

Keine wettbewerbsrechtliche Unlauterkeit der Zurverfügungstellung einer Werbeblocker-Software im Internet mit kostenpflichtiger Whitelist-Funktion gegenüber einem kostenfreien, nachrichtenfinanzierten Werbesender

Gericht

LG Hamburg

Datum

21.04.2015

Aktenzeichen

416 HKO 159/14

Branche/ Lebenslage

Internet, Werbeblocking, Ad-Block, Whitelisting, Blacklisting

Akteure

Werbeblocker-Vertreiber, Webseiten-Betreiber

Wer haftet?

Kein Wettbewerbsverstoß bei Vertrieb von Werbeblocker-Software trotz „Whitelisting“-Funktion

Haftungsart

-

Haftungsumfang

-

Haftungsbegründendes Verhalten

Werbeblocker müssen zunächst durch Kunden installiert werden; sie sind keine unlautere Behinderung von Webseiten-Betreibern

Technische Umstände

Werbeblocking verhindert, dass Webseiten-Betreiber zuverlässig Einnahmen aus Werbung generieren können

Persönliche Umstände

Der Werbeblocking-Software-Vertreiber blockiert selbst keine Inhalte, das geschieht erst durch den Kunden, der die Software installieren muss

Möglichkeiten der Haftungsvermeidung

Werbeblocker-Vertreiber scheinen bei reinem Vertrieb der Software keinen wettbewerbsrechtlichen Verstoß zu begehen; eine Blockierung von Webseiten-Inhalten, ohne die endgültige Entscheidung hierfür beim Nutzer zu

lassen, sollte allerdings vermieden werden; erreicht das Ausmaß (z.B. hinsichtlich der technischen Möglichkeiten) des Werbeblockings ein solches, dass Webseiten-Betreiber tatsächlich gezwungen wären, in die sog. „Whitelists“ aufgenommen zu werden, erhöht sich das Risiko, dass Gerichte diese Praxis als unzulässig einstufen

Zitate, Zusammenfassende Würdigung, Strategien zur Haftungsvermeidung

Die Klägerinnen (Webseiten-Betreiber) wendeten sich gegen die Zurverfügungstellung eines sog. „Ad-Blockers“, durch dessen Installation Internetnutzer Werbeinhalte von Webseiten blockieren konnten. Der Ad-Blocker wurde im Zusammenhang mit einer sog. „Whitelist“ betrieben.

Über die „Whitelist“-Funktion können für bestimmte Webseiten Werbeanzeigen von der Blockade durch sog. Ad-Blocker ausgenommen werden. Diese Freischaltung kann entweder durch die Nutzer selbst erfolgen oder durch den Werbeblockbetreiber voreingestellt (meist gegen finanzielle Gegenleistung der betroffenen Seiten) werden.

Das Gericht entschied, dass die Klägerinnen gegen den Vertreiber des Ad-Blockers keine wettbewerbsrechtlichen Ansprüche hinsichtlich des Angebots und Vertriebs des Werbeblockers – und zwar unabhängig von der Whitelist-Funktion – geltend machen können.

Das Angebot eines Werbeblockers mit Whitelist-Funktion ist objektiv geeignet und darauf gerichtet, den Absatz der Beklagten [Werbeblocker-Vertreiber] zum Nachteil des Absatzes der Klägerinnen zu fördern. Würden die Werbeanzeigen nicht durch das Programm der Beklagten [...] ausgeblendet, gäbe es keinen Anlass für Webseitenbetreiber, die Dienste der Beklagten [...] in Anspruch zu nehmen.

Dies geschieht auch zum Nachteil des Absatzes der Klägerinnen: Durch das Angebot des Werbeblockers wird die Reichweite der auf den von ihnen betriebenen Websites geschalteten Werbung verringert, was wiederum das entsprechende Angebot der Klägerinnen für die Werbenden weniger attraktiv macht. In der Folge leidet ihr Absatz.

Eine unlautere Behinderung nach § 4 Nr. 10 UWG setzt eine Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten voraus, die zusätzlich zu der mit jedem Wettbewerb verbundenen Beeinträchtigung weitere Unlauterkeitsmerkmale aufweist. Erst dann kann von einer unzulässigen individuellen Behinderung gesprochen werden kann

1. Es liegt keine Unlauterkeit aufgrund Behinderungsabsicht vor. Eine solche ist nur gegeben, wenn die Handlung primär nur der Behinderung des Wettbewerbers dient und der Handelnde dafür unter Umständen sogar wirtschaftliche Verluste in Kauf nimmt

2. „Die Klägerinnen können ihre Leistung auch weiterhin in angemessener Weise am Markt zur Geltung bringen. Zudem steht es den Klägerinnen frei, auf andere Art und Weise für die Wahrnehmbarkeit der geschalteten Werbung zu sorgen, bspw. durch technische Änderung, entsprechende Hinweise an die Nutzer von Werbeblockern oder indem sie diesen den kostenlosen Zugang ganz verweigern.“ Den Klägerinnen ist aufgrund des Werbeblockers der Beklagten somit nicht verwehrt, am Werbemarkt ernsthaft als Anbieter tätig zu werden.

3. Schließlich sind auch keine sonstigen Umstände ersichtlich, welche das Angebot der Beklagten als gezielte Beeinträchtigung erscheinen ließen.

Im Rahmen einer Gesamtabwägung ist auch zu berücksichtigen, dass es gerade die Leser sind, die sich bewusst und freiwillig für die Installation des Werbeblockers entscheiden, um damit Werbung auszublenden.

Die Beklagten [stellen] dem Nutzer lediglich ein Werkzeug zur Verfügung, durch dessen Einsatz der Nutzer selber bestimmen kann, ob und welche Art von Werbung er zulassen möchte.

Die Nutzung eines Werbeblockers ermöglicht es den Verbrauchern, personalisierte Werbung zu unterdrücken, Tracking zu verhindern und durch den Download von Werbeanzeigen die Übertragung von Malware zu verhindern. Dies sind legitime Interessen, welche gleichfalls im Rahmen einer Gesamtabwägung zugunsten der Beklagten ins Gewicht fallen.

ANMERKUNGEN

Es handelt sich um eine jüngere Entscheidung einer erst seit kurzem zur Rechtsprechung gelangten Problematik: Können Werbeblocker einen Wettbewerbsverstoß darstellen?

Das LG Hamburg verneinte einen Wettbewerbsverstoß, wenn Werbeblocking-Software kostenlos vertrieben wird und keine „Whitelist“-Funktion enthält. Das sei schon keine „geschäftliche Handlung“ im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Für problematischer befand es das Gericht allerdings das sog. „Whitelisting“, bei dem der Werbeblocker bestimmte Werbeinhalte auch bei entsprechender Bezahlung von der Blockade ausnahm. In diesem Fall sei zumindest eine „geschäftliche Handlung“ i.S.d. UWG zu bejahen. Das Gericht entschied auch, dass ein wettbewerbliches Verhältnis zwischen Werbeblocking-Vertreiber und den Webseiten-Betreibern zumindest insoweit vorlag, als dass der Werbeblocker das auf Werbung basierende Geschäftsmodell der Webseiten-Betreiber effektiv beeinträchtigen konnte und eine Befreiung hiervon nur durch entgeltliche Aufnahme in die Whitelist erfolgen konnte. Ein unlauteres Handeln i.S.d. UWG sah das LG Hamburg im Ergebnis jedoch nicht. Weder konnte eine reine Behinderungsabsicht unterstellt werden (s.o.), noch, dass die Webseiten-Betreiber nicht mehr durch eigene angemessene Anstrengungen ihre Leistungen am Markt zur Geltung bringen konnten. Durch entsprechende technische Vorkehrungen oder Aufforderung an den Kunden bei Besuch der Seite, keinen Werbeblocker zu nutzen, könnten die Webseiten-Betreiber ihr Geschäftsmodell weiterverfolgen. Auch fand das Gericht, dass das Geschäftsmodell der Software-Vertreiberin, zunächst Werbeinhalte zu blockieren, um anschließend den Webseiten-Betreibern gegen Bezahlung die Einstellung der Blockade einzuräumen, nicht hinreichend einschränkend sei. Webseiten-Betreiber seien durch ein solches Modell wegen sich bietender Alternativen gerade nicht faktisch zu einer Aufnahme in die „Whitelist“ gezwungen.

Die Entscheidung des LG Hamburg lehnt sich hinsichtlich der Freiheit des Kunden, selbst zu entscheiden, welche Inhalte blockiert werden sollen, streng an die vom BGH (24.06.2004, I ZR 26/02) aufgestellten Grundsätze in einer ähnlichen, auf Werbung im Fernsehen bezogenen, Entscheidung, an.

Die Modelle des (1) kostenlosen Vertriebs von Werbeblocking-Software und das (2) Angebot der sog. „Whitelist“-Funktion wurden nicht als voneinander getrennte und unabhängige Geschäftshandlungen gesehen.

Gesetzesänderung: Das Merkmal der „gezielten Behinderung“ § 4 Nr. 10 UWG a.F. ist mittlerweile in § 4 Nr. 4 UWG geregelt.

Entwicklung: Aufgrund der wenigen Entscheidungen zum Werbeblocking, lässt sich eine Tendenz der Gerichte nur schwer ausmachen. Die jüngste Entscheidung des BGH zum Thema Werbeblocking ist gegenwärtig noch nicht veröffentlicht, vgl. Bundesgerichtshof, Mitteilung der Pressestelle, Nr. 78/218.