

## **Anleitung zur Umgehung von Werbeblocker-Sperre ist rechtswidrig**

Um Internetnutzer, die einen Werbeblocker verwenden und damit das Anzeigen der Werbung auf einer Website verhindern, von der Nutzung der Website auszuschließen, haben mittlerweile einige Webseiten-Betreiber eine Software auf ihrer Website laufen, die bei einem Aufruf unter Verwendung einer solchen Werbeblocker-Software den Zugang zur Seite verhindert.

Das bedeutet: Wenn ich als Nutzer einen Werbeblocker aktiviert habe, dann kann ich die betreffende Seite nicht mehr aufrufen.

Von der Vertreiberin der Werbeblocker-Software wurde nun in einem Forum ein Programmcode veröffentlicht, mit dem wiederum wirksam die Erkennungssoftware der Website umgangen werden konnte und somit der Zugang zur Website mit blockierter Werbung wieder möglich gemacht wurde. Auf Antrag des Betreibers einer solchen Website hat das Landgericht Hamburg am 22.10.2015 eine einstweilige Verfügung gegen den Vertreiber der Werbeblocker-Software erlassen und Berichten zufolge diese Verfügung jetzt mit Urteil vom 03.12.2015 bestätigt.

Der Grund: Die Erkennungssoftware für die Nutzung des Werbeblockers ist als eine technische Schutzmaßnahme des Betreibers der Website anzusehen. Solche technischen Schutzmaßnahmen dürfen nach dem Urheberrechtsgesetz (§ 95 a Abs. 3 UrhG) nicht umgangen werden.

Die Erkennungssoftware der Beklagten aber hat genau diese Umgehung bewirkt und ist ihrerseits damit unzulässig. Es darf weder für diese Software geworben, noch darf sie in irgendeiner Art und Weise vertrieben werden. Die Website sei nämlich als ein geschütztes Werk im Sinne der genannten Vorschrift einzustufen. Maßnahmen zum Schutz der Internetseite dürften deshalb nicht ohne Zustimmung des Rechteinhabers umgangen werden. Dem Rechteinhaber stehe somit ein Anspruch auf Unterlassung der Verbreitung des Programmcodes zur Umgehung der Erkennungssoftware zu.

*(Landgericht Hamburg, Beschluss vom 22.10.2015, Aktenzeichen 308 O 375/15)*

### **Fazit**

Wenn der Betreiber einer Website durch technische Maßnahmen bestimmte Wirkungen erzielen will, die ihrerseits nicht rechtswidrig sind, also bspw. auch Inhalte hinter einer Paywall verbirgt, die nur für Abonnenten zugänglich ist, dann ist jedwede Umgehung dieser Maßnahme ihrerseits rechtswidrig und kann unterbunden werden.

Das technische Wettrüsten gewinnt in solchen Fällen also stets der Betreiber der Website, was auch irgendwie einleuchtet, denn er hat quasi das „virtuelle Hausrecht“. So wie ich entscheiden kann, wen ich aus welchen Gründen in meine Wohnung oder mein Haus lasse und wen nicht, kann eben auch der Betreiber einer Website, einer Plattform einer Community entscheiden, wer rein darf und wer draußen bleiben muss. Bestes Beispiel sind die AGB oder Nutzungsbedingungen von Plattformen, wie bspw. Facebook. Wenn ich diese nicht akzeptiere, dann darf ich eben nicht mitspielen.

Webseitenbetreibern raten wir stets dazu, solche Nutzungsbedingungen für die Nutzer aufzustellen, bspw. um sich selbst aus bestimmten Haftungssituationen zu nehmen oder zumindest Regress nehmen zu können oder aber, um klarzustellen, wann welche Accounts gesperrt oder Inhalte gelöscht werden dürfen.

### **Cookie-Einwilligung auch per „Opt-out“ möglich**

Die Einwilligung in die Erhebung und Nutzung von personenbezogenen Daten, die Einwilligung in den Erhalt von Werbung oder die Buchung von Zusatzleistungen im Rahmen eines Bestell-

prozesses haben alle eines gemeinsam: Die Erklärungen müssen nach dem so genannten „Opt-In“-Prinzip erteilt werden. Das bedeutet, dass der Erklärende selbst durch Anhaken einer Checkbox oder anderweitig durch aktives Tun seinen Willen zum Ausdruck bringen muss.

Das Gegenteil ist also das so genannte „Opt-Out“-Prinzip. Es bedeutet, dass der Haken schon gesetzt ist und entfernt werden muss, will man eine bestimmte Folge vermeiden.

Das Oberlandesgericht Frankfurt hatte sich jetzt unter anderem damit zu beschäftigen, ob die Einwilligung in die Cookie-Nutzung durch eine Website ein Opt-In benötigt oder eben ein Opt-Out genügt.

Außerdem geht es in der Entscheidung noch um die Frage, wann die Einwilligung in den Erhalt von Werbung wirksam oder unwirksam ist. Also werden hier gleich zwei wichtige rechtliche Fragen geprüft und entschieden.

In dem Verfahren ging es um eine Klage der Verbraucherzentrale Bundesverband. Die Beklagte befasst sich mit Marketingleistungen und unterhält verschiedene Dienste, in denen sie die Teilnahme an Gewinnspielen anbietet. Im September 2013 hatte die Beklagte ein Gewinnspiel veranstaltet und machte die Teilnahme von der Einwilligung in den Erhalt von Werbung abhängig (was übrigens ein nicht unüblicher Vorgang ist, sodass sich empfiehlt die Teilnahmebedingungen solcher Gewinnspiele genau anzuschauen). Wer teilnehmen wollte, musste sich also damit einverstanden erklären, dass ihn „einige“ (!) Sponsoren und Kooperationspartner am Telefon, per Post, E-Mail oder SMS über ihre Angebote informieren. Erst nach Klick auf einen Link gab es Informationen zu Anzahl, Namen und Branchen der Unternehmen. Eine zweite Erklärung, bei der das Ankreuzfeld bereits vorausgewählt war, betraf die Einwilligungserklärung zur Cookie-Nutzung. Bei Anklicken des Wortes „hier“ gelangte der Nutzer auf eine Unterseite mit weiteren Informationen über die Cookies, der Kläger hielt diese Gestaltung für unzulässig, weil sie nicht die gesetzlichen Anforderungen an eine bewusste und eindeutige Einwilligung erfüllte.

Zu den Cookies entschied das Gericht, dass die Einwilligung in die Cookie-Nutzung auch durch eine vorformulierte Erklärung, welcher der Nutzer durch Entfernen eines voreingestellten Häkchens widersprechen kann, also durch „Opt-Out“ erteilt werden kann. Außerdem steht es nach Meinung des Gerichts der Wirksamkeit der Einwilligung nicht entgegen, wenn sämtliche erforderliche Informationen über die Cookie-Nutzung nicht bereits in der Erklärung selbst, sondern in einem verlinkten Text gegeben werden.

Zu der Wirksamkeit der Einwilligung in den Erhalt von Werbung aber stellte das Gericht fest, dass es sich bei der von der Beklagten vorformulierten und im Zusammenhang mit der Teilnahme an dem von ihr veranstalteten Gewinnspiel verwendete Erklärung zur Einwilligung in Werbung um eine unwirksame Allgemeine Geschäftsbedingung (AGB) handelt. Die Einwilligung eines Verbrauchers in den Erhalt von Werbung durch andere Unternehmen ist demnach zumindest dann unwirksam, wenn die Einwilligungserklärung einen Link auf eine Liste von 59 Unternehmen enthält und der Verbraucher für jedes dieser Unternehmen durch Anklicken des Feldes „Abmelden“ entscheiden muss, von welchem Unternehmen er keine Telefonwerbung wünscht.

Allerdings wurde die Revision zum BGH zugelassen, da den entscheidungserheblichen datenschutzrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Fragen grundsätzliche Bedeutung zukommt. Das Urteil ist also nicht rechtskräftig, sondern wird vom BGH überprüft werden.

*(OLG Frankfurt a.M., Urteil vom 17.12.2015, Aktenzeichen 6 U 30/15)*

## **Fazit**

Wie sagt der Anwalt so gerne? Es kommt darauf an. Hier nämlich darauf, auf welcher Rechtsgrundlage die beiden beurteilten Einwilligungen erteilt werden. Bei der Einwilligung für die Co-

# Schutt, Waetke

RECHTSANWÄLTE

kies handelt es sich zwar auch um eine AGB-Klausel. Aber eben um eine wirksame, da die hier heranzuziehenden Vorschriften einen Zwang zum Opt-In-Verfahren schlicht nicht hergeben. Bei der Einwilligung in Werbung gelten andere Vorschriften. Insbesondere war hier die Gestaltung mit den 59 Unternehmen zu bemängeln, durch deren Liste sich der Nutzer mühsam hätte arbeiten und jeweils für jedes Unternehmen eine Abmeldung anklicken müssen.

Die Formulierung einer wirksamen Einwilligung darf nicht unterschätzt werden, da das Gesetz hohe Anforderungen an Transparenz, Verständlichkeit und Vollständigkeit der Erklärungen stellt. Und auch die hier zu beurteilende Frage, welche Informationen sofort und welche erst durch einen Klick auf einen Link zu geben sind ist nicht ohne Weiteres zu klären, da es wie so oft auch auf die Umstände des Einzelfalls ankommt. Daher sollten solche Texte möglichst nicht von der Marketingabteilung, sondern unbedingt vom Anwalt formuliert werden.

Timo Schutt  
Rechtsanwalt  
Fachanwalt für IT-Recht

[www.schutt-waetke.de](http://www.schutt-waetke.de)  
[ra-schutt@schutt-waetke.de](mailto:ra-schutt@schutt-waetke.de)