



**Stellungnahme des Bundesverbandes der Dienstleistungswirtschaft
(BDWi) zum Referentenentwurf eines Zweiten Gesetzes zur Ände-
rung des Gesetzes über den unlauteren Wettbewerb (UWG)**

**Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi),
Universitätsstraße 2 – 3a, 10117 Berlin, Tel.: 030.2888070,
Mail: info@bdwi-online.de, Website: www.bdwi-online.de**

7. November 2014

I. Kurzfassung

Illegale Angebote greifen massiv in den Wettbewerb ein. Während die legal agierenden Unternehmen Umsatzverluste erleiden, erzielen die illegalen Angebote Werbeeinnahmen und erhalten Zahlungen von Kunden für ihre Dienstleistungen.

Die immanente Bedeutung von Werbung als Einnahmequelle für illegale Internetseiten ist seit langem bekannt. Dies hat aber nicht dazu geführt, dass die Werbeindustrie auf die Schaltung von Werbung auf illegalen Seiten verzichtet. Versuche der Selbstregulierung sind gescheitert.

Fast alle illegalen Angebote haben die Möglichkeit über deutschen Konten oder in Deutschland ansässige Zahlungsdienstleister Einnahmen zu erzielen. Da insbesondere die Zahlungsdienstleister nicht bereit sind auf diese Transfers zu verzichten, bedarf es entsprechender Regelungen.

Eine mögliche Lösung wäre die Einführung neuer Tatbestände in den § 4 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG):

Unlauter handelt insbesondere, wer ...

....

„12. nach einer Inkenntnissetzung innerhalb eines Jahres wiederholt auf Internetseiten wirbt oder für sich werben lässt, die im Wesentlichen der Verbreitung illegaler Inhalte dienen.“

„13. nach einer Inkenntnissetzung innerhalb eines Jahres wiederholt Zahlungen an diese Internetangebote oder deren Dienstleister für diese Internetangebote weiterleitet, die im Wesentlichen der Verbreitung illegaler Inhalte dienen.“

Zu den „illegalen Inhalten“ zählen auch illegale Glücksspielangebote, die gegen Jugendschutzbestimmungen verstoßen.

II. Problemlage

Mit illegalen Internetangeboten (illegales Glücksspiel, Verletzung von Urheberrechten, Pornographie etc.) wird in den meisten Fällen Geld verdient. Wesentliche Einnahmequellen im Internet sind – neben direkten Zahlungen - Werbeeinnahmen.

Die Einnahmen der illegalen Angebote sind mit massiven Umsatzverlusten der legal agierenden Wettbewerber verbunden. So ist dem legalen Kino- und Videomarkt in 2013 bei einem Umsatz von 2.781 Mio. alleine durch illegale Share- und Videohoster ein Schaden in Höhe von über einer halben Milliarde Euro entstanden.¹

a) Werbeeinnahmen

Im Bereich der Internetpiraterie ist die hohe Bedeutung von Werbung als Einnahmequelle für illegale Internetseiten seit über 7 Jahren bekannt:

- Im Januar 2007 kam eine von der FFA (Filmförderungsanstalt) in Auftrag gegebene Studie zu dem Ergebnis, dass „Top Portale, wie „torrent.to“ und „bitreactor.to“ beträchtliche Einnahmen durch Werbung generieren (18.000 – 64.000 € / Monat)“.²
- Seit 2007 berichteten sowohl Fach- als auch Publikumspresse über die Problematik, so bspw.:
 - W & V: „Waterloo der Raubritter - Zuhäuf schalten Werbungstreibende ihre Ads auf dubiosen Tauschbörsen ...“; 15.11.2007³
 - SZ: „So soll Raubkopierern der Geldhahn zugedreht werden“, 22.11.2011⁴
 - Spiegel.de: „Wie Microsoft auf illegalen Websites landet“, 12.3.2012⁵

Es gab mehrere „politische“ Lösungsversuche:

- Im Februar 2009 verabschiedete die Arbeitsgruppe „Affiliate Marketing“ des BVDW (Bundesverband der Digitalen Wirtschaft) einen eindeutigen Code of Conduct: „Wir stimmen überein, dass wir generell keine Insertion auf Seiten mit nach deutschem Recht rechtswidrigen Inhalten und keine nach deutschem Recht rechtswidrigen Werbemethoden akzeptieren.“⁶
- Die Unterstützung von Piraterieseiten durch Werbegelder wurde über mehrere Jahre im Wirtschaftsdialog des Bundeswirtschaftsministeriums BMWi diskutiert.
- Werbewirtschaft und Rechteinhaber haben versucht diesem Bereich einer Selbstregulierung zuzuführen. Die Bemühungen sind letztendlich im Sommer 2014 an Einsprüchen des Kartellamts gescheitert.

¹ www.webschauder.de/schaeden-durch-internet-piraterie-im-filmmarkt/

² P4M – Die InternetAgenten „Studie zur Darstellung der eingesetzten Technologieplattformen und Finanzierungsmöglichkeiten illegaler Portale“, Januar 2007

³ W&V Werben und Verkaufen / Digital Business, 15.11.2007, S. 66

⁴ www.sueddeutsche.de/digital/nach-dem-aus-von-kinoto-so-soll-raubkopierern-der-geldhahn-zugedreht-werden-1.1196742, 22.11.2011

⁵ www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,819468,00.html, 12.03.2012

⁶ www.bvdw.org/mybvdw/media/view/code-of-conduct-des-ak-affiliate-marketing?media=109

Die Werbetreibenden wurden direkt informiert:

- Die Verbände BVV, IVD und WebGuard haben über 1000 Anschreiben an die Verantwortlichen der Werbewirtschaft versendet und sie auf Schaltungen von Werbung ihres Unternehmens auf einer illegalen Seite aufmerksam gemacht.

Gerichte haben sich mit der Problematik beschäftigt:

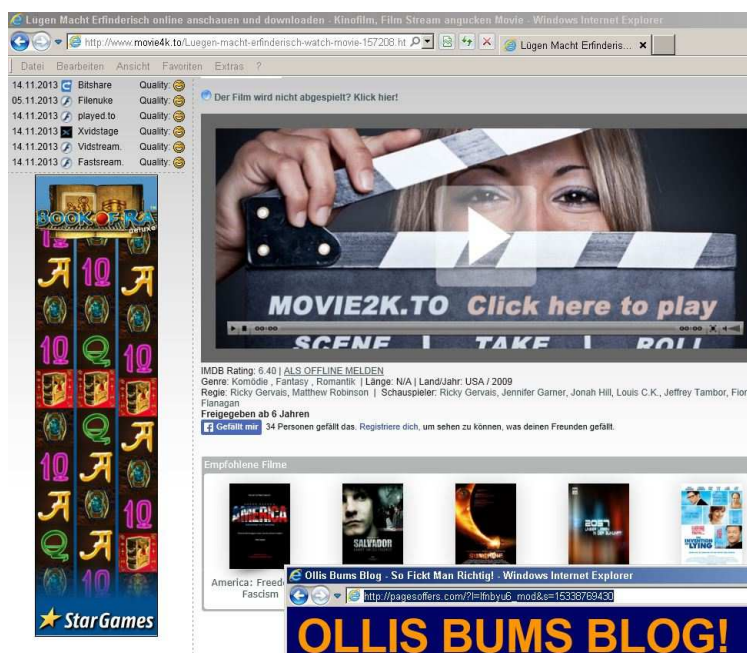
- Sowohl das OLG München als auch das OLG Stuttgart haben die fortwährende Werbung auf Internetseiten, die gegen den Jugendschutz verstoßen, verboten (s.u.).

All dies hat leider nicht dazu geführt, dass die Werbeindustrie auf die Schaltung von Werbung auf illegalen Seiten verzichtet:

- SAP auf dem Hoster OBOOM zum Film „Urlaubsreif“; 27.11.2014:



- Stargames und pornographische Werbung auf movie4k.to; 27.11.2014:



Die Bundesregierung hat im Koalitionsvertrag vereinbart, dass Problem zu lösen:

„Wir wollen die Rechtsdurchsetzung insbesondere gegenüber Plattformen verbessern, deren Geschäftsmodell im Wesentlichen auf der Verletzung von Urheberrechten aufbaut. Wir werden dafür sorgen, dass sich solche Diensteanbieter nicht länger auf das Haftungsprivileg, das sie als sogenannte Hostprovider genießen, zurückziehen können **und insbesondere keine Werbeeinnahmen mehr erhalten.**“

b) Zahlungen an urheberrechtlich illegale Angebote

Aus der Anklageschrift⁷ gegen die Betreiber des Sharehosters Megaupload ist bekannt, dass dieser 25 Mio. US\$ Werbeeinnahmen erzielte und 150 Mio. US\$ Gebühren von den Endverbraucher erhielt. Die Zahlungswege müssen trockengelegt werden.

Über welche Zahlungswege diese Anbieter ihre Einnahmen erzielen, wurde im Rahmen der „Studie zur Nutzung von Zahlungsdienstleistern bei der illegalen Verbreitung urheberrechtlich geschützter Werke“ untersucht.⁸

Schwerpunkt der Studie waren die Einnahmewege der für die Verbreitung von illegalen Kopien wichtige Speicherdienste (Sharehoster für Download und Videohoster für Filmstreaming). Von den Sharehostern ist durch eine GfK-Untersuchung⁹ bekannt, dass diese in erster Linie illegal genutzt werden: Auf Basis der bekannten Nutzungen sind 96,5% der Nutzungen illegal. Dieser Wert schwankt je nach Sharehoster zwischen 91,3% (rapidshare.com) und 100% (share-online.biz).

Insoweit basieren die Einnahmen der Hoster, etwa 40 Mio. € / Jahr aus Deutschland, überwiegend aus der unerlaubten Verwertung von urheberrechtlich geschützten Materialien (Vgl. §106 UrhG). Es liegt ein Geldwäschetatbestand nach § 261 Abs. 4 Nr.4 b vor

Nachfolgend die Kurzergebnisse der Studie:

Einnahmewege

- Alle überprüften Share- und Videohoster erzielen Einnahmen (Zahlungsmöglichkeiten, Werbung oder Provision).
- Die im ersten Schritt untersuchten 55 Hoster haben zu 69 Prozent Zahlungsmöglichkeiten und zu 89 Prozent Werbung.

Verhalten sich Hoster rechtskonform?

- Share- und Videohoster agieren in der Regel anonym.
- Nur 32 Prozent der Hoster löschen die Dateien zu gemeldeten Urheberrechtsverletzungen regelmäßig innerhalb von 2 Tagen.

⁷ www.wsj.de/public/resources/documents/mega01192012.pdf

⁸ FDS File Defense Service UG, OpSec Security: Studie zur Nutzung von Zahlungsdienstleistern bei der illegalen Verbreitung urheberrechtlich geschützter Werke; Im Auftrag des Video- und Medienfachhandels, unterstützt durch die Filmförderungsanstalt, Berlin, April 2014; www.webschauder.de/studie-zeigt-bezahlssysteme-sind-lebensadern-der-share-und-videohoster/

⁹ www.webschauder.de/erste-studie-zur-nutzung-von-sharehostern/

- Share- und Videohoster lassen es zu, dass nach Löschungen auch weiterhin dieselben Produkte bei ihnen über dieselben Portale angeboten werden. Die aktuelle BGH-Rechtsprechung wird insoweit – mit einer Ausnahme – nicht eingehalten.
- Stichproben ergeben, dass 95 Prozent der Hoster den Jugendschutz bei Filmen nicht einhalten. Pornographie wird von 61 Prozent der Hoster angeboten.

Zahlungswege

- Die häufigsten Zahlungsarten sind Kreditkarten, Prepaidkarten und Überweisungen.
- Die Top 3 der verwendeten Zahlungsanbieter sind VISA (29 Nennungen), Micropayment (23 Nennungen mit diversen Angeboten) und Mastercard (21 Nennungen).
- Bei 9 Hostern (24 Prozent) gibt es nur einen einzigen Zahlungsanbieter, davon in 7 Fällen die VISA-Card. 4 Hoster verkaufen ihre Zugänge nur über Reseller.

Verwendung der Zahlungsarten bei den 38 Hostern (Mehrfachauflistung möglich)	
Kreditkarten	29
Prepaidkarten	14
Überweisungen (teilweise über Zahlungsvermittler)	12
Mobil-Payment	9
Bitcoin	3
Paypal	3
Sonstige Zahlungsvermittler	2
Reseller	16

Geldtransfer / „Zwischenhändler“

- Kreditkartenzahlungen an Share- und Videohoster laufen bei über 50 Prozent der Hoster über unseriöse Unternehmen, die ihre Identität verschleiern.
- Anonym agierende Unternehmen bekommen über die Zahlungsdienstleister Micropayment, Paymentwall und Docdata einen Zugang zu deutschen Konten, damit der Kunde einfach per Überweisung zahlen kann.
- Reseller bieten die Möglichkeit, im Land beliebte Zahlungsarten zu nutzen. Sie erhalten den Zugang zu Konten und Zahlungswegen, obwohl sie in vielen Fällen mit unseriösen Firmenangaben agieren.

Ergänzend zu der Zahlungsstudie wurden auch die beteiligten Data Center und die nationale Zuordnung der Zahlungswege untersucht. In den meisten Fällen ist ein deutscher oder EU-Bezug zu finden, da für den Datenvertrieb eine gute Datenanbindung nötig ist und der Kunde deutsche Zahlungswege bevorzugt.

Verfolgungsansätze der 38 wichtigsten Share- und Video-Hoster	Deutscher Bezug	EU-Bezug (inkl. Schweiz)	insgesamt
Vermutlich ladungsfähige Anschrift	1	3	11 %
Datenherkunft / Rechenzentren	4	20	63 %
Zahlungswege zum Hoster	8	9	45 %
Zahlungswege zu den Resellern, die Zugänge zu Hostern verkaufen	27	1	74 %

c) Jugendschutzverstöße von Internet-Glücksspielangeboten

Im Rahmen einer momentan durchgeführten Studie¹⁰ zu den Zahlungswegen von illegalen Internetglücksspielangeboten wurde festgestellt, dass alle einer zweistelligen Zahl der wichtigsten Angebote die einschlägigen Jugendschutzbestimmungen eindeutig nicht einhalten.

Nach § 4 Abs. 3 GlüStV darf „das Veranstellen und das Vermitteln von öffentlichen Glücksspielen den Erfordernissen des Jugendschutzes nicht zuwiderlaufen“. Die Teilnahme von Minderjährigen ist generell unzulässig.

Für öffentliche Glücksspiele im Internet, ist nach § 4 Abs. 5 Nr. 1 GlüStV der Ausschluss minderjähriger Spieler durch „Identifizierung und Authentifizierung“ zu gewährleisten. „Nach überwiegend vertretener Ansicht sind insoweit die gleichen Maßstäbe anzuwenden, wie sie für so genannte „geschlossene Benutzergruppen“ bei pornographischen oder sonst jugendgefährdenden Medien nach § 4 Abs. 2 S. 2 JMStV gelten.“¹¹

Bei den untersuchten Angeboten wurden die Bedingungen der „geschlossenen Benutzergruppe“ nicht eingehalten. Es gab lediglich zwei völlig unzureichende Formen der Altersabfrage:

a) Abfrage des Geburtsdatums

* Vorname:
* Nachname:
Telefonnr.:
* Geburtsdatum:
* Land:
* Adresse:
Adresszeile 2:
* Ort:
* Bundesland:
* Postleitzahl:
Absenden

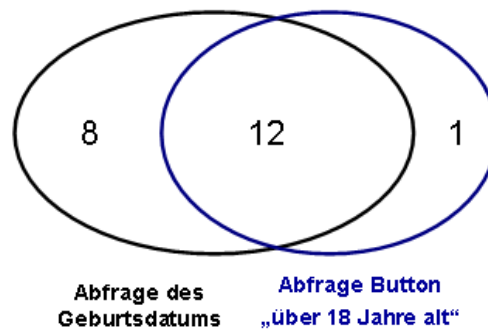
b) Bestätigung des Kunden, dass er über 18 Jahre alt ist

☒ Ich bin mindestens 18 Jahre alt
☐ Ich stimme den [Geschäftsbedingungen](#) und [Datenschutzrichtlinien](#) zu.
REGISTRIEREN

¹⁰ Die Studie wird nach Vollerendigung nachgereicht.

¹¹ Prof. Dr. Marc Liesching: Glücks- und Gewinnspielrecht – Grundlagen und Besonderheiten des Jugendschutzes; <http://technolex.de/prof-dr-marc-liesching-gluecks-und-gewinnspielrecht-grundlagen-und-besonderheiten-jugendschutzes/>

In vielen Fällen werden beide Abfragen kombiniert:



d) Zahlungswege bei illegalen Internet-Glücksspielangeboten

Wie alle Internetangebote ist auch das illegale Glücksspiel über seine Zahlungswege angreifbar. Die Angebote bieten insgesamt 369 Möglichkeiten der Zahlung. Diese werden über 94 Zahlungsanbieter angeboten, von denen betreuen 8,4 Prozent mindestens 16 der untersuchten illegalen Glücksspielangebote, 82,2 Prozent der Zahlungsanbieter bedienen maximal 5 Angebote.

Verwendung der Zahlungsarten

<u>Zahlungsarten</u>	<u>von Anbieter</u>	<u>Angebote gesamt</u>
Überweisung	33	113
E-Payment	24	104
Prepaid-Karte	17	65
Kreditkarte	6	49
Debit	11	34
Scheck	1	2
Telefon	1	1
Einzahlung	<u>1</u>	<u>1</u>
	94	369

Top-Zahlungsanbieter

<u>Zahlungsanbieter</u>	<u>Zahlungsart</u>	<u>auf ... Seiten</u>
Neteller	E-Payment	20
Paysafecard	Prepaid-Karte	19
Sofortüberweisung	Überweisung	19
Ukash	Prepaid-Karte	19
Visa	Kreditkarte	19
Entropay	E-Payment	16
Giropay	Überweisung	16
Master Card	Kreditkarte	16
Maestro	Debit	12

Alle Angebote verfügen über einen Zugang zu deutschen Konten. Dies ist insoweit verständlich, da Kunden einen hohen Wert auf bekannte und bevorzugte Zahlungsmöglichkeiten legen. Fehlen diese, so ist dies einer der häufigsten Gründe einen Onlinekauf abubrechen.¹²

¹² Vgl. www.internetworld.de/e-commerce/zahlen-studien/conversions-option-rechnungkauf-476790.html und www.internetworld.de/e-commerce/zahlen-studien/erfolgreich-grossbritannien-verkaufen-742907.html

III. Möglichkeiten der Verhinderung der Finanzierung illegaler Internetangebote

Wenn Firmen auf illegalen Seiten Werbung schalten und illegale Anbieter Zahlungen abwickeln, so könnte dies auch daran liegen, dass dies nicht zu verhindern ist? Das ist nicht der Fall. Im nachfolgenden wird dargestellt, dass ein Bündel von Maßnahmen besteht und diese auch zumutbar sind.

a) Werbung

Als Grund für die Fortführung der Werbung auf illegalen Seiten wird von den werbenden Unternehmen stets angeführt, dass es keine Möglichkeit gäbe, diese zu verhindern. Dem widerspricht aber der oben zitierte Code of Conduct des BVDW. Schließlich ist es unwahrscheinlich, dass sich Unternehmen unter dem Dach eines Verbandes zu unmöglich durchzuführenden Maßnahmen verpflichten.

Zudem sind organisatorische, vertragliche und auch technische Lösungen zur Verhinderung von Werbung auf illegalen Internetseiten bekannt:

- Die vom BVDW organisierte Initiative IASH definiert ein detailliertes Regelwerk zur Optimierung von Transparenz und Sicherheit im Segment Ad Networks.¹³
- Das OLG München (29 U 3629/08, 11.9.2008) schlägt die „Aufnahme eines durchsetzbaren und auch im Übrigen hinreichenden Vertragsstrafeversprechens der Affiliates zu Gunsten des Merchants (Werbetreibender) in deren Verträge mit dem Vermittler“ vor.¹⁴
- Die Batch Media GmbH, Berlin, bietet mit „firstTAG BrandProtect Live-Control und Blocking“ eine technische Lösung an. Diese verhindert während der Kampagnenauslieferung die Anzeige der jeweiligen Werbemittel auf allen Seiten, die im Batch-eigenen System indiziert wurden. Internetseiten die auf der Blacklist stehen erhalten somit keine Werbung.¹⁵
- Die britische Polizei setzt zum Austausch von Werbung auf illegalen Seiten auf das System von Project Sunblock.¹⁶

Diese Möglichkeiten zur Verhinderung von Werbung auf illegalen Internetseiten werden nur sehr selten verwendet. Dies könnte auf folgende Faktoren zurückzuführen sein:

- Egal ob zusätzliche Vertragsstrafeversprechen ausgehandelt werden oder technische Lösungen bezahlt werden müssen, Aufwand und Kosten für die Werbung steigen zumindest geringfügig.
- Der Werbetreibende ist nicht bereit, sich detailliert mit dem Thema Internetwerbung auseinanderzusetzen und verschiebt die Verantwortung auf die von ihm engagierten Dienstleister (Werbeagentur, Affiliate-Netzwerk-Betreiber, Affiliates usw.).
- Manche Werbetreibende sind daran interessiert, günstig auf besucherstarken Seiten – und hierzu gehören gerade auch illegale Internetangebote – zu werben. Dies dürfte ne-

¹³ www.iash.eu

¹⁴ <http://webguard-online.de/olgm.pdf>; Erläuterung in der Klammer durch die Verfasser

¹⁵ www.batchmedia.de/firsttag/liveblocking

¹⁶ www.cityoflondon.police.uk/advice-and-support/fraud-and-economic-crime/pipcu/pipcu-news/Pages/Advert-replacement.aspx; www.projects Unblock.com/

ben den Browsergameanbietern insbesondere auf Unternehmen zutreffen, deren Angebote sich schon im Graubereich bewegen (Web-Cams, illegales Internetglücksspiel etc.).

Gerade in diesem Bereich ist die Wirksamkeit von Selbstverpflichtungen begrenzt, schalten doch sogar einige Unterzeichner des Code of Conducts des BVDW immer wieder Werbung auf illegalen Seiten.

b) Zahlungen

Dass Zahlungsanbieter die Möglichkeit haben Zahlungswege zu beschneiden, ist unstrittig. Paypal hat gezeigt, dass der Schritt von einem der wichtigen Zahlungsanbieter im Pirateriemarkt (man hat Megaupload 110 Mio. US\$ überwiesen¹⁷) zur annähernden Bedeutungslosigkeit im illegalen Markt (siehe Zahlungsstudie) möglich ist.

Für den Fall, dass bei der Zahlung weitere Firmen zwischengeschaltet sind, wie etwa Zahlungsdienstleister, Einzieher von Kreditkartenbeträgen oder Reseller im Hostingbereich, erfolgt in diesen Unternehmen eine Zuordnung der Einnahmen auf „Unterkonten“ der Kunden. Insoweit ist auch hier eine Zahlungssperre möglich. Sollten sich diese Zwischenstufen weigern und weiterhin Gelder an illegal und/oder anonym agierende „Unternehmen“ auszahlen, bedarf es einer Sperre des gesamten Zahlungsverkehrs an diese zwischengeschalteten Unternehmen.¹⁸

Im Bereich des illegalen Glücksspiel stellen Zahlungsblockaden sogar eine staatlich geplante Maßnahme dar: „Sollten die Firmen sich nicht an die Untersagungen halten, könnte ihnen von Niedersachsen aus der Zahlungsverkehr blockiert werden. Das Bundesland ist die zentrale Stelle für das sogenannte Payment Blocking. Banken und Finanzdienstleister dürften dann kein Geld mehr zu beziehungsweise von den betroffenen Anbietern weiterleiten. In den USA haben Behörden auf diesem Weg 2011 dem Markt einen kräftigen Dämpfer versetzt.“¹⁹

c) Bisherige Rechtsverfahren

Auf OLG-Ebene gibt es zwei Urteile, die mit unterschiedlicher Herangehensweise wiederholte Werbung auf illegalen Seiten verbieten.

Schon 2008 hat das OLG München (Urteil vom 11.09.2008, Az. 29 U 3629/08)²⁰ in einem Fall wiederholter Werbung auf jugendgefährdenden Piraterieportalen entschieden, dass das werbende Unternehmen als Störer haftet und nach entsprechender Kenntnis dafür Sorge tragen muss, dass solche Werbung in Zukunft unterbleibt.

¹⁷ www.wsj.de/public/resources/documents/mega01192012.pdf

¹⁸ Beispielsweise bieten alle 8 in der Zahlungsstudie untersuchten 8 Resellern nur Zugänge zu den Hostern mit illegalen Inhalten an, bei nur zweien kann man von vermutlich stimmenden Firmenangaben ausgehen. Die Hälfte verhält sich bezüglich der Offenlegung zur eigenen Firma, eindeutig unseriös.

¹⁹ www.ndr.de/nachrichten/Staat-attackiert-Gluecksspielindustrie-im-Netz,gluecksspiel248.html, 23.09.2014

²⁰ <http://webguard-online.de/olgm.pdf>

Das OLG Stuttgart (Urteil vom 14.03.2013, Az.: 2 U 161/12)²¹ entschieden, dass werbetreibende Unternehmen nach einer ersten Information dazu verpflichtet sind, nicht weiterhin auf (jugendschutzrechtlich) illegalen Seiten zu werben. Tun sie dies nicht, kommt eine Gehilfenhaftung in Betracht. Der Umstand, dass die Werbeschaltung nicht selbst vom Werbenden vorgenommen wurde, ändert nichts an seiner Verantwortlichkeit.

Basis dieser Urteile war aber ein Wettbewerbsverstoß wegen Verstoßes gegen den Jugendschutz. Antragsteller bzw. Kläger können sich in einem wettbewerbsrechtlichen Verfahren regelmäßig nicht auf eine Verletzung von Urheberrechten („Vorsprung durch Rechtsbruch“) berufen, da nach ganz herrschender Meinung die Vorschriften des UrhG zwar Ausschließlichkeitsrechte begründen, die von jedermann, also auch von Wettbewerbern zu beachten sind, aber keine Marktverhaltensregelungen im Interesse der Marktteilnehmer darstellen. Ihre Verletzung kann deshalb den Vorwurf wettbewerbswidrigen Verhaltens nicht begründen mit der Folge, dass auch für die Werbung auf Internetangeboten, welche fremde Urheberrechte verletzen, der notwendige wettbewerbsrechtliche Anknüpfungspunkt fehlt. Somit kommt eine Bekämpfung der finanziellen Unterstützung von Internetangeboten, welche Raubkopien zugänglich machen, über das Wettbewerbsrecht insbesondere nur noch in den Fällen eines Verstoßes dieser Angebote gegen Bestimmungen des Jugendschutzes in Betracht. Denn diese sind als Marktverhaltensregeln im Wettbewerbsrecht anerkannt.

Hinzu kommt, dass die Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen alleine den Rechteinhabern (Urheber oder Inhaber ausschließlicher Nutzungsrechte) zugewiesen ist, obwohl gerade die Zugänglichmachung von Raubkopien und die Finanzierung entsprechender Angebote durch Werbung massiv die Interessen derjenigen Marktteilnehmer verletzt, deren Geschäftsmodell auf einfachen Nutzungsrechten basiert (wie bei den Anbietern von Online-Videos). Es ist daher notwendig, dass Marktteilnehmer und ihre Verbände unabhängig von der Art der verletzten Rechte einen eigenständigen wettbewerbsrechtlichen Verstoß geltend machen können, wenn ein Mitbewerber im Internet bei Angeboten für sich wirbt, die illegale Inhalte – also insbesondere auch fremde Urheberrechte verletzende Inhalte – zugänglich machen.

²¹ <http://technolex.de/olg-stuttgart-zur-haftung-einer-werbeschaltung-auf-link-referrern/>

Leitsätze des Urteils von Technolex:

- 1.) Durch die Platzierung ihrer für sich nicht zu beanstandenden Werbeaussagen auf der Plattform eines Link-Referrers, der als Teil eines Systems inkriminierte Dateninhalte aktiv als Bestandteil seines Geschäftes verbreitet, werden zwar keine Verkehrspflichten des Werbenden begründet, gleichwohl kommt eine Gehilfenhaftung nach strafrechtlichen Grundsätzen in Betracht, da die Finanzierung und somit die aktive Förderung des rechtswidrigen Geschäftsmodells eine typische Form der Unterstützung einer Haupttat darstellt.
- 2.) Hat der Werbende Kenntnis von der rechtswidrigen Werbeschaltung erlangt, ist er gehalten von Werbemaßnahmen auf solchen Werbeplattformen abzusehen. In der eigenständigen Fortführung eines solchen Marketings in Kenntnis der Strukturen des von ihm in Anspruch genommenen Dienstleisters macht er sich zu dessen Gehilfen.
- 3.) Der Umstand, dass die Werbeschaltung nicht selbst vom Werbenden vorgenommen wurde, ändert nichts an seiner Verantwortlichkeit. Selbst ein Sub-Affiliates wäre in diesem Fall ein Beauftragter des Werbenden im Sinne des § 8 Abs. 2 UWG.

IV. Vorschlag zur Änderung des UWG

a) Notwendigkeit einer gesetzlichen Regelung

Die langjährige erfolglose Diskussion, das hohe Interesse von Werbetreibenden an kostengünstigem Erfolg ihrer Werbung und die teilweise unklare Rechtslage legen es nahe, das Problem mit Hilfe einer gesetzlichen Änderung zu lösen. Eine gesetzliche Regelung hilft der Klarstellung und schnelleren Umsetzung.

b) Mögliche Umsetzung

Es empfiehlt sich neue Tatbestände in den § 4 UWG (hier aktuell gültige Fassung) einzufügen:

Unlauter handelt insbesondere, wer ...

....

„12. nach einer Inkenntnissetzung innerhalb eines Jahres wiederholt auf Internetseiten wirbt oder für sich werben lässt, die im Wesentlichen der Verbreitung illegaler Inhalte dienen.“

„13. nach einer Inkenntnissetzung innerhalb eines Jahres wiederholt Zahlungen an diese Internetangebote oder deren Dienstleister für diese Internetangebote weiterleitet, die im Wesentlichen der Verbreitung illegaler Inhalte dienen.“

c) Erläuterung:

Illegal

Mit den plakativ als „illegale Angebote“ beschriebenen Inhalten sind insbesondere die Angebote gemeint, die entgegen den Vorschriften des § 4 JMStV (Unzulässige Angebote) und § 4 Abs. 3 GlÜStV, Kindern und Jugendlichen Angebote unterbreiten, obwohl diese gar nicht oder nur in einer geschlossenen Benutzergruppe zulässig sind. Nicht darunter fallen Angebote, die deutschen Nutzern den Zugang verweigern.²²

Ebenso dazu gehören Angebote deren Selbstzweck es ist, auf illegale Medieninhalte zu verweisen und Hosters, die unzählige urheberrechtsverletzenden Dateien verbreiten und dabei auch auf Hinweis nicht löschen (und somit sogar nach § 10 TMG für die Inhalte haften) oder der vom BGH vorgeschriebenen umfassenden regelmäßigen Kontrolle der Linksammlungen, die auf ihre Dienste verweisen, nicht nachkommen (BGH, Urteil vom 15.08.2013; I ZR 80/12).

²² Urteile zum Einsatz von Geolocation:

- VG Wiesbaden, Urteil vom 4. Dezember 2012, Az.: 5 K 1267/09; <http://openjur.de/u/601920.html>
- Bayerischer VGH, Beschluss vom 24.1.2012, Az.: 10 CS 11.1290; <http://openjur.de/u/495844.html>
- LG Köln, Beschluss vom 08.10.2009, Az.: 31 O 605/04 SH II; www.telemedicus.info/urteile/Daten-schutzrecht/Tracking-von-IP-Adressen/925-LG-Koeln-Az-31-O-60504-SH-II-Geolocation-durch-IP-Adresse.html
- LG Hamburg, Urteil vom 19.07.2012, Az.: 312 O 322/12; www.dr-bahr.com/news/bestaetigt-blizzard-laesst-bot-software-fuer-diablo-iii-verbieten.html

Abgrenzung vom Einzelfall

Ein wettbewerbsrechtlicher Verstoß wegen Werbung auf oder Zahlungen an illegale Internetangebote ist nur nach einer vorherigen Inkenntnissetzung vorgesehen. Dabei erscheint es sinnvoll, nur Inkenntnissetzungen innerhalb der letzten 12 Monate zu berücksichtigen. Zudem ist damit auch eine Haftung bei schon drohendem Verstoß ausgeschlossen (vgl. § 8 Abs. 1 S. 2 UWG).

Die Vorschrift soll keinesfalls Internetangebote, auf denen in Einzelfällen illegale Inhalte angeboten werden, von Einnahmen abschneiden. Sie soll aber genauso wenig Internetangeboten, die einzelne legale Inhalte unter vielen illegalen Inhalten zugänglich machen, Einnahmen ermöglichen. Da aber das Verhältnis von legalen zu illegalen Angeboten für Außenstehende nur bedingt feststellbar ist, bedarf es einiger Ansatzpunkte zur Einstufung als illegales Angebot. Diese können u.a. sein:

- Legale Inhalte sind bei dem Internetangebot nicht in größerem Umfang zu erkennen.
- Das Internetangebot agiert anonym bzw. identifiziert nicht die Betreiber des Angebotes (keine ladungsfähige Adresse im Impressum, keine Nennung von vertretungsberechtigten Personen usw.).
- Binnen eines Jahres sind mindestens 500 illegale Inhalte (Speicherungen, Verlinkungen etc.) dieser Seite belegbar.
- Dauerhaftes illegales Glückspiel- oder Pornographieangebot, welches auch von Kindern und Jugendlichen genutzt werden kann.

Der Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi) vertritt 20 Branchenverbände des tertiären Sektors, denen rund 100.000 Unternehmen mit mehr als 1,5 Millionen Mitarbeitern angehören. Das Thema des Geistigen Eigentums wird im Verband von dem Arbeitskreis Rechtewahrung im Internet behandelt.

Bundesverband der Dienstleistungswirtschaft (BDWi), Ralf-Michael Löttgen, Matthias Bannas, Universitätsstraße 2 – 3a, 10117 Berlin, Tel.: ..49-30-2888070, E-Mail: Bannas@bdwi-online.de; www.bdwi-online.de