

## **Portalbetreiber: Fremde Inhalte nicht korrigieren**

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat eine Entscheidung gefällt, die die Haftung von Portalbetreibern im Internet verschärft. Denn ändert der Betreiber eigenständig fremde Inhalte, dann übernimmt er damit auch die rechtliche Verantwortung für diese Inhalte.

Konkret ging es um ein Bewertungsportal. Wenn dieses, so der BGH, eine Bewertung nach Hinweis auf eine Rechtsverletzung nur inhaltlich „korrigiert“ und ansonsten online belässt, haftet es für den Inhalt der Bewertung selbst als "Störer"/Content Provider.

Um was ging es? Die Klägerin nimmt den Beklagten auf Unterlassung von Äußerungen in einem Bewertungsportal in Anspruch. Der Beklagte betreibt im Internet ein Portal, in das Patienten ihre Bewertung von Kliniken einstellen können. Die Klägerin betreibt eine Klinik für HNO- und Laser-Chirurgie. Ein am Rechtsstreit nicht beteiligter Patient, der in der Klinik der Klägerin an der Nasenscheidewand operiert worden war und bei dem 36 Stunden nach der Operation und nach Verlegung in ein anderes Krankenhaus eine Sepsis aufgetreten war, stellte auf dem Portal des Beklagten einen Erfahrungsbericht über die Klinik der Klägerin ein. Darin behauptete er, es sei "bei" einem Standardeingriff zu einer septischen Komplikation gekommen. Das Klinikpersonal sei mit der lebensbedrohlichen Notfallsituation überfordert gewesen, was beinahe zu seinem Tod geführt habe. Nachdem die Klägerin den Beklagten zur Entfernung des Beitrags aus dem Portal aufgefordert hatte, nahm der Beklagte ohne Rücksprache mit dem Patienten Änderungen an dem Text durch die Einfügung eines Zusatzes und die Streichung eines Satzteils vor. Er teilte der Klägerin diese "Eingriffe" sowie seine Auffassung mit, dass "weitere Eingriffe" nicht angezeigt erschienen.

Der BGH hat den Beklagten, also den Portalbetreiber verurteilt. Der Beklagte hat sich die angegriffenen Äußerungen zu Eigen gemacht, sodass er als unmittelbarer Störer haftet. Er hat die Äußerungen des Patienten auf die Rüge der Klägerin inhaltlich überprüft und auf sie Einfluss genommen, indem er selbständig – insbesondere ohne Rücksprache mit dem Patienten – entschieden hat, welche Äußerungen er abändert oder entfernt und welche er beibehält. Diesen Umgang mit der Bewertung hat er der Klägerin als der von der Kritik Betroffenen kundgetan. Bei der gebotenen objektiven Sicht auf der Grundlage einer Gesamtbetrachtung aller Umstände hat der Beklagte somit die inhaltliche Verantwortung für die angegriffenen Äußerungen übernommen. Da es sich bei den Äußerungen um unwahre Tatsachenbehauptungen und um Meinungsäußerungen auf unwahrer Tatsachengrundlage und mit unwahrem Tatsachenkern handelt, hat das Recht des Beklagten auf Meinungsfreiheit hinter dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht der Klägerin zurückzutreten.

*(BGH, Urteil vom 4. April 2017 - VI ZR 123/16)*

## **Fazit**

Betreiber von Webportalen, Bewertungsportalen, Communities usw. sollten keinesfalls selbst die Inhalte der Nutzer bearbeiten, ändern bzw. „korrigieren“, denn in dem selben Moment übernimmt der Betreiber damit die Verantwortung und damit auch die Haftung für diese – bis dahin für ihn fremden – Inhalte. Die Inhalte werden dadurch zum eigenen Inhalt des Betreibers.

Nach der BGH-Rechtsprechung muss der Betreiber vielmehr den für einen Inhalt verantwortlichen Nutzer befragen, ob eine behauptete Rechtsverletzung tatsächlich vorliegt (bspw. eine unwahre Tatsachenbehauptung) und der Inhalt damit tatsächlich rechtswidrig ist oder nicht. Nach Ausschöpfung der Erkenntnisquellen (ggf. sind Rückfragen beim – vermeintlich – Verletzten erforderlich) ist dann der Inhalt zu löschen oder er kann eben stehen bleiben. Inhaltlich sollte aber allenfalls der verantwortliche Nutzer selbst Hand anlegen.

## Haftung bei Google-AdWords-Kampagne

Die Schaltung von Anzeigen bei Google über deren Dienst Google-AdWords ist nahezu zum Standard für die Werbebudgets von Unternehmen geworden. Doch es gilt gerade hier – wie auch bei vergleichbaren Diensten, wie bspw. über den Konkurrenten Bing – genau aufzupassen, um nicht in die Haftungsfalle zu tappen.

Zunächst darf man selbst seine Anzeige nicht für „gefährliche“ Keywords schalten. Gefährlich in diesem Sinne sind vor allem die Begriffe und Namen von Anderen, wie insbesondere Wettbewerber oder deren Produkte oder Dienstleistungen.

Aber selbst dann, wenn man selbst keine „gefährlichen“ Keywords verwendet besteht ein Risiko, beispielsweise dann, wenn man dem Dienst von Google die Schaltung für „ähnliche“ Keywords ermöglicht oder aber dann, wenn die konkrete Ausgestaltung der zu prüfenden Adwords-Anzeige dazu führt, dass der durchschnittliche Internetnutzer den Eindruck einer (geschäftlichen) Verbindung zwischen dem Werbenden und dem Inhaber des verwendeten Kennzeichens (Keywords) bekommt oder bekommen kann.

Das hat jetzt wieder ein Urteil des Oberlandesgerichts in Schleswig gezeigt. Denn das Gericht entschied:

*Ist eine Google-Adwords-Kampagne so eingerichtet, dass bei der Eingabe einer geschützten Unternehmensbezeichnung eine Werbeanzeige einer anderen Person (Werbender) erscheint, so steht dem Inhaber der geschützten Unternehmensbezeichnung auch dann ein Unterlassungsanspruch gegen den Werbenden zu, wenn dieser nicht für die Einblendung seiner Anzeige verantwortlich ist, hiervon aber wusste.*

Die Beklagte hatte in dem zu entscheidenden Fall die geschäftliche Bezeichnung des Klägers unbefugt in einer Weise benutzt, die zu Verwechslungen führen konnte: Bei der Eingabe des Suchbegriffs bei Google erschien nicht eine Anzeige des Klägers, sondern auch eine solche der Beklagten. Nach dem Erscheinungsbild hatten die Beklagten damit das Unternehmenskennzeichen des Klägers als Werbung für sich benutzt, denn für den durchschnittlichen Internetnutzer war nicht erkennbar, ob eine – tatsächlich nicht bestehende – geschäftliche Verbindung zwischen den Beklagten und dem Kläger bestand. Vielmehr erweckte die Überschrift der Anzeige den Eindruck, dass die Anzeige eine solche des Klägers war.

Im Ergebnis unerheblich war, ob die Überschrift „Anzeige zu ....“ von den Beklagten gewählt oder von Google erstellt worden war, da die Beklagte jedenfalls als Störer verantwortlich war. Die Beklagte hatte die geschäftliche Bezeichnung des Klägers in dem Moment kennzeichnend verwendet, als sie in Kenntnis des Umstandes, dass bei Eingabe des Suchbegriffs ihre Anzeige erschien, nicht eingeschritten war. Ihre Verantwortlichkeit entfiel auch nicht deshalb, weil die Beklagte kein mit dem Unternehmenskennzeichen des Klägers identisches oder ähnliches Schlüsselwort verwendete. Die Verletzung des § 15 Abs. 2 MarkenG beruhte damit maßgeblich auf der konkreten Ausgestaltung der Anzeige und nicht auf der Verwendung eines bestimmten Schlüsselwortes.

(OLG Schleswig 22.3.2017, 6 U 29/15)

## Fazit

Lassen Sie Ihre Anzeigenkampagnen – und zwar nicht nur die Adwords-Anzeigen – vorab prüfen. Denn der Abmahnteufel steckt hier auch oft im Detail. Die Möglichkeiten „falsch“, da rechtswidrig zu werben sind dabei umfangreich und beschränken sich auch nicht nur auf die Onlinewerbung.

## **OLG Köln: Amazon haftet für markenverletzende Suchergebnisse**

Das Oberlandesgericht Köln hat entschieden, dass die Betreiberin der Internethandelsplattform Amazon für markenverletzende Ergebnisse der plattformeigenen Suchmaschine haftet.

Würden bei der Suche nach einer Marke (hier: „MAXNOMIC“) auf Grund des programmierten Suchalgorithmus Suchergebnisse anderer Produkte angezeigt, ohne dass erkennbar ist oder darauf hingewiesen wird, dass diese nicht vom Markeninhaber stammen, werde die Herkunftsfunktion der Marke beeinträchtigt.

Laut Gericht ist es dabei unerheblich, dass die Ergebnisliste durch einen Algorithmus generiert worden ist, der frühere Nutzeranfragen auswertet. Der Betreiber einer Plattform, der einen solchen Algorithmus einsetzt, müsse sich die von diesem generierten Ergebnisse zurechnen lassen.

Dies gelte allerdings nicht für Marken, die aus beschreibenden Begriffen bestehen, welche im Suchergebnis ebenfalls tatsächlich auftauchen (hier: „NEEDforSEAT“).

*(OLG Köln, Urteil vom 20.11.2015, Aktenzeichen 6 U 40/15)*

### **Fazit**

Das Urteil ist für alle Betreiber von Webseiten mit Suchfunktion relevant. Denn gibt der Nutzer einen Markenbegriff in die Suchmaske ein und erhält er sodann auch Treffer anderer Marken ohne, dass der Nutzer entweder anhand des Layouts oder durch deutlichen Hinweis des Webseitenbetreibers, dass die Trefferliste auch Ergebnisse anzeigt oder anzeigen kann, die nicht vom Inhaber des eingegebenen Markenbegriffs stammen, dann haftet der Betreiber der Webseite selbst als Täter für die dann vorliegende Markenverletzung. Denn der Inhaber der Marke hat Anspruch darauf, dass nur er in Verbindung mit seiner Marke in Erscheinung tritt (so genannte Herkunftsfunktion der Marke).

### **Marktplatzbetreiber hat keine Prüf- und Anhörungspflicht vor Sperrung eines Accounts**

Der Betreiber eines Online-Marktplatzes, der auf eine klare Rechtsverletzung eines Nutzers hingewiesen wird, darf in Erfüllung seiner ihm nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs obliegenden Pflichten das betroffene Angebot einschränkende Maßnahmen unterwerfen, ohne den Nutzer vorher anzuhören und ohne die vorgetragene Rechtsverletzung einer Prüfung zu unterziehen.

Damit gab das Oberlandesgericht Brandenburg in einem Beschluss vom 09.01.2017 dem Betreiber einer Webplattform statt, der auf eine Kenntnissgabe durch einen sich als Rechteinhaber gerierenden Dritten hin, der dem Plattformbetreiber Rechtsverletzungen durch dessen Kunden anzeigte und dies durch eine eidesstattliche Versicherung glaubhaft machte, den Account des Kunden sperrte. Nachdem ein Rechtsstreit mit dem vermeintlichen Rechteinhaber zu Gunsten des Kunden entschieden wurde und das Urteil dem Plattformbetreiber vorlag, hob dieser die Account-Sperrung wieder auf. Nun wollte der Kunde Schadensersatz vom Plattformbetreiber wegen der Sperrung haben.

Zu Unrecht, wie das Gericht entschied. Denn der Betreiber der Webplattform hat seinerseits aufgrund seiner Störerhaftung bei glaubhaft gemachter Kenntnissgabe einer Rechtsverletzung auf seiner Plattform die Pflicht den beanstandeten Content zu entfernen. Gibt es kein milderes Mittel als die Sperrung des ganzen Accounts, so ist auch das zulässig.

# Schutt, Waetke

RECHTSANWÄLTE

Eine vorherige Anhörung des Kunden ist bei der stets vorliegenden Eilbedürftigkeit solcher Ansprüche nicht geboten, so das Gericht.

*(Oberlandesgericht Brandenburg, Beschluss vom 09.10.2017, Aktenzeichen 6 W 95/16)*

## **Fazit**

Der Betreiber einer Webseite, auf der Dritte Inhalte einstellen können, haftet als Störer für rechtswidrigen Inhalt, der durch seinen Nutzer online gestellt wird. Daher muss er bei positiver Kenntnis den Inhalt entfernen und zwar in angemessener Frist, will er nicht selbst auf Schadensersatz gegenüber dem (vermeintlichen) Verletzten haften. Der Betreiber sitzt daher zwischen den Stühlen, denn er muss ja Inhalte seines eigenen Kunden sperren oder löschen. Das Gericht gab ihm aber jetzt Rückendeckung, denn er hat vorliegend nach bestem Wissen und Gewissen gehandelt und muss wegen der Eilbedürftigkeit des Unterlassungsanspruches tatsächlich zunächst den Inhalt sperren, um sodann zu klären, ob der vermeintliche Verletzte tatsächlich die Entfernung des Inhalts verlangen kann oder nicht.

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)