

Das OLG Hamburg hat entschieden, dass die Verwendung der länderbezogenen Top-Level-Domain „.ag“ (für Antigua) für Internet-Lottoannahmestellen irreführend ist, weil damit die Rechtsform der AG (Aktiengesellschaft) suggeriert wird.

### ■ Verwendung von Gattungsbegriffen

Uneinheitlich ist die Rechtsprechung bei der Verwendung von Gattungsbegriffen als Domains (z. B. augenoptik.de, brille.de oder brille-berlin.de). Diese Domains bieten ih-

gungspflichtigen Versteigerungen sind. Der Bundesgerichtshof hat aber entschieden, dass Verbraucher bei Internet-Auktionen gewerblicher Anbieter ein Widerrufsrecht haben (BGH „eBay“ vom 03. 11.2004 - V III ZR 3 75/03). Die Entscheidung wurde kritisiert, weil sie den Internetverkehr für kleine Unternehmen erheblich erschweren.

### ■ Umgekehrte Versteigerungen

Umgekehrte Versteigerungen sind jedenfalls bei teuren Produkten wie Gebraucht-

# Internetrecht für Augenoptiker (Teil 2, Schluss)

### ■ Wettbewerbsrecht im Internet

Alle denkbaren Wettbewerbsverstöße sind grundsätzlich auch im Internet möglich, z.B. die Schleichwerbung in redaktionell aufgemachten Internet-Artikeln, das Vortäuschen besonders günstiger Preise bei Bestellungen, die Zusendung nicht erbetener E-Mail-Werbung, das Abfangen von Kunden durch Metatags, das Anschwärzen eines Mitbewerbers auf der eigenen Homepage oder die sklavische Nachahmung der Webseite eines Konkurrenten.

ren Inhabern einen Wettbewerbsvorteil, weil Nutzer bei der Internetsuche oft Gattungsbegriffe eingeben, anstatt Suchmaschinen zu benutzen. Wettbewerbsrechtlich problematisch sind Gattungs-Domains deshalb, weil sie eine Absatzbehinderung durch das Abfangen potentieller Kunden bei deren Internetsuche bewirken können.

Der BGH hat zudem eine irreführende Alleinstellungswerbung angenommen, wenn der Eindruck erweckt wird, der Inhaber sei der einzige oder größte Anbieter. Grundsätzlich sind Gattungsbegriffe nach einer kaum überschaubaren Rechtsprechung meist zulässig, es sei denn, sie sind im Einzelfall irreführend oder begründen aus Sicht des Durchschnittsverbrauchers eine Alleinstellung. Meistens wissen die mündigen Internetnutzer aber, dass es mehrere Suchmöglichkeiten im Internet gibt und dass die Anbieter unter einer Gattungsdomain nicht die einzigen Anbieter sind (BGH „mitwohzentrale.de“ vom 17.05.2001 - I ZR 216/99).

### ■ Internet-Auktionen

Mittlerweile ist anerkannt, dass Internet-Auktionen wie bei Ebay keine genehmi-

wagen zulässig, da der verständige Durchschnittsverbraucher nach einer Entscheidung des Bundesgerichtshofs (Urteil vom 13.11.2003 - I ZR 40/0) sich nicht wegen des Spiel-Charakters von einer Prüfung der Preiswürdigkeit ablenken und zu einem Kauf verleiten lässt. Beträchtliche Investitionen würden nur nach reiflicher Überlegung getätigt.

### ■ Powershopping

Beim Powershopping werden gleichsinnige Kaufinteressenten über Websites zusammengebracht, um Mengenrabatte zu nutzen (z. B. letsbuyit.com). Das OLG Köln hat Powershopping als unzulässig angesehen, weil der Spielreiz des Kunden ausgenutzt werde (Urteil vom 1.6.2001 - 6 U 204/00), so dass der Kunde die Ware nicht mehr allein nach der Preiswürdigkeit kaufe.

Im Hinblick auf die BGH-Entscheidungen zur umgekehrten Versteigerung spricht jedoch einiges dafür, dass der Bundesgerichtshof die Zulässigkeit des Powershoppings bejahen würde. Die Spielanreize sind nach BGH-Meinung nur dann wettbewerbswidrig, wenn die Rationalität der Kaufentscheidung ausgeschaltet wird.

## ■ Verlinkung

Die Vernetzung eines Wortes auf der eigenen Website mit der Website eines anderen, so dass der Nutzer beim Anklicken auf die Seite des anderen geleitet wird, ist grundsätzlich zulässig. Dies gilt sogar dann, wenn der Inhaber der verlinkten Seite einer Verlinkung widerspricht. Durch die Teilnahme am Internet wird ein stillschweigendes Einverständnis erteilt, dass die Seite auch über verschiedene Wege aufgerufen werden kann. Ausnahmen sind allenfalls denkbar, bei einer Irreführung über geschäftliche Zusammenhänge, Beleidigungen, Anschwärzung, Persönlichkeitsrechtsverletzungen oder Rufausbeutung.

## ■ Deep-Linking

Zulässig ist auch das sogenannte Deep-Linking. Hierbei werden Links verwendet, die nicht zur Startseite der verlinkten Seite sondern zu einer „tieferliegenden“ Seite führen. Auf diese Weise wird der Nutzer an den Werbeeintragungen, die sich meist auf der Startseite des Internetauftritts befinden,

vorbeigeleitet. In seiner „Paperboy“-Entscheidung hat der BGH (Urteil vom 17.07.2003 – I ZR 259/00) entschieden, dass ein Deep-Linking grundsätzlich zulässig ist.

Weder handele es sich um eine urheberrechtliche Vervielfältigung noch um eine öffentliche Zugänglichmachung fremder Inhalte. Letztlich habe der Inhaber der verlinkten Seite selbst entschieden, seine Seite im Internet aufrufen zu können. Das Deep-Linking ist nur eine technische Erleichterung. Aus denselben Gründen scheiden auch Ansprüche wegen einer wettbewerbswidrigen Leistungsübernahme oder einer unlauteren Behinderung wegen Umgehung der Werbung auf der Startseite aus. Mit der Teilnahme am Internet muss man auch die sinnvollen Nutzungsmöglichkeiten (z. B. durch Suchmaschinen) in Kauf nehmen.

## ■ Framing

Beim Framing wird ein Link zu einer anderen Website geschaltet, bei dessen Aufruf der verlinkte Inhalt umrahmt („frame“) von Inhalten der Ausgangsseite angezeigt wird.

Im Zieleingabefeld des Browsers bleibt aber die Adresse der Ausgangsseite stehen. Framing ist wettbewerbsrechtlich bedenklich, weil hier eine Ausbeutung durch unmittelbare Leistungsübernahme des Seiteninhalts eines anderen Anbieters erfolgt. Aus Sicht des Internetnutzers wird der Inhalt als eigener Inhalt des zunächst aufgerufenen Anbieters dargestellt. Tatsächlich handelt es sich um den Seiteninhalt eines anderen Internet-Anbieters (OLG Düsseldorf vom 29.06.1999 - 20 U 85/98).

## ■ Exit-Pop-Up-Fenster

Mittlerweile ist anerkannt, dass Websites, bei deren Aufruf sich immer neue Pop-Up-Fenster öffnen, wegen Kundenfangs durch Nötigung wettbewerbswidrig sind. Ebenso verboten ist das so genannte Mouse-Trapping. Hierbei wird die Maus für einige Sekunden oder Minuten in dem Fenster der Werbung eingesperrt, so dass die Werbung nicht weggeklickt werden kann (LG Düsseldorf, MMR 2003, 486).

# Sauflon-Service-Initiative für Kontaktlinsenspezialisten:

Einfache Bestellung rund um die Uhr · Schnelle Lieferung · Kostenloser Versand bei Webshop-Bestellungen

Sauflon Pharmaceuticals GmbH · Breite Straße 43/45 · 63762 Großostheim  
Tel.: 06026 9499510 · Fax: 06026 9988655 · info@sauflon.de · www.sauflon.de



## ■ Spam

Durch Einführung des Telemediengesetzes (TMG) am 1. März 2007 kann Spam mit einem Bußgeld von bis zu 50.000 Euro geahndet werden (§§ 6 Abs. 2, 16 Abs. 1 TMG). Die Regelung findet allerdings nur Anwendung, wenn der Verantwortliche in Deutschland eine Niederlassung hat. Da 95% des Spamaufkommens aus dem außereuropäischen Ausland stammt, ist der Bußgeldtatbestand eher ein politisches Signal.

Wichtig für Augenoptikbetriebe ist aber, dass die Versendung von E-Mails ohne ausdrückliche vorherige Zustimmung genauso wie unerbetene Telefonwerbung wettbewerbsrechtlich verboten ist. E-Mail-Werbung ist nach § 7 Abs. 3 UWG nur zulässig, wenn der Unternehmer die Kundenadressen vom Kunden selbst im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten hat, die Adresse zur Werbung für ähnliche Waren/ Dienstleistungen verwendet wird, der Kunde dem nicht widersprochen hat und der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung auf sein Widerspruchsrecht hingewiesen wurde.

## ■ Urheberrecht im Internet

Urheberrechtsverletzungen im Internet betreffen vor allem die Übernahme von ur-

heberrechtlich geschützten Stadtplänen, Texten oder Bildern anderer Websites. Bestandteile einer Website sind unter Umständen schutzfähig. Literarische Texte, Fotografien oder Musik haben urheberrechtlichen Werkcharakter. Zumindest gelten Websites als Datenbankwerke, an die keine hohe Anforderungen zu stellen sind. Schon die Auswahl oder Anordnung bestimmter Inhalte stellen eine schöpferische Leistung dar. Allenfalls bei Adress- und Telefonbüchern wird eine bestimmte Schöpfungshöhe nicht erreicht. Verletzungshandlungen können vor allen Dingen das Downloaden (Vervielfältigen), Uploading (Heraufladen von Inhalten vom eigenen Rechner auf einen Server, ebenfalls Vervielfältigung) sein.

Wichtig für Augenoptikbetriebe kann eine Entscheidung des OLG Köln (Urteil vom 19.12.2003 - 6 U 9/03) sein: Hier lag der Fall zu Grunde, dass eine GmbH ein bezahltes Portraitfoto ihres Geschäftsführers auf ihrer Internetseite veröffentlichte. Das OLG Köln hielt dies für eine Urheberrechtsverletzung, weil das Recht auf Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung von Bildnissen nicht auf Veröffentlichungen im Internet anwendbar sei. Gegebenenfalls muss mit dem Fotografen, der Inhaber des Urheberrechts an dem Portraitfoto ist, eine gesonderte Nutzungsvereinbarung für die Veröffentlichung im Internet getroffen werden.

## ■ Gerichtsstand

Klagen gegen deutsche oder europäische Rechtsverletzer im Internet sind jedenfalls innerhalb der europäischen Union kein allzu großes Problem mehr. Nach der EuGVVO (Europäische Gerichtsstands- und Vollstreckungsverordnung) ist nicht nur der Sitz des Beklagten als Gerichtsort möglich. Es gibt auch einen so genannten deliktischen Gerichtsstand, der an dem Ort ist, an dem das schädigende Ereignis eingetreten ist. Nach ständiger Rechtsprechung ist die bloße Abrufbarkeit einer Seite in Deutschland, jedenfalls aber ein zusätzlicher Inlandsbezug (z. B. durch de-Domain, deutsche Sprache, angegebene deutsche Telefonnummer, Währung etc.) ausreichend. Man muss einen wettbewerbswidrig werbenden Anbieter aus anderen EU-Staaten daher nicht mehr an dessen Firmensitz im Ausland verklagen, sondern kann oft beim zuständigen Landgericht des eigenen Niederlassungsortes gerichtliche Hilfe in Anspruch nehmen (BGH vom 30. 3. 2006 - I ZR 24/03).

**Rechtsanwalt Peter Schreiber, LL.M.**  
**(Gewerblicher Rechtsschutz)**  
**Alexanderstr. 25a, 40210 Düsseldorf**  
**ab 1. Juni '09: Littenstr. 10,**  
**10179 Berlin**  
**Internet: [www.recht-schreiber.de](http://www.recht-schreiber.de)**

Andreas Berke / Christa Rauscher

## Altern und Auge

Entsprechend der umfassenden Problematik des Alterns und des Alters versteht das hier vorliegende Buch das Altern des Auges nicht als ein isoliert es Phänomen, sondern betrachtet es unter verschiedenen Perspektiven. Die Autoren möchten zeigen, wie komplex das Altern ist und wie weitreichend seine Auswirkungen sind.

Der Leser findet zum Abschluss eine Übersicht über die optischen Korrektionsmöglichkeiten, die für ältere Menschen zur Verfügung stehen; dabei werden auch operative Verfahren zur Behandlung des Grauen Stars und zur Presbyopiekorrektur erwähnt.

Format 160 x 240 mm, 308 Seiten, sehr viele detailreiche farbige Abbildungen und anschauliche Grafiken  
 ISBN 978-3-922269-81-6

**DOZ**  
 VERLAG

Tel: +49(0)62 21-90 51 70

Fax: +49(0)62 21-90 51 71

[www.doz-verlag.de](http://www.doz-verlag.de)



€ 49,90

inklusive ges. MwSt.,  
 zzgl. Porto und Verpackung