. Vom Urheberrechtsschutz ausgenommen sind nur solche Dateien, die aus-

nahmsweise nicht die vom Gesetz geforderte 'Werksqualität' besitzen, also keine persönlichen geistigen Schöpfungen darstellen. Hierzu zählen bei den Grafikdateien etwa ganz einfache Piktogramme. Texte – auch Songtexte (!) – sind dagegen schon dann geschützt, wenn der Autor eigene Gedanken in eine Diskussion eingebracht hat. Auch die Beiträge aus Diskussionsforen in Newsgroups dürfen deshalb auf einer fremden Webseite nicht ohne weiteres wiedergegeben werden. Erlaubt sind allerdings Zitate, die sich auf das Wesentliche beschränken.

Das Urheberrecht an geschützten Werken erlischt 70 Jahre nach dem Tod des Autors. Beethovens Symphonien sind daher ebenso frei verfügbar wie Schillers Romane.

Links auf andere Seiten

Bei urheberrechtlich geschützten Werken sind zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch auch regelmäßig Kopien zulässig, Software ausgenommen. Hierzu gehört nicht die Wiedergabe auf der eigenen Homepage, die ja von einer Vielzahl von Netsurfern erreicht werden kann und soll. Anders sieht die Sache dann aus, wenn der Urheber der Grafik die Benutzung erlaubt oder sogar dazu ermuntert. Dies kann etwa dadurch geschehen, daß er sie in der 'Softwaregalerie' eines Online-Dienstes zum Download für jedermann bereitstellt.

Wer auf geschützte Cliparts partout nicht verzichten möchte, dem hilft vielleicht ein Trick weiter: Wenn die fremde Grafik

nicht unmittelbar in die eigene Seite aufgenommen, sondern lediglich mit einem Link auf sie verwiesen wird, dann findet der Kopiervorgang erst auf dem Rechner des Betrachters der Homepage statt. Und der nutzt die Kopie ja wieder nur privat.

Informationen sind urheberrechtlich nicht geschützt (wohl möglicherweise die Art ihrer Darstellung). Gleichwohl kann es unzulässig sein, aus dem Internet oder aus Online-Diensten gewonnene Daten weiterzuerkaufen. Die Rechtsprechung hält es nämlich für unlauteren Wettbewerb, die schweißtreibende Arbeit anderer einfach zu übernehmen und im Geschäftsverkehr Kapital daraus zu schlagen.

Und wie ist das mit Links auf andere Seiten? Eine besondere Erlaubnis muß nicht eingeholt werden, ein Verweis kann grundsätzlich auch nicht untersagt werden. Wer mit eigenen Seiten ins WWW geht, gibt damit zu erkennen, daß er sich einer breiten Öffentlichkeit präsentieren möchte und muß deshalb auch in Kauf nehmen, daß andere gegen seinen Willen auf die Präsenz hinweisen. Natürlich dürfen dabei die Persönlichkeitsrechte des Betroffenen nicht verletzt werden. Erlaubt ist deshalb der Link unter der Überschrift 'Weitere interessante Seiten', nicht aber der unrichtige Hinweis im Kontext, auf der Seite sei eine bestimmte Aussage zu finden. Achtung bei Links auf fremde Seiten, die verbotene Inhalte aufweisen! Es gibt viele Strafvorschriften, die bereits die Werbung für oder die Verbreitung beziehungswei-

se das Zugänglichmachen von Inhalten untersagen. Das gilt etwa für indizierte Spiele, Propagandamittel verfassungswidriger Organisationen und jede Art von Pornographie.

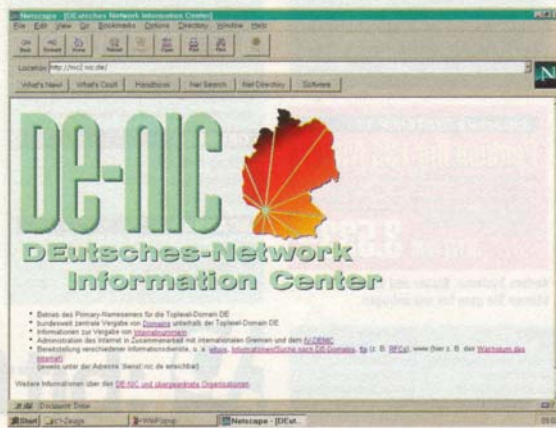
Kleingedrucktes

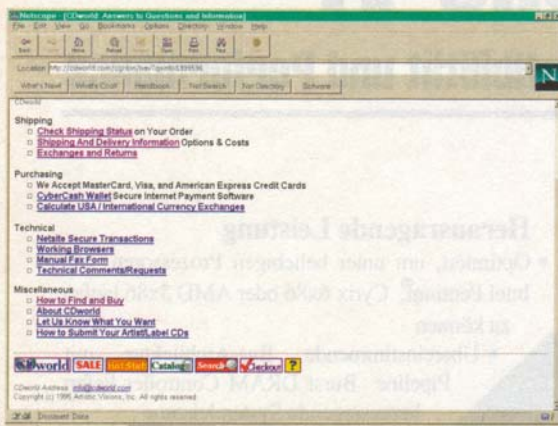
Anders als in manchen anderen Ländern ist es in Deutschland heute üblich, vertraglichen Beziehungen allgemeine Geschäftsbedingungen zugrunde zu legen. Dabei handelt es sich um vorformulierte Klauseln, die eine der Parteien, zumeist die marktstärkere, in all ihre Verträge einbeziehen möchte.

Wer seinen Kaufverträgen die eigenen Verkaufsbedingungen zugrunde legen möchte, sollte allerdings wissen, daß das Kleingedruckte nicht immer und automatisch Vertragsinhalt wird. Seit 1977 regelt das Gesetz über die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBG) auch, in welcher Weise die Bedingungen dem Kunden präsentiert werden müssen. Gegenüber Nichtkäufern werden diese Bedingungen nur dann Vertragsinhalt, wenn der Kunde zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses auf ihre Geltung hingewiesen worden ist und er in zumutbarer Weise von ihrem Inhalt Kenntnis nehmen konnte. Im Zusammenhang mit dem Verkauf über Bildschirmtext hat die Rechtsprechung sich bereits wiederholt mit der Frage nach der wirksamen Einbeziehung solcher flüchtig am Bildschirm dargestellten Bedingungen auseinandersetzen müssen. Das 'Kleingedruckte' soll am Bildschirm danach nur dann in den Vertrag einfließen, wenn es sich in wenigen Absätzen verständlich am Bildschirm darstellen läßt. Die meisten der heute verwendeten allgemeinen Geschäftsbedingungen erfüllen dieses Kriterium nicht [1].

Auch das Angebot, die AGB daheim auf dem eigenen

Beim 'Deutschen Network Information Center' lassen sich die Namen aller auf '.de' endenden Domains abrufen.





Während sich die Geschäftsbedingungen und Zahlungsmodalitäten bei diesem US-Versender deutlich aufrufen lassen, ...

Drucker ausdrucken zu lassen, reicht wohl nicht aus. Jedenfalls wird der Unternehmer im Streitfall erhebliche Schwierigkeiten haben, nachzuweisen, daß der Drucker des Kunden gerade zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses betriebsbereit war.

Nach der Ansicht der Rechtsprechung ist es dagegen nicht erforderlich, daß der Kunde die AGB zwangsläufig zur Kenntnis nehmen muß, bevor er das Angebot des Klauselverwenders annimmt. Die gerade beim Abschluß von Benutzerverträgen mit Online-Diensten per Computerbildschirm zu beobachtende Praxis, dem Kunden ein 'Einverständnis' abzurufen, bevor er das übrige Angebot abrufen kann, ist deshalb in Deutschland nicht zwingend. Schaden kann eine solche erzwungene Mitwirkung allerdings auch nicht.

Verbotene Werbung

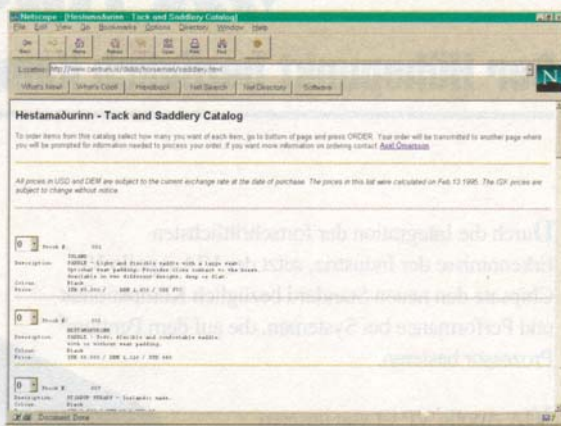
Bei der Werbung setzen manche Länder auf freien Wettbewerb, andere Rechtsordnungen glauben, die Werbetreibenden zum Schutz der Verbraucher, aber auch der Mitbewerber, eng an die Leine nehmen zu müssen. So ist in Deutschland vieles (noch) verboten, was etwa in den USA ohne weiteres erlaubt ist. Die vergleichende Werbung gehört dazu. Deshalb ist es in aller Regel verboten, seine Produkte mit denjenigen eines bestimmten Mitbewerbers zu vergleichen (und dabei natürlich die

Vorzüge des eigenen Produkts herauszustellen). Dagegen ist der Warenartenvergleich erlaubt – wenn die getroffene Aussage richtig ist. Ohne weiteres ist danach die Werbeaussage zulässig, Kaffee sei koffeinhaltiger als Kakao.

Wer in seiner Web-Seite Werbeaussagen trifft und Fakten nennt, muß unbedingt darauf achten, daß diese richtig sind. Wenn auch nur die Gefahr besteht, daß der unbefangene Leser eine Aussage falsch verstehen könnte, kann es für den Werbenden teuer werden. Er riskiert zivil- und strafrechtliche Konsequenzen, weil er sich den Vorwurf 'irreführender Werbung' gefallen lassen muß.

Je weiter Werbung verbreitet wird, desto dünner wird das Eis, auf das sich der Unternehmer begibt. Im World Wide Web gilt das wegen der dauerhaften und weltweiten Verbreitung der Seiten in ganz besonderer Weise. Unangenehm wird es, wenn dem Werbetreibenden die Abmahnung eines Anwalts ins Haus flattert und er aufgefordert wird, eine 'strafbewehrte Unterlassungserklärung' abzugeben. Das bedeutet, daß der unzulässig Werbende sich verpflichten soll, solche Werbung in Zukunft zu unterlassen, anderenfalls droht ihm eine empfindliche Vertragsstrafe. Wenn die gerügte Werbung tatsächlich unzulässig war, sollte die geforderte Erklärung abgegeben werden, weil sonst eine gerichtliche einstweilige Verfügung droht.

Aber auch wer die Erklärung sofort abgibt, muß bereits das



... könnte, wer sich anhand dieser Seite in Island einen Sattel für sein Pferd bestellt, Überraschungen erleben.

Honorar des gegnerischen Anwalts bezahlen – und das bewegt sich regelmäßig im vierstelligen Bereich. Es lohnt sich deshalb, auch die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit des Inhalts einer Web-Seite zuvor vom eigenen Anwalt prüfen zu lassen.

Übrigens ist es keine Lösung, die Seiten des eigenen Unternehmens auf einem Server im liberaleren Ausland anzulegen. Diese Methode scheint nur auf den ersten Blick elegant zu sein, denn Verstöße gegen den unlauteren Wettbewerb werden nach dem Tatortrecht beurteilt. Tatort einer Wettbewerbsverletzung ist aber (auch) der Ort, an dem der Erfolg eintritt. Da die Werbung auch im Inland gelesen wird – und da ja gerade gelesen werden soll –, muß der Unternehmer sich hier verantworten.

Website als Verkaufsstelle

Manche kommerziellen Anwendungen sehen vor, daß der Informationshungrige über CGI-Formulare auf der Web-Seite bereits seine Bestellung aufgeben kann. Räumlich gesehen kommt der Vertrag in einem solchen Fall auf dem Webserver des Unternehmers zustande. Die Vorstellung, bei der Website könne es um eine offene Verkaufsstelle im Sinne der Gewerbeordnung handeln, liegt dann nicht fern. Die Interessenlage dürfte jedenfalls identisch sein. Wer eine solche Ver-

kaufsstelle betreibt, muß aber 'an der Außenseite oder am Eingang' ein Schild anbringen, das auf den Inhaber hinweist. Oder anders gewendet: Auf der Web-Seite müssen Roß und Reiter benannt werden. Wer sich daran nicht hält, riskiert ein Ordnungsgeld von bis zu 2000 DM.

Kauft ein deutscher Interessent auf dem Server eines ausländischen Anbieters ein, findet regelmäßig ausländisches Recht Anwendung, falls die Parteien nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbaren. Maßgeblich ist nach den Vorschriften des deutschen Internationalen Privatrechts – die sich im Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBG) verstecken – das Recht derjenigen Partei, die die vertragstypische Leistung erbringt. Etwas anderes gilt möglicherweise dann, wenn ein im Ausland stehender Server unter einer '.de-Flagge' segelt.

Das geplante Multimediagesetz wird den Verkaufsraum 'Internet' noch weiter reglementieren. Ob man in Bonn sogar schon darüber nachdenkt, Ladenschlußzeiten für den Verkauf über Web-Seiten einzuführen? (fm)

Tobias H. Strömer ist Rechtsanwalt in Krefeld (Email 100700.162@compuserve.com)

Literatur

[1] Tobias H. Strömer, Ohio ist nicht Düsseldorf, c't 4/96, S. 68