

HAFTUNG FÜR HYPERLINKS

AUS MARKEN- UND

WETTBEWERBSRECHTLICHER SICHT

MASTERTHESIS

IM RAHMEN DES UNIVERSITÄTSLEHRGANGS FÜR
INFORMATIONENRECHT UND RECHTSINFORMATION
2001/2002

VON MAG. ALEXANDER MAHOVSKY

EINGEREICHT BEI

RA DR. THOMAS HÖHNE

SEPTEMBER 2002

VORWORT

„Die Sprungbretter der Online-Welt“, sie sollen hier Thema sein. Jene Verknüpfungen, die laut Sakowski „das Herzstück und die Architektur des WWW“ sind². Mit einem Wort: Hyperlinks.

Ginge es schon ohne „Herzstück“ nicht, so wäre das WWW ebenso schlecht bedient, wenn es nicht über Nährstoffe verfügte: „Ohne Links ist das Netz wie ein Gehirn ohne Botenstoffe“ weiß Krieger.³ So sieht es wohl auch Höhne, wenn er schreibt „Das WWW lebt ja von Links“.⁴ Der Wichtigkeit von Links ist damit wohl hinlänglich Nachdruck verliehen.

Zwar wäre das World Wide Web auch ohne Links, also die Möglichkeit mittels Mausclick auf (uU) entfernte Informationen greifen zu können, immer noch „world wide“, zumal aus aller Herren Länder abrufbar, doch es wäre nicht annähernd so praktikabel und wohl auch nicht annähernd so populär. Man müsste, wenn auch elektronisch, blättern wie in einem Buch oder sich mittels Bildlaufleiste oder einem MS-Word-ähnlichen Textdurchsuchprogramm durch einzelne Dokumente hanteln. Ein Szenario, so fern dem Zweck des Internet, dass ich es gar nicht näher ausführen möchte.

Praktisch für den User, erstrebenswert für den Anbieter ist das Internet der wahrscheinlich einzige Ort, wo auch der ehrbarste Bürger gerne „linkt“ und sich der „Gelinkte“ auch noch freut, wenn er „gelinkt“ wird. Letzteres jedoch nicht immer. Diese „nicht-immer“ Fälle beschäftigen Lehre und Rechtsprechung in zunehmendem Maße. Und dies ebenso weltweit wie das Web weltweit ist. Überspitzt könnte man sagen: Information, aber auch Rechtsbruch sind „just a mouse-click away“.

¹ Thiele, Anwaltliche Werbung im Internet, AnwBl 1999, 402 in seiner FN 47.

² Sakowski, Haftung für Hyperlinks, 08/2001, <http://sakowski.de/onl-r/ol-r23.html> (1. 9. 2002).

³ Krieger, Der Link-Konflikt und die Abmahnelefanten im Internet, <http://www.jurawelt.com/aufsaeetze/internetr/3559> (1. 9. 2002).

⁴ Höhne, Anwaltswerbung im Internet – ein Diskussionsbeitrag, AnwBl 1999, 610.

INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	1
Inhaltsverzeichnis.....	2
Abkürzungsverzeichnis	5
1. Einleitung.....	10
2. Definitionen	11
2.1. Hyperlink.....	11
2.2. Homepage	12
2.3. Website	12
2.4. Internet & WWW	12
2.5. Link-Arten.....	13
2.5.1. Surface-Link	13
2.5.2. Deep-Link	14
2.5.3. Inline-Link.....	15
2.5.4. Frames/Framing.....	15
3. Kennzeichenrechtliche Aspekte.....	16
3.1. Zur Bedeutung von Marken & sonstigen Kennzeichen.....	16
3.2. Das Verhältnis von MSchG zu § 9 UWG	16
3.3. Ein kennzeichenrechtlicher Überblick	17
3.3.1. Allgemeine Voraussetzungen für das Vorliegen einer Kennzeichenrechtsverletzung.....	17
3.3.2. Die bekannte Marke.....	19

3.3.3.	Freie Benutzung gemäß § 10 Abs 3 MSchG.....	20
3.4.	Detailbetrachtung	22
3.4.1.	Verwendung einer Wortmarke im Fließtext	22
3.4.2.	Verwendung von Marken oder sonstigen Kennzeichen als Links auf privaten Websites & Abgrenzung zum Handeln im geschäftlichen Verkehr	24
3.4.3.	Verwendung von Marken oder sonstigen Kennzeichen als Links auf wissenschaftlichen Websites	26
3.4.4.	Anbringen eines Links auf einer im geschäftlichen Verkehr genutzten Website	27
3.4.4.1.	Der Fachmann als Linksetzer	28
3.4.5.	Die Explorer-Fälle	29
3.5.	Virtuelle Malls.....	32
3.6.	Zivilrechtliche Ansprüche aus der Verletzung von Kennzeichenrechten.....	34
4.	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche nach Maßgabe der verschiedenen Linkarten	35
4.1.	Allgemeines	35
4.1.1.	Zulässigkeit des Setzen von Links.....	35
4.1.2.	Heranziehung deutscher Judikatur	36
4.2.	Surface-Links.....	36
4.2.1.	Wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit	37
4.2.2.	Zur jobmonitor.com/austropersonal.com-Entscheidung.....	38
4.2.3.	Der Bundesliga Manager–Fall	41
4.3.	Deep-Links.....	42
4.4.	Framing und Inline-Linking.....	44
4.5.	Konkludente Zustimmung zur Linksetzung.....	46

5. Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links gem § 17 ECG	
48	
5.1. Rechtslage in Österreich	48
5.2. Deutsche Rechtslage.....	49
5.3. Zur Haftungsprivilegierung des § 17 ECG.....	50
5.4. Ausschluss der Haftungsprivilegierung gem § 17 Abs 2 ECG	52
5.5. „Linkreiterei“	53
5.6. Suchmaschinen	54
6. Prüfpflicht des Linksetzers?	54
6.1. Ausschluss der Prüfpflicht gem § 18 Abs 1 ECG.....	54
6.2. Prüfpflicht und vergleichende Werbung.....	56
7. Untersagung von Links auf die eigene Seite oder „Die	
Meteodata.com-Diskussion“	58
7.1. Serienabmahnungen – Die Ausgangssituation.....	58
7.2. Die Untersagung aus rechtlicher Sicht	59
7.3. Conclusio.....	62
8. Zusammenfassung	63
Rechtsquellen im Volltext	66
Literaturverzeichnis	78

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

aA	anderer Ansicht
ABGB	Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch
ABl	Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften
Abs	Absatz
aF	alte Fassung
Anm	Anmerkung(en)
AnwBl	Österreichisches Anwaltsblatt
arg	argumento (folgt aus)
ARGE	Arbeitsgemeinschaft
Art	Artikel
BG	Bundesgesetz(e)
BGBI	Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich
BlgNR	Beilage(n) zu den stenographischen Protokollen des Nationalrats
bzw	beziehungsweise
CR	Computer und Recht
d	deutsch(es)
ders	derselbe
dh	das heißt
dMSchG	deutsches Markengesetz BGBI I S. 3082, 1995 I S. 156
E	Entscheidung

EB	Erläuternde Bemerkungen
ECG	E-Commerce-Gesetz BGBl I 2001/152
ecolex	ecolex. Fachzeitschrift für Wirtschaftsrecht
EG	Europäische Gemeinschaft
EGG	Gesetz über rechtliche Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr (dt)
etc	et cetera
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
f	und der (die) folgende
ff	und die folgenden
FN	Fußnote
FTP	File Transfer Protocol
G	Gesetz
gem	gemäß
GP	Gesetzgebungsperiode
hL	herrschende Lehre
Hrsg	Herausgeber
hrsg	herausgegeben
HTML	Hyper Text Markup Language
idF	in der Fassung
idFdIN	in der Fassung der letzten Novelle

insb	insbesondere
iSd	im Sinne der (des)
iVm	in Verbindung mit
Jud	Judikatur
JurPC Web-Dok	Internet-Zeitschrift für Rechtsinformatik
krit	kritisch(er)
LG	Landesgericht / Landgericht (dt)
Lit	Literatur
lit	litera (-ae)
lt	laut
mE	meines Erachtens
MMR	Multimedia und Recht
MR	Medien und Recht
MS	Microsoft
MSchG	Markenschutzgesetz 1970 BGBl 260 (Wv)
NA	Nichtigkeitsabteilung des österreichischen Patentamtes
nF	neue Fassung
NJW-CoR	Neue Juristische Wochenschrift - Computerreport
Nov	Novelle(n)
Nr	Nummer
NZ	Österreichische Notariatszeitung
ÖBl	Österreichische Blätter für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht

ÖBl-LS	Österreichische Blätter für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht – Leitsatz
OGH	Oberster Gerichtshof
ÖJZ	Österreichische Juristen-Zeitung
OLG	Oberlandesgericht
OPM	Oberster Patent- und Markensenat
PatG	Patentgesetz 1970 BGBl 259 (Wv)
PBl	Österreichisches Patentblatt
RdW	Österreichisches Recht der Wirtschaft
RL	Richtlinie(n), -richtlinie(n)
Rspr	Rechtssprechung
RV	Regierungsvorlage
Rz	Randzahl
StGB	Strafgesetzbuch BGBl 1974/60 idFdlN BGBl I 2002/134
stRsp	Ständige Rechtssprechung
TDG	Teledienstgesetz (dt)
URL	Uniform Resource Locator
uU	unter Umständen
UWG	Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 BGBl 448 (Wv)
v	vom, von
vgl	vergleiche
VO	Verordnung

VR	Versicherungsrecht
wbl	Wirtschaftsrechtliche Blätter. Beilage zu JBl
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis
Wv	Wiederverlautbarung
WWW	Word Wide Web
Z	Ziffer
zB	zum Beispiel
ZER	Euro-Info: hrsg vom Zentrum für Europäisches Recht in Verbindung mit ZfRV
ZfRV	Zeitschrift für Rechtsvergleichung, Internationales Privatrecht und Europarecht

HAFTUNG FÜR HYPERLINKS AUS MARKEN- UND WETTBEWERBSRECHTLICHER SICHT

1. EINLEITUNG

„Just a mouse-click away“ sind, wenn man sich mit Hyperlinks befasst, nicht nur Information, sondern uU auch ein Rechtsbruch. Umso mehr lohnt es sich, Hyperlinks in ihren verschiedenen Ausgestaltungen sowie deren „Umgebung“, sprich: Linksetzer und Verlinkten, einer juristischen Detailbetrachtung zu unterziehen.⁵

Ziel dieser Arbeit ist es einerseits den Meinungsstand in Sachen Hyperlinks in marken- und wettbewerbsrechtlicher Sicht darzulegen, andererseits neue Überlegungen in die Thematik einzubringen. Bereits eingehend Diskutiertes, bei dem sich so etwas wie eine überwiegende Ansicht herauskristallisiert hat, wird daher komprimiert dargestellt, während weniger diskutierte Bereiche eingehender erörtert werden sollen. Wie stets im Marken- und Wettbewerbsbereich wird auch deutsche Lehre und Judikatur herangezogen, da die Rechtslage sowohl der Markenschutzgesetze als auch der Gesetze gegen den unlauteren Wettbewerb in Deutschland und Österreich durchaus vergleichbar sind.

Um die Thesis nicht durch weitere Fußnoten zu sehr zu „zerklüften“, zugleich aber dem Leser eine rasche Einsichtmöglichkeit in die relevanten Gesetzesstellen zu geben, finden sich sämtliche der für diese Arbeit wesentlichen Gesetzesbestimmungen im Volltext im Anhang „Rechtsquellen“. Ungeachtet des Focus auf Marken- und Wettbewerbsrecht sei, ob der Aktualität der *Metodata Causa*, in Kapitel 7 ein Ausflug in das allgemeine Zivilrecht gestattet.

Technische Begriffe und Funktionalitäten spielen naturgemäß bei einer internetbezogenen Thematik eine Rolle. Sie werden daher insoweit erklärt, als es zum Verständnis der erörterten Aspekte notwendig ist, weshalb diese Arbeit auch mit der „linkschen“ Terminologie beginnen soll.

⁵ Zumal die Zeiten, in denen man sich in einer juristischen Arbeit „mit dem Internet“ in seiner Gesamtheit auseinandergesetzt hat, schon seit längerem vorbei sind.

2. DEFINITIONEN

2.1. Hyperlink

Hyperlink oder kurz Link⁶ ist eine Verknüpfung von HTML⁷-Dokumenten. Das Anklicken einer solchen Verknüpfung führt zu der Website, auf die verlinkt worden ist.⁸ Ein Link kann als Text-Link dargestellt sein, sodass ein Wort - meist farblich hervorgehoben, manchmal auch unterstrichen - als Link unterlegt ist oder als graphisches Link, wo sich hinter einem Bild ein Verweis auf eine andere Seite befindet.⁹ Fährt man mit der Maus über ein Link, so verändert sich der Mauszeiger idR zu einer Hand mit ausgestrecktem Zeigefinger, was typischerweise symbolisiert, dass sich dort ein Link befindet.

Verlinkt wird entweder auf eine Unterseite der eigenen Website; diese Fälle sind hier nicht weiter relevant, da ein gesetzlicher Verstoß gegen sich selbst in diesem Zusammenhang wohl kaum vorstellbar ist. Oder, was im Rahmen dieser Arbeit mehr interessieren wird, der Link führt zu einer fremden Website. MaW: (Hyper-) Links sind auf Websites angebrachte Verknüpfungen, durch deren Anklicken man direkt auf

⁶ Dt: Verbindung, Verknüpfung, Bindeglied.

⁷ Hyper Text Markup Language: Eine Plattform unabhängige Dokumenten-Auszeichnungssprache, die dazu dient, um Hyper Text-Dokumente für das World Wide Web lesbar zu machen. HTML enthält keine Anweisungen oder Befehle, sondern Marken (Tags). Mit diesen Tags werden Textteile, nämlich logische Bestandteile eines Dokumentes, wie zB Überschriften, Textabsätze, Tabellen, Listen, Grafikreferenzen oder Querverweise eingegrenzt (zwischen Anfangs- und End-Tags), um die Darstellung des Textes zu beeinflussen (zB Formatierung) oder um mittels eines Hyperlink auf eine andere Seite zu verweisen. - *Schmidbauer*, Begriffe rund um Internet und E-Commerce, <http://www.i4j.at/glossar/h1a.htm#html> (1. 9. 2002); Netlexikon, http://netlexikon.akademie.de/query;q=HTML;qt=eh;USERID=88400000_b0edfa8cc5f35970;ARTICLESTATUS=public (1. 9. 2002); Computerlexikon.Com, <http://www.computerlexikon.com/?q=298&w=1> (1. 9. 2002).

⁸ Netlexikon, http://netlexikon.akademie.de/query;q=Link;qt=eh;USERID=59400000_6c506a5cf87e28ed;ARTICLESTATUS=public (1. 9. 2002).

⁹ *Schmidbauer*, Tour de Link 3.1 ff, <http://www.i4j.at/link/tour6.htm> (1. 9. 2002).

eine andere (fremde) Seite gelangt.¹⁰ Sie machen Text zum Hypertext und Medien zu Hypermedien.¹¹

2.2. Homepage

Homepage ist die Start- oder Eingangsseite eines Angebots im WWW.¹²

2.3. Website

Website (auch kurz Site) ist der Sammelbegriff für alle zu einer Einheit geordneten Web-Seiten (Webpages) eines Anbieters im Internet einschließlich der Homepage (Eingangsseite).¹³ Die Site wird durch die URL¹⁴ eindeutig spezifiziert.

2.4. Internet & WWW

Das Internet ist die Zusammenfassung verschiedenartigster Dienste. Das World Wide Web (WWW) ein Teil davon, nämlich jenes Netz, in das Millionen von Computern verflochten sind und in dem man sich beim Surfen auf die Reise begibt.¹⁵ Es ist also eine Art „Unternetz“ des Internet, das von WWW-Servern gebildet wird, wobei die

¹⁰ *Zankl*, Haftung für Hyperlinks im Internet, ecolex 2001, 354.

¹¹ *Jünger/Oswald/Richter*, WWW-Technik und Web-Design 2000/2001, 59.

¹² *Schmidbauer*, Tour de Link 1., <http://www.i4j.at/link/tour0.htm> (1. 9. 2002); Netlexikon, http://netlexikon.akademie.de/query;q=Homepage;qt=eh;USERID=b3900000_e980063dc7aca824;ARTICLESTATUS=public (1. 9. 2002).

¹³ *Schmidbauer*, Tour de Link 1., <http://www.i4j.at/link/tour0.htm> (1. 9. 2002).

¹⁴ Uniform Ressource Locator: Die Adresse eines Objektes im Internet. Sie besteht aus der Protokollbezeichnung, dem Rechnernamen, der IP-Adresse oder dem Domain-Namen des Zielservers und der Pfad- und Dateiangabe und beschreibt den gesamten Weg zu der Datei/Adresse innerhalb eines Netzes. - *Schmidbauer*, Tour de Link 1., <http://www.i4j.at/link/tour0.htm> (1. 9. 2002); Netlexikon, <http://netlexikon.akademie.de/query;q=URL> (1. 9. 2002).

¹⁵ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet, AnwBl 1999, 610.

Server Daten im HTML-Format zum Abruf bereit stellen.¹⁶ Als interaktives Informationssystem ermöglicht es den weltweiten Austausch digitaler Dokumente.¹⁷

Link ist nicht gleich Link, vielmehr gibt es verschiedene Arten der Verlinkung. Welche Art von Link vorliegt hat idR eine unmittelbare Auswirkung auf die rechtliche Beurteilung. In der Folge sollen daher die verschiedenen Link-Arten beschrieben werden.

2.5. Link-Arten

2.5.1. Surface-Link

Im Fall eines Surface-Links wird auf die jeweilige Homepage, also die Eingangsseite eines Internetangebotes verwiesen. Nach Betätigung des Links erscheint die Startseite des fremden Angebotes, von der aus man weiter navigieren und auf „tieferliegende“ Seiten der fremden Website „vorblättern“ kann.¹⁸ Die fremde Homepage erscheint entweder im selben Fenster wie jene Seite von der verlinkt wurde oder es öffnet sich ein weiteres Fenster.

Beim einem „klassischen“ Surface-Link scheint die entsprechende URL (Adresse) in dem dafür vorgesehenen Feld des Browserfensters auf¹⁹, sodass in diesem Fall für den

¹⁶ Schmidbauer, Tour de Link 1., <http://www.i4j.at/link/tour0.htm> (1. 9. 2002).

¹⁷ Netlexikon, <http://netlexikon.akademie.de/query;q=WWW> (1. 9. 2002).

¹⁸ Dittlich, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, Abs 4, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002); Plaß, Hyperlinks im Spannungsfeld von Urheber-, Wettbewerbs- und Haftungsrecht, WRP 2000, 599; Sosnitzka, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep Links, CR 2001, 693; Schmidbauer, Tour de Link 4.3, <http://www.i4j.at/link/tour12.htm> (1. 9. 2002); OLG Braunschweig 19. 7. 2001, 2 U 141/00 - FTP-Explorer - MMR 2001, 608 = <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile90.htm>; Winkler, Link mich nicht!, 06/2000, <http://www.publex.de/cgi-bin/recht.cgi/Background/Copyright/dokcop01.html> (1. 9. 2002).

¹⁹ Zankl, E-Commerce-Gesetz (2002) § 17 Rz 249.

User jedenfalls ersichtlich ist, dass er die ursprüngliche Site verlassen hat und sich nunmehr auf der Homepage eines anderen Anbieters befindet.²⁰

Aber auch wer auf eine fremde Homepage verweist und somit ein Surface-Link setzt, könnte sich dabei des Framing²¹ bedienen, was idR dazu führt, dass zwar die Einstiegsseite des fremden Angebots erscheint, aber nach wie vor die URL des Linksetzer aufscheint. Diesfalls muss für den User nicht ersichtlich sein, dass es sich nunmehr um fremde Inhalte handelt.²²

2.5.2. Deep-Link

Deep-Links sind Links, die nicht an den Anfang einer fremden Homepage verweisen sondern auf eine weiter dahinter liegende Ebene.²³ Der User kommt so direkt auf eine bestimmte Einzelseite/Unterseite eines fremden Anbieters.²⁴ Die Angaben über den Eigentümer dieser neuen Website werden so übersprungen.²⁵ Erfolgt das Deep-Linking nicht in Form des Framing (dazu unten), so wird der User in der Regel erkennen, dass es sich um die Inhalte eines fremden Anbieters handelt. Dies ausgehend vom Maßstab eines „normalen“, durchschnittlich gebildeten, aufgeklärten und interessierten Internetbenutzers, der idR von der Judikatur herangezogen wird.²⁶ Für den Internetbenutzer wird daher idR erkennbar sein, dass er sich auf einer fremden Website befindet.

²⁰ *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, Abs 23, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002).

²¹ Vgl unten Kap 2.5.4.

²² *Schmidbauer*, Tour de Link 4.5, <http://www.i4j.at/link/tour14.htm> (1. 9. 2002).

²³ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet, AnwBl 1999, 610.

²⁴ *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002 Abs 4, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002).

²⁵ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet, AnwBl 1999, 610.

²⁶ Vgl OLG Düsseldorf 19. 9. 2001, 27 U 18/01 – FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 10/2002 Abs 19, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20020010.htm> (1. 9. 2002). Auch die Mitglieder des entscheidenden Senates zählen sich zum Kreis dieser Adressaten, nämlich zum „gewöhnlichen“ Kreis von Internetnutzern.

2.5.3. Inline-Link

Bei Inline-Links werden einzelne Elemente eines fremden Web-Angebotes unmittelbar auf die verlinkende Website integriert, ohne dass es noch einer aktivierenden Tätigkeit des Internetbenutzers bedarf.²⁷ Dem Benutzer ist in diesem Fall nicht erkennbar, dass dieser Teil nicht vom Inhaber der ursprünglichen Website zur Verfügung gestellt wird.²⁸

2.5.4. Frames/Framing

Frames ermöglichen es, Inhalte eines fremden Internetangebotes innerhalb der eigenen Website erscheinen zu lassen. Dabei werden die einzelnen Seiten einer Website in verschiedene Fenster oder Rahmen (Frames) zerlegt und so die fremde Website in das eigene Angebot integriert. Für den Internetbenutzer entsteht so der Eindruck, dass das gesamte Angebot vom Anbieter der gewählten Website stammt.²⁹ Im Fall des Framing bleibt die in der Navigationsleiste angegebene Adresse unverändert.³⁰

Die definitionsmäßige Trennung von Inline-Linking und Framing ist sowohl bei den Juristen als auch bei den Technikern nicht einheitlich.³¹ Beiden Linkarten ist jedoch gemeinsam, dass ein fremder Inhalt als Teil der eigenen Seite erscheint. Eine fremde Leistung wird daher derart übernommen, dass für den User nicht ersichtlich ist, dass

²⁷ *Schmidbauer*, Tour de Link 6.6 <http://www.i4j.at/link/tour28.htm> (1. 9. 2002); *Jünger/Oswald/Richter*, WWW-Technik und Web-Design 2000/2001, 114; *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, Abs 4, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002).

²⁸ *Seidelberger*, Wettbewerbsrecht und Internet, RdW 2000/500; *Kucsko*, Schmarotzen im Netz, ÖBl 1999, 1.

²⁹ *Schmidbauer*, Tour de Link 6.4, http://www.i4j.at/link/tour26_3.htm (1. 9. 2002); *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, Abs 4, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002).

³⁰ *Strömer/Heidrich*, Verwendung von Frames, 1999, <http://www.netlaw.de/newsletter/news9903/frames.htm> (1. 9. 2002).

³¹ So auch *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep Links, CR 2001, 693.

es sich um eine fremde Leistung handelt. Framing und Inline-Linking werden daher idR gleich zu behandeln sein, wobei im Hinblick auf die überwiegend von der Judikatur verwendete Begrifflichkeit in dieser Arbeit überwiegend der Begriff des Framing bzw. Frame verwendet wird, thematisch davon aber auch Inline-Links erfasst sind.

3. KENNZEICHENRECHTLICHE ASPEKTE

3.1. Zur Bedeutung von Marken & sonstigen Kennzeichen

Die Bedeutung von Marken und sonstigen Kennzeichen hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Käufer scheinen noch mehr auf Marken zu vertrauen, weil mit Produkten in Verbindung mit Marken bestimmte Assoziationen geweckt werden.³² Die wirtschaftliche Bedeutung der Marken spiegelt sich auch in den rechtlich anerkannten Funktionen wider, nämlich der Kennzeichnungsfunktion, Herkunftsfunktion (besser Identitätsfunktion), Qualitäts-/Garantie-/Vertrauensfunktion, Werbefunktion und Kommunikationsfunktion.³³ In diesem Lichte ist es verständlich, dass Berechtigte auch im Bereich des WWW darauf achten, ihre Markenrechte zu schützen. Die im Rahmen dieser Arbeit zu stellende Frage ist daher: Kann das Setzen eines Hyperlinks fremde Markenrechte verletzen?

3.2. Das Verhältnis von MSchG³⁴ zu § 9 UWG³⁵

Die aus Verletzungen von registrierten Marken resultierenden Rechte, insbesondere der Unterlassungsanspruch, haben aufgrund der Markenrechtsnovelle 1999 ihre Grundlage in den Bestimmungen des III. Abschnitt des MSchG. Sie sind daher nicht mehr auf der Basis des § 9 UWG geltend zu machen. Durch die Benutzung einer

³² Dazu eingehend *Meister*, Marke und Recht³ (1997), 34 ff.

³³ *Schanda*, Markenschutzgesetz idF der Markenrechts-Nov 1999 (1999) § 1 Rz 4 ff.

³⁴ BG v 30. 11. 1970 über den Markenschutz (MSchG 1970) BGBl 1970/260 (Wv) idFdlN BGBl I 2001/143.

³⁵ BG gegen den unlauteren Wettbewerb 1984 (UWG) BGBl 1984/448 idFdlN BGBl I 2001/136.

registrierten Marke verwirklichte Eingriffe in andere Kennzeichenrechte³⁶ sowie der Eingriff in andere Kennzeichenrechte als Marken, sind hingegen weiterhin nach dem UWG zu verfolgen.³⁷

3.3. Ein kennzeichenrechtlicher Überblick

3.3.1. Allgemeine Voraussetzungen für das Vorliegen einer Kennzeichenrechtsverletzung

Nach § 10 MSchG und § 9 UWG setzt die Geltendmachung von Ansprüchen aus einer Verletzung dieser Bestimmungen voraus:

- a) Handeln im geschäftlichen Verkehr. Dies umfasst jede auf Erwerb gerichtete Tätigkeit im Gegensatz zu privaten oder amtlichen Tätigkeiten, und zwar auch dann, wenn keine Gewinnabsicht vorliegt.³⁸ Zwar ist es nicht erforderlich, dass derjenige, der im geschäftlichen Verkehr handelt, selbst ein Gewerbe betreibt; doch genügt es, wenn die Handlung selbst als dem Wettbewerb dienlich anzusehen ist.³⁹
- b) Weiters muss eine Benutzungshandlung iSd § 10a MSchG oder § 9 UWG vorliegen. Nach bisheriger hM lag eine solche Benutzungshandlung dann vor, wenn ein Zeichen kennzeichenmäßig verwendet wird.⁴⁰ Der (kenn)zeichenmäßige Gebrauch liegt nach stRsp vor, wenn im geschäftlichen Verkehr eine wörtliche oder bildliche Bezeichnung zur Kennzeichnung einer Ware oder in Beziehung auf sie so gebraucht wird, dass der unbefangene und flüchtige Durchschnittsabnehmer annimmt oder annehmen kann, das Zeichen diene zur Unterscheidung der so

³⁶ Gem § 9 Abs 1 und 3 UWG: Name, Firma, die bes Bezeichnung eines Unternehmens oder Druckwerkes, Ausstattung.

³⁷ *Wiltschek*, MSA UWG (2000) § 9 FN 1 und 8; EB zur RV 1643 BlgNR 20. GP, Zu Z 41; *Fitz/Gamerith*, Wettbewerbsrecht³ (2000), 24.

³⁸ StRsp OGH 13. 7. 1993, 4 Ob 82/93, ecolex 1993, 759 = ÖBl 1993, 207 = wbl 1993, 405 = RdW 1994, 107.

³⁹ *Wiltschek*, UWG⁶ (1994) § 1 E 83.

⁴⁰ *Kucsko*, Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patenrecht⁴ (1995), 77.

gekennzeichneten Waren von gleichen Waren/Dienstleistungen oder gleichartigen Waren/Dienstleistungen anderer Herkunft. Zeichenmäßiger Gebrauch kann demnach vorliegen, wenn ein fremdes Warenzeichen in Werbemittel wie zB Anzeigen, Kataloge, Preislisten, Geschäftsbriefe, Drucksachen, Rechnungen usw aufgenommen wird.⁴¹ Dabei wird jede Art des kennzeichenmäßigen Gebrauchs als gleichwertig anzusehen sein.⁴² Nach Schanda jedoch ist seit der Einführung des § 10a MSchG dem Markeninhaber *jede Benutzungsart* vorbehalten, somit auch Fälle nicht kennzeichenmäßiger Verwendung^{43,44}. Die Rechtssprechung, OGH⁴⁵ wie OPM⁴⁶, scheint jedoch nach wie vor davon auszugehen, dass Voraussetzung für das Vorliegen einer Benutzungshandlung iSd MSchG der kennzeichenmäßige Gebrauch ist.

⁴¹ OGH 9. 11. 1999, 4 Ob 199/99i, ÖBl 2000, 71; OGH 12. 8. 1996, 4 Ob 2137/96, ÖBl 1997, 23.

⁴² NA 3. 3. 1998, Nm 28/94, PBl 1999, 83.

⁴³ Schanda, MSchG (1999) § 10a Rz 6 ff. Es bedarf jedoch einer kritischen Prüfung, ob dies zutreffend ist. Einerseits deutet der Umstand, dass die Aufzählung der Benutzungshandlungen im § 10a MSchG lediglich demonstrativ ist (arg: „insbesondere“) darauf hin, dass auch sonstige Benutzungshandlungen vom Schutz des § 10a MSchG erfasst sein könnten. Andererseits spricht § 10a MSchG von der „Benutzung eines Zeichens *zur Kennzeichnung*“, was wiederum dafür spräche, dass bloß die kennzeichenmäßige Verwendung im geschäftlichen Verkehr dem Markeninhaber vorbehalten sein soll.

⁴⁴ Ähnlich Fezer, Markenrecht³ (2001) § 14 Rz 459 ff; vgl zu den unterschiedlichen Ansichten in Deutschland auch Krekel, Meta-tagging – missbräuchliche Kennzeichenverwendung im Internet, http://www.forumrecht.com/syndikus/briefings/it/it_009.htm (1. 9. 2002).

⁴⁵ OGH 30. 1. 2001, 4 Ob 327/00t - cyta.at - MR 2001, 194 mit Anm Pilz = ecolex 2001/186 mit Anm Schanda; OGH 24. 4. 2001, 4 Ob 81/01t – CICLON - ÖBl 2001, 267 = ÖBl-LS 2001/139 = ÖBl-LS 2001/138; wobei in dieser Entscheidung unter Berücksichtigung der EB RV zur MarkenrechtsNov ausgeführt wird, dass unter den Begriff „Benutzung“ auch der bloße Besitz fällt, sofern dieser Besitz als Vorbereitung für ein späteres Inverkehrbringen bzw Anbieten der Ware dient.

⁴⁶ OPM 11. 7. 2002, Om 4/01, PBl 2002, 9. Zwar ging es in der Entscheidung um einen Löschungsantrag gem § 32 MSchG, doch findet sich in diese Bestimmung als Anspruchsvoraussetzung die (...) „Benutzung“ der Marke (die geeignet sein muss, um Verwechslungen mit einem Unternehmenskennzeichen hervorzurufen). Der Terminus wurde durch die MarkenrechtsNov 1999 eingeführt. Wird nun in dieser Bestimmung die Benutzung als kennzeichenrechtliche Benutzung verstanden, so wird dies auch für § 10a MSchG zu gelten haben.

- c) Weitere Voraussetzung gem MSchG ist, dass ein gleiches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen benutzt wird, das mit Waren oder Dienstleistungen gleich ist, für die die Marke eingetragen ist oder – gem MSchG und UWG - dass Verwechslungsgefahr⁴⁷ in Bezug auf ein gleiches oder ähnliches Zeichen für gleiche oder ähnliche Waren und/oder Dienstleistungen besteht.⁴⁸

3.3.2. Die bekannte Marke

Der Schutzzumfang der durch § 10 Abs 2 MSchG institutionalisierten bekannten Marke ist noch weiter. Es wurde ein über den Bereich der gleichen oder ähnlichen Waren oder Dienstleistungen hinausgehendes Verbotsrecht normiert. Der Inhaber einer im Inland bekannten Marke kann Dritten verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr ein mit der Marke gleiches oder ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu nutzen, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke eingetragen ist.⁴⁹ Dies unter der Voraussetzung, dass die Benutzung des dieser bekannten Marke entgegenstehenden gleichen oder ähnlichen Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung des bekannten Marke ohne rechtfertigen Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt.⁵⁰

Umstritten ist, ob eine markenmäßige Benutzung erforderlich ist. Im Lichte seiner Argumentation zu § 10a MSchG bejaht dies Schanda konsequenter Weise.⁵¹ Es bleibt daher abzuwarten, ob die Judikatur dieser Ansicht folgen wird.

Was die Anforderungen an eine Marke sind, um als bekannt iSd MSchG zu gelten, ist noch offen. Im Hinblick auf eine gemeinschaftsrechtskonforme Interpretation bleibt die Festlegung praktikabler Bestimmungskriterien letztlich dem EuGH vorbehalten.⁵²

⁴⁷ Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn ein Zeichen in einer Weise gebraucht wird, die geeignet ist, einen Irrtum über die Verknüpfung des Zeichens mit einem bestimmten Unternehmen hervorzurufen. – *Kucsko*, Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht⁴ (1995), 68; *Koppensteiner*, Wettbewerbsrecht³ (1997), § 29 Rz 55; *Fitz/Gamerith*, Wettbewerbsrecht³ (2000), 31.

⁴⁸ *Schanda*, MSchG (1999) § 10 Rz 12 ff; *Haybäck*, Grundzüge des Marken- und Immaterialgüterrechts (2001), 21; *Wilschek*, UWG⁶ (1994) § 1 E 1272 ff; *Fitz/Gamerith*, Wettbewerbsrecht³ (2000), 31.

⁴⁹ OGH 17. 12. 2001, 4 Ob 234/01t – BOSS Zigaretten III – ecolex 2002/106 mit Anm *Schönherr*.

⁵⁰ EB zur RV 1643 BlgNR 20. GP, Zu Z 9.

3.3.3. Freie Benutzung gemäß § 10 Abs 3 MSchG

Diese Bestimmung entspricht Artikel 6 MarkenRL⁵³. Der EuGH⁵⁴ sprach aus, dass der Inhaber einer sogenannten „freien“ BMW-Werkstätte (keine BMW-Vertragswerkstätte) in seiner Werbung darauf hinweisen dürfe, dass er auf die Reparatur und Wartung von Waren dieser Marke, nämlich BMW, spezialisiert sei. Die Benutzung der Marke darf lediglich nicht in einer Weise benutzt werden, die den Eindruck erwecken könnte, dass eine Handelsbeziehung zwischen dem Drittunternehmen und dem Markeninhaber bestehe.⁵⁵ Insbesondere dürfe nicht der Eindruck erweckt werden, dass das Unternehmen des Wiederverkäufers dem Vertriebsnetz des Markeninhabers angehöre oder eine Sonderbeziehung zwischen den beiden Unternehmen bestehe. Der EuGH hat weiters erläutert, dass der Beklagte ohne Benutzung der BMW-Marken praktisch nicht darauf hinweisen könne, dass er als Fachmann für den Verkauf sowie die Reparatur und Wartung solcher Fahrzeuge spezialisiert sei. Die Benutzung der Marke sei erforderlich, um auf die angebotene Leistung entsprechend hinweisen zu können und daher im Lichte des Artikel 8 Abs 1 lit c MarkenRL zulässig.⁵⁶ Interessanter Weise ist der OGH zu einem Zeitpunkt, als es den § 10 Abs 3 MSchG in einer dem Artikel 6 Marken-RL entsprechender Fassung noch nicht gab, in zahlreichen Fällen unter dem Aspekt der Irreführung nach § 2 UWG zu dem gleichen Ergebnis gelangt.⁵⁷

⁵¹ *Schanda*, MSchG (1999) § 10 Rz 50.

⁵² EB zur RV 1643 Blg NR 20. GP, Zu Z 9.

⁵³ Erste Richtlinie des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (89/104/EWG) Amtsblatt Nr L 207 vom 19/07/1989, 0044.

⁵⁴ EuGH 23. 2. 1999, C-63/97 – BMW - ÖBl 1999, 250 = wbl 1999/101 = ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda* = ZER 1999/32 = *Gruber*, Kfz-Werkstätte und Markenschutz - EuGH Rs C-63/97 „BMW“, wbl 1999, 539.

⁵⁵ *Schanda*, MSchG (1999) § 10 Rz 60.

⁵⁶ EuGH 23. 2. 1999 Rs C-63/97 – BMW - ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda*.

⁵⁷ OGH 23. 11. 1982, 4 Ob 379/82 – BMW Kundendienst – ÖBl 1983, 78; OGH 20. 9. 1983, 4 Ob 383/83 – BMW-Spezialist - ÖBl 1984, 78; OGH 27. 2. 1985, 4 Ob 392/84 – BMW-Spezialist II – ÖBl 1985, 102; OGH 29. 9. 1992, 4 Ob 66, 67/92 – MERCEDES-Teyrowsky - ÖBl 1992, 273; OGH 23. 4. 1985, 4 Ob 391/84 – Ford-Spezialwerkstätte – PBl 1986, 38 = ÖBl 1985, 158; OGH 19.

An diese Argumentation knüpft der OGH nunmehr unter Heranziehung des § 10 Abs 3 MSchG in der Numtec-Interstahl Entscheidung an. Die Klägerin ist Inhaberin der internationalen Marke „Numtec-Interstahl“, die für bestimmte Maschinen⁵⁸ eingetragen ist. Die Beklagte führt auf ihrer Homepage eine Kundenliste mit 50 Kunden und eine Liste mit 32 Patenten, wovon einige von der Klägerin erworben worden waren, worauf in der Patentliste ebenfalls hingewiesen wird. Der Hinweis auf die Klägerin erfolgt nun gerade durch das Schlagwort „Numtec-Interstahl“, sowohl in den Metatags⁵⁹, unter dem die Klägerin ihre Produkte – auch jene, die mit dem erworbenen Patenten hergestellt werden – vertreibt.⁶⁰

Der OGH hatte primär über die Zulässigkeit der Markenverwendung als Metatag zu entscheiden, nämlich a) ob die Verwendung einer Marke als Metatag nach Markenrecht oder nach Wettbewerbsrecht zu beurteilen sei und b) über die Zulässigkeit der Verwendung der Marke.

Die Beklagte hatte ein zulässiges Interesse, potenzielle Kunden darüber zu informieren, welche Erfindungen sie gemacht habe und dass sie auch Erfinderin technischer Vorrichtungen sei, die nunmehr andere Unternehmen nutzen. Dadurch, dass ihre Homepage Informationen in Bezug auf die Marke „Numtec-Interstahl“

12. 2000, 4 Ob 317/00x – Ford – ÖBl-LS 2001/50; OGH 12. 8. 1996, 4 Ob 2137/96 – Kärcher-Fachhändler – ÖBl 1997, 23 = wbl 1997, 82.

⁵⁸ In der Klasse 7 der Klassifikation von Nizza (Maschinen zum Kodieren von metallischen Rohlingen, Metallen und metallischen Gegenständen, Stempelmaschinen).

⁵⁹ Metatags sind zusätzliche HTML-Tags, durch die idR weitere Angaben zur Seite und zum Autor generiert werden und die am Anfang eines HTML-Dokumentes in den head-Bereich eingefügt werden, aber im Browser nicht angezeigt werden. Sie können bei der Steuerung und Beeinflussung von Suchmaschinen im Internet helfen, indem sie den Inhalt einer HTML-Seite beschreiben. Sie können aber auch Anweisungen für Browser, Server und Such-Robots enthalten. Manche Suchmaschinen erstellen mit Hilfe der Meta-Tags Einträge in ihren Datenbanken oder berechnen die Gewichtung in einer Trefferliste. - Netlexikon,

http://netlexikon.akademie.de/query;q=Metatag;qt=eh;USERID=cb600000_9367efb120fb292a;ARTICLESTATUS=public (1. 9. 2002); *Schmidbauer*, Begriffe rund um Internet und E-Commerce, <http://www.i4j.at/angebot1.htm> (1. 9. 2002); *Höhne*, Von Hyperlinks und Metatags, MR 2001, 109.

⁶⁰ OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 308/00y - Numtec-Interstahl - ÖBl 2001, 126 = MR 2001, 118 = RdW 2001/237 = ÖBl-LS 2001/48 = ÖBl-LS 2001/49 = ecolex 2001/158; *Höhne*, Von Hyperlinks und Metatags, MR 2001, 109.

enthält, wird nicht der Anschein erweckt, dass dies eine Marke der Beklagten sei. Insbesondere nimmt der durchschnittliche Internetbenutzer nicht an, dass jede auf einer Trefferliste einer Suchmaschine angeführte Website, und sei es auch an „prominenter Stelle“, eine Website des Markeninhabers oder eines mit ihm verbundenen Unternehmens sei. Durch diesen Umstand wird noch nicht der Eindruck einer Sonderbeziehung erweckt. Die Beklagte hatte daher ein berechtigtes Interesse die Marke zu benutzen und diese Benutzung entsprach auch den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel, sodass die Benutzung im Sinne des § 10 Abs 3 MSchG zulässig war. Abschließend führte der OGH aus, dass das berechtigte Interesse der Beklagten, die Marke zu gebrauchen, und die Tatsache, dass die Verwendung der Marke keinen unzutreffenden Eindruck erweckte, auch ausschließe, ihr Verhalten als wettbewerbswidrig zu beurteilen.⁶¹

3.4. Detailbetrachtung⁶²

3.4.1. Verwendung einer Wortmarke im Fließtext

Wird eine Wortmarke⁶³ oder eine Buchstaben-⁶⁴ oder Ziffernmarke^{65, 66} in einem Fließtext genannt, so ist eine Markenrechtsverletzung idR auszuschließen. Denn in Österreich, wie auch in Deutschland, ist die Nennung einer Marke per se nicht untersagt. Es ist auch nicht notwendig, diese als registrierte Marke mit einem in einem

⁶¹ OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 308/00y - Numtec-Interstahl - ÖBl 2001, 126 = MR 2001, 118 = RdW 2001/237 = ecolex 2001/158.

⁶² Ursprünglich war als Titel für dieses Kapitel geplant „Von einem gar nicht so lucky strike, Ballermännern und Explorern“. Dies erschien mir zwar originell, aber letztendlich doch etwas zu unwissenschaftlich.

⁶³ Eine Wortmarke besteht aus einer im Zusammenhang aussprechbaren Buchstabenkombination. - *Kucsko*, Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht⁴ (1995), 72.

⁶⁴ Buchstabenmarken bestehen aus Buchstaben, die keine aussprechbare Einheit bilden.

⁶⁵ Ziffernmarken bestehen lediglich aus einzelnen Ziffern oder Zahlen. Eine Kombination von Buchstaben- und Ziffernmarke ist zulässig. Aufgrund der ausdrücklichen Erwähnung in § 1 MSchG sind diese nunmehr auch als Marken schützbar.

⁶⁶ *Asperger/Stangl*, Markenrechts-Nov. 1999, ecolex 1999, 780; EB zur RV 1643 BlgNR 20. GP, Zu Z 1; *Schanda*, MSchG (1999) § 1 Rz 26.

Kreis befindlichen R „®“ zu kennzeichnen.⁶⁷ Der Umstand, dass die Marke mit einem Link unterlegt ist, ändert grundsätzlich nichts an der Zulässigkeit deren Erwähnung.

Anderes gilt jedoch, wenn die Markennennung zwar im Fließtext erfolgt, der Zusammenhang jedoch ergibt, dass der Websitebetreiber entweder eine fremde Marke seinen eigenen Waren oder Dienstleistungen unmittelbar zugerechnet wissen möchte oder durch die Markennennung der Eindruck erweckt wird, dass eine Sonderbeziehung zwischen Websitebetreiber und Markeninhaber besteht.⁶⁸ Dies wäre zB der Fall, wenn sich der Anbieter als Vertragswerkstätte⁶⁹, als Kundendienst⁷⁰ oder als Fachhändler⁷¹ eines bestimmten Markeninhabers⁷² bezeichnet, ohne entsprechend dazu befugt zu sein. Diesfalls würde sowohl in Markenrechte eingegriffen, als auch eine Irreführung im Sinne des UWG vorliegen. Ob in diesen Fällen die Markennennung mit einem Link unterlegt ist oder nicht, macht für die rechtliche Beurteilung nur dann einen Unterschied, wenn gerade durch den Umstand der Verlinkung, eine Zurechnung der fremden Marke zu eigenen Waren oder Dienstleistungen des Anbieters erfolgte oder der Eindruck einer Sonderbeziehung entstände.

⁶⁷ *Bettinger*, Markenrecht von A - Z, <http://www.bettinger.de/datenbank/markenrecht.html> (1. 9. 2002); *Böck/Tappe*, Markenkennzeichnung in der Werbung, http://www.advotec.de/module/spektrum/marken/marken_6.html (1. 9. 2002).

⁶⁸ EuGH 23. 2. 1999, C-63/97 – BMW - ÖBl 1999, 250 = wbl 1999/101 = ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda* = ZER 1999/32.

⁶⁹ EuGH 23. 2. 1999, C-63/97 – BMW - ÖBl 1999, 250 = wbl 1999/101 = ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda* = ZER 1999/32; OGH 20. 9. 1983, 4 Ob 383/83 – BMW-Spezialist - ÖBl 1984, 78; OGH 27. 2. 1985, 4 Ob 392/84 – BMW-Spezialist II – ÖBl 1985, 102.

⁷⁰ OGH 23. 11. 1982, 4 Ob 379/82 – BMW Kundendienst – ÖBl 1983, 78.

⁷¹ OGH 12. 8. 1996, 4 Ob 2137/96 – Kärcher-Fachhändler – ÖBl 1997, 23 = wbl 1997, 82.

⁷² Dies gilt zwar idR, aber nicht ausschließlich in Bezug auf den unmittelbaren Markeninhaber, sondern auch in Bezug auf Dritte, die berechtigt eine Marke nutzen, insbesondere lokale Niederlassungen eines internationalen Unternehmens, die typischer Weise nicht Markeninhaber sind.

3.4.2. Verwendung von Marken oder sonstigen Kennzeichen als Links auf privaten Websites & Abgrenzung zum Handeln im geschäftlichen Verkehr

Wer eine private Website betreibt, wird idR von Ansprüchen Dritter nach dem Marken- oder Wettbewerbsrecht verschont bleiben. Denn die Ansprüche nach den §§ 10 f MSchG und § 9 UWG setzen gleichermaßen Handeln im geschäftlichen Verkehr voraus.⁷³

Es ist daher jeweils zu prüfen, ob tatsächlich eine „private“ Website vorliegt und inwieweit durch das Setzen eines Links diese Privatheit verloren geht und Handeln im geschäftlichen Verkehr vorliegen könnte.

Als Ausgangspunkt dieser Überlegungen kann die Causa „Swabedoo“ dienen, über die das OLG Schleswig-Holstein zu entscheiden hatte.⁷⁴ Die Homepage des Beklagten enthielt verschiedene Rubriken. Unter einer dieser Rubriken wurde unter der Überschrift „Geschichten“ auch die „Geschichte der kleinen Leute von Swabedoo“ angeführt. Durch Anklicken gelangt der Nutzer zu dieser Geschichte, die er lesen und herunterladen kann.⁷⁵ Der Beklagte verlangte dafür kein Entgelt. Auch wies die Homepage des Beklagten verschiedene Links auf Seiten anderer Internetanbieter auf.

Die Klägerin ist Inhaberin der Wortmarke Swabedoo und klagte auf Unterlassung dieses Verhaltens nach dMSchG⁷⁶ und behauptete insbesondere, dass durch die Handlungen des Beklagten ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vorläge.

Das OLG Schleswig-Holstein führte dazu zutreffend aus: Der Umstand, dass sich auf der Homepage der Beklagten weitere Links auf andere Internetanbieter befinden, die

⁷³ Vgl dazu eingehend oben; sowie *Schanda*, MSchG (1999) § 10a Rz 1.

⁷⁴ OLG Schleswig-Holstein 19. 12. 2000, S6 U 51/00 – Swabedoo - JurPC Web-Dok 74/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010074.htm> (1. 9. 2002) = <http://www.jurawelt.com/gerichtsurteile/zivilrecht/olg/2287> (1. 9. 2002).

⁷⁵ Soweit aus der Entscheidung ersichtlich, befand sich die Geschichte selbst auf einer fremden Site.

⁷⁶ Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (MarkenG) idF Gesetz zur Reform des Markenrechts und zur Umsetzung der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (Markenrechtsreformgesetz) vom 25. Oktober 1994 BGBl. I, S. 3082, 1995 I S. 156.

ihrerseits im geschäftlichen Verkehr tätig sind, begründet noch keine geschäftliche Tätigkeit des Homepagebetreibers. Mangels eines sich zu Eigen Machens des Inhaltes der verlinkten Website⁷⁷ liegt auch keine Förderung der Tätigkeit der Anbieter, auf deren Seite verwiesen wird vor, sodass ein Handeln im geschäftlichen Verkehr durch den Beklagten nicht anzunehmen sei. (Interessanter Weise bemühte das Gericht auch noch § 5 Abs 3 dTDG⁷⁸aF, obwohl gar keine Markenverletzung auf einer der verwiesenen Seiten behauptet wurde, sodass diese Bestimmung im gegenständlichen Fall eigentlich nicht zum Zug käme.)

Wird jedoch auf einer Website, selbst wenn sie grundsätzlich zu privaten Zwecken errichtet wurde, ein Werbebanner eines Providers geschaltet, so liegt Handeln im geschäftlichen Verkehr vor.⁷⁹ Daran ändert auch der Umstand nichts, dass mit dem Werbebanner kein Geld verdient würde, sofern der Schaltung des Banners eine entgeltähnliche Leistung⁸⁰ gegenüber steht^{81, 82}.

⁷⁷ Wofür es im gegenständlichen Fall keine Anhaltspunkte gab.

⁷⁸ Gesetz über die Nutzung von Telediensten (Teledienstegesetz - TDG) BGBl I 1997, 1870.

⁷⁹ *Weinknecht*, Haftung für Links, 06/2001, <http://www.weinknecht.de/haftli03.htm> (1. 9. 2002).

⁸⁰ Im gegenständlichen Fall das kostenlose zur Verfügung Stellen von Webpace.

⁸¹ LG Hamburg, Beschluss vom 1. 3. 2000, 315 O 219/99 – luckystrike.de - http://www.netlaw.de/urteile/lghh_10.htm (1. 9. 2002) = <http://www.flick-sass.de/lucky.html> (1. 9. 2002), wobei der bei Flick & Sass veröffentlichte Leitsatz etwas missverständlich ist; LG Frankfurt/Main, 31. 10. 2001, 2 – 06 O 212/01 – Ballermann – <http://www.gravenreuth.de/prozess.html#lgbanner> (1. 9. 2002) = <http://www.golem.de/0111/17219.html> (1. 9. 2002).

⁸² Auch in der Swabedoo-Entscheidung hatte der Websitebetreiber eine Werbung einer Drittfirma geschaltet. Das OLG Schleswig-Holstein sah darin keine Tätigkeit im geschäftlichen Verkehr, da „der Beklagte die Werbung nur akzeptiert habe, um auf seiner Homepage ein Gästebuch zu privaten Zwecken einrichten zu können, dessen Erstellung ihm selbst nicht möglich war“. Ungeachtet der sonstigen Richtigkeit der Ausführungen des OLG Schleswig-Holstein erscheint die Argumentation der Gerichte in den Fällen luckystrike.de und Ballermann im Hinblick auf das weite Verständnis der Judikatur vom Begriff des geschäftlichen Verkehrs zutreffender.

3.4.3. Verwendung von Marken oder sonstigen Kennzeichen als Links auf wissenschaftlichen Websites

Eine differenziertere Betrachtung ist bei Angeboten wissenschaftlicher Natur heranzuziehen. Ein Handeln im geschäftlichen Verkehr liegt nicht vor, wenn eine Domain, im gegenständlichen Fall www.digitalebibliothek.de, in den Betrieb einer Hochschule eingebracht wird und das dort vorliegende Angebot unentgeltlich und rein wissenschaftlicher Natur ist. Das „wissenschaftliche Handeln“ ist eine Unterform des „amtlichen Handelns“ und damit kein Handeln im geschäftlichen Verkehr. Auch wird das wissenschaftliche Handeln nicht dadurch zu einem Handeln im geschäftlichen Verkehr, dass auf den Internetseiten einige Hinweise auf Sponsoren und Links zu Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft enthalten sind.⁸³

Das Handeln im geschäftlichen Verkehr wäre, lt LG Berlin, selbst dann zu verneinen, wenn für besagte Hinweise Gegenleistungen – seien diese finanzieller oder sonstiger Natur – erbracht würden. Solche vereinzelt Hinweisse führen nicht dazu, dass die wissenschaftlichen Internetseiten als solche einen geschäftlichen Verkehr darstellen. In der Folge stellt das Gericht dar, dass es zwei Ebenen gäbe, nämlich einerseits das Verhältnis des Betreibers der Site zum (werbenden) Unternehmen und andererseits das Verhältnis des Betreibers der Internetseite zu den Nutzern, das in diesen Fällen ein rein wissenschaftliches ist.⁸⁴

Im Lichte dieser Entscheidung würden daher Websites rein wissenschaftlicher Natur, deren Informationen unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, nicht als Handeln

⁸³ LG Berlin 21. 3. 2000, 16 O 663/99 – [digitalebibliothek.de](http://www.digitalebibliothek.de) – JurPC Web-Dok 77/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010077.htm> (1. 9. 2002).

⁸⁴ Nicht unoriginell führt das LG Berlin dazu vergleichend aus, dass ein privater Wochenendeinkauf nicht dadurch zum „geschäftlichen Verkehr“ würde, dass dabei eine Einkaufstüte schenkweise entgegen genommen wird, auf der sich Werbung des schenkenden Unternehmens befindet. Auch würde eine private Notiz nicht dadurch zu einer geschäftlichen, dass sie auf einem schenkweise überlassenen Block mit Werbeangaben (zB für Pharmazeutika) niedergeschrieben würde.

im geschäftlichen Verkehr zu qualifizieren sein.⁸⁵ Eine Begründung, warum Leistungen gegenüber dem Betreiber einer wissenschaftlichen Site anders zu qualifizieren sein sollen, als solche gegenüber sonstigen Websitebetreibern, fehlt jedoch und ist prima vista nicht nachvollziehbar.⁸⁶

3.4.4. Anbringen eines Links auf einer im geschäftlichen Verkehr genutzten Website

Liegt nun ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vor, so ist zu prüfen, ob eine Benutzungshandlung im Sinne des § 10a MSchG oder § 9 UWG auf der *verlinkten* Seite vorliegt und inwieweit dies dem Linksetzer zurechenbar ist. Denn begeht der Betreiber einer Website auf seiner eigenen Website eine Kennzeichenrechtsverletzung, so wird der Umstand, ob der relevante Tatbestand mit einem Link unterlegt ist oder nicht, idR keinen Einfluss auf die marken- und wettbewerbsrechtliche Beurteilung haben.⁸⁷

Abzustellen ist hier auf die wettbewerbsrechtliche Judikatur. Auch bei der Frage der Verletzung von Kennzeichenrechten kommt es einerseits darauf an, welche Linktechnik angewandt wird und andererseits, ob sich der Anbieter das Angebot der fremden Seite zu Eigen macht; diesfalls hätte er dafür einzustehen.⁸⁸ Inwieweit ein solches „zu Eigen Machen“ des Inhalts vorliegt und welche Auswirkungen das Verwenden unterschiedlicher Linktechniken haben kann, wird in Kapitel 4 eingehend dargestellt.

⁸⁵ Im Rahmen der „FTP-Explorer“-Fälle, die in der Folge eingehend erörtert werden, hätte das OLG Braunschweig ebenfalls die Möglichkeit gehabt, darüber zu entscheiden, ob der Internetauftritt einer Fachhochschule, Handeln im geschäftlichen Verkehr ist oder nicht, ist jedoch auf diese Thematik nicht eingegangen.

⁸⁶ Vgl oben Kapitel 3.4.2.

⁸⁷ Vgl auch unten Virtuelle Malls.

⁸⁸ Vgl statt vieler OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 225/00t – jobmonitor- MR 2001, 115; OLG Celle, 12. 5. 1999, 13 U 38/99 – weyhe-online.de – <http://www.online-recht.de/vorent.html?OLGCelle990512> (1. 9. 2002); LG Lübeck 24. 11. 1998, 11 S 4/98 – Oxy Vital 2000/ fit durch Sauerstoff – <http://www.flick-sass.de/unipool.html> (1. 9. 2002).

3.4.4.1. Der Fachmann als Linksetzer

Wie in zahlreichen Fällen entschieden⁸⁹ und nunmehr in § 10 Abs 3 MSchG normiert, hat ein Fachmann, wie die oben ausführlich beschriebenen „freien“ BMW-Werkstätten, die keine BMW-Vertragswerkstätten sind, das Recht eine fremde Marke als Hinweis auf die Bestimmung seiner Ware oder Dienstleistung im geschäftlichen Verkehr zu nutzen; dies voraus gesetzt, die Benutzung entspricht den anständigen Gepflogenheiten im Gewerbe oder Handel. Danach darf die fremde Marke auch im Internetauftritt verwendet werden. Das kann jedoch eine heikle Sache sein. Denn es darf nicht der Eindruck erweckt werden, dass eine Handelsbeziehung zwischen dem Fachmann und Betreiber der Website einerseits und dem Markeninhaber andererseits bestehe.⁹⁰

Der Hinweis auf die Marke für die der Fachmann Dienstleistungen erbringt oder auch Waren verkauft wird idR von einem Link unterlegt sein, der es ermöglicht unmittelbar zur Homepage des Markeninhabers zu gelangen⁹¹. Da der Fachmann in seiner Werbung die fremde Marke verwenden darf⁹², wird die Setzung eines Links (auf den Markeninhaber) ebenfalls zulässig sein. Denn sonst würde zwar nicht die Nennung der Marke, jedoch ein professioneller Internetauftritt vereitelt, was ein Wettbewerbsnachteil für den Fachmann wäre, der gerade durch § 10 Abs 3 MSchG ausgeschlossen werden soll.

Dessen ungeachtet wird der Fachmann als Betreiber der Website angehalten sein, seine Website so zu gestalten, dass es für den User ersichtlich ist, dass es sich „nur“ um einen Fachmann handelt. Insb wird er gut beraten sein, von Linktechniken Abstand zu nehmen, die schon bei sonstigen Teilnehmern des Geschäftsverkehrs,

⁸⁹ Vgl oben Kapitel 3.3.2.

⁹⁰ EuGH 23. 2. 1999, Rs C-63/97 – BMW - ÖBl 1999, 250 = wbl 1999/101 = ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda* = ZER 1999/32; *Schanda*, MSchG (1999) § 10 Rz 60.

⁹¹ Das Nichtvorhandensein eines Link würde einerseits dem Gedanken des WWW widersprechen, andererseits vom Nutzer als unprofessionell eingestuft werden.

⁹² EuGH 23. 2. 1999, Rs C-63/97 – BMW - ÖBl 1999, 250 = wbl 1999/101 = ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda*= ZER 1999/32.

also „Nicht-Fachmännern“, als wettbewerbswidrig und damit im gegenständlichen Fall wohl auch markenrechtsverletzend, einzustufen wären.⁹³

3.4.5. Die Explorer-Fälle

Eine Vielzahl von Entscheidungen hatten deutsche Gerichte im Zusammenhang mit der Marke „Explorer“ zu fällen.⁹⁴ Die Fälle waren im Wesentlichen alle gleich gelagert. Die Symicron GmbH ist Inhaberin der im September 1995 angemeldeten deutschen Marke „Explorer“ (Marke Nr. 39538830), eingetragen für Datenverarbeitungsgeräte und Datenverarbeitungsprogramme. Ihre „Angriffsziele“ waren Websitebetreiber, die auf ihren Seiten ein Hyperlink gelegt hatten, das auf die Homepage des amerikanischen Softwareherstellers FTPx-Windows Corp., Oklahoma, verwies, welcher die Software „FTP-Explorer“ herstellt. Diese ist sogenannte Shareware für kommerzielle Nutzer und Freeware für den privaten Gebrauch. Auf der Site der FTPx-Windows Corp. konnte man diese Software herunterladen. Die FTPx-Windows

⁹³ Vgl dazu insbes Kap 4.

⁹⁴ LG München I 4. 4. 2002, 4 HK O 21651/00 - FTP-Explorer - <http://www.markenrecht.de/forum/messages/2828.html> (1. 9. 2002) = *Heise*, Bayerische Richter urteilen anders, 04/2002, <http://www.ix.de/newsticker/data/fm-10.04.02-000/> (1. 9. 2002); OLG Düsseldorf 19. 9. 2001, 27 U 18/01 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 10/2002, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20020010.htm> (1. 9. 2002); OLG Hamm 15. 5.2001, 4 U 33/01 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 189/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010189.htm> (1. 9. 2002); OLG Düsseldorf 20. 2. 2001, 2 U 194/00 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 188/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010188.htm> (1. 9. 2002); LG Berlin 12. 12. 2000, 15 O 283/00 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 60/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010060.htm>; LG Düsseldorf 25. 10. 2000, 2a O 106/00 - FTP-Explorer - <http://www.bonnanwalt.de/entscheidungen/LG-Duesseldorf2aO106-00.html> (1. 9. 2002); LG München I 25. 5. 2000, 4 HK O 6543/00 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 168/2000, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20000168.htm> (1. 9. 2002); LG München I 9. 2. 2000, 7 HK O 21194/99 - FTP-Explorer - <http://www.gravenreuth.de/Urteile/FTP-Explorer%20-%20private%20Homepage.htm> (1. 9. 2002); LG München I 2. 6. 1999, 9 HK O 6873/99 - FTP-Explorer - <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile69.htm> (1. 9. 2002); LG München I 25. 5. 1999, 9 HK O 815/99 – Telco-Explorer – <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile64.htm> (1. 9. 2002); OLG München 30. 4. 1999, 6 W 1563/99 - FTP-Explorer - <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile65.htm> (1. 9. 2002); OLG Braunschweig 19. 7. 2001, 2 U 141/00 - FTP-Explorer - MMR 2001, 608 = <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile90.htm> (1. 9. 2002).

Corp. stand mit den Abgemahnten nicht in geschäftlicher oder sonstiger Beziehung. Die Symicron GmbH startete via ihres Rechtsanwalts Günter Freiherr von Gravenreuth, der damit (zumindest medial) Bekanntheit erlangte, eine Abmahnwelle gegen die Linksetzer. In den Abmahnungen wurde die Unterlassung der Verwendung der Bezeichnung „FTP-Explorer“, die Unterzeichnung einer strafbewehrten Unterlassungserklärung sowie die Kosten der Rechtsvertretung der Symicron GmbH begehrt.

Zahlreiche der Abgemahnten, wie man an der Vielzahl der Verfahren unschwer erkennt, haben dem nicht nur nicht zur Folge geleistet, sondern ihrerseits einen Schritt getätigt, um die Sache abschließend zu klären. So haben einige der Abgemahnten negative Feststellungsklagen eingebracht, im Wesentlichen mit dem Begehren, dass festzustellen sei, dass die Verwendung des Begriffs „FTP-Explorer“ auf der eigenen Homepage/Website unter gleichzeitiger Setzung eines Hyperlinks auf die Homepage des amerikanischen Herstellers der Software „FTP-Explorer“ die Rechte der Symicron GmbH als Markeninhaber der Marke „Explorer“ nicht verletze.⁹⁵

Prüft man die Fälle zunächst aus markenrechtlicher Sicht im Hinblick darauf, ob durch die Verwendung des Begriffs „FTP-Explorer“ in die Marke „Explorer“ eingegriffen wird, so kommt man bei richtiger rechtlicher Beurteilung gar nicht zu der – hier eigentlich interessierenden – Frage, ob durch das Setzen des Links Markenrechte verletzt werden können. Denn, wie das OLG Düsseldorf⁹⁶ zutreffend ausführt, besteht zwischen der Marke „Explorer“ und dem als Link in einer Homepage verwendeten Begriff „FTP-Explorer“ keine Verwechslungsgefahr, da dem Zusatz „FTP“ eine eigenständige prägende Wirkung für das Gesamtzeichen

⁹⁵ Würde der Abgemahnte die Abmahnung akzeptieren und die Unterlassungserklärung unterzeichnen, so würde er damit den Verstoß zugestehen und die Kosten in der geforderten Höhe zu tragen haben. Die negative Feststellungsklage ist die Gegenstrategie zu den geltend gemachten Unterlassungsansprüchen. Infolge dessen ist Kläger in den Explorer-Fällen der (vermeintliche) Markenverletzer und der Beklagte der Markeninhaber. Dazu eingehend *Hansen*, Auf Kundschaft im „Explorer“-Dschungel, <http://www.jurawelt.com/anwaelte/internetrecht/675> (1. 9. 2002); *ders*, Bungle in the Jungle, <http://www.jurawelt.com/anwaelte/gerichtsreportagen/1303> (1. 9. 2002).

⁹⁶ OLG Düsseldorf 19. 9. 2001, 27 U 18/01 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 10/2002, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20020010.htm> (1. 9. 2002).

zukommt.⁹⁷ Ein Anspruch auf Unterlassung der Verwendung der Bezeichnung „FTP-Explorer“ auf einer Website besteht daher nicht.⁹⁸

Um den Fall einer weiteren markenrechtlichen Betrachtung zuzuführen, gehen wir nun von der Annahme aus, dass zwischen einer eingetragenen Marke A tatsächlich eine Verwechslungsgefahr bestünde mit dem Zeichen AB, das von einem Drittunternehmer, im gegenständlichen Fall einer in den Vereinigten Staaten ansässigen Softwarefirma S, verwendet wird. Könnte das Setzen eines Links auf die Homepage dieses Softwareunternehmens eine Markenrechtsverletzung begründen?

Befindet sich der Link auf einer „privaten“ Site, so ist das Setzen dieses Links wohl noch kein Handeln im geschäftlichen Verkehr; dies auch, wenn man nach Anklicken der Verknüpfung die Möglichkeit hat, auf der fremden Homepage Software entgeltlich oder unentgeltlich herunter zu laden.⁹⁹ Würde man schon in diesem Fall ein Handeln im geschäftlichen Verkehr annehmen, so wäre auch das Setzen eines Links durch Fräulein K, die auf ihrer privaten Homepage unter der Rubrik „Meine

⁹⁷ Das OLG Düsseldorf führt dazu aus, dass die Marke „Explorer“ lediglich eine vergleichsweise geringe und unter das Normalmaß abgeschwächte Kennzeichnungskraft habe und der Begriff „Explorer“ habe bloß beschreibenden Charakter. Der Bestandteil „FTP“ habe (entgegen der Auffassung des Urteils des LG München vom 25. 5. 2000, 4 HK O 6543/00) durchaus eine Bedeutung und einen Sinn. Es ist nämlich die Abkürzung für „File Transfer Protocol“. Der Bestandteil „FTP“ hat für das Gesamtzeichen „FTP-Explorer“ eine (wenigstens) gleichwertige (mit-)prägende Wirkung. Zustimmend *Hansen*, Auf Kundschaft im „Explorer“-Dschungel, <http://www.jurawelt.com/anwaelte/internetrecht/675> (1. 9. 2002), *ders*, Turning Point, 09/2001, <http://www.jurawelt.com/anwaelte/gerichtsreportagen/3195> (1. 9. 2002).

⁹⁸ In der „Telco-Explorer“-Entscheidung hat „sogar“ das LG München I (25. 5. 1999, 9 HK O 850/99, JurPC Web-Dok 117/1999, <http://www.jura.uni-sb.de/jurpc/rechtspr/19990117.htm> = http://www.online-recht.de/vorent.html?LGMuenchen990525+auswahl=1&st_num=251&case=-i&pattern=.e&mark=, [1. 9. 2002]), das bzgl der FTP-Explorer Links wiederholt entschieden hat, dass eine Markenrechtsverletzung vorläge, ausgesprochen, dass sich die Prägung des Gesamtbegriffs „Telco-Explorer“ durch den ersten Wortteil nicht in Abrede stellen lässt und dass die Beachtung des durchschnittlichen Verbrauchers vordringlich auf die Bezeichnungen „Telco“ fällt, weshalb eine Gefahr der Verwechslung nicht anzunehmen sei.

⁹⁹ Unzutreffend und ohne weitere Begründung dies hingegen bejahend LG München I 25. 5. 2000, 4 HK O 6543/00, JurPC Web-Dok 168/2000, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20000168.htm> (1. 9. 2002).

Lieblingsschuhe“ ein Link auf www.humanic.at setzt, sofern man dort auch die Möglichkeit hätte, Schuhe zu kaufen, ein Handeln im geschäftlichen Verkehr. Dies würde in weiterer Konsequenz bedeuten, dass das Setzen von Links per se ein Handeln im geschäftlichen Verkehr wäre¹⁰⁰, was wohl nicht zutreffend ist.

Das Setzen eines Links zu einer Website auf der eine Markenrechtsverletzung stattfindet, begründet daher noch keine Markenrechtsverletzung durch den Linksetzer, sofern nicht weitere Umstände hinzu treten.

3.5. Virtuelle Malls

Der Betreiber einer virtuellen Mall bietet dem User die Möglichkeit in einem Portal nicht nur auf verschiedene Kategorien (Immobilien, Spielzeug, Kfz, Bekleidung etc.) zugreifen zu können, sondern in diesen Kategorien auch auf verschiedene Anbieter.¹⁰¹ Anstatt zB unterschiedliche Online-Spielzeuggläden eigenständig aufzufinden, hat der User in einer virtuellen Mall idR von dieser aus Zugriff auf mehrere Online-Spielzeuggläden. Typischerweise kommt man via Link direkt auf die Homepage des (Spielzeug-) Anbieters. Meist wird der Betreiber der virtuellen Mall mit den Betreibern der verlinkten Shops Verträge abgeschlossen haben,¹⁰² worin typischerweise auch die Verwendung der Marken geregelt ist.

Denkbar ist jedoch auch, dass jemand eine virtuelle Mall errichtet, zB unter der Domain www.best-sport-shoes.com. Dort bietet er, nebst allgemeinen Ausführungen zu Sportschuhen, unter der Rubrik „Shop“ Links zu den 10 populärsten Sportschuhherstellern. Wer eine Website betreibt, die sich mit Sportschuhen eingehend auseinandersetzt und Links auf die populärsten Sportschuhanbieter zur Verfügung stellt, setzt wohl eine Handlung, die als dem Wettbewerb dienlich

¹⁰⁰ Außer von privater Site auf private Site.

¹⁰¹ *Wiebe*, „Deep-Links“ – Neue Kommunikationsformen im Wettbewerb aus lauterkeitsrechtlicher Sicht, WRP 1999, 734; *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693.

¹⁰² Was durchaus im Interesse des Betreibers der virtuellen Mall liegt, zumal er diese meist nicht aus Nächstenliebe einrichtet, sondern, um von den verlinkten Anbietern (zB per Klick [seltener geworden] oder per Einkauf) Entgelt zu erhalten.

anzusehen ist.¹⁰³ Damit liegt ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vor. Geht man nun in diesem Beispiel davon aus, dass nicht bloß „Wortlinks“ gesetzt werden, sondern die jeweiligen Wortbild- oder Bildmarken sichtbar sind und mit einem Link unterlegt, so würde es für die markenrechtliche Qualifikation einen Unterschied machen, ob man mit Schanda¹⁰⁴ der Ansicht ist, dass dem Markeninhaber seit Einführung des § 10a MSchG jede Benutzungsart vorbehalten ist, oder ob man die Ansicht vertritt, dass nach wie vor eine kennzeichenmäßige Benutzungshandlung notwendig ist.¹⁰⁵

Folgt man Schanda, so wäre jede, somit auch diese Benutzungsart von § 10a MSchG erfasst, sodass dies eine Markenrechtsverletzung begründen würde. Folgt man der zweiten Ansicht, so läge mangels kennzeichenmäßigen Gebrauch eine Verletzung wohl nicht vor, zumal weder gleiche noch ähnliche Waren oder Dienstleistungen bezeichnet werden noch Verwechslungsgefahr bestünde.

Ungeachtet der vorgenannten Aspekte wäre im gegenständlichen Fall zu prüfen, ob durch das Verwenden der Marken und deren Unterlegung durch Links nicht der (unzulässige) Anschein einer geschäftlichen Verbindung zwischen dem Betreiber der Site und den verlinkten Unternehmen erweckt würde und dies in der Folge als wettbewerbswidrige Rufausbeutung in Bezug auf diese Unternehmen und/oder Irreführung bzgl der User anzusehen sei.¹⁰⁶

¹⁰³ *Wilschek*, UWG⁶ (1994) § 1 E 83.

¹⁰⁴ *Schanda*, MSchG (1999) § 10a Rz 6 ff.

¹⁰⁵ Vgl OGH 30. 1. 2001, 4 Ob 327/00t – cyta.at – MR 2001, 194 mit Anm *Pilz* = ecolex 2001/186 mit Anm *Schanda*; OGH 24. 4. 2001, 4 Ob 81/01t – CICLON - ÖBl 2001, 267 = ÖBl-LS 2001/139 = ÖBl-LS 2001/138.

¹⁰⁶ *Wiebe*, „Deep-Links“ – Neue Kommunikationsformen im Wettbewerb aus lauterkeitsrechtlicher Sicht, WRP 1999, 734; *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693; *Krassnigg*, Wettbewerbsrechtliche Probleme bei Domains, Links und dem Search Engine-Spaming (2001), 35 (Anm: juristische Diplomarbeit, Karl-Franzens-Universität Graz).

3.6. Zivilrechtliche Ansprüche aus der Verletzung von Kennzeichenrechten

Seit der Markenrechtsnovelle 1999 sind sämtliche zivilrechtliche Ansprüche, insb auch die Unterlassung im MSchG geregelt. Dies um die Zweigleisigkeiten durch das ehemalige Regelungssystem des MSchG einerseits und des UWG andererseits zu vermeiden.¹⁰⁷ Der Verletzte hat nunmehr gem §§ 51 ff MSchG Anspruch auf Unterlassung (§ 51 MSchG), Beseitigung des dem Gesetz widerstreitigen Zustandes (§ 52 MSchG), angemessenes Entgelt (§ 53 Abs 1 MSchG), bei schuldhafter Verletzung an Stelle des angemessenen Entgeltes Schadenersatz inkl entgangenem Gewinn oder Herausgabe des Gewinns (§ 53 Abs 2 MSchG), das Doppelte des angemessenen Entgeltes - bei grobem Verschulden, unabhängig vom Nachweis eines Schadens - (§ 53 Abs 3 MSchG), sowie auf eine angemessene Entschädigung für die in keinem Vermögensschaden bestehenden Nachteile (§ 53 Abs 4 MSchG), weiters auf Urteilsveröffentlichung (§ 55 MSchG iVm § 149 PatG¹⁰⁸) und Rechnungslegung (§ 55 MSchG iVm § 151 PatG).

Sofern das MSchG nicht zum Zuge kommt und in Kennzeichenrechte eingegriffen wurde, hat der Verletzte die inhaltlich größtenteils gleichen Ansprüche nach dem UWG: Unterlassung (§ 9 Abs 1 UWG), Schadenersatz bei grobem Verschulden (§ 9 Abs 2 UWG) sowie angemessenes Entgelt, Herausgabe des Gewinns, Rechnungslegung (jeweils gem § 9 Abs 4 UWG iVm §§ 150 ff PatG) und Urteilsveröffentlichung (§ 25 UWG).

Ein Kuriosum des MSchG sei abschließend noch erwähnt: Wenn man einen Exekutionstitel auf Unterlassung iSd § 52 MSchG erwirkt hat, in Bezug auf eine geschäftliche Kundgebung oder Mitteilung, die jedoch in einem Druckwerk erscheint, das nicht der Verfügung des Verpflichteten unterliegt, so kann dem Herausgeber oder Eigentümer der Zeitung aufgetragen werden, die weitere Verbreitung des Druckwerkes einzustellen. Dass die Bestimmung des § 59 MSchG auf Druckwerke abstellt, ist insgesamt ebenso überraschend wie nicht zeitgemäß. Denn bei wörtlicher

¹⁰⁷ EB zur RV 1643 BlgNR 20. GP, Zu Z 41.

¹⁰⁸ Patentgesetz 1970 BGBl 1970/259 (Wv) idFdlN BGBl I 2001/143.

Interpretation¹⁰⁹ der Bestimmung hieße das, dass eine Kundgebung oder Mitteilung, die zB in der Online-Version eines Printmediums erscheint, nicht dem § 59 MSchG unterläge. Bei der nächsten Änderung des MSchG erschiene mir dies berücksichtigungswürdig.

4. WETTBEWERBSRECHTLICHE ANSPRÜCHE NACH MAßGABE DER VERSCHIEDENEN LINKARTEN

4.1. Allgemeines

4.1.1. Zulässigkeit des Setzen von Links

Nach nunmehr überwiegender Ansicht muss jeder, der Inhalte in das WWW stellt, damit rechnen, dass auf diese Inhalte Links gesetzt werden.¹¹⁰ Eine Rechtswidrigkeit aus dem Blickwinkel des UWG oder anderer Normen kann sich nur aufgrund besonderer Umstände im Einzelfall ergeben, insb durch die konkrete Ausgestaltung des Links. In der Folge wird daher an Hand der verschiedenen Linkarten erörtert, wann es zu Wettbewerbswidrigkeiten kommen kann.

¹⁰⁹ Auch die EB zur RV 1643 BlgNR 20. GP, Zu Z 50 lässt nicht auf einen Spielraum schließen.

¹¹⁰ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet – ein Diskussionsbeitrag, AnwBl 1999, 610; *Seidelberger*, Wettbewerbsrecht und Internet, RdW 2000/500; *Dittrich*, Zur Frage der urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002 Abs 18, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002); *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693 (699); OLG Düsseldorf 29. 6. 1999, 20 U 85/98 – baumarkt.de - CR 2000, 184 mit Anm *Leistner*; OLG Hamburg 22. 2. 2001, 3 U 247/00 - Roche Medizin-Online-Lexikon - JurPC Web-Dok 147/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010147.htm> (1. 9. 2002); LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Meteodata/Bauwetter - http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm (1. 9. 2002).

4.1.2. Heranziehung deutscher Judikatur

Während es in Österreich „erst“ Anfang 2002 mit Inkrafttreten des ECG¹¹¹ in dessen § 17 zu einer ausdrücklichen Regelung der Verantwortlichkeit bei Links kam, gab es eine solche Regelung in Deutschland bis Ende 2001 im dTDG aF¹¹². Der Umstand, dass es in einigen Entscheidungen deutscher Gerichte unter Heranziehung des § 5 Abs 2 oder Abs 3 dTDG aF zu keiner Verantwortlichkeit des Diensteanbieters kam, ist im Nachstehenden, soweit deutsche Judikatur herangezogen wurde, berücksichtigt.

4.2. Surface-Links

Wie bereits in Kapitel 2 dargestellt, wird mittels eines Surface-Links auf die jeweilige Homepage eines anderen Internetangebotes verwiesen. Nach Betätigung des Links erscheint die jeweilige Startseite des fremden Angebots, von wo aus sich weiternavigieren lässt.¹¹³ Auf der Site scheint idR die entsprechende Adresse (URL) in dem dafür vorgesehenen Feld auf, sodass diesfalls für den User offensichtlich ist, dass er die ursprüngliche Site verlassen hat und sich nunmehr auf der Site eines anderen Anbieters befindet.¹¹⁴

Ein derartiger Surface-Link ist grundsätzlich wettbewerbsrechtlich insofern unbedenklich, als idR aufgrund der Transparenz keine wettbewerbswidrige Handlung

¹¹¹ Bundesgesetz über die Regelung bestimmter rechtlicher Aspekte des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehr (E-Commerce-Gesetz – ECG) BGBl I 2000/152.

¹¹² Gesetz über die Nutzung von mobilen Diensten (Teledienstgesetz – TDG), BT-Drs. 13/7934 vom 11.06.1997.

¹¹³ *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, Abs 4, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002); *Plaß*, Hyperlinks im Spannungsfeld von Urheber-, Wettbewerbs- und Haftungsrecht, WRP 2000, 599; *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep Links, CR 2001, 693; *Schmidbauer*, Tour de Link 4.3, <http://www.i4j.at/link/tour12.htm> (1. 9. 2002); OLG Braunschweig 19. 7. 2001, 2 U 141/00 - FTP-Explorer - MMR 2001, 608 = <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile90.htm>; *Winkler*, Link mich nicht!, 06/2000, <http://www.publex.de/cgi-bin/recht.cgi/Background/Copyright/dokcop01.html> (1. 9. 2002).

¹¹⁴ *Zankl*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 17 Rz 249.

vorliegt.¹¹⁵ Da für den User ersichtlich ist, dass der Inhalt von einem anderen Anbieter stammt, stellt sich die Frage, inwieweit der Linksetzer für einen offensichtlich fremden Inhalt verantwortlich ist. Dies lässt sich eingehend anhand der jobmonitor-Entscheidung aufzeigen, wobei vorab die wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit erörtert werden soll.

4.2.1. Wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit

Da der Inhalt auf der verlinkten Seite naturgemäß nicht vom Linksetzer stammt¹¹⁶, scheidet seine Haftung als unmittelbarer Täter aus. Vielmehr kommt seine Haftung als Mittäter, Anstifter und Gehilfe in Frage. Denn der wettbewerbsrechtliche Unterlassungsanspruch richtet sich nicht nur gegen den unmittelbaren Täter (Störer), also gegen jene Person, von der die Beeinträchtigung ausgeht und auf deren maßgeblichen Willen sie beruht, sondern auch gegen den Mittäter, Anstifter und Gehilfen des eigentlichen Störers. Es genügt aber nicht, dass ein eigenverantwortlich handelnder Dritter willentlich und adäquat kausal in irgend einer Weise an der Herbeiführung der rechtswidrigen Beeinträchtigung mitgewirkt hat. In die Störerhaftung werden neben dem unmittelbaren Täter, der die rechtswidrige Nutzungshandlung selbst begangen hat, vielmehr nur solche Dritte einbezogen, die gegen eine sie treffende Pflicht zur Prüfung auf mögliche Rechtsverletzungen verstoßen haben.¹¹⁷ Unter welchen Voraussetzungen nun ein Linksetzer als Gehilfe wettbewerbsrechtlich einzustehen hat, soll anhand der jobmonitor.com-Entscheidung erörtert werden.

¹¹⁵ Ausgenommen Surface-Links, die sich der Framing-Technik bedienen. Vgl dazu Kap 2.5.1 und 4.4.

¹¹⁶ Dies wäre zwar denkbar, doch hätte der Linksetzer nicht als solcher, sondern als Content-Provider für den Inhalt einzustehen.

¹¹⁷ OGH 18. 1. 2000, 4 Ob 316/99w, ÖBl 2000/216; OGH 21. 3. 2000, 4 Ob 68/00d, ÖBl-LS 2000/78; OGH 13. 7. 1999, 4 Ob 169/99b, RdW 1999, 717; *Wiltseck*, UWG⁶ (1996) E 690 ff.

4.2.2. Zur jobmonitor.com/austropersonal.com-Entscheidung¹¹⁸

Die Tageszeitung „Kurier“ veröffentlicht sowohl in seiner Print- wie auch in seiner Online-Ausgabe regelmäßig eine große Zahl von Stellenanzeigen. Die Beklagte betreibt unter der Domain www.austropersonal.com ebenfalls einen Stellenmarkt. Von dort aus setzt sie einen Link auf die Website www.jobmonitor.com, die einem Unternehmen mit Sitz in den USA gehört. Auf der Seite www.jobmonitor.com wurden Stellenmarktanzeigen, die zum Teil der Online-Ausgabe des Kurier entnommen sind, veröffentlicht, wobei die Textierung der Kurierannoncen nahezu zur Gänze unverändert übernommen wurde. Die Beklagte setzte von ihrer Site www.austropersonal.com einen Hyperlink auf die Website zu www.jobmonitor.com.¹¹⁹

Zunächst hatte der OGH zu entscheiden, inwieweit eine derartige Verwertung der Kurier-Inserate zulässig oder wettbewerbsrechtlich bedenklich sei. Dabei hatte er einige Mühe, sich von seiner Entscheidung „Jobservice“ abzugrenzen.¹²⁰ Den

¹¹⁸ OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 225/00t (4 Ob 274/00y, 4 Ob 308/00y), MR 2001, 115; *Höhne*, Von Hyperlinks und Metatags, MR 2001, 109; *Laga*, Anmerkungen zu OGH, 19. 12. 2000, GZ 4 Ob 274/00y, <http://www.rechtsprobleme.at/doks/hyperlinks-glosse.html> (1. 9. 2002); *Krumpholz*, Höchststrichterliches Urteil in Österreich zur Linkhaftung, http://www.freedomforlinks.de/Pages/Recht/linkhaftung_oesterreich.html (1. 9. 2002); *Rötzer*, Haftbar für Inhalte auf einer verlinkten fremden Website, <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/7400/1.html> (1. 9. 2002); *Stomper*, Wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit für verlinkte Inhalte, RdW 2001/427; *Grünzweig*, Haftung für Links im Internet nach Wettbewerbsrecht, RdW 2001/549; *Schmidbauer*, „austropersonal.com/jobmonitor.com“ – Eigene Anmerkungen, <http://www.i4j.at/link/link.htm> (1. 9. 2002); *Thiele*, Wettbewerbsrechtliche Haftung für Hyperlinks, <http://www.i4j.at/entscheidungen/jobmonitor.htm> (1. 9. 2002); *Keltner*, Haftung für Hyperlinks am Beispiel der ersten höchstgerichtlichen Entscheidung in Österreich, 2001, www.it-law.at/papers/keltner-hoeren.pdf; *ders.*, Hyperlinks (2001), 12 ff (Anm: juristische Masterthesis, Universitätslehrgang für Informationsrecht und Rechtsinformation).

¹¹⁹ OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 225/00t, MR 2001, 115; *Höhne*, Von Hyperlinks und Metatags, MR 2001, 109.

¹²⁰ OGH 15. 2. 2000, 4 Ob 23/00m – Jobservice - MR 2000, 384 mit Anm *Korn* = *ecolex* 2000/264 mit Anm *Wiltschek* = *ÖBl* 2001, 22. Darin erachtete es der OGH als nicht sittenwidrig, wenn eine Zeitschrift Stellenanzeigen anderer Zeitungen, die für die Bewerbung maßgeblichen Daten entnimmt, diese neu gestaltet und, in einer Liste zusammengefasst, in räumlichem Zusammenhang mit ihren übrigen, gegen Entgelt beauftragten Stellenangeboten, kostenlos veröffentlicht.

gegenständlichen Fall erachtete der OGH als dadurch gekennzeichnet, dass die mit Mühe und Kosten erstellten Inserate, die in der Zeitung „Kurier“ erscheinen, in praktisch unveränderter Form ins Internet gestellt werden. Daher liegt eine sittenwidrige Leistungsübernahme eines Arbeitsergebnisses durch technischen Vorgang vor. Es ist demnach der Tatbestand des § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des sittenwidrigen Schmarotzens an fremder Leistung durch glatte Leistungsübernahme erfüllt.

Unmittelbarer Täter dieses sittenwidrigen Schmarotzens war jedoch der in den USA ansässige Betreiber der Website www.jobmonitor.com. Den Beklagten und Linksetzer stufte der OGH als Gehilfe des Verfügungsberechtigten der verwiesenen fremden Seite ein, zumal er zu deren Sichtbarmachung beitrage. Weiters führte er – in diesem Punkt vielfach missverstanden – aus, dass, wer seine Seite mit einer fremden Seite durch ein Link verknüpft, sich das Angebot auf der fremden Seite zu Eigen mache und dafür wettbewerbsrechtlich einzustehen habe. Dies ist jedoch in jenem Kontext zu sehen, der unmittelbar zuvor auch in der Entscheidung ausgeführt ist, nämlich, dass derjenige, der auf seiner Website einen Link so räumlich und sachlich in seine eigene Website eingliedert, dass die fremde Website zu deren Bestandteil wird, auf diese Weise zum Ausdruck bringt, dass seine Website ohne die fremde Leistung nicht so vollständig wäre, wie dies aus Sicht des Anbieters erforderlich ist, weshalb er für den Inhalt der fremden Website zu haften habe.¹²¹

Ob des vielfach unreflektiert wieder gegebenen Satzes „wer seine Seite mit einer fremden Seite durch ein Link verknüpft, macht sich das Angebot der fremden Seite zu Eigen und hat dafür (häufig weggelassen: wettbewerbsrechtlich) einzustehen“ ging einerseits ein Aufschrei durch die Internetwelt, andererseits erntete der OGH auch Kritik von berufener Seite.¹²²

¹²¹ OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 225/00t, MR 2001, 115.

¹²² *Laga*, Anmerkungen zu OGH, 19. 12. 2000, GZ 4 Ob 274/00y, [jobmonitor.com](http://www.jobmonitor.com), <http://www.rechtsprobleme.at/doks/hyperlinks-glosse.html> (1. 9. 2002); *Krumpholz*, Höchststrichterliches Urteil in Österreich zur Linkhaftung, http://www.freedomforlinks.de/Pages/Recht/linkhaftung_oesterreich.html (1. 9. 2002); *Stomper*, Wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit für verlinkte Inhalte, RdW 2001/427; *Grünzweig*, Haftung für Links im Internet nach Wettbewerbsrecht, RdW 2001/549; *Schmidbauer*,

Im Lichte all dieser Ausführungen hat sich mE folgendes als richtig herauskristallisiert: Der ausschlaggebende Anknüpfungspunkt, ob ein Linksetzer für fremde Inhalte einzustehen hat, wird sein, ob der verlinkte Inhalt eigene Ausführungen ersetzt.¹²³ Sofern dies zu bejahen ist, wird den Linksetzer die Verantwortung für den verlinkten Inhalt treffen.¹²⁴

Interessanter Weise hat bereits im Jahr 1998 das LG Lübeck gleichermaßen entschieden. Danach ist ein Anbieter für die Inhalte und für die auf seiner Website befindlichen Hyperlinks verantwortlich, wenn der Eindruck entsteht, dass sich der Anbieter die hinter dem Hyperlink befindliche Seite und deren Inhalt geistig zu Eigen macht.¹²⁵ Auch in diesem Fall hat der Verstoß auf einer fremden Website statt gefunden und das Gericht darauf abgestellt, dass es darauf ankäme, ob der Querverweis eine Vervollständigung des auf der eigenen Seite angebotenen Inhalts sei oder nicht, was im gegenständlichen Fall bejaht wurde.¹²⁶

„austropersonal.com/jobmonitor.com“ – Eigene Anmerkungen, <http://www.i4j.at/link/link.htm> (1. 9. 2002).

¹²³ *Höbne*, Von Hyperlink und Metatags, MR 2001, 109; *Seidelberger* in *Ciresa/Orou*, Rechtsberatung Internet, Kapitel 6.3, 7; *Zankl*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 17 Rz 259; *ders*, Haftung für Hyperlinks im Internet, *ecolex* 2001, 354, der jedoch kritisiert, dass offen ist, wann und wodurch sich ein Linksetzer fremde Inhalte zu Eigen macht; *Krassnigg*, Wettbewerbsrechtliche Probleme bei Domains, Links und dem Search Engine–Spaming, 53.

¹²⁴ Dies gilt naturgemäß vorbehaltlich einer allfälligen Haftungsprivilegierung gem § 17 ECG.

¹²⁵ LG Lübeck 24. 11. 1998, 11 S 4/98 –Oxy Vital 2000/ fit durch Sauerstoff – <http://www.flick-sass.de/unipool.html> (1. 9. 2002); ähnlich OLG Celle 12. 5. 1999, 13 U 38/99 – weyhe–online.de – <http://www.online-recht.de/vorent.html?OLGCelle990512> (1. 9. 2002).

¹²⁶ Der Umstand, dass in diesem Fall die Verantwortlichkeit gem § 5 Abs 1 dTDG aF angenommen wurde, macht hier keinen Unterschied, da diese Bestimmung lediglich normiert, dass der Diensteanbieter für eigene Inhalte, die er zur Nutzung bereit hält, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich ist. Demnach war es gerade die Frage, ob es sich bei der verlinkten Website um eigene oder fremde Inhalte handelt.

4.2.3. Der Bundesliga Manager–Fall

Ob des Umstandes, dass diese Entscheidung eine vielfach zitierte und besprochene, in der Argumentation des Gerichtes aber nicht allzu gelunge ist, erhält sie hier Raum für eine gesonderte Erörterung:

Das Unternehmen Software 2000, Herstellerin des Computerspiels „Bundesliga Manager“, klagte das deutsche Tochterunternehmen von Electronic Arts, die als Anbieterin des Computerspiels „Bundesliga 2000 – der Fußballmanager“ im unmittelbaren Wettbewerb mit der Klägerin steht. Surft man auf die Homepage der Electronic Arts Deutschland, so wird man auf die Homepage der amerikanischen Muttergesellschaft umgeleitet. Suchte man dort unter dem Stichwort „Bundesliga“, so erhielt man als Suchergebnis ein Link mit dem Titel „Bundesliga Manager“, das unmittelbar auf die Internetseite der Klägerin Software 2000 führte.

Das LG Hamburg führte dazu aus¹²⁷: Durch die Verknüpfung einer Website mit der Seite eines Mitbewerbers mittels eines Hyperlinks würde für den Internetnutzer der Eindruck erweckt, es bestünden geschäftliche Verbindungen und der Betreiber sei berechtigt, die Besucher von der Website auf das Angebot des Mitbewerbers zu lenken. Die Herstellung einer solchen Verbindung könne sich für den Mitbewerber als nachteilig und behindernd auswirken und verstoße gegen § 1 UWG.

Soweit aus der Entscheidung ersichtlich, dürfte es sich um ein „klassisches“ Surface-Link gehandelt haben, sodass mangels „zu Eigen Machen“ die Übernahme fremder Leistung ausscheidet. Unzutreffend ist auch, dass das bloße Anbringen eines Hyperlinks ohne Hinzutreten zusätzlicher Umstände bereits den Eindruck erweckt, dass eine Geschäftsverbindung zwischen Linksetzer und Verlinktem bestünde.¹²⁸ Zutreffend merkt Metzger an, dass die Betätigung eines Hyperlinks mitnichten den Eindruck beim Nutzer erweckt, dass der Verknüpfung der unterschiedlichen Seiten

¹²⁷ LG Hamburg 2. 1. 2001, 312 O 606/00 – Bundesliga Manager - CR 2001, 265 mit krit Anm Metzger, ebenfalls krit *Price Waterhouse Coopers* München, Verlinkung auf Websites eines Konkurrenten, 04/2001, http://www.legamedia.net/legapractice/pwc/rsp/0111_rsp_pwc_link-auf-konkurrenz.php (1. 9. 2002); JurPC Web-Dok 61/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010061.htm> (1. 9. 2002).

¹²⁸ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet, AnwBl 1999, 610; *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep Links, CR 2001, 693; aA *Thiele*, Anwaltliche Werbung im Internet, AnwBl 1999, 402.

stets auch eine Geschäftsbeziehung der Betreiber zugrunde liegt. Vielmehr ist ohne Hinzutreten weiterer Umstände eine Täuschung darüber nicht anzunehmen¹²⁹, sodass mangels Unlauterkeitsmerkmal ein Verstoß gegen § 1 UWG nicht anzunehmen ist.

4.3. Deep-Links

Ein sog Deep-Link führt, wie oben dargestellt, unmittelbar zu einer Unterseite des Webangebotes eines fremden Anbieters; ein Aufruf der Eingangsseite/Homepage erfolgt daher nicht. Im Zusammenhang mit Deep-Links wurde vielfach diskutiert, ob durch das Setzen eines solchen nicht eine sittenwidrige (Werbe-) Behinderung erfolge. Argumentiert wurde, dass dadurch, dass der User an der mit Werbebannern versehenen Homepage „vorbeigeschleust“ wird, dem Verlinkten Werbeeinnahmen für Zugriffe auf seine Homepage entgehen könnten und so das Geschäftskonzept des Verlinkten zumindest teilweise unterlaufen würde.¹³⁰

Nach überwiegender Ansicht jedoch stellt dies keine sittenwidrige Behinderung iSd UWG dar, da es dem Verlinkten unbenommen bleibt, Werbeeinblendungen schwerpunktmäßig auf die untergeordneten Seiten zu verlagern.¹³¹ Stellt man weiters eine allfällige Beeinträchtigung der Werbeeinnahmen dem Interesse der User gegenüber, das Internet unter voller Ausnutzung seiner technischen Möglichkeiten

¹²⁹ LG Hamburg 2. 1. 2001, 312 O 606/00 – Bundesliga Manager - CR 2001, 265 mit Anm *Metzger*.

¹³⁰ *Schack*, Urheberrechtliche Gestaltung von Webseiten unter Einsatz von Links und Frames, MMR 2001, 9; dies überraschenderweise aufrecht erhaltend LG Köln 28. 2. 2001, 28 O 692/00 – stepstone.de - JurPC Web-Dok 138/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010138.htm> (1. 9. 2002). In der Literatur wurde auch vielfach eine Entscheidung des OLG Celle zur Unterstützung dieser Argumentation herangezogen (OLG Celle 12. 5. 1999, 13 U 38/99 – weyhe-online.de – <http://www.online-recht.de/vorent.html?OLGCelle990512> [1. 9. 2002]). Diese Entscheidung hatte sich jedoch tatsächlich, soweit ersichtlich, mit Framing auseinandersetzen zu lassen, weshalb sie für die Diskussion um die Zulässigkeit von Deep-Linking nicht unmittelbar herangezogen werden kann.

¹³¹ OLG Köln 27. 10. 2000, 6 U 71/00 – paperboy.de – http://www.vhb.de/afp/rechtsprechung/recht_073.html (8. 8. 2002); *Dittrich*, Zur Frage der urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002 Abs 26, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002); *Sosnitza*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693; LG Berlin 30. 1. 2001, 16 O 792/00 - mainpost.de - JurPC Web-Dok 185/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010185.htm> (1. 9. 2002).

nutzen zu können, so kann das Ermöglichen eines direkten Zugriffs auf die einzelne Webseite nicht als wettbewerbsrechtlich unlauter angesehen werden.¹³² Darüber hinaus steht es dem Anbieter frei, durch eine technische Zugangssperre zu verhindern, dass direkt auf eine Unterseite seines Webauftritts zugegriffen werden kann. Vielmehr hätte er sogar die Möglichkeit einen derartigen Zugriff auf seine Homepage umzuleiten.¹³³

Gesondert zu prüfen ist, ob durch ein Deep-Link die unmittelbare Übernahme einer fremden Leistung iSd § 1 UWG vorliegen könnte. Demnach ist es sittenwidrig, sich das wettbewerblich eigenartige Arbeitsergebnis eines anderen, das nur unter Aufwand an Mühen und Kosten erreichbar war, unter Einsparung eigener Kosten anzueignen, um den Konkurrenten um die Früchte seiner Arbeit zu bringen.¹³⁴ Eine solche „Übernahme“ fremder Leistung wird man jedoch nur bejahen können, wenn das Link so gestaltet ist, dass der Nutzer den Eindruck gewinnt, dass der durch die Verknüpfung zur Verfügung gestellte Inhalt ein Teil des eigenen Angebots des Linksetzers ist.¹³⁵ Dieser Eindruck könnte zB dann entstehen, wenn nicht ersichtlich ist, dass es sich um ein fremdes Angebot handelt, insb wenn es in der Frametechnik dargestellt wäre (dazu unten). Oder wenn der eigene Internetauftritt so ausgestaltet würde, dass das Erscheinungsbild an den mit Deep-Links verknüpften Auftritt angepasst und verwechselbar ähnlich wäre. Diesfalls würde wohl Irreführung iSd § 2 UWG und uU auch ein Zeichenmissbrauch gem § 9 UWG vorliegen.

Im Lichte der obigen Ausführungen wird ein Deep-Link, sofern keine besonderen Umstände hinzu treten, zulässig sein und dies entspricht auch dem Wesen des

¹³² LG Berlin 30. 1. 2001, 16 O 792/00 - mainpost.de - JurPC Web-Dok 185/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010185.htm> (1. 9. 2002); OLG Köln 27. 10. 2000, 6 U 71/00 – paperboy.de – http://www.vhb.de/afp/rechtsprechung/recht_073.html (8. 8. 2002).

¹³³ *Höhne*, Wettbewerbsrecht – Universitätslehrgang für Informationsrecht und Rechtsinformation (2001), 30 f; *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693; *Wiebe*, „Deep-Links“ – Neue Kommunikationsformen im Wettbewerb aus lauterkeitsrechtlicher Sicht, WRP 1999, 734; aA *Seidelberger*, Wettbewerbsrecht und Internet, RdW 2000/500.

¹³⁴ *Baumbach/Hefermehl*, Wettbewerbsrecht²² (2001) § 1 Rz 498.

¹³⁵ *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693.

Internet, nämlich möglichst rasch auf bestimmte Informationen zugreifen zu können. Würde dies vereitelt indem der User stets von einer Homepage aus nach der gesuchten Information forschen müsste, würde er häufig, wie Wiebe sagt, „unterwegs entnervt aufgeben“¹³⁶. Nicht nur als Internetuser, sondern auch als Jurist wird man daher mit Jakob Nielsen sagen können: Only deep-linking is good linking.¹³⁷

4.4. Framing und Inline-Linking

Im Rahmen des Framing bzw des Inline-Linking werden, vereinfacht gesagt, fremde Inhalte so in den eigenen Internetauftritt eingebunden, dass es nicht ersichtlich ist, dass die Leistung eigentlich von einem Dritten stammt. Dies kann derart erfolgen, dass der fremde Inhalt schon ursprünglich in der Website aufscheint, oder, ohne dass sich der Rahmen und die URL ändert, nach Anklicken eines Link erscheint oder auch in Form eines Popup-Fensters. Der ausschlaggebende Punkt – und das ist der entscheidende Unterschied zum Deep-Link – ist, dass es für den User idR nicht ersichtlich ist, dass er es nunmehr mit einem fremden Inhalt zu tun hat. Wie bereits oben ausgeführt, behandeln zahlreiche Entscheidungen, die unter dem Begriff des Framing zitiert werden, eigentlich Deep-Linking und sind daher nicht als einschlägig zu betrachten.

Das OLG Hamburg hat jedoch einen klassischen Framing-Fall zu entscheiden. Ein Onlinedienst für medizinische Informationen und Nachrichten führte auch ein Lexikon. „Linkte“ man in diesem „nach“, so erschien in einem Popup-Fenster die Eintragung des „Roche Lexikon Medizin“, der von der Klägerin betriebenen Onlinedatenbank. Ein Hinweis auf deren Urheberschaft erfolgte nicht. Das OLG Hamburg bejahte die grundsätzliche Zulässigkeit von Links, beurteilte den Fall nach Urheberrecht und stellte fest, dass das Fehlen technischer Sperren (die einen derartigen Zugriff verhindern würden) nicht als Freigabe für jede beliebige Form gewerblicher Drittnutzung, insb nicht als Freigabe für Framing verstanden werden

¹³⁶ *Wiebe*, „Deep-Links“ – Neue Kommunikationsformen im Wettbewerb aus lauterkeitsrechtlicher Sicht, WRP 1999, 734.

¹³⁷ *Nielsen*, Deep-linking is good linking, 03/2002, <http://www.useit.com/alertbox/20020303.html> (1. 9. 2002).

kann, weshalb das Framing als unzulässig qualifiziert wurde.¹³⁸ Aus wettbewerbsrechtlicher Sicht wäre ebenfalls zu diesem Ergebnis zu kommen.

Das OLG Düsseldorf folgt, als es einen Fall des Framing zu beurteilen hatte, jedoch einer anderen Argumentationslinie. Dies dadurch bedingt, dass der Beklagte die fremde Information nur im Rahmen einer Suchmaschine in einen Frame der eigenen Seite stellt. Dieser Umstand führte zu einer differenzierteren Betrachtung. Denn in einem solchen Fall wüsste der Benutzer der Suchmaschine, dass die gefundenen Seiten im Regelfall nicht vom Anbieter der Suchmaschine erstellt sind. Infolgedessen wurde trotz Frame-Link eine Herkunftstäuschung oder Rufausbeutung nicht angenommen, da die kompletten Umstände einen entsprechenden Irrtum der Internetbenutzer von vornherein ausschlossen.¹³⁹

Im Einklang mit der herrschenden Meinung sprach das LG Köln aus, dass die Internetpräsenz per se keine Zustimmung dazu ist, mittels Frame-Linking aufgerufen zu werden. Das gilt insb wenn der eigene Inhalt auch noch mit fremder Werbung in Verbindung gebracht wird.¹⁴⁰

Liegt nun Framing oder Inline-Linking vor, so entsteht für den Betrachter idR der Eindruck, dass es sich bei der „geframten“ Seite um eine eigene Seite des „Framenden“/Linksetzers handelt. Wer so agiert, übernimmt das Arbeitsergebnis eines anderen, wodurch der Tatbestand des § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des sittenwidrigen Schmarotzens an fremder Leistung durch glatte Leistungsübernahme erfüllt ist. Ebenso wird der User darüber getäuscht, von wem die verlinkte Seite stammt, womit der Tatbestand der Irreführung gem § 2 UWG idR ebenfalls verwirklicht ist.¹⁴¹ Last but not least kann durch Framing ein Eingriff in fremde

¹³⁸ OLG Hamburg 22. 2. 2001, 3 U 247/00 – Roche Medizin-Online-Lexikon - JurPC Web-Dok 147/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010147.htm> (1. 9. 2002).

¹³⁹ OLG Düsseldorf 29. 6. 1999, 20 U 85/98 – baumarkt.de, auch Frames II - CR 2000, 184 mit Anm *Leistner* = http://www.netlaw.de/urteile/olgd_02.htm (1. 9. 2002).

¹⁴⁰ LG Köln 2. 5. 2001, 28 O 141/01 – derpoet.de - JurPC Web-Dok 211/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010211.htm> (1. 9. 2002).

¹⁴¹ *Heidrich*, Verwendung von Frames, 09/1999, <http://www.netlaw.de/beitraege/1999/frames.htm> (1. 9. 2002); *Höhne*, Wettbewerbsrecht – Informationsrecht (2001), 30; *ders* Anwaltswerbung im Internet – ein Diskussionsbeitrag, AnwBl 1999, 610; *Schönherr*, Wettbewerbsrechtliche Aspekte des

Kennzeichenrechte erfolgen (sofern nicht darauf hingewiesen wird, dass der Inhalt des Frames von einem fremden Anbieter stammt), denn dann werden eigene Leistungen mit fremden Kennzeichen versehen, wodurch §§ 10 f MSchG und § 9 UWG verletzt würden.¹⁴²

Framing, das nicht erkennen lässt, dass der geframte Inhalt von einem Dritten stammt, ist daher, ungeachtet dessen, dass idR damit auch Urheberrechte verletzt werden, wettbewerbsrechtlich sowohl als sittenwidriges Schmarotzen durch Übernahme fremder Leistung als auch als Irreführung einzustufen. Kommt es darüber hinaus auf der geframten Seite zu einem Rechtsverstoß, so hat der Linksetzer auch aus diesem Gesichtspunkt dafür einzustehen, zumal er sich den fremden Inhalt durch die Leistungsübernahme zu Eigen gemacht hat.

4.5. Konkludente Zustimmung zur Linksetzung

Wie bereits oben eingehend dargestellt, muss derjenige, der Webseiten ins Internet stellt, mit Verweisen rechnen und ist daher grundsätzlich damit einverstanden, dass auf ihn verlinkt wird.¹⁴³ Bei Surface-Links, bei denen ersichtlich ist, dass das verlinkte Angebot von einem Dritten stammt, ist dies unstrittig.

Bei Deep-Links wird eine konkludente Zustimmung ebenfalls anzunehmen sein; einerseits da der Verlinkte die Möglichkeit hätte, eine technische Zugangssperre auf

Internet, ÖBl 1999, 267; *Thiele*, Anwaltliche Werbung im Internet, AnwBl 1999, 402; *Seidelberger*, Wettbewerbsrecht und Internet, RdW 2000/500; *Kusko*, Schmarotzen im Netz, ÖBl 1999, 1; *Stomper*, Wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit für verlinkte Inhalte, RdW 2001/424.

¹⁴² *Höhne*, Wettbewerbsrecht – Informationsrecht (2001), 30.

¹⁴³ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet – ein Diskussionsbeitrag, AnwBl 1999, 610; *Seidelberger*, Wettbewerbsrecht und Internet, RdW 2000/500; *Dittrich*, Zur Frage der urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002 Abs 18, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002); *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693 (699); OLG Düsseldorf 29. 6. 1999, 20 U 85/98 – baumarkt.de - CR 2000, 184 mit Anm *Leistner*; OLG Hamburg 22. 2. 2001, 3 U 247/00 – Roche Medizin-Online-Lexikon - JurPC Web-Dok, 147/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010147.htm> (1. 9. 2002); LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Meteodata/Bauwetter - http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm (1. 9. 2002).

seinen Unterseiten zu aktivieren bzw denjenigen, der auf eine Unterseite zurückgreifen will, auf seine Homepage umleiten könnte, andererseits weil es dem Wesens des WWW widerspräche, könnte man nicht rasch auf konkrete Informationen zugreifen. Eine Beeinträchtigung des verlinkten Anbieters insb im Hinblick auf allfällige Werbeeinnahmen ist ebenfalls nicht zu befürchten, da der Anbieter sowohl die Möglichkeit hat, den User auf seine Homepage umzuleiten¹⁴⁴, als auch die (Banner-) Werbung entsprechend auf seinen Unterseiten zu positionieren.¹⁴⁵

Anderes gilt jedoch für Framing und Inline-Linking, sofern für den User durch diese Technik nicht ersichtlich ist, dass es sich um einen fremden Inhalt handelt. Zwar bestünde auch hier die technische Möglichkeit durch einen sog „Frame-Killer“ die Darstellung der eigenen Seiten in Frames zu verhindern, jedoch ist in diesem Fall wohl dem Verlinkten nicht zumutbar, dass er einen zusätzlichen Aufwand betreiben müsste, um den Rechtsbruch eines Dritten, nämlich die Verletzung von Wettbewerbs- und Urheberrechten, zu verhindern. Von einer konkludenten Zustimmung zum Framing ist daher nicht auszugehen.¹⁴⁶

¹⁴⁴ Mit dem Risiko, den User zu verstimmen.

¹⁴⁵ *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, Abs 4, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002); *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693.

¹⁴⁶ LG Köln 2. 5. 2001, 28 O 141/01 – [derpoet.de](http://www.derpoet.de) - JurPC Web-Dok 211/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010211.htm> (1. 9. 2002); OLG Hamburg 22. 2. 2001, 3 U 247/00 – Roche Medizin-Online-Lexikon - JurPC Web-Dok 147/201, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010147.htm> (1. 9. 2002); *Dittrich*, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm> (1. 9. 2002).

5. AUSSCHLUSS DER VERANTWORTLICHKEIT BEI LINKS GEM § 17 ECG

5.1. Rechtslage in Österreich

Mit dem am 1.1.2002 in Kraft getretenen ECG hat der Gesetzgeber auch die Verantwortlichkeit für das Setzen von Links geregelt. § 17 sieht dazu vor:

Abs 1: Ein Diensteanbieter, der mittels seines elektronischen Verweises einen Zugang zu fremden Informationen eröffnet, ist für diese Information nicht verantwortlich,

Z 1. sofern er von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information keine tatsächliche Kenntnis hat und sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsache oder Umstände bewusst ist, aus denen eine rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder,

Z 2. sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt hat, unverzüglich tätig wird, um den elektronischen Verweis zu entfernen.

Abs 2: Absatz 1 nicht anzuwenden, wenn die Person, von der die Informationen stammen, dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird oder der Diensteanbieter die fremden Informationen als seine eigenen darstellt.

Mit dem ECG hat der Gesetzgeber primär die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr umgesetzt.¹⁴⁷ Die Richtlinie selbst sieht jedoch keine Regelung in Bezug auf Verantwortlichkeit für Hyperlinks vor. Dies ist einem Bericht der Kommission vorbehalten, in dem untersucht werden soll, ob Vorschläge bzgl der Haftung der Anbieter von Hyperlinks erforderlich sind.¹⁴⁸ Der österreichische

¹⁴⁷ RL des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. 6. 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insb des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (2000/31/EG) ABI 2000 L 178, 1.

¹⁴⁸ RL über den elektronischen Geschäftsverkehr, Artikel 21 Abs 1: Die Kommission legt dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuss vor dem 17. 7. 2003 und danach alle zwei Jahre einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie vor und unterbreitet gegebenenfalls Vorschläge für die Anpassung dieser Richtlinie an die rechtlichen, technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft, insb in Bezug auf die Verbrechensverhütung, den Jugendschutz, den Verbraucherschutz und das einwandfreie Funktionieren des Binnenmarktes. Abs 2: Im Hinblick auf das etwaige Erfordernis an Anpassung dieser Richtlinie wird in dem Bericht insb untersucht, ob Vorschläge in Bezug auf die Haftung der Anbieter von Hyperlinks (...) erforderlich sind.

Gesetzgeber ist jedoch von sich aus einen Schritt weiter gegangen und hat bereits eine Regelung für Hyperlinks und für die in der Richtlinie ebenfalls nicht behandelten, aber ähnlich gelagerten Suchmaschinen¹⁴⁹ vorgenommen.

Von § 17 ECG wird der geschäftliche wie der private User erfasst, obwohl der Diensteanbieter im Sinne des § 3 ECG nur dann ein solcher ist, wenn er den Dienst „in der Regel gegen Entgelt“ bereit stellt. Ungeachtet dessen, dass der Gesetzgeber den Begriff der Entgeltlichkeit sehr weit sieht¹⁵⁰, erübrigt sich die Diskussion darüber, ob und wann auch ein Privater von der Bestimmung erfasst ist, zumal § 19 Abs 2 ECG normiert, dass die §§ 13 bis 18 ECG auch auf Anbieter anzuwenden sind, die unentgeltlich elektronische Dienste bereitstellen.

5.2. Deutsche Rechtslage

In Deutschland hatte man interessanter Weise vor Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie bereits eine Regelung, die auf Linksetzer und deren Verantwortlichkeit angewandt wurde. In Lehre und Judikatur herrschte Einigkeit darüber, dass der Linksetzer ein Diensteanbieter iSd § 5 dTDG aF sei. Strittig war lediglich, ob auf den Linksetzer § 5 Abs 2 oder Abs 3 dTDG aF anzuwenden sei.¹⁵¹ Mit der Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie wurde das dTDG neu gestaltet, doch überraschenderweise hat sich der deutsche Gesetzgeber dazu entschlossen, die bisherigen Inhalte der Regelung des § 5 dTDG aF nicht aufrecht zu erhalten oder weiter zu entwickeln, sondern lediglich die Richtlinie umzusetzen und diese alte Bestimmung fallen

¹⁴⁹ § 14 ECG: Ausschluss der Verantwortlichkeit der Suchmaschinen.

¹⁵⁰ EB zur RV 817, BlgNR 21. GP, 17.

¹⁵¹ *Bettinger/Freytag*, Privatrechtliche Verantwortlichkeit für Links, CR 1998, 545; *Plaß*, Hyperlinks im Spannungsfeld von Urheber-, Wettbewerbs- und Haftungsrecht, WRP 2000, 599; *Ernst*, Zivil- und strafrechtliche Verantwortlichkeit bei Hyperlinks auf fremde Inhalte, <http://www.rzn.uni-hannover.de/BIs/Jahrgang99/BI324/bi324-11.html> (1. 9. 2002); *Stadler*, Der derzeitige Stand der Diskussion zur Frage der Haftung für fremde Inhalte in Folge der Setzung eines Links, 01/1999, <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/linkhaftung.htm> (1. 9. 2002); *ders*, Die Verantwortlichkeit der Inhaltsanbieter nach der E-Commerce-Richtlinie und dem EGG, 05/2001, <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/egg.htm> (1. 9. 2002).

gelassen, sodass derzeit eine Regelung über die Verantwortlichkeit von Anbietern von Hyperlinks (sowie auch von Suchmaschinen) im dTDG nF fehlt.¹⁵²

5.3. Zur Haftungsprivilegierung des § 17 ECG

§ 17 ECG regelt, in welchen Fällen ein Linksetzer nicht zu haften hat. Es wird damit das dem österreichischen Recht bislang unbekanntes System der „horizontalen Haftungsbeschränkung“ eingeführt. Nicht Haftungs Voraussetzungen werden somit geregelt, sondern vielmehr Haftungs**befreiungs**voraussetzungen.¹⁵³ MaW: Lässt sich ein Sachverhalt unter § 17 Abs 2 ECG subsumieren, so ist jegliche Haftung für den Linksetzer ausgeschlossen.

§ 17 ECG wirkt jedoch nicht haftungsbegründend. Es ist daher in einem zweiten Schritt zu prüfen, ob und nach welchem Rechtsgebiet eine Verantwortlichkeit vorliegen kann. Der Tatbestand der Z 1 enthält zwei Alternativen. Demnach wird der Linksetzer für die Verknüpfung seiner Dienste mit fremder Information nicht verantwortlich sofern er a) von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information keine tatsächliche Kenntnis hat und b) sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsachen oder Umstände bewusst ist, aus dem eine rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird. Er kann sich von einer allfälligen Haftung weiters dadurch befreien, dass er c) sobald er Kenntnis oder dieses Bewusstsein gem Z 1 erlangt hat, unverzüglich tätig wird, um den elektronischen Verweis zu entfernen.

Es erscheint äußerst diskussionswürdig, ob es sachlich gerechtfertigt ist, dass für Schadenersatzansprüche einerseits und sonstige Verantwortung andererseits zwei unterschiedlich hohe Vorsatzformen vorgesehen werden. Dies insb im Hinblick darauf, dass fahrlässige Unkenntnis in Bezug auf Schadenersatzansprüche eine entsprechende Haftung ausschließen würde, während im Übrigen tatsächliche Kenntnis von der Rechtswidrigkeit gefordert ist und nur diese dem Linksetzer das

¹⁵² Krit *Stadler*, Die Verantwortlichkeit der Inhaltsanbieter nach der E-Commerce-Richtlinie und dem EGG, 05/2001, <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/egg.htm> (1. 9. 2002).

¹⁵³ *Zankl*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 13 Rz 187.

Haftungsprivileg nehmen würde.¹⁵⁴ Es ist daher kritisch zu prüfen, ob der Gesetzgeber nicht dadurch, dass erst tatsächliche Kenntnis von rechtswidrigen Tätigkeiten die Haftungsbefreiung ausschließt, die Latte für den Vorsatz zu hoch gelegt hat. Denn der Ausdruck „tatsächliche Kenntnis“ wird nach den erläuterten Bemerkungen dahingehend auszulegen sein, dass eine derartige tatsächliche Kenntnis (erst) dann gegeben ist, wenn der Linksetzer *Gewissheit* über die rechtswidrigen Tätigkeiten oder Informationen hat. Das bloße „Kennen müssen“ schadet ihm in Bezug auf seine straf- und verwaltungsrechtliche Verantwortlichkeit nicht und kann nur eine zivilrechtliche Haftung begründen. Der Begriff der tatsächlichen Kenntnis wird in etwa dem Begriff der „Wissentlichkeit“ iSd § 5 Abs 3 StGB¹⁵⁵ entsprechen.¹⁵⁶ Die Kenntnis muss sich nicht nur auf die Sachlage, sondern auch auf die Rechtswidrigkeit der Tätigkeit oder Information beziehen. Der Provider muss diesbezüglich Gewissheit haben, was dann anzunehmen ist, „wenn die Rechtsverletzung auch für einen juristischen Laien ohne weitere Nachforschungen offenkundig ist“, die Rechtswidrigkeit somit für den Anbieter wie für jedermann „leicht erkennbar“ ist.¹⁵⁷

Bedenklich erscheint an dieser Bestimmung, dass man im Lichte dessen, dass gem § 18 Abs 1 ECG keine Überwachungs- oder Nachforschungspflicht des Linksetzers in Bezug auf allfällige Rechtswidrigkeiten der verlinkten Information besteht, die Möglichkeit hat, sich mutwillig der Kenntnis zu entziehen. Erfährt ein Linksetzender zB dass in ein paar Tagen auf der Website der Gruppe P zu einer Straftat aufgerufen werden soll und setzt derjenige „vorsichtshalber“ ein Link auf diese Site, so hält er es zwar ernstlich für möglich und findet sich damit ab, dass er Beitragstäter zu einer mit Strafe bedrohten Handlung ist, dennoch würde ihm - sofern er nicht zu einem späteren Zeitpunkt tatsächlich davon Kenntnis erlangt, dass dieser Aufruf auf die

¹⁵⁴ Krit *Schanda*, Verantwortung und Haftung im Internet nach dem neuen E-Commerce-Gesetz, *ecolex* 2001, 920.

¹⁵⁵ BG v 23.1.1974 über die mit gerichtlicher Strafe bedrohten Handlungen (Strafgesetzbuch – StGB) idFdlN BGBl I 2002/134.

¹⁵⁶ EB zur RV 817 BlgNR 21. GP, 36.

¹⁵⁷ EB zur RV 817 BlgNR 21. GP, 36; OGH 19. 3. 2000, 4 Ob 166/00s – fpo.at - MR 2000, 328 mit Anm *Pilz, Zankl*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 16 Rz 236.

verlinkte Site gestellt wurde - die Haftungsprivilegierung des § 17 Abs 1 Z 1 ECG zugute kommen. Ein Ergebnis, das wenig wünschenswert erscheint.¹⁵⁸

Dies mag ein Resultat dessen sein, dass die Regelung im Wesentlichen der Bestimmung des Ausschlusses der Verantwortlichkeit beim Hosting gem § 16 ECG entspricht, die ihrerseits Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie umsetzt. Dies ist systematisch wohl auch richtig.¹⁵⁹ Jedoch wurde dabei übersehen, dass der Hostprovider und der Linksetzer unterschiedlich nahe an der Information sind, zumal der Linksetzer idR individuelle Zusammenhänge zu bestimmten und bewusst ausgewählten Inhalten herstellt.¹⁶⁰ Der Linksetzer, der näher an der Information ist, sollte also nicht die Möglichkeit haben, bewusst die Augen zu schließen, um so in den Vorteil der Haftungsprivilegierung zu gelangen. Eine Überlegung, die bei der ersten ECG-Novelle eventuell Eingang findet, zumal der Gesetzgeber im Bereich der Hyperlinks nicht in das Korsett der Richtlinie geschnürt ist.

5.4. Ausschluss der Haftungsprivilegierung gem § 17 Abs 2 ECG

In den Genuss der Haftungsprivilegierung kommt der Linksetzer jedoch nicht, wenn die Person, von der die Informationen stammen, dem Linksetzer untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird oder der Linksetzer die fremden Informationen als seine eigenen darstellt.

Die Begriffe „unterstehen“ und „beaufsichtigt werden“ sind wohl weit zu verstehen, sodass auf die faktische Einflussmöglichkeit des Linksetzers auf diese Personen abzustellen sein wird.¹⁶¹ In der ursprünglichen Regierungsvorlage nicht enthalten, aber erfreulicherweise doch in das ECG Eingang gefunden, hat der Passus, dass die Haftungsprivilegierung auch dann entfällt, wenn der Linksetzer die fremden Informationen als seine eigenen darstellt. Dies ist im Einklang mit der bisherigen deutschen Judikatur und spiegelt auch den eigentlichen Tenor der Jobmonitor-

¹⁵⁸ Vgl dazu auch *Zankl*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 16 Rz 235.

¹⁵⁹ *Zankl*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 17 Rz 247.

¹⁶⁰ So auch *Zankl*, Der Entwurf zum E-Commerce-Gesetz, NZ 2001, 325.

¹⁶¹ *Keltner*, Hyperlinks, 24.

Entscheidung¹⁶² wider. Denn wenn sich der Online-Anbieter aufgrund der Umstände des Einzelfalls mit den fremden „verlinkten“ Informationen identifiziert oder diese gar im Rahmen seines Angebotes liegen, so soll der Linksetzer auch dafür einzustehen haben. Es könne, so die Regierungsvorlage, diesfalls nicht von der Eröffnung eines Zugangs zu fremden Inhalten eines anderen Nutzers gesprochen werden.¹⁶³

Die Jobmonitor-Entscheidung ist bereits über ein Jahr vor dem in Kraft Treten des ECG ergangen. Prüft man diese nun im Hinblick darauf, ob der OGH anders zu entscheiden gehabt hätte, wenn ihm der § 17 ECG bereits zur Verfügung gestanden wäre, so ist dies zu verneinen. Der OGH hätte sich nur eine Nuance leichter getan und wahrscheinlich mit der selben Argumentation keine Haftungsprivilegierung aufgrund des § 17 Abs 2 letzter Satzteil ECG angenommen und in der Folge die wettbewerbsrechtliche Verantwortung bejaht.

5.5. „Linkreiterei“¹⁶⁴

Um trotz Verlinkens auf rechtswidrige Inhalte, dennoch nicht die Haftungsprivilegierung durch § 17 Abs 2 ECG zu verlieren, läge der Gedanke nahe, dass ein Linksetzer nicht unmittelbar zu jenem Inhalt verlinkt, den er sich eigentlich zu Eigen machen möchte, sondern sein Link lediglich zu einem weiteren Link führt, das seinerseits auf eine Site mit den rechtswidrigen Inhalten führt.

Damit würde der Linksetzer jedoch wenig Glück haben. § 17 gilt auch für weiterverlinkte Inhalte. Der Linksetzer verliert sein Haftungsprivileg auch dann, wenn sich zwar nicht auf der unmittelbar verlinkten Seite, wohl aber auf einer Seite auf die von der verlinkten Seite weiter verlinkt wird, rechtswidrige Inhalte befinden und die

¹⁶² OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 225/00t, MR 2001, 115.

¹⁶³ EB zur RV 817 BlgNR 21. GP, 37. *Zankl* kritisiert daran, dass die Abgrenzungskriterien, wann sich jemand die fremden Inhalte zu Eigen macht und somit damit identifiziert, nicht gesetzlich determiniert sind (*Zankl*, Haftung für Hyperlinks im Internet, *ecolex* 2001, 354; *ders*, E-Commerce-Gesetz (2002) § 17 Rz 265 ff).

¹⁶⁴ Dieser „terminus non technicus“ ist angelehnt an den Begriff der Wechselreiterei.

sonstigen Voraussetzungen des § 17 ECG erfüllt sind.¹⁶⁵ Um eine derartige „Linkreiterei“ hintan zu halten, ist die Regelung nicht auf direkte Links beschränkt.

5.6. Suchmaschinen

Lediglich der Vollständigkeit halber sei erwähnt, dass es für Suchmaschinen, deren ureigenstes Geschäft es ist, Links zur Verfügung zu stellen, eine gesonderte Bestimmung, nämlich § 14 ECG gibt. Eine Haftung des Suchmaschinenbetreibers im Rahmen der Zurverfügungstellung von Links ist demnach ausgeschlossen, sofern der Suchmaschinenbetreiber 1. die Übermittlung der abgefragten Informationen nicht veranlasst, 2. den Empfänger der abgefragten Informationen nicht auswählt und 3. die abgefragte Information weder auswählt noch verändert. Auch hier gilt gem § 14 Abs 2 ECG (ähnlich § 18 Abs 2 ECG), dass die Haftungsprivilegierung nicht greift, wenn die Person, von der die abgefragte Information stammt, dem Suchmaschinenbetreiber untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird. Im Lichte dessen, dass die Suchmaschinen von besonderer Wichtigkeit für das WWW sind, ist es erfreulich, dass sich der Gesetzgeber entschlossen hat, eine ausdrückliche gesetzliche Regelung zu treffen, ohne von der Richtlinie dazu angehalten zu sein.¹⁶⁶

6. PRÜFPFLICHT DES LINKSETZERS?

6.1. Ausschluss der Prüfpflicht gem § 18 Abs 1 ECG

Gem § 18 Abs 1 ECG ist der Linksetzer (sowie der Service-, Suchmaschinen-, Access- und Hostprovider) nicht verpflichtet, die von ihm zugänglich gemachten Informationen allgemein zu überwachen oder von sich aus nach Umständen zu forschen, die auf rechtswidrige Tätigkeiten hinweisen.

Ungeachtet dessen, dass eine allgemeine Prüfpflicht in Bezug auf verlinkte Inhalte impraktikabel wäre und dem Wesen des Internets widerspräche, ist damit normiert,

¹⁶⁵ Zankl, E-Commerce-Gesetz (2002) § 17 Rz 255; EB zur RV 817 BlgNR 21. GP, 37.

¹⁶⁶ Vgl dazu eingehend Keltner, Hyperlinks, 27 ff.

dass eine Nachforschungspflicht des Linksetzers im Hinblick auf allfällige Rechtswidrigkeiten in den verlinkten Inhalten grundsätzlich nicht besteht.

Dessen ungeachtet kann in besonderen Fällen eine solche Prüfpflicht des Linksetzers auf fremde Inhalte dennoch zu bejahen sein. Diesfalls ist diese auf grobe und auffällige Wettbewerbsverstöße zu beschränken.¹⁶⁷ Hat sich nun ein Linksetzer einen fremden Inhalt derart zu Eigen gemacht, dass dieser Inhalt seine eigenen Ausführungen ersetzt und somit als Ergänzung der eigenen Leistung verstanden werden soll, so dürfte an der Prüfpflicht kein Zweifel bestehen. In diesem Fall ist der fremde Inhalt den eigenen Inhalten gleichzusetzen und die Haftung für eigene Inhalte versteht sich von selbst.¹⁶⁸

Ausschlaggebendes Kriterium, ob eine Prüfpflicht besteht oder nicht, ist daher, ob der Linksetzer die fremden Informationen als seine eigenen darstellt. Sofern dies zu bejahen ist, käme dem Linksetzer einerseits die Haftungsprivilegierung gem § 17 ECG und mE andererseits die Freistellung von der Prüfpflicht gem § 18 Abs 1 ECG nicht zugute.

Abgesehen von der eben angesprochenen Sonderkonstellation steht mit Einführung des § 18 ECG jedenfalls fest, dass, wer ein Link setzt, nicht nachforschen muss, ob sich der verlinkte Inhalt zu einem *späteren* Zeitpunkt verändert hat und nunmehr allenfalls rechtswidrige Inhalte aufweist. Insoweit hat die zutreffende Entscheidung des Amtsgerichts Berlin-Tiergarten in der Sache der PDS-Bundesvorsitzenden Angela Marquardt Berücksichtigung gefunden.¹⁶⁹ Frau Marquardt hatte auf ihrer Homepage auf die Zeitschrift „Radikal“ verwiesen. Zu einem späteren Zeitpunkt wurde dort das Delikt der Anleitung zu Straftaten begangen.¹⁷⁰ Zum Zeitpunkt als Frau Marquardt das

¹⁶⁷ OGH 18. 1. 2000, 4 Ob 216/99w, ÖBl 2000, 216.

¹⁶⁸ Zankl, E-Commerce-Gesetz (2002) § 13 Rz 185; Grünzweig, Haftung für Links im Internet nach Wettbewerbsrecht, RdW 2001/549.

¹⁶⁹ Amtsgericht Berlin 30. 6. 1997, 260 DS 857/96 – Marquardt/Radikal – http://www.netlaw.de/urteile/agb_01.htm = <http://www.online-recht.de/vorent.html?AGBerlin-Tiergarten970630+ref=Strafrecht> (1. 9. 2002); Ernst, Können Internet-Links strafbar sein?, NJW – CoR 1997, 115.

¹⁷⁰ Gem § 30a Abs 1 dStGB. Im gegenständlichen Fall erschienen dort zwei Artikel mit dem Titel „Ein kleiner Leitfaden zur Behinderung von Bahntransporten aller Art“ sowie „Jedes Herz eine

Link setzte, befanden sich diese Beiträge noch nicht auf der Homepage der Zeitschrift „Radikal“, so dass das Gericht dazu ausführte: „Die bloße Weiterexistenz des Links kann eine Strafbarkeit der Angeklagten jedenfalls dann nicht begründen, wenn nicht positiv festgestellt werden kann, dass die Angeklagte den Link bewusst und gewollt in Kenntnis der Existenz und des Inhaltes der Ausgabe 154 der „Radikal“ weiter aufrecht erhielt.“ In der Folge wurde eine laufende Prüfpflicht des Linksetzers verneint.¹⁷¹

Offen lässt § 18 Abs 1 ECG jedoch die Frage, ob man bei *erstmaligem* Setzen des Links die verlinkten Inhalte auf eine allfällige Rechtswidrigkeit prüfen muss. Aus dem Gesetzeswortlaut, der die verschiedenen Provider und den Linksetzer „über einen Kamm schert“ lässt sich nicht unmittelbar Klarheit gewinnen. Im Zusammenhang mit einem Linksetzer lassen die Termini „überwachen“ und „nach Umständen forschen“ keine eindeutige zeitliche Zuordnung der „Nicht-Pflicht“ zu. Das wesentliche Abgrenzungskriterium wird wohl auch in diesem Fall sein, ob der Linksetzer die fremden Informationen als seine eigenen darstellt und damit sein Angebot erweitert. Diesfalls wird ihn, wie oben bereits ausgeführt, eine laufende Prüfpflicht treffen.¹⁷² Jeden anderen Linksetzer wird jedoch idR weder laufend, noch zum Zeitpunkt des Setzen des Links eine Prüfpflicht in Bezug auf die fremden Inhalte treffen.

6.2. Prüfpflicht und vergleichende Werbung

Bei vergleichender Werbung bedarf die Prüfpflicht jedoch einer gesonderten Betrachtung.

Zeitbombe – Rekrutierungszüge/Abschiebezüge stoppen!“, die sich inhaltlich mit Sabotageakten gegen die Deutsche Bahn befassten.

¹⁷¹ Amtsgericht Berlin 30. 6. 1997, 260 DS 857/96 – Marquardt/Radikal – <http://www.online-recht.de/vorent.html?AGBerlin-Tiergarten970630+ref=Strafrecht> (1. 9. 2002); *Price Waterhouse Coopers* München, Strafbarkeit beim Setzen von Links, 1998, http://www.legamedia.net/legapractice/pwc/rsp/9810_rsp_pwc_pds-links.php (1. 9. 2002); *Ernst*, Können Internet-Links strafbar sein?, NJW – CoR 1997, 115.

¹⁷² So wohl auch *Seidelberger* in *Ciresa/Orou*, Rechtsberatung Internet, Kapitel 6.3, 8.

Vergleichende Werbung ist grundsätzlich zulässig;¹⁷³ sie ist daher auch im Internet zulässig, wobei jedoch online die gleichen Beschränkungen zu beachten sind, die auch offline gelten.¹⁷⁴ Zulässige vergleichende Preiswerbung ist daher auch online nicht allein auf identische Güter beschränkt, sondern darf sich auch auf gleichartige (Waren oder Dienstleistungen) erstrecken. Die Preiswerbung darf jedoch nicht zur Irreführung geeignet sein, was insb dann der Fall ist, wenn mit dem Preisvergleich vorgetäuscht wird, es werde Vergleichbares verglichen. Der eigene niedrigere Preis des Werbenden darf nicht mit dem höheren Konkurrenzpreis verglichen werden, der eine qualitativ bessere Ware oder Dienstleistung betrifft.¹⁷⁵

Neben den allgemeinen Grundsätzen der vergleichenden Werbung wird dem Online-Werbenden, der ein Link auf jene Güter, mit denen er sein eigenes Angebot vergleicht, anzuraten sein, seine dadurch getätigte Aussage und den jeweils tagesaktuellen gezogenen Vergleich auch up to date zu halten. Wenn der Baumarktbetreiber OBI online einen Handbohrer anbietet der günstiger ist als ein vergleichbarer Handbohrer beim bauMax-x und ein Link auf dieses Angebot setzt, so wird dies grundsätzlich zulässig sein. Entschließt sich jedoch der bauMax-x unter der (verlinkten) Adresse einen Elektrobohrer anzubieten, der naturgemäß teurer sein wird als der Handbohrer des OBI, so würden die Voraussetzungen der zulässigen vergleichenden Werbung nicht mehr erfüllt, insb da es sich wohl nicht mehr um gleichartige Güter handelt. Da dem Verlinkten, ungeachtet dessen, dass er uU von der Verlinkung gar nichts weiß, jedenfalls keine Informationspflicht im Hinblick auf die von ihm vorgenommene Änderung seines Content trifft, wird es an dem Werbenden sein, laufend zu prüfen, ob sich auf der verlinkten Seite einerseits tatsächlich noch ein vergleichbares Gut befindet, andererseits dieses – im Fall der vergleichenden

¹⁷³ Mit der UWG-Novelle 1999 in Umsetzung der RL des Rates vom 6. 10. 1997 zur Änderung der RL 84/450/EWG über irreführende Werbung zwecks Einbeziehung der vergleichenden Werbung (97/55/EG) ABl 1997 L 290, 18 wurde auch im Gesetzestext klargestellt, dass nicht nur vergleichende Werbung sondern auch vergleichende Preiswerbung zulässig ist.

¹⁷⁴ *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693 (704); *Zib*, Aktuelle Rechtsfragen bei Internet-Werbung und Internet-Domain-Namen, VR 2001, 35; *Schönherr*, Wettbewerbsrechtliche Aspekte des Internet, ÖBl 1999, 267.

¹⁷⁵ OGH 18. 1. 2000, 4 Ob 16/00g – Säрге – ÖBl-LS 2000/41; OGH 23. 5. 1995, 4 Ob 34/95 – teure ATS 195,-- - eclex 1999, 731 mit Anm *Wiltschek* = MR 1995, 190 mit Anm *Korn* = wbl 1995, 382.

Preiswerbung – auch nach wie vor teurer ist.¹⁷⁶ In den Fällen vergleichender Werbung via Link wird sich der Linksetzer daher nicht auf § 18 Abs 1 ECG stützen können. Vielmehr wird ihn sehr wohl eine Prüfpflicht treffen.¹⁷⁷

7. UNTERSAGUNG VON LINKS AUF DIE EIGENE SEITE ODER „DIE METEODATA.COM-DISKUSSION“

7.1. Serienabmahnungen – Die Ausgangssituation

Die Meteodata Wetteranalysen GmbH betreibt einen Wetterdienst und eine Website, auf der Wetterinformationen abrufbar sind. Auf diese Wetterinformationen haben zahlreiche Unternehmen verlinkt. Das führte dazu, dass Meteodata an hunderte Unternehmen Rechnungen von EUR 1.000,-- bis zu EUR 13.000,-- für „unerlaubte Nutzung von Leistungen“ schickte. Jeder, der auf eine Website von der Meteodata ein Link gesetzt hatte, sollte dafür zur Kasse gebeten werden. Dies ungeachtet der Ausgestaltung der Linktechnik. Ihren Anspruch begründete Meteodata unter anderem damit, dass es gemäß ihren online veröffentlichten AGB¹⁷⁸ für die Setzung eines externen Links auf eine Meteodata-Website der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Meteodata bedarf. Weiters sei gem den AGB Framing oder Inline-Linking für sämtliche Inhalte der gesamten Website verboten. Die Marke „METEO-data“ ist als Gemeinschaftsmarke für die Klassen 35, 41 und 42¹⁷⁹ unter der Nummer CTM 483941 als Bildmarke zugunsten der Meteodata Wetteranalysen GmbH registriert.

¹⁷⁶ Nicht ganz so pointiert, aber durchaus lebensnah wäre das Beispiel, dass ein Gebrauchtgüterhändler ein bestimmtes Modell eines Kfz ins Internet stellt und als preisgünstiger bewirbt als jenes des Konkurrenten. Der Konkurrent ändert daraufhin das Angebot unter der verlinkten URL auf ein besseres Modell mit Sonderausstattung, was der Vergleichbarkeit idR den Boden entziehen würde.

¹⁷⁷ Dies scheint mir auch im Einklang mit der hM. Zwar stellt der Werbende die fremde Information nicht als seine eigene dar (es ist ihm viel mehr wichtig, dass der User erkennt, dass es sich um eine fremde Information handelt), doch gibt er zu erkennen, dass seine Werbung ohne die Information aus dem Vergleich mit der verlinkten Information, nicht vollständig wäre.

¹⁷⁸ Abrufbar unter <http://www.meteodata.com/impressum/agbs.html> (1. 9. 2002).

¹⁷⁹ Gem der Klassifikation von Nizza.

Auf den angebotenen Wetterkarten ist die Urheberschaft der Meteodata mittels Copyrightvermerk ersichtlich.

Zunächst hat Meteodata jedem Linksetzer, ungeachtet der technischen Ausgestaltung des Links, eine Rechnung geschickt und mit Klage für den Fall der Nichtzahlung gedroht.¹⁸⁰ Offensichtlich anwaltliche Beratung beigezogen habend, lenkten die Rechtsberater von der Meteodata in der Folge jedoch ein, anerkannten die grundsätzliche Zulässigkeit von Links, sahen aber Rechtsverletzungen sofern Framing- bzw Inline-Linking-Techniken angewandt worden waren.¹⁸¹

7.2. Die Untersagung aus rechtlicher Sicht

Wie oben bereits eingehend dargestellt, ist es inzwischen herrschende Meinung, dass, wer einen Internetauftritt betreibt, zumindest konkludent zustimmt, dass ein Link auf seine Website gesetzt wird.¹⁸² Denn wer eine Website in das WWW stellt, macht damit die Site samt ihren Inhalten der Öffentlichkeit zugänglich und gibt dadurch zu erkennen, dass deren Inhalte von jedermann eingesehen werden dürfen.¹⁸³ In der Folge kann mit rechtlichen Mitteln nicht verhindert werden, dass auf diese öffentlich zugänglichen Informationen hingewiesen wird.¹⁸⁴ Ein derartiger Hinweis erfolgt im WWW typischer Weise mittels eines Link. Tritt nun zu der „bloßen Verlinkung“ kein Eingriff in ein konkretes Recht des Verlinkten hinzu, so kann das Setzen dieses Links auch nicht untersagt werden.¹⁸⁵ Denn der Verlinkte hat jene Situation, die er durch

¹⁸⁰ Ein höchst interessanter und amüsanter Briefwechsel zwischen dem Verein e-steyr.com und Meteodata findet man unter Meteo Data vs. e-Steyr.com - die Chronologie, <http://www.e-steyr.com/meteodata/> (1. 9. 2002).

¹⁸¹ Der Standard, Meteodata nimmt Stellung, 03/2002, <http://derstandard.at/?id=881450> (1. 9. 2002).

¹⁸² Vgl oben Kapitel 4.1. und 4.5.

¹⁸³ LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Meteodata/Bauwetter - http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm (1. 9. 2002).

¹⁸⁴ Schmidbauer, Einer gegen alle, 05/2002, <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell16a.htm> (1. 9. 2002); differenzierend *derx*, Cash for Link?, 03/2002, <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell14a.htm> (1. 9. 2002).

¹⁸⁵ LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Meteodata/Bauwetter - http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm (1. 9. 2002); so auch zur Frage der

eine Untersagung der Verlinkung bekämpfen möchte, durch sein Verhalten selbst herbeigeführt.¹⁸⁶ Wollte er einen Hinweis durch eine „saubere“ Verlinkung unterbinden, so sollte er entweder eine andere Verbreitungsform als das WWW suchen¹⁸⁷, seine Site nur gegen Registrierung zugänglich machen oder eine der technischen Möglichkeiten wählen, um Links abzuwehren.¹⁸⁸ Darüber hinaus widerspräche ein generelles Verlinkungsverbot dem Charakter des WWW.¹⁸⁹

Ungeachtet dessen, dass ohne Hinzutreten besonderer Umstände, eine Verlinkung nicht rechtswirksam untersagt werden kann, müsste ein Linksetzer darüber hinaus auch nicht damit rechnen, dass der Betreiber einer Website, auf die er ein Link legen will, dies nicht oder nur gegen Entgelt zulassen möchte. Insbesondere müsste er auch nicht die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Dritten durchforsten, ob eine derartige Klausel enthalten wäre. Denn auch hier gilt, dass mit Klauseln ungewöhnlichen Inhalts gem § 864a ABGB nicht gerechnet werden muss. Und daran, dass die Regelung der Unzulässigkeit von Links eine ungewöhnliche Bestimmung ist, dürfte wohl kein Zweifel bestehen.¹⁹⁰ Mangels Vertrag zwischen Meteodata und Linksetzer sind darüber hinaus die AGB vom Meteodata nicht anwendbar und, dass durch das bloße Setzen eines Links ein Vertrag entstünde, hat bisher, soweit ersichtlich, nicht einmal Meteodata behauptet.

Untersagungsmöglichkeit in Bezug auf Deep Links *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693.

¹⁸⁶ *Schmidbauer*, Einer gegen alle, 05/2002, <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell16a.htm> (1. 9. 2002); aA *ARGE DATEN*, Greifen Online-Links in Rechte Dritter ein?, 03/2002, <http://www.argedaten.at/news/20020307.html#5> (1. 9. 2002).

¹⁸⁷ *Höhne*, Anwaltswerbung im Internet – ein Diskussionsbeitrag, AnwBl 1999, 610.

¹⁸⁸ *Schmidbauer*, Einer gegen alle, 05/2002, <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell16a.htm> (1. 9. 2002); *Sosnitzka*, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung so genannter Deep-Links, CR 2001, 693.

¹⁸⁹ LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Meteodata/Bauwetter - http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm (1. 9. 2002).

¹⁹⁰ *Schmidbauer*, Cash for Link?, 03/2002, <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell14a.htm> (1. 9. 2002); *ders*, Einer gegen alle, 05/2002, <http://www.internet4jurists.at/news/aktuell16a.htm> (1. 9. 2002).

Dass eines der Links in die Bildmarke von Meteodata eingegriffen hätte, zB durch Ausgestaltung des Links als grafisches Link unter Verwendung der Marke, wurde bisher nicht behauptet, sodass eine Rechtsverletzung aus Sicht des Markenschutzes nicht anzunehmen ist.

Zutreffend ist jedoch, dass, sofern die Wetterinformationen durch Frame- bzw Inlinetechnik übernommen wurden, dies auch in gegenständlichem Fall eine Ausbeutung fremder Leistung oder eine sittenwidrige Leistungsübernahme iSd § 1 UWG sein wird (vgl dazu eingehend oben).

In diesem Tenor auch die erste in dieser Causa ergangene Entscheidung des LG Steyr.¹⁹¹ Ein Bauunternehmen hatte auf seiner Homepage unter der Überschrift „Bauwetter“ neun Links (eines pro Bundesland) gesetzt, bei deren Betätigung eine Verknüpfung zur Website von Meteodata hergestellt wurde. Dies erfolgte jedoch mit der Frametechnik, sodass der Eindruck entstand, die Wetterkarten seien Eigenleistungen des Bauunternehmens. Dies stellt eine sittenwidrige Leistungsübernahme gem § 1 UWG dar. Das Vorliegen eines Wettbewerbsverhältnisses hatte das Gericht im Vorfeld bejaht, da sich das Bauunternehmen mit der Verwendung der Website von Meteodata mit dieser in ein Wettbewerbsverhältnis gestellt hat.

Dem Bauunternehmen wurde daher mittels einstweiliger Verfügung verboten, „Wetterkarten, die auf den Websites von Meteodata dargestellt werden – ohne deren Zustimmung – im Rahmen des eigenen Auftritts im WWW derart zu verlinken, dass nicht erkennbar ist, dass es sich dabei um eine Verknüpfung auf eine Website von Meteodata handelt“. Jedoch – und hier ist dem Gericht uneingeschränkt zuzustimmen - wurde das Begehren abgewiesen, dass es dem Bauunternehmen generell verboten sei, ohne Zustimmung von Meteodata deren Wetterkarten im Rahmen ihres eigenen Auftritts im WWW zu verwenden und öffentlich zugänglich zu machen.

Interessanter Weise stellt das Gericht nicht auf das Framing per se ab, sondern darauf, ob ersichtlich ist, dass der Inhalt von einem Dritten stammt. Das vom Gericht herangezogene Kriterium, dass schon bei dem Link selbst darauf hingewiesen werden

¹⁹¹ LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Meteodata/Bauwetter - http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm (1. 9. 2002).

müsse, wohin dieses Link führe¹⁹², erscheint jedoch etwas überzogen. Denn die Ausbeutung fremder Leistung und eine Irreführung ist dann auszuschließen, wenn ersichtlich ist, dass die Leistung von einem Dritten stammt. Dies muss nicht zwingend durch einen Hinweis bei einem Link kommuniziert werden. Richtig ist aber, dass nicht Framing als solches Wettbewerbswidrigkeit begründet, sondern nur dann, wenn nicht ersichtlich ist, dass eine fremde Leistung zur Darstellung gelangt¹⁹³.¹⁹⁴

7.3. Conclusio

Wie hatte also der abgemahnte Linksetzer auf die Forderungen der Meteodata richtig zu reagieren?

War das Link derart gestaltet, dass für den User ersichtlich war, dass eine fremde Leistung, nämlich jene von Meteodata, zur Darstellung gelangt, so war die richtigste Reaktion, nicht zu reagieren.¹⁹⁵ Mangels wettbewerbswidrigem Verhalten scheidet der Anspruch nach UWG, mangels Vertrag der – von Meteodata so herbeigesehnte – Entgeltanspruch. Eine rechtliche Veranlassung, das Link zu entfernen, besteht ebenfalls nicht. Dessen ungeachtet kann es durchaus empfehlenswert sein, die Verlinkung nicht aufrecht zu erhalten, sofern man vom Verlinkten dazu aufgefordert wird, und sei es nur, um sich weitere Korrespondenz zu ersparen.¹⁹⁶

Wurde jedoch für den User der Anschein erweckt, die jeweiligen Wetterkarten stammen vom Linksetzer, so hat sich dieser damit in ein Wettbewerbsverhältnis zu Meteodata gestellt und wird diese unzulässige Leistungsübernahme und/oder Irreführung zu unterlassen haben. Abgesehen von den Gerichts- und Anwaltskosten

¹⁹² Oder, dass es sich bei dem Link um ein „Link“ handle.

¹⁹³ Vgl auch eingehend *Schmidbauer*, 1:0 für Meteodata, 08/2002, <http://www.i4j.at/link/link.htm> (1. 9. 2002).

¹⁹⁴ Der Umstand, dass jede der Wetterkarten einen deutlichen Copyrightvermerk hatte, wurde vom Gericht zwar wahrgenommen, eine eingehende Erörterung, warum dies nicht genügen sollte, um einen Wettbewerbsverstoß auszuschließen, erfolgte jedoch nicht.

¹⁹⁵ *Höhne*, Werkstattgespräch im Rahmen des Universitätslehrganges für Informationsrecht und Rechtsinformation am 12. 6. 2002.

¹⁹⁶ *ARGE DATEN*, Meteodata - Geschäftsmodell Anwaltsdrohung?, 03/2002, <http://www.argedaten.at/news/20020307.html> (1. 9. 2002).

und allfälligen Kosten für eine Urteilsveröffentlichung bleibt Meteodata jedoch bloß der Anspruch auf angemessenes Entgelt, der für Wetterkarten, die von anderen Anbietern im WWW unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, nicht allzu hoch sein dürfte.

8. ZUSAMMENFASSUNG

- Wer Inhalte in das WWW stellt, stimmt konkludent zu, dass auf seine Seite verlinkt wird. Denn, wer eine Website im WWW betreibt, macht damit die Site samt ihren Inhalten der Öffentlichkeit zugänglich und gibt dadurch zu erkennen, dass deren Inhalte von jedermann eingesehen werden dürfen. In der Folge kann mit rechtlichen Mitteln nicht verhindert werden, dass auf diese öffentlich zugänglichen Informationen, zB mittels eines Link, hingewiesen wird.
- Erfolgt die Verwendung einer in Buchstaben und/oder Ziffern darstellbaren Marke oder eines entsprechenden Zeichens in einem Fließtext, so kann eine Kennzeichenrechtsverletzung idR ausgeschlossen werden, wobei der Umstand, dass das Zeichen mit einem Link unterlegt ist idR nichts an dieser Beurteilung ändert.

Erfolgt die Markennennung jedoch zwar in einem Fließtext, ergibt sich aber aus dem Zusammenhang, dass der Websitebetreiber entweder eine fremde Marke seinen eigenen Waren oder Dienstleistungen unmittelbar zugerechnet wissen möchte oder wird der Eindruck erweckt, dass eine Sonderbeziehung zwischen Websitebetreiber und Markeninhaber besteht, so würde dies sowohl eine Markenrechtsverletzung als auch eine Irreführung im Sinne des UWG darstellen.

Das bloße Setzen eines Links zu einer Website auf der eine Kennzeichenrechtsverletzung stattfindet, begründet noch keine Kennzeichenrechtsverletzung durch den Linksetzer, sofern nicht weitere Umstände hinzu treten.

- Ausschlaggebender Anknüpfungspunkt, ob ein Linksetzer für fremde Inhalte einzustehen hat, ist, ob der verlinkte Inhalt eigene Ausführungen ersetzt. Ist dies zu bejahen, so wird den Linksetzer die Verantwortung für den verlinkten Inhalt treffen.

- Deep-Linking ist, sofern keine besonderen Umstände hinzu treten, zulässig und dies entspricht insbesondere auch dem Wesen des Internet, nämlich möglichst rasch auf bestimmte Informationen zugreifen zu können. Daher kann man nicht nur als Internetuser, sondern auch als Jurist mit Jakob Nielsen sagen: Only deep-linking is good linking.
- Framing, das nicht erkennen lässt, dass der geframte Inhalt von einem Dritten stammt, ist, ungeachtet dessen, dass idR damit auch Urheberrechte verletzt werden, wettbewerbsrechtlich sowohl als sittenwidriges Schmarotzen durch Übernahme fremder Leistung als auch als Irreführung einzustufen. Kommt es darüber hinaus auf der geframten Seite zu einem Rechtsverstoß, so hat der Linksetzer auch aus diesem Gesichtspunkt dafür einzustehen, zumal er sich den fremden Inhalt durch die Leistungsübernahme zu eigen gemacht hat.
- Die Regelung des § 17 ECG befreit den Linksetzer grundsätzlich von seiner Haftung für verlinkte Inhalte. Nur wenn die folgenden Voraussetzungen gegeben sind, kommt er nicht in den Genuss dieser Haftungsprivilegierung: Der Linksetzer hat in Bezug auf den Inhalt der verlinkten Seite von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information tatsächliche Kenntnis *und* ist sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch der Rechtswidrigkeit der Tatsachen oder der Umstände bewusst *und* nach Kenntnis oder nach Erlangung dieses Bewusstseins entfernt er den elektronischen Verweis nicht umgehend.

Liegen die Voraussetzungen für eine Haftungsprivilegierung nicht vor, so erfolgt in einem zweiten Schritt die Prüfung, ob und nach welchem Rechtsgebiet eine Verantwortlichkeit vorliegen könnte, zumal § 17 ECG ausschließlich haftungsbefreiend, nicht aber haftungsbegründend wirkt.

Wer sich jedoch mit den verlinkten Informationen identifiziert oder diese gar als seine eigenen darstellt, hat gem § 17 Abs 2 ECG auch dafür einzustehen, zumal diesfalls nicht von der Eröffnung eines Zugangs zu fremden Inhalten gesprochen werden kann.

- Eine Prüfpflicht des Linksetzers in Bezug auf die durch sein Link zugänglich gemachten Informationen besteht im Lichte des § 18 Abs 1 ECG - von Sonderkonstellationen abgesehen - grundsätzlich nicht. Jedoch gilt auch hier: Wenn der Linksetzer fremden Informationen als seine eigenen darstellt und damit

sein Angebot erweitert oder online vergleichende Werbung macht, wird ihn eine Prüfpflicht treffen.

Wien, September 2002

RECHTSQUELLEN IM VOLLTEXT

Österreich

UWG - Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, BGBl. Nr. 448/1984 idF BGBl. I Nr. 185/1999

§ 1. Handlungen gegen die guten Sitten

Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbes Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.

§ 2. Irreführung

- (1) Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbes über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit, den Ursprung, die Herstellungsart oder die Preisbemessung einzelner Waren oder Leistungen oder des gesamten Angebotes, über Preislisten, über die Art des Bezuges oder die Bezugsquelle von Waren, über den Besitz von Auszeichnungen, über den Anlaß oder den Zweck des Verkaufes oder über die Menge der Vorräte zur Irreführung geeignete Angaben macht, kann auf Unterlassung der Angaben und, wenn er deren Eignung zur Irreführung kannte oder kennen musste, auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden.
- (2) Vergleichende Werbung, die weder gegen Abs. 1 noch gegen die §§ 1, 7 und 9 Abs. 1 bis 3 verstößt, ist zulässig.
- (3) Zusätzlich ist vergleichende Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die Waren oder Leistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht, hinsichtlich des Vergleiches nur dann zulässig, wenn
 1. sie sich bei Waren mit Ursprungsbezeichnung in jedem Fall auf Waren mit gleicher Bezeichnung bezieht oder
 2. sich der Vergleich auf ein Sonderangebot bezieht, der Zeitpunkt des Endes des Sonderangebotes und, wenn das Sonderangebot noch nicht gilt, der Zeitpunkt des Beginns des Zeitraums, in dem der Sonderpreis oder andere besondere Bedingungen gelten, klar und eindeutig angegeben werden.
- (4) Wer im geschäftlichen Verkehr gegen Abs. 3 verstößt, kann auf Unterlassung und Schadenersatz in Anspruch genommen werden.
- (5) In Verfahren auf Unterlassung oder Schadenersatz nach den Abs. 1 bis 4 und Abs. 6 sind vom Werbenden die entsprechenden Beweise für die Richtigkeit der in der Werbung enthaltenen Tatsachenbehauptungen zu verlangen, in den Fällen irreführender Werbung aber nur dann, wenn ein solches Verlangen unter Berücksichtigung der berechtigten Interessen des Werbenden und anderer Verkehrsteilnehmer im Hinblick auf die Umstände des Einzelfalles angemessen erscheint.
- (6) Der Anspruch auf Schadenersatz kann gegen Personen, die sich gewerbsmäßig mit der Verbreitung öffentlicher Ankündigungen befassen, nur geltend gemacht werden, wenn sie die Unrichtigkeit der Angaben kannten, gegen bloß presserechtlich verantwortliche Personen nur, wenn sie verpflichtet waren, die Ankündigung auf ihre Wahrheit zu prüfen (§ 4 Abs. 2).

§ 9 Missbrauch von Kennzeichen eines Unternehmens

- (1) Wer im geschäftlichen Verkehr einen Namen, eine Firma, die besondere Bezeichnung eines Unternehmens oder eines Druckwerkes, für das § 80 des Urheberrechtsgesetzes nicht gilt, oder

eine registrierte Marke in einer Weise benützt, die geeignet ist, Verwechslungen mit dem Namen, der Firma oder der besonderen Bezeichnung hervorzurufen, deren sich ein anderer befugterweise bedient, kann von diesem auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

- (2) Der Benützer ist dem Verletzten zum Ersatz des Schadens verpflichtet, wenn er wusste oder wissen musste, dass die missbräuchliche Art der Benützung geeignet war, Verwechslungen hervorzurufen.
- (3) Der besonderen Bezeichnung eines Unternehmens stehen Geschäftsabzeichen und sonstige zur Unterscheidung des Unternehmens von anderen Unternehmen bestimmte Einrichtungen, insbesondere auch Ausstattungen von Waren, ihrer Verpackung oder Umhüllung und von Geschäftspapieren, gleich, die innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Kennzeichen des Unternehmens gelten.
- (4) Ergänzend zu den nach diesem Bundesgesetz aus Verletzungen von Kennzeichenrechten nach den Abs. 1 und 3 erwachsenden Ansprüchen gelten § 150 Abs. 1 und Abs. 2 lit. b (angemessenes Entgelt und Herausgabe des Gewinns) sowie die §§ 151 (Rechnungslegung) und 152 Abs. 2 (Unternehmerhaftung) des Patentgesetzes 1970, BGBl. Nr. 259, in der jeweils geltenden Fassung, sinngemäß. § 1489 ABGB gilt für alle Ansprüche in Geld und den Anspruch auf Rechnungslegung. Die Verjährung aller dieser Ansprüche wird auch durch die Klage auf Rechnungslegung unterbrochen.
- (5) § 58 des Markenschutzgesetzes 1970, BGBl. Nr. 260, in der jeweils geltenden Fassung, ist hinsichtlich der in den Abs. 1 und 3 genannten Kennzeichen sinngemäß anzuwenden.

Markenschutzgesetz - Markenschutzgesetz 1970, BGBl. Nr. 260/1970 idF BGBl. I Nr. 143/2001

§ 1

Marken können alle Zeichen sein, die sich graphisch darstellen lassen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen und die Form oder Aufmachung der Ware, soweit solche Zeichen geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

§ 10

- (1) Vorbehaltlich der Wahrung älterer Rechte gewährt die eingetragene Marke ihrem Inhaber das ausschließliche Recht, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr
 1. ein mit der Marke gleiches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen (§ 10a), die mit denjenigen gleich sind, für die die Marke eingetragen ist;
 2. ein mit der Marke gleiches oder ähnliches Zeichen für gleiche oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen zu benutzen (§ 10a), wenn dadurch für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, die die Gefahr einschließt, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.
- (2) Dem Inhaber einer eingetragenen Marke ist es auch gestattet, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr ein mit der Marke gleiches oder ihr ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen (§ 10a), die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke eingetragen ist, wenn diese im Inland bekannt ist und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt. Die Bekanntheit der älteren Marke muss spätestens am Tag der Anmeldung der jüngeren Marke, gegebenenfalls am prioritäts- oder

zeitrangbegründenden Tag, oder im Entstehungszeitpunkt des jüngeren sonstigen Kennzeichenrechts vorgelegen sein.

- (3) Die eingetragene Marke gewährt ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten zu verbieten,
1. seinen Namen oder seine Anschrift,
 2. Angaben über die Art, die Beschaffenheit, die Menge, die Bestimmung, den Wert, die geographische Herkunft oder die Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder über andere Merkmale der Ware oder Dienstleistung,
 3. die Marke, falls dies notwendig ist, als Hinweis auf die Bestimmung einer Ware, insbesondere als Zubehör oder Ersatzteil, oder einer Dienstleistung im geschäftlichen Verkehr zu benutzen, sofern dies den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel entspricht.

§ 10a

Als Benutzung eines Zeichens zur Kennzeichnung einer Ware oder Dienstleistung wird insbesondere angesehen:

1. das Zeichen auf Waren, auf deren Aufmachung oder auf Gegenständen, an denen die Dienstleistung ausgeführt wird oder ausgeführt werden soll, anzubringen,
2. unter dem Zeichen Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen oder unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen,
3. Waren unter dem Zeichen einzuführen oder auszuführen,
4. das Zeichen in den Geschäftspapieren, in Ankündigungen oder in der Werbung zu benutzen.

§ 12

Niemand darf ohne Zustimmung des Berechtigten den Namen, die Firma oder die besondere Bezeichnung des Unternehmens eines anderen zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen benutzen.

ECG - Bundesgesetz, mit dem bestimmte rechtliche Aspekte des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehrs geregelt werden (E-Commerce-Gesetz - ECG), BGBl. I Nr. 152/2001

§ 14 Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Suchmaschinen

- (1) Ein Diensteanbieter, der Nutzern eine Suchmaschine oder andere elektronische Hilfsmittel zur Suche nach fremden Informationen bereitstellt, ist für die abgefragten Informationen nicht verantwortlich, sofern er
1. die Übermittlung der abgefragten Informationen nicht veranlasst,
 2. den Empfänger der abgefragten Informationen nicht auswählt und
 3. die abgefragten Informationen weder auswählt noch verändert.
- (2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden, wenn die Person, von der die abgefragten Informationen stammen, dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.

§ 16 Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Speicherung fremder Inhalte (Hosting)

- (1) Ein Diensteanbieter, der von einem Nutzer eingegebene Informationen speichert, ist für die im Auftrag eines Nutzers gespeicherten Informationen nicht verantwortlich, sofern er 1. von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information keine tatsächliche Kenntnis hat und sich in Bezug auf

Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsachen oder Umstände bewusst ist, aus denen eine rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder, 2. sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erhalten hat, unverzüglich tätig wird, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

- (2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden, wenn der Nutzer dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.

§ 17 Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links

- (1) Ein Diensteanbieter, der mittels eines elektronischen Verweises einen Zugang zu fremden Informationen eröffnet, ist für diese Informationen nicht verantwortlich,
 1. sofern er von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information keine tatsächliche Kenntnis hat und sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsachen oder Umstände bewusst ist, aus denen eine rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder,
 2. sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt hat, unverzüglich tätig wird, um den elektronischen Verweis zu entfernen.
- (2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden, wenn die Person, von der die Informationen stammen, dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird oder der Diensteanbieter die fremden Informationen als seine eigenen darstellt.

§ 18. Umfang der Pflichten der Diensteanbieter

- (1) Die in den §§ 13 bis 17 genannten Diensteanbieter sind nicht verpflichtet, die von ihnen gespeicherten, übermittelten oder zugänglich gemachten Informationen allgemein zu überwachen oder von sich aus nach Umständen zu forschen, die auf rechtswidrige Tätigkeiten hinweisen.
- (2) Die in den §§ 13 und 16 genannten Diensteanbieter haben auf Grund der Anordnung eines dazu gesetzlich befugten inländischen Gerichtes diesem alle Informationen zu übermitteln, an Hand deren die Nutzer ihres Dienstes, mit denen sie Vereinbarungen über die Übermittlung oder Speicherung von Informationen abgeschlossen haben, zur Verhütung, Ermittlung, Aufklärung oder Verfolgung gerichtlich strafbarer Handlungen ermittelt werden können.
- (3) Die in § 16 genannten Diensteanbieter haben auf Grund der Anordnung einer Verwaltungsbehörde dieser den Namen und die Adressen der Nutzer ihres Dienstes, mit denen sie Vereinbarungen über die Speicherung von Informationen abgeschlossen haben, zu übermitteln, sofern die Kenntnis dieser Informationen eine wesentliche Voraussetzung der Wahrnehmung der der Behörde übertragenen Aufgaben bildet.
- (4) Die in § 16 genannten Diensteanbieter haben den Namen und die Adresse eines Nutzers ihres Dienstes, mit dem sie Vereinbarungen über die Speicherung von Informationen abgeschlossen haben, auf Verlangen dritten Personen zu übermitteln, sofern diese ein überwiegendes rechtliches Interesse an der Feststellung der Identität eines Nutzers und eines bestimmten rechtswidrigen Sachverhalts sowie überdies glaubhaft machen, dass die Kenntnis dieser Informationen eine wesentliche Voraussetzung für die Rechtsverfolgung bildet.
- (5) Sonstige Auskunfts- und Mitwirkungspflichten der Diensteanbieter gegenüber Behörden oder Gerichten bleiben unberührt.

Deutschland

Teledienstegesetz (TDG) - Gesetz über die Nutzung von Telediensten (BT-Drs. 13/7934 vom 11.06.1997)

§ 1 Zweck des Gesetzes

Zweck des Gesetzes ist es, einheitliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste zu schaffen.

§ 2 Geltungsbereich

- (1) Die nachfolgenden Vorschriften gelten für alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die für eine individuelle Nutzung von kombinierbaren Daten wie Zeichen, Bilder oder Töne bestimmt sind und denen eine Übermittlung mittels Telekommunikation zugrunde liegt (Teledienste).
- (2) Teledienste im Sinne von Absatz 1 sind insbesondere
 1. Angebote im Bereich der Individualkommunikation (zum Beispiel Telebanking, Datenaustausch),
 2. Angebote zur Information oder Kommunikation, soweit nicht die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht (Datendienste, zum Beispiel Verkehrs-, Wetter-, Umwelt- und Börsendaten, Verbreitung von Informationen über Waren und Dienstleistungsangebote),
 3. Angebote zur Nutzung des Internets oder weiterer Netze,
 4. Angebote zur Nutzung von Telespielen,
 5. Angebote von Waren und Dienstleistungen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit.
- (3) Absatz 1 gilt unabhängig davon, ob die Nutzung der Teledienste ganz oder teilweise unentgeltlich oder gegen Entgelt möglich ist.
- (4) Dieses Gesetz gilt nicht für (...)

§ 3 Begriffsbestimmungen

Im Sinne dieses Gesetzes sind

1. "Diensteanbieter" natürliche oder juristische Personen oder Personenvereinigungen, die eigene oder fremde Teledienste zur Nutzung bereithalten oder den Zugang zur Nutzung vermitteln,
2. "Nutzer" natürliche oder juristische Personen oder Personenvereinigungen, die Teledienste nachfragen.

§ 5 Verantwortlichkeit

- (1) Diensteanbieter sind für eigene Inhalte, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.
- (2) Diensteanbieter sind für fremde Inhalte, die sie zur Nutzung bereithalten, nur dann verantwortlich, wenn sie von diesen Inhalten Kenntnis haben und es ihnen technisch möglich und zumutbar ist, deren Nutzung zu verhindern.

- (3) Diensteanbieter sind für fremde Inhalte, zu denen sie lediglich den Zugang zur Nutzung vermitteln, nicht verantwortlich. Eine automatische und kurzzeitige Vorhaltung fremder Inhalte auf Grund Nutzerabfrage gilt als Zugangsvermittlung.
- (4) Verpflichtungen zur Sperrung der Nutzung rechtswidriger Inhalte nach den allgemeinen Gesetzen bleiben unberührt, wenn der Diensteanbieter unter Wahrung des Fernmeldegeheimnisses gemäß § 85 des Telekommunikationsgesetzes von diesen Inhalten Kenntnis erlangt und eine Sperrung technisch möglich und zumutbar ist.

Teledienstegesetz (TDG) vom 22. Juli 1997 (BGBl I S. 1870) zuletzt geändert am 14.12.2001 (BGBl I S. 3721)

Abschnitt 1: Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck des Gesetzes

Zweck des Gesetzes ist es, einheitliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste zu schaffen.

§ 2 Geltungsbereich

- (1) Die nachfolgenden Vorschriften gelten für alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die für eine individuelle Nutzung von kombinierbaren Daten wie Zeichen, Bilder oder Töne bestimmt sind und denen eine Übermittlung mittels Telekommunikation zugrunde liegt (Teledienste).
- (2) Teledienste im Sinne von Absatz 1 sind insbesondere
 1. Angebote im Bereich der Individualkommunikation (zum Beispiel Telebanking, Datenaustausch),
 2. Angebote zur Information oder Kommunikation, soweit nicht die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht (Datendienste, zum Beispiel Verkehrs-, Wetter-, Umwelt- und Börsendaten, Verbreitung von Informationen über Waren und Dienstleistungsangebote),
 3. Angebote zur Nutzung des Internets oder weiterer Netze,
 4. Angebote zur Nutzung von Telespielen,
 5. Angebote von Waren und Dienstleistungen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit.
- (3) Absatz 1 gilt unabhängig davon, ob die Nutzung der Teledienste ganz oder teilweise unentgeltlich oder gegen Entgelt möglich ist.
- (4) Dieses Gesetz gilt nicht für (...)

§ 3 Begriffsbestimmungen

Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet der Ausdruck

1. "Diensteanbieter" jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Teledienste zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt;

2. "Nutzer" jede natürliche oder juristische Person, die zu beruflichen oder sonstigen Zwecken Teledienste in Anspruch nimmt, insbesondere um Informationen zu erlangen oder zugänglich zu machen;
3. "Verteildienste" Teledienste, die im Wege einer Übertragung von Daten ohne individuelle Anforderung gleichzeitig für eine unbegrenzte Zahl von Nutzern erbracht werden;
4. "Abrufdienste" Teledienste, die im Wege einer Übertragung von Daten auf Anforderung eines einzelnen Nutzers erbracht werden;
5. "kommerzielle Kommunikation" (...)

Abschnitt 3: Verantwortlichkeit

§ 8 Allgemeine Grundsätze

- (1) Diensteanbieter sind für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.
- (2) Diensteanbieter im Sinne der §§ 9 bis 11* sind nicht verpflichtet, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben auch im Falle der Nichtverantwortlichkeit des Diensteanbieters nach den §§ 9 bis 11 unberührt. Das Fernmeldegeheimnis nach § 85 des Telekommunikationsgesetzes ist zu wahren.

* Regelungen über die Haftungsprivilegierungsvoraussetzungen bei Access Providern, Caching und Hosting.

Markengesetz (MarkenG) Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen, Teil des Markenrechtsreformgesetz vom 25. Oktober 1994 BGBl. I, S. 3082, 1995 I S. 156

§ 14 Ausschließliches Recht des Inhabers einer Marke; Unterlassungsanspruch; Schadensersatzanspruch

- (1) Der Erwerb des Markenschutzes nach § 4 gewährt dem Inhaber der Marke ein ausschließliches Recht.
- (2) Dritten ist es untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr
 1. ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie Schutz genießt,
 2. ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, oder
 3. ein mit der Marke identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke Schutz genießt, wenn es sich bei der Marke um eine im Inland bekannte Marke handelt und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der bekannten Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt.
- (3) Sind die Voraussetzungen des Absatzes 2 erfüllt, so ist es insbesondere untersagt,

1. das Zeichen auf Waren oder ihrer Aufmachung oder Verpackung anzubringen,
 2. unter dem Zeichen Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen,
 3. unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen,
 4. unter dem Zeichen Waren einzuführen oder auszuführen,
 5. das Zeichen in Geschäftspapieren oder in der Werbung zu benutzen.
- (4) Dritten ist es ferner untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr
1. ein mit der Marke identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen auf Aufmachungen oder Verpackungen oder auf Kennzeichnungsmitteln wie Etiketten, Anhängern, Aufnähern oder dergleichen anzubringen,
 2. Aufmachungen, Verpackungen oder Kennzeichnungsmittel, die mit einem mit der Marke identischen Zeichen oder einem ähnlichen Zeichen versehen sind, anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen oder
 3. Aufmachungen, Verpackungen oder Kennzeichnungsmittel, die mit einem mit der Marke identischen Zeichen oder einem ähnlichen Zeichen versehen sind, einzuführen oder auszuführen,

wenn die Gefahr besteht, dass die Aufmachungen oder Verpackungen zur Aufmachung oder Verpackung oder die Kennzeichnungsmittel zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, hinsichtlich deren Dritten die Benutzung des Zeichens nach den Absätzen 2 und 3 untersagt wäre.

- (5) Wer ein Zeichen entgegen den Absätzen 2 bis 4 benutzt, kann von dem Inhaber der Marke auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.
- (6) Wer die Verletzungshandlung vorsätzlich oder fahrlässig begeht, ist dem Inhaber der Marke zum Ersatz des durch die Verletzungshandlung entstandenen Schadens verpflichtet.
- (7) Wird die Verletzungshandlung in einem geschäftlichen Betrieb von einem Angestellten oder Beauftragten begangen, so kann der Unterlassungsanspruch und, soweit der Angestellte oder Beauftragte vorsätzlich oder fahrlässig gehandelt hat, der Schadensersatzanspruch auch gegen den Inhaber des Betriebs geltend gemacht werden.

§ 23 Benutzung von Namen und beschreibenden Angaben; Ersatzteilgeschäft

Der Inhaber einer Marke oder einer geschäftlichen Bezeichnung hat nicht das Recht, einem Dritten zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr

1. dessen Namen oder Anschrift zu benutzen,
 2. ein mit der Marke oder der geschäftlichen Bezeichnung identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen als Angabe über Merkmale oder Eigenschaften von Waren oder Dienstleistungen, wie insbesondere ihre Art, ihre Beschaffenheit, ihre Bestimmung, ihren Wert, ihre geographische Herkunft oder die Zeit ihrer Herstellung oder ihrer Erbringung, zu benutzen, oder
 3. die Marke oder die geschäftliche Bezeichnung als Hinweis auf die Bestimmung einer Ware, insbesondere als Zubehör oder Ersatzteil, oder einer Dienstleistung zu benutzen, soweit die Benutzung dafür notwendig ist,
- sofern die Benutzung nicht gegen die guten Sitten verstößt.

UWG - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7. Juni 1909 RGBl. S. 499 in der Fassung der Änderungen 2002 (BGBl. Teil I/2001, S. 3677)

§ 1

Wer im geschäftlichen Verkehre zu Zwecken des Wettbewerbes Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, kann auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch genommen werden.

§ 2

- (1) Vergleichende Werbung ist jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.
- (2) Vergleichende Werbung verstößt gegen die guten Sitten im Sinne von § 1, wenn der Vergleich
 1. sich nicht auf Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung bezieht;
 2. nicht objektiv auf eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften oder den Preis dieser Waren oder Dienstleistungen bezogen ist;
 3. im geschäftlichen Verkehr zu Verwechslungen zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den von diesen angebotenen Waren oder Dienstleistungen oder den von ihnen verwendeten Kennzeichen führt;
 4. die Wertschätzung des von einem Mitbewerber verwendeten Kennzeichens in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt;
 5. die Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft oder
 6. eine Ware oder Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer unter einem geschützten Kennzeichen vertriebenen Ware oder Dienstleistung darstellt.
- (3) Bezieht sich der Vergleich auf ein Angebot mit einem besonderen Preis oder anderen besonderen Bedingungen, so sind der Zeitpunkt des Endes des Angebots und, wenn dieses noch nicht gilt, der Zeitpunkt des Beginns des Angebots eindeutig anzugeben. Gilt das Angebot nur so lange, wie die Waren oder Dienstleistungen verfügbar sind, so ist darauf hinzuweisen.

§ 3

Wer im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit, den Ursprung, die Herstellungsart oder die Preisbemessung einzelner Waren oder gewerblicher Leistungen oder des gesamten Angebots, über Preislisten, über die Art des Bezugs oder die Bezugsquelle von Waren, über den Besitz von Auszeichnungen, über den Anlass oder den Zweck des Verkaufs oder über die Menge der Vorräte irreführende Angaben macht, kann auf Unterlassung der Angaben in Anspruch genommen werden. Angaben über geschäftliche Verhältnisse im Sinne des Satzes 1 sind auch Angaben im Rahmen vergleichender Werbung.

§ 4

- (1) Wer in der Absicht, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen, in öffentlichen Bekanntmachungen oder in Mitteilungen, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind, über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit, den Ursprung, die Herstellungsart oder die Preisbemessung von Waren oder gewerblichen Leistungen, über die Art des Bezugs oder die Bezugsquelle von Waren, über den Besitz von Auszeichnungen, über den Anlass oder den Zweck des Verkaufs oder über die Menge der Vorräte wissentlich unwahre und zur Irreführung geeignete Angaben macht, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft. Angaben über geschäftliche Verhältnisse im Sinne des Satzes 1 sind auch Angaben im Rahmen vergleichender Werbung.

- (2) Werden die im Absatz 1 bezeichneten unrichtigen Angaben in einem geschäftlichen Betriebe von einem Angestellten oder Beauftragten gemacht, so ist der Inhaber oder Leiter des Betriebs neben dem Angestellten oder Beauftragten strafbar, wenn die Handlung mit seinem Wissen geschah.

§ 5

Im Sinne der Vorschriften der §§ 3, 4 sind den dort bezeichneten Angaben bildliche Darstellungen und sonstige Veranstaltungen gleichzuachten, die darauf berechnet und geeignet sind, solche Angaben zu ersetzen.

EU

Markenschutzrichtlinie - Erste Richtlinie des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (89/104/EWG)

Artikel 2 Markenformen

Marken können alle Zeichen sein, die sich graphisch darstellen lassen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen und die Form oder Aufmachung der Ware, soweit solche Zeichen geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Artikel 5 Rechte aus der Marke

- (1) Die eingetragene Marke gewährt ihrem Inhaber ein ausschließliches Recht. Dieses Recht gestattet es dem Inhaber, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr
- ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie eingetragen ist;
 - ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder der Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, die die Gefahr einschließt, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.
- (2) Die Mitgliedstaaten können ferner bestimmen, dass es dem Inhaber gestattet ist, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr ein mit der Marke identisches oder ihr ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke eingetragen ist, wenn diese in dem betreffenden Mitgliedstaat bekannt ist und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt.
- (3) Sind die Voraussetzungen der Absätze 1 und 2 erfüllt, so kann insbesondere verboten werden:
- das Zeichen auf Waren oder deren Aufmachung anzubringen;
 - unter dem Zeichen Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen oder unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen;
 - Waren unter dem Zeichen einzuführen oder auszuführen;
 - das Zeichen in den Geschäftspapieren und in der Werbung zu benutzen.
- (4) Konnte vor dem Zeitpunkt, zu dem die zur Durchführung dieser Richtlinie erforderlichen Vorschriften in einem Mitgliedstaat in Kraft treten, nach dem Recht dieses Mitgliedstaats die

Benutzung eines Zeichens gemäß Absatz 1 Buchstabe b) und Absatz 2 nicht verboten werden, so kann das Recht aus der Marke der Weiterbenutzung dieses Zeichens nicht entgegengehalten werden.

- (5) Die Absätze 1 bis 4 berühren nicht die in einem Mitgliedstaat geltenden Bestimmungen über den Schutz gegenüber der Verwendung eines Zeichens zu anderen Zwecken als der Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen, wenn die Benutzung dieses Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt.

Artikel 6 Beschränkung der Wirkungen der Marke

- (1) Die Marke gewährt ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten zu verbieten,
 - a) seinen Namen oder seine Anschrift,
 - b) Angaben über die Art, die Beschaffenheit, die Menge, die Bestimmung, den Wert, die geographische Herkunft oder die Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder über andere Merkmale der Ware oder Dienstleistung,
 - c) die Marke, falls dies notwendig ist, die Hinweise auf die Bestimmung einer Ware, insbesondere als Zubehör oder Ersatzteil, oder einer Dienstleistung im geschäftlichen Verkehr zu benutzen, sofern die Benutzung den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel entspricht.
- (2) Ist in einem Mitgliedstaat nach dessen Rechtsvorschriften ein älteres Recht von örtlicher Bedeutung anerkannt, so gewährt die Marke ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten die Benutzung dieses Rechts im geschäftlichen Verkehr in dem Gebiet, in dem es anerkannt ist, zu verbieten.

Artikel 7 Erschöpfung des Rechts aus der Marke

- (1) Die Marke gewährt ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten zu verbieten, die Marke für Waren zu benutzen, die unter dieser Marke von ihm oder mit seiner Zustimmung in der Gemeinschaft in den Verkehr gebracht worden sind.
- (2) Absatz 1 findet keine Anwendung, wenn berechtigte Gründe es rechtfertigen, dass der Inhaber sich dem weiteren Vertrieb der Waren widersetzt, insbesondere wenn der Zustand der Waren nach ihrem Inverkehrbringen verändert oder verschlechtert ist.

Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr - RL des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. 6. 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insb des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (2000/31/EG) ABI 2000 L 178, 1

Artikel 14 Hosting

- (1) Die Mitgliedstaaten stellen sicher, daß im Fall eines Dienstes der Informationsgesellschaft, der in der Speicherung von durch einen Nutzer eingegebenen Informationen besteht, der Diensteanbieter nicht für die im Auftrag eines Nutzers gespeicherten Informationen verantwortlich ist, sofern folgende Voraussetzungen erfüllt sind:
 - a) Der Anbieter hat keine tatsächliche Kenntnis von der rechtswidrigen Tätigkeit oder Information, und, in bezug auf Schadenersatzansprüche, ist er sich auch keiner Tatsachen oder Umstände bewußt, aus denen die rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder
 - b) der Anbieter wird, sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewußtsein erlangt, unverzüglich tätig, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

- (2) Absatz 1 findet keine Anwendung, wenn der Nutzer dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.
- (3) Dieser Artikel läßt die Möglichkeit unberührt, daß ein Gericht oder eine Verwaltungsbehörde nach den Rechtssystemen der Mitgliedstaaten vom Diensteanbieter verlangt, die Rechtsverletzung abzustellen oder zu verhindern, oder daß die Mitgliedstaaten Verfahren für die Entfernung einer Information oder die Sperrung des Zugangs zu ihr festlegen.

Schlussbestimmungen

Artikel 21 Überprüfung

- (1) Die Kommission legt dem Europäischen Parlament, dem Rat und dem Wirtschafts- und Sozialausschuß vor dem 17. Juli 2003 und danach alle zwei Jahre einen Bericht über die Anwendung dieser Richtlinie vor und unterbreitet gegebenenfalls Vorschläge für die Anpassung dieser Richtlinie an die rechtlichen, technischen und wirtschaftlichen Entwicklungen im Bereich der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere in bezug auf die Verbrechensverhütung, den Jugendschutz, den Verbraucherschutz und das einwandfreie Funktionieren des Binnenmarktes.
- (2) Im Hinblick auf das etwaige Erfordernis einer Anpassung dieser Richtlinie wird in dem Bericht insbesondere untersucht, ob Vorschläge in bezug auf die Haftung der Anbieter von Hyperlinks und von Instrumenten zur Lokalisierung von Informationen, Verfahren zur Meldung und Entfernung rechtswidriger Inhalte ("notice and take down"-Verfahren) und eine Haftbarmachung im Anschluß an die Entfernung von Inhalten erforderlich sind. In dem Bericht ist auch zu untersuchen, ob angesichts der technischen Entwicklungen zusätzliche Bedingungen für die in den Artikeln 12 und 13 vorgesehene Haftungsfreistellung erforderlich sind und ob die Grundsätze des Binnenmarkts auf nicht angeforderte kommerziellen Kommunikationen mittels elektronischer Post angewendet werden können.

LITERATURVERZEICHNIS

Allgemeines Literaturverzeichnis inkl Online-Fundstellen

ARGE DATEN, Greifen Online-Links in Rechte Dritter ein?, 03/2002,
<http://www.argedaten.at/news/20020307.html>

ARGE DATEN, Metedata - Geschäftsmodell Anwaltsdrohung?, 03/2002,
<http://www.argedaten.at/news/20020307.html>

Asperger/Stangl, Markenrechts-Nov. 1999, *ecolex* 1999, 780

Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht²² (2001)

Bettinger, Markenrecht von A - Z,
<http://www.bettinger.de/datenbank/markenrecht.html>

Bettinger/Freytag, Privatrechtliche Verantwortlichkeit für Links, CR 98, 545

Böck/Tappe, Markenkennzeichnung in der Werbung,
http://www.advotec.de/module/spektrum/marken/marken_6.html

Ciresa/Orou, Rechtsberatung Internet – Handbuch zum Multimediarecht (2002)

Comuterlexikon.Com, <http://www.computerlexikon.com>

Der Standard, Metedata nimmt Stellung, 03/2002,
<http://derstandard.at/?id=881450>

Dittrich, Zur Frage der Urheber- und wettbewerbsrechtlichen Zulässigkeit von
Hyperlinks, JurPC Web-Dok 72/2002, <http://www.jurpc.de/aufsatz/20020072.htm>

Ernst, Können Internet-Links strafbar sein?, NJW – CoR 1997, 115

Ernst, Zivil- und strafrechtliche Verantwortlichkeit bei Hyperlinks auf fremde Inhalte,
<http://www.rrzn.uni-hannover.de/BIs/Jahrgang99/BI324/bi324-11.html>

Fezer, Markenrecht³ (2001)

Fitz/Gamerith, Wettbewerbsrecht³ (2000)

Gruber, Kfz-Werkstätte und Markenschutz - EuGH Rs C-63/97 „BMW“, wbl 1999, 539

Grünzweig, Haftung für Links im Internet nach Wettbewerbsrecht, RdW 2001/549

Hansen, Auf Kundschaft „Explorer“-Dschungel,
<http://www.jurawelt.com/anwaelte/internetrecht/675>

Hansen, Bungle in the Jungle,
<http://www.jurawelt.com/anwaelte/gerichtsreportagen/1303>

Hansen, Turning Point, 09/2001,
<http://www.jurawelt.com/anwaelte/gerichtsreportagen/3195>

Haybäck, Grundzüge des Marken- und Immaterialgüterrechts (2001)

Heidrich, Verwendung von Frames, 09/1999,
<http://www.netlaw.de/beitraege/1999/frames.htm>

Heise, Bayerische Richter urteilen anders, 04/2002,
<http://www.ix.de/newsticker/data/fm-10.04.02-000/>

Höhne, Anwaltswerbung im Internet – ein Diskussionsbeitrag, AnwBl 1999, 610

Höhne, Von Hyperlinks und Metatags, MR 2001, 109

Höhne, Wettbewerbsrecht – Universitätslehrgang für Informationsrecht und Rechtsinformation (2001)

Jünger/Oswald/Richter, WWW-Technik und Web-Design 2000/2001

Keltner, Haftung für Hyperlinks am Beispiel der ersten höchstgerichtlichen Entscheidung in Österreich, 2001, www.it-law.at/papers/keltner-hoeren.pdf

Keltner, Hyperlinks (2001), (Anm: juristische Masterthesis, Universitätslehrgang für Informationsrecht und Rechtsinformation).

Koppensteiner, Wettbewerbsrecht³ (1997)

Krassnigg, Wettbewerbsrechtliche Probleme bei Domains, Links und dem Search Engine-Spaming (2001), (Anm: juristische Diplomarbeit, Karl-Franzens-Universität Graz)

Krekel, Meta-tagging – missbräuchliche Kennzeichenverwendung im Internet, http://www.forumrecht.com/syndikus/briefings/it/it_009.htm

Krieger, Der Link-Konflikt und die Abmahnelefanten im Internet, <http://www.jurawelt.com/aufsaeetze/internetr/3559>

Krumpholz, Höchststrichterliches Urteil in Österreich zur Linkhaftung, http://www.freedomforlinks.de/Pages/Recht/linkhaftung_oesterreich.html

Kucsko, Schmarotzen im Netz, ÖBl 1999, 1

Kucsko, Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht⁴ (1995)

Laga, Anmerkungen zu OGH, 19. 12. 2000, GZ 4 Ob 274/00y, jobmonitor.com, <http://www.rechtsprobleme.at/doks/hyperlinks-glosse.html>

Meister, Marke und Recht³ (1997)

Meteo Data vs. e-Steyr.com - die Chronologie, <http://www.e-steyr.com/meteodata/>

Meteo-data, AGB, <http://www.meteodata.com/impressum/agbs.html>

Netlexikon, <http://netlexikon.akademie.de/>

Nielsen, Deep-linking is good linking, 03/2002, <http://www.useit.com/alertbox/20020303.html>

Plaß, Hyperlinks im Spannungsfeld von Urheber-, Wettbewerbs- und Haftungsrecht, WRP 2000, 599

Price Waterhouse Coopers München, Strafbarkeit beim Setzen von Links, 1998, http://www.legamedia.net/legapractice/pwc/rsp/9810_rsp_pwc_pds-links.php

Price Waterhouse Coopers München, Verlinkung auf Websites eines Konkurrenten, 04/2001, http://www.legamedia.net/legapractice/pwc/rsp/0111_rsp_pwc_link-auf-konkurrenz.php

Rötzer, Haftbar für Inhalte auf einer verlinkten fremden Website,
<http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/7400/1.html>

Sakowski, Haftung für Hyperlinks, 08/2001, <http://sakowski.de/onl-r/ol-r23.html>

Schack, Urheberrechtliche Gestaltung von Webseiten unter Einsatz von Links und Frames, MMR 2001, 9

Schanda, Markenschutzgesetz idF der Markenrechts-Nov 1999 (1999)

Schanda, Verantwortung und Haftung im Internet nach dem neuen E-Commerce-Gesetz, ecolex 2001, 920

Schmidbauer, „austropersonal.com/jobmonitor.com“ – Eigene Anmerkungen,
<http://www.i4j.at/link/link.htm>

Schmidbauer, 1:0 für Metadaten, 08/2002, <http://www.i4j.at/link/link.htm>

Schmidbauer, Begriffe rund um Internet und E-Commerce,
<http://www.i4j.at/glossar/h1a.htm#html>

Schmidbauer, Cash for Link?, 03/2002,
<http://www.internet4jurists.at/news/aktuell14a.htm>

Schmidbauer, Einer gegen alle, 05/2002,
<http://www.internet4jurists.at/news/aktuell16a.htm>

Schmidbauer, Tour de Link, <http://www.i4j.at/link/tour01.htm>

Schönherr, Wettbewerbsrechtliche Aspekte des Internet, ÖBl 1999, 267

Seidelberger, Wettbewerbsrecht und Internet, RdW 2000/500

Sosnitzka, Das Internet im Gravitationsfeld des Rechts: Zur rechtlichen Beurteilung sogenannter Deep Links, CR 2001, 693

Stadler, Der derzeitige Stand der Diskussion zur Frage der Haftung für fremde Inhalte in Folge der Setzung eines Links, 01/1999, <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/linkhaftung.htm>

Stadler, Die Verantwortlichkeit der Inhaltsanbieter nach der E-Commerce-Richtlinie und dem EGG, 05/2001, <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/egg.htm>

Stomper, Wettbewerbsrechtliche Mitverantwortlichkeit für verlinkte Inhalte, RdW 2001/427

Strömer/Heidrich, Verwendung von Frames, 1999,
<http://www.netlaw.de/newsletter/news9903/frames.htm>

Thiele, Anwaltliche Werbung im Internet, AnwBl 1999, 402

Thiele, Wettbewerbsrechtliche Haftung für Hyperlinks,
<http://www.i4j.at/entscheidungen/jobmonitor.htm>

Weinknecht, Haftung für Links, 6/2001, <http://www.weinknecht.de/haftli03.htm>

Wiebe, „Deep-Links“ – Neue Kommunikationsformen im Wettbewerb aus lauterkeitsrechtlicher Sicht, WRP 1999, 734

Wiltschek, MSA UWG (2000)

Wiltschek, UWG⁶ (1994)

Winkler, Link mich nicht!, 06/2000, <http://www.publex.de/cgi-bin/recht.cgi/Background/Copyright/dokcop01.html>

Zankl, E-Commerce-Gesetz (2002)

Zankl, Haftung für Hyperlinks im Internet, ecolex 2001, 354

Zib, Aktuelle Rechtsfragen bei Internet-Werbung und Internet-Domain-Namen, VR 2001, 35

Entscheidungsverzeichnis inkl Online-Fundstellen

Österreichische Judikatur

LG Steyr 26. 6. 2002, 26 Cg 58/02b - Metedata/Bauwetter -
http://www.internet4jurists.at/entscheidungen/lg_st_58_02b.htm

NA 3. 3. 1998, Nm 28/94, PBl 1999, 83

OGH 12. 8. 1996, 4 Ob 2137/96 – Kärcher-Fachhändler – ÖBl 1997, 23 = wbl 1997, 82

OGH 12. 8. 1996, 4 Ob 2137/96, ÖBl 1997, 23

OGH 13. 7. 1993, 4 Ob 82/93, ecolex 1993, 759, = ÖBl 1993, 207 = wbl 1993, 405 = RdW 1994, 107

OGH 13. 7. 1999, 4 Ob 169/99b, RdW 1999, 717

OGH 15. 2. 2000, 4 Ob 23/00m – Jobservice – MR 2000, 384 mit Anm *Korn* = ecolex 2000/264 mit Anm *Wiltschek* = ÖBl 2001, 22

OGH 17. 12. 2001, 4 Ob 234/01t – BOSS Zigaretten III – ecolex 2002/106 mit Anm *Schönherr*

OGH 18. 1. 2000, 4 Ob 16/00g – Särge – ÖBl-LS 2000/41

OGH 18. 1. 2000, 4 Ob 316/99w, ÖBl 2000/216

OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 225/00t (4 Ob 274/00y, 4 Ob 308/00y) – jobmonitor.com - MR 2001, 115

OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 308/00y – Numtec-Interstahl – ÖBl 2001, 126 = MR 2001, 118 = RdW 2001/237 = ÖBl-LS 2001/48 = ÖBl-LS 2001/49 = ecolex 2001/158

OGH 19. 12. 2000, 4 Ob 317/00x – Ford – ÖBl-LS 2001/50

OGH 19. 3. 2000, 4 Ob 166/00s – fpo.at – MR 2000, 328 mit Anm *Pilz*

OGH 20. 9. 1983, 4 Ob 383/83 – BMW-Spezialist – ÖBl 1984, 78

OGH 21. 3. 2000, 4 Ob 68/00d, ÖBl-LS 2000/78

OGH 23. 11. 1982, 4 Ob 379/82 – BMW Kundendienst – ÖBl 1983, 78

OGH 23. 4. 1985, 4 Ob 391/84 – Ford-Spezialwerkstätte – PBl 1986, 38 = ÖBl 1985, 158

OGH 23. 5. 1995, 4 Ob 34/95 – teure ATS 195,-- - ecolex 1999, 731 mit Anm *Wiltshbek* = MR 1995, 190 mit Anm *Korn* = wbl 1995, 382

OGH 24. 4. 2001, 4 Ob 81/01t – CICLON – ÖBl 2001, 267 = ÖBl-LS 2001/139 = ÖBl-LS 2001/138

OGH 27. 2. 1985, 4 Ob 392/84 – BMW-Spezialist II – ÖBl 1985, 102

OGH 29. 9. 1992, 4 Ob 66, 67/92 – MERCEDES-Teyrowsky – ÖBl 1992, 273

OGH 30. 1. 2001, 4 Ob 327/00t – cyta.at – MR 2001, 194 mit Anm *Pilz* = ecolex 2001/186 mit Anm *Schanda*

OGH 9. 11. 1999, 4 Ob 199/99i, ÖBl 2000, 71

OPM 11. 7. 2002, Om 4/01, PBl 2002, 9

Deutsche Judikatur & Judikatur des EuGH

Amtsgericht Berlin 30. 6. 1997, 260 DS 857/96 – Marquardt/Radikal – http://www.netlaw.de/urteile/agb_01.htm = <http://www.online-recht.de/vorent.html?AGBerlin-Tiergarten970630+ref=Strafrecht>

EuGH 23. 2. 1999, C-63/97 – BMW - ÖBl 1999, 250 = wbl 1999/101 = ecolex 1999/135 mit Anm *Schanda* = ZER 1999/32

LG Berlin 12. 12. 2000, 15 O 283/00 - FTP-Explorer – JurPC Web-Dok 60/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010060.htm>

LG Berlin 21. 3. 2000, 16 O 663/99 – digitalebibliothek.de – JurPC Web-Dok 77/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010077.htm>

LG Berlin 30. 1. 2001, 16 O 792/00 – mainpost.de – JurPC Web-Dok 185/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010185.htm>

LG Hamburg 2. 1. 2001, 312 O 606/00 – Bundesliga Manager – CR 2001, 265 mit Anm *Metzger* = JurPC Web-Dok 61/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010061.htm>

LG Hamburg, Beschluss vom 1. 3. 2000, 315 O 219/99 – luckystrike.de –
http://www.netlaw.de/urteile/lghh_10.htm = <http://www.flick-sass.de/lucky.html>

LG Köln 2. 5. 2001, 28 O 141/01 – derpoet.de - JurPC Web-Dok 211/2001,
<http://www.jurpc.de/rechtspr/20010211.htm>

LG Köln 28. 2. 2001, 28 O 692/00 – stepstone.de - JurPC Web-Dok 138/2001,
<http://www.jurpc.de/rechtspr/20010138.htm>

LG Lübeck 24. 11. 1998, 11 S 4/98 – Oxy Vital 2000/ fit durch Sauerstoff –
<http://www.flick-sass.de/unipool.html>

LG München I 2. 6. 1999, 9 HK O 6873/99 - FTP-Explorer - <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile69.htm>

LG München I 25. 5. 1999, 9 HK O 815/99 – Telco-Explorer – <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile64.htm>

LG München I 4. 4. 2002, 4 HK O 21651/00 - FTP-Explorer - <http://www.marken-recht.de/forum/messages/2828.html>

LG München I 9. 2. 2000, 7 HK O 21194/99 - FTP-Explorer -
<http://www.gravenreuth.de/Urteile/FTP-Explorer%20-%20private%20Homepage.htm>

LG Düsseldorf 25. 10. 2000, 2a O 106/00 - FTP-Explorer -
<http://www.bonnanwalt.de/entscheidungen/LG-Duesseldorf2aO106-00.html>

LG Frankfurt/Main 31. 10. 2001, 2 – 06 O 212/01 – Ballermann –
<http://www.gravenreuth.de/prozess.html#lgfbanner> (1. 9. 2002) = <http://www.golem.de/0111/17219.html>

LG München I 25. 5. 2000, 4 HK O 6543/00 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 168/2000, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20000168.htm>

OLG Braunschweig 19. 7. 2001, 2 U 141/00 - FTP-Explorer - MMR 2001, 608 =
<http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile90.htm>

OLG Celle 12. 5. 1999, 13 U 38/99 – weyhe-online.de – <http://www.online-recht.de/vorent.html?OLGCelle990512>

OLG Düsseldorf 19. 9. 2001, 27 U 18/01 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 10/2002, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20020010.htm>

OLG Düsseldorf 20. 2. 2001, 2 U 194/00 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 188/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010188.htm>

OLG Düsseldorf 29. 6. 1999, 20 U 85/98 – baumarkt.de - CR 2000, 184 mit Anm *Leistner*

OLG Hamburg 22. 2. 2001, 3 U 247/00 - Roche Medizin-Online-Lexikon - JurPC Web-Dok 147/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010147.htm>

OLG Hamm 15. 5. 2001, 4 U 33/01 - FTP-Explorer - JurPC Web-Dok 189/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010189.htm>

OLG Köln 27. 10. 2000, 6 U 71/00 – paperboy.de – http://www.vhb.de/afp/rechtsprechung/recht_073.html

OLG München 30. 4. 1999, 6 W 1563/99 - FTP-Explorer - <http://www.afs-rechtsanwaelte.de/urteile65.htm>

OLG Schleswig-Holstein 19. 12. 2000, S6 U 51/00 – Swabedoo - JurPC Web-Dok 74/2001, <http://www.jurpc.de/rechtspr/20010074.htm> = <http://www.jurawelt.com/gerichtsurteile/zivilrecht/olg/2287>