

Internetrecht und Digitale Gesellschaft

Band 29

Haftung für Werbung auf urheberrechtsverletzenden Websites

**Ein Beitrag zur täterschaftlichen Haftung aufgrund von
Verkehrspflichtverletzungen im Urheberrecht**

Von

Johannes Simon Stuve



Duncker & Humblot · Berlin

JOHANNES SIMON STUVE

Haftung für Werbung auf urheberrechtsverletzenden Websites

Internetrecht und Digitale Gesellschaft

Herausgegeben von

Dirk Heckmann

Band 29

Haftung für Werbung auf urheberrechtsverletzenden Websites

Ein Beitrag zur täterschaftlichen Haftung aufgrund von
Verkehrspflichtverletzungen im Urheberrecht

Von

Johannes Simon Stuve



Duncker & Humblot · Berlin

Die Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg hat diese Arbeit
im Jahr 2020 als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten
© 2021 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: TextFormA(r), Daniela Weiland, Göttingen
Druck: CPI buchbücher.de GmbH, Birkach
Printed in Germany

ISSN 2363-5479
ISBN 978-3-428-18245-9 (Print)
ISBN 978-3-428-58245-7 (E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Meiner Familie

Vorwort

Die folgende Arbeit lag dem Fachbereich Rechtswissenschaft der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg im März 2020 als Dissertation vor. Das Rigorosum erfolgte im September 2020. Zur Drucklegung wurde die Arbeit geringfügig aktualisiert und überarbeitet.

Mein herzlicher Dank gebührt meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Malte Stieper, der mich hervorragend betreut hat und mich zudem bereits während meiner gesamten Studienzeit auch bei anderen Projekten stets unterstützte. Nicht zuletzt danke ich ihm dafür, dass er meine Begeisterung für das Recht des geistigen Eigentums schon früh geweckt hat. Herrn Prof. Dr. Daniel Ulber danke ich für die zügige Erstellung des Zweitgutachtens.

Für die großzügige finanzielle Unterstützung im Rahmen von Promotionsstipendien möchte ich mich bei der Studienstiftung des deutschen Volkes sowie bei der Graduiertenförderung des Landes Sachsen-Anhalt bedanken.

Des Weiteren bedanke ich mich bei Christoph Cordes, Moritz Hien und Dr. Sebastian Seel für angeregte Diskussionen im Rahmen unserer Doktorandenarbeitsgruppe.

Widmen möchte ich diese Arbeit meiner Familie. Allen voran möchte ich meinen Eltern Julia Stiller-Stuve und Heinfried Stuve dafür danken, dass sie mir meine Ausbildung ermöglicht haben und ich stets auf ihre Unterstützung zählen kann. In dieser Hinsicht danke ich ebenfalls meinen Brüdern Emanuel Constantin und Lucas Frederic Stuve. Von Herzen danke ich Jana Waldmann, die mir nicht nur in allen Phasen der Promotion großen Rückhalt gegeben hat, sondern auch aus fachlicher Sicht wertvolle und scharfsinnige Beiträge geliefert hat. Ohne sie wäre diese Arbeit nicht fertiggestellt worden.

Berlin, im Juni 2021

Johannes Simon Stuve

Inhaltsverzeichnis

Erster Teil

Die Online-Werbung als Ausgangspunkt	23
---	----

Kapitel 1

Einleitung	23
-------------------	----

A. Problemdarstellung	23
I. Das allgegenwärtige Problem der systematischen Urheberrechtsverletzungen im Internet	23
II. Faktisches Problem der mangelnden Rechtsdurchsetzungsmöglichkeit	24
III. Die Haftung von Werbetreibenden für Online-Werbung im Umfeld von urheberrechtsverletzenden Angeboten als Lösungsansatz	26
B. Stand der Forschung	27
I. Literatur	28
1. Haftung verneinende Haltung	28
2. Haftung bejahende Haltung	28
II. Rechtsprechung	30
C. Gang der Untersuchung	31

Kapitel 2

Die Funktionsweise von Online-Werbung	33
--	----

A. Begriffliche Einordnung der Display-Werbung	33
B. Der Vertrieb von Display-Werbung	34
I. Allgemeine Beschreibung des Vorgangs	34
II. Personen im Einzelnen	34
1. Der Werbetreibende	35
2. Website-Betreiber	35
3. Werbedienstleister	35
III. Praktische Ausgestaltung der Geschäftsmodelle von Online-Werbung	36
1. Beschreibung der Vertriebsmodelle	36
a) Klassisches Geschäftsmodell	36
b) Affiliate-Marketing als besondere Vertriebsart	37

2. Technische Verfahren zur Realisierung der Geschäftsmodelle	38
a) Die Auslieferung von Display-Werbung	38
aa) Aufgaben eines Ad-Servers	39
bb) Funktionsprinzipien des Ad-Servers	40
b) Technisches Verfahren des Affiliate-Marketings	41
C. Das Werbeumfeld	41
I. Auswahl des Werbeumfelds	41
1. Display-Werbung	41
a) Klassisches Geschäftsmodell	42
b) Blind Networks	43
2. Affiliate-Marketing	44
II. Die Kontrolle des Werbeumfelds	45
1. Technisches Verfahren der Ad-Verification und Brand Safety	45
2. Branchenstandards der Online-Werbeindustrie zur Ad-Verification	46
a) Überwachungsmethoden	46
b) Vom IAB standardisierte Kategorien	47
c) Mangelnde Akzeptanz der Branchenstandards in Deutschland	48
D. Entwicklungen in der europäischen und deutschen Politik zur Überwachung des Werbeumfelds	49
I. Bestrebungen der Europäischen Kommission	49
1. Der „Follow the money“-Ansatz zur Durchsetzung von Rechten an geistigem Eigentum der Europäischen Kommission	49
2. „Counterfeit and Piracy Watch List“ der EU-Kommission	51
3. Das Vereinigte Königreich als Beispiel im Kampf gegen Werbefinanzierung von illegalen Online-Angeboten	52
II. Bestrebungen in Deutschland	53
E. Zusammenfassung	54

Kapitel 3

Kriminelle Geschäftsmodelle mit Online-Werbung	55
A. Kostenlose Zurverfügungstellung von kostenpflichtigen Inhalten	55
I. Eigene Infrastruktur	55
II. Angebotene Inhalte auf fremden, sozialadäquaten Portalen	57
B. Finanzierung der Geschäftsmodelle durch Online-Werbung	57
I. Online-Werbung auf systematisch urheberrechtsverletzenden Websites	57
II. Missbrauch von rechtmäßig arbeitenden Werbenetzwerken als weitere Einnahmequelle	59
C. Ergebnis	60

Zweiter Teil

Haftungsgrundlagen im europäischen und deutschen Urheberrecht	61
--	----

Kapitel 4

Die Haftungsgrundlagen im Europäischen Urheberrecht	61
--	----

A. Einführung	61
B. Das Regelungssystem der Haftung im europäischen Urheberrecht	64
I. Grundlage des europäischen Urheberrechts	64
II. Haftungsregelungen in den europäischen Richtlinien	65
1. Haftungsrechtlichen Normen	65
2. Das Verhältnis der InfoSocRL zur EnforcementRL	65
a) Allgemeines Verhältnis	65
b) Umstrittenes Verhältnis von der Regelung zur Inanspruchnahme des Vermittlers und der Mittelperson	66
3. Das Verhältnis der Ansprüche aus Art. 8 Abs. 2 und Abs. 3 InfoSocRL zueinander	67
4. Ausgestaltung der Ansprüche aus Art. 8 InfoSocRL	70
a) Haftung als Verletzer	70
aa) Schadensersatz	70
bb) Gerichtliche Anordnung	71
b) Inanspruchnahme als Vermittler	71
aa) Definition des Vermittlers	72
bb) Kriterium der adäquaten Kausalität?	73
cc) Nicht erforderliche Verantwortlichkeit des Vermittlers	75
dd) Umfang der Maßnahmen	76
III. Anhaltspunkte in den EU-Richtlinien für verschiedene Beteiligungsformen an Urheberrechtsverletzungen	77
C. Zusammenfassung	77

Kapitel 5

Die Abgrenzung zwischen mittelbaren Werknutzungshandlungen und nicht-urheberrechtsrelevanten Hilfstaatigkeiten im Sinne von Art. 3 Abs. 1 InfoSocRL in der Rechtsprechung des EuGH	78
---	----

A. Die mittelbare Verletzung eines Verwertungsrechts im europäischen Urheberrecht als Ausgangspunkt der Untersuchung	79
I. Vorrüberlegung: Die haftungssubjektbezogene Betrachtung der Werknutzung	79
II. Unterscheidung zwischen unmittelbaren und mittelbaren Werkwiedergabehandlungen in der Literatur	81

1. Definition der Begriffe	81
2. Folgen der Unterscheidung	82
III. Kritik an der einheitlichen Behandlung der mittelbaren Werknutzung in der Literatur	82
IV. Konsequenz für den Gang der Untersuchung	84
B. Systematisierung der EuGH-Urteile zum Begriff des Werknutzers im Rahmen der öffentlichen Wiedergabe	84
I. Relevanz der Leistungsbeziehung	84
1. Der Ansatz des EuGH	84
2. Subjektiver Ansatz von Ungern-Sternberg	87
3. Stellungnahme	87
II. Die aktive Rolle als Element der „zentralen Rolle“ des Nutzers	89
1. Definition der aktiven Rolle	89
2. Charakterisierung von selbstständigen und unselbstständigen Akteuren	90
3. Kriterien für die Unterscheidung	91
a) Unselbstständige und selbstständige Akteure	91
b) Neutrale Akteure	92
4. Ermittlung der Werknutzereigenschaft	93
a) Kriterien zur Abgrenzung von selbstständigen und unselbstständigen Akteuren in der Rechtsprechung	93
aa) Das EuGH-Urteil Airfield und Canal Digital	93
(1) Sachverhalt	94
(2) Zentrale Problemstellung des Falls	95
(3) Urteilsanalyse	95
(4) Zentrale Aussage des Urteils: Zurechnung aufgrund Kontrolle des technischen Vorgangs	97
bb) Konkretisierung der „bloßen“ Bereitstellung von Einrichtungen“ mit Hilfe der gefundenen Aussage	97
cc) Ergebnis: Grundsätze zur Abgrenzung von der „bloßen“ Bereitstellung“	98
dd) Bestätigung des Ergebnisses in der weiteren Rechtsprechung	99
ee) Anhaltspunkte für die Behandlung des neutralen Akteurs	100
(1) Vergleichende Heranziehung der markenrechtlichen Rechtsprechung	100
(2) Übertragung der markenrechtlichen Rechtsprechung auf das Urheberrecht	101
b) Verallgemeinerung der Kriterien zur Ermittlung der Werknutzeigenschaft	102
aa) Der unselbstständige Akteur	102
bb) Der selbstständige Akteur	103

(1) Grundsatz	103
(2) Einschränkung der Haftung	104
cc) Neutraler Akteur	106
III. Dogmatischer Begründungsansatz: Einheitliches Konzept der Verantwortlichkeit	106
1. Begründungsvorschlag	106
2. Originärer Regelungsinhalt des Kapitels 2 Abschnitt 4 der ECRL	107
a) Die gesetzlichen Regelungen des Abschnitts 4	107
aa) Die Art. 12 bis 15 ECRL	107
bb) Anwendbarkeit der Regelungen des Kapitels 2 Abschnitt 4 der ECRL	108
b) Die den Regelungen aus Kapitel II Abschnitt 4 ECRL zugrundeliegenden Erwägungen	109
c) Die in der Regelung enthaltenen allgemeinen Wertungen	110
aa) Allgemeiner Ansatz: Abgestuftes System der Haftungsprivilegierung	110
bb) Abstufung der Verantwortlichkeit aufgrund des unterschiedlichen Risikopotentials	111
cc) Entscheidende Wertung: Verantwortlichkeit für die Herstellung von Informationen	113
d) Analoge Anwendung von Art. 14 ECRL für informationseingebende Nutzer	114
aa) Die Analogie in der europäischen Methodenlehre	114
(1) Vereinbarkeit der Analogie mit sekundärem Unionsrecht	114
(2) Die Voraussetzungen der Analogie im Unionsrecht	116
bb) Vorliegen der Analogievoraussetzungen	117
(1) Feststellung der Regelungslücke	117
(2) Planwidrigkeit	117
(3) Ähnlichkeit des Regelungsumfelds	119
(4) Kompetenz zur judiziellen Rechtsfortbildung	119
cc) Zwischenergebnis	120
3. Ableitung eines allgemeinen Prinzips aus den Wertungen der ECRL für ein einheitliches Konzept der Verantwortung	120
a) Korrespondierende Wertungen in der ECRL und der urheberrechtlichen Rechtsprechung	120
b) Schlussfolgerung	121
c) Neues Verständnis: Die Haftungsprivilegierungen der ECRL als Auslegungsgrundsätze	121
d) Rechtstechnische Realisierung des Gedankens mittels rechtsaktübergreifender „horizontaler“ Auslegung	122
aa) Die rechtsaktübergreifende „horizontale“ Auslegung von gleichrangigen Normen im europäischen Sekundärrecht	122

bb) Grundvoraussetzung: Die europäische Urheberrechtsordnung als einheitliches System	123
cc) Durchführung der rechtsaktübergreifenden Auslegung	123
(1) Systematische Auslegung	124
(2) Historische Auslegung	124
dd) Ergebnis	125
C. Zusammenfassung	125

Kapitel 6

Das neue europäische Haftungskonzept des EuGH für die „Täterschaft“ im Urheberrecht

A. Die neuere Rechtsprechung des EuGH	127
B. Das neue europäische Haftungskonzept im Urheberrecht für das Recht der öffentlichen Wiedergabe	128
I. Das Haftungskonzept des EuGH	128
II. Voraussetzungen der Verletzerhaftung	129
1. Aktive Rolle des Handelnden als Voraussetzung für die Verletzerhaftung	130
a) Das Kriterium der aktiven Rolle	130
b) Die fehlende Definition der „aktiven Rolle“	130
c) Heranziehung der Abgrenzung von selbstständigen und unselbstständigen Akteuren zur Ausgestaltung des Kriteriums der „aktiven Rolle“	131
d) Kausalität	132
2. Das erforderliche Kenntnismoment	132
a) Begriffsbestimmung: Dimensionen der Kenntnis	132
b) Allgemeine Kenntnis	134
c) Konkrete Kenntnis	135
d) Tatsächliche Kenntnis und Kennenmüssens	135
aa) Tatsächliche Kenntnis	136
bb) Kennenmüssen im Unionsurheberrecht	136
cc) Praktische Angleichung von tatsächlicher Kenntnis und Kennenmüssen	137
e) Beweislast	137
f) Zwischenergebnis	138
3. Verletzung von Verkehrspflichten als Haftungsvoraussetzung	138
a) Verkehrspflicht	138
b) Bestimmung der Verkehrspflichten	139
4. Übertragbarkeit auf andere Verwertungsrechte	141

Inhaltsverzeichnis	15
C. Kritische Betrachtung des neuen Haftungskonzepts des EuGH	141
I. Rezeption in der urheberrechtlichen Literatur	141
II. Der Gegenvorschlag des BGH zum Haftungskonzept des EuGH	142
III. Eigene Stellungnahme	144
D. Konsequenzen des neuen Haftungskonzepts für das europäische Urheberrecht	145
I. Konsequenzen für den Harmonisierungsgrad von Täterschaft und Teilnahme in der InfoSocRL	145
II. Konsequenz für die Vermittlerhaftung aus Art. 3 InfoSocRL	146
1. Literatur	146
2. Stellungnahme	147
E. Auswirkungen der Reform des europäischen Urheberrechts im Hinblick auf das europäische Haftungskonzept des EuGH	148
I. Hintergrund	148
II. Regelungen durch die neue DSM-RL	149
1. Anwendungsbereich der Regelung	149
2. Der Regelungsgehalt des Art. 17 Abs. 1 DSM-RL	150
III. Keine übergeordnete Bedeutung für das Haftungskonzept	151
1. Einzelfallregelung	151
2. Einordnung der Regelung in das europäische Haftungskonzept	152
IV. Ergebnis	153
F. Zusammenfassung	153

Kapitel 7

Implementierung des neuen europäischen Haftungskonzepts des EuGH in das deutsche urheberrechtliche Haftungssystem

A. Ausgangslage im deutschen Recht	154
B. Umsetzung des neuen europäischen Haftungskonzepts ins deutsche Recht	156
I. Anpassungsbedarf im deutschen Urheberrecht aufgrund der EuGH-Rechtsprechung	156
II. Die Umsetzungsmöglichkeiten im deutschen Recht	157
1. Die punktuelle Ergänzung des bestehenden Haftungssystems	157
2. Änderung des bisherigen Haftungssystems zugunsten einer mittelbaren Haftung aufgrund von Verkehrspflichtverletzung	158
3. Stellungnahme	160
III. Konsequenz für die deutsche Störerhaftung	162

Dritter Teil

**Praktische Anwendung der gefundenen Ergebnisse
auf die Haftung von Werbetreibenden**

164

Kapitel 8

Die urheberrechtliche Haftung von Werbetreibenden

164

A. Vorüberlegung: Ein potentieller Fall der mittelbaren Werknutzung	164
B. Ausgangsfall: Direktvermarktung durch Werbetreibenden	165
I. Verletzung des Rechts der öffentlichen Wiedergabe: Täterschaftliche Haftung aufgrund von Verkehrspflichtverletzung nach § 97 Abs. 1 und 2 UrhG	165
1. Verletzung eines Urheberrechts	165
2. Mittelbarer Beteiligungsbeitrag	166
3. Zurechenbarkeit des mittelbaren Handlungsbeitrags	167
a) Aktive Rolle des Werbetreibenden	168
aa) Selbstständige Leistungsbeziehung des Werbetreibenden	168
(1) Eigene Leistungsbeziehung	168
(2) Keine Kontrolle des Website-Betreibers über die Werbetätigkeit	169
bb) Einfluss des Werbetreibenden auf inhaltliche Gestaltung des Website-Angebots	170
b) Das Kriterium der Kenntnis: „Volle Kenntnis der Folgen des eigenen Handelns“	171
aa) Websites mit systematisch urheberrechtsverletzendem Geschäftsmodell	171
(1) Die Rechtswidrigkeit eines Geschäftsmodells	171
(2) Anhaltspunkte zur Bestimmung der auf die Rechtswidrigkeit deutenden Umstände	172
(3) Sonderfall: Amtliche „schwarze Listen“	173
bb) Websites mit legalem Geschäftsmodell	173
cc) Sonderfall: Nachträgliche Änderung des Geschäftsmodells oder Webadresse der Website	173
(1) Keine anfängliche allgemeine Kenntnis der Rechtswidrigkeit ..	173
(2) Sukzessiv entstehende allgemeine Kenntnis	174
dd) Zwischenergebnis	175
c) Verkehrspflichtverletzung	175
aa) Begründung der Pflicht zum verkehrsgemäßen Verhalten	175
bb) Einordnung des Risikopotentials von Werbetätigkeiten	176
cc) Ausgestaltung der Verkehrspflichten der Werbetreibenden	177
(1) Verkehrspflichten bei systematisch urheberrechtsverletzendem Werbeumfeld	177

(a) Allgemeine Kenntnis	177	
(b) Konkrete Kenntnis	179	
(c) Verhältnismäßiges Ergebnis	179	
(2) Verkehrspflichten bei sozialadäquatem Werbeumfeld	180	
d) Ergebnis der Zurechenbarkeit	180	
4. Verschulden	181	
a) Verschulden und Verkehrspflichtverletzungen	181	
b) Systematisch urheberrechtsverletzendes Umfeld	182	
c) Sozialadäquates Umfeld	182	
5. Schaden	182	
6. Ergebnis	183	
II. Haftung als Vermittler oder Störer	184	
C. Haftung des Werbetreibenden bei mehreren Beteiligten an Werbetätigkeit	184	
I. Haftung des Werbetreibenden	185	
1. Haftung nach § 97 UrhG	185	
a) Das Kriterium der Kenntnis	185	
aa) Systematisch urheberrechtsverletzendes Werbeumfeld	185	
bb) Sozialadäquates Werbeumfeld	187	
cc) Nachträgliche Änderung des Geschäftsmodells oder der Webadresse der Website	187	
b) Verkehrspflichtverletzung	188	
c) Zwischenergebnis	188	
2. Auskunftsansprüche	188	
II. Sonderfall: Blind Network	190	
D. Werbung auf Online-Plattformen zum Speichern und Teilen nutzergenerierter, digitalisierter Inhalte	190	
E. Ergebnis	191	
Kapitel 9		
Haftung der beteiligten Werbedienstleister		192
A. Haftung nach § 97 UrhG	192	
I. Aktive Rolle	192	
II. Erforderliche Kenntnis	193	
III. Verkehrspflichtverletzung	193	
B. Vermittlerhaftung	193	
C. Auskunftsanspruch	194	
D. Ergebnis	194	

	Kapitel 10	
	Ergebnisse der Untersuchung	194
Literaturverzeichnis	198
Sachwortverzeichnis	212

Abkürzungsverzeichnis

BAnz	Bundesanzeiger
BayGB	Bayerisches Gesetzblatt
BayRS	Bayerische Rechtssammlung
BayVBl.	Bayerische Verwaltungsbücher
Beschl.	Beschluß/Beschluß (historisch)
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Entscheidungen des Bundesgerichtshofes in Zivilsachen
BK-GG	Bonner Kommentar zum Grundgesetz
BMG	Bundesmeldegesetz
BR-Drs.	Bundesratsdrucksache/n
BT	Bundestag
BT-Drs.	Bundestagsdrucksache/n
BuStAG	Bundes- und Staatsangehörigkeitsgesetz
BVerfG	Bundesverfassungsgerichtsgesetz
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BVerfGG	Bundesverfassungsgerichtsgesetz
BVerwGE	Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts
BW	Baden-Württemberg
BWahlG	Bundeswahlgesetz
BWahlGÄndG	Gesetz zur Änderung des Bundeswahlgesetzes
BWahlGV	Bundeswahlgerätereverordnung
BWahlRÄndG	Gesetz zur Änderung des Wahl- und Abgeordnetenrechts
BWG	Bundeswahlgesetz
BWO	Bundeswahlordnung
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
CDU	Christlich Demokratische Union Deutschlands
COM	Europäische Kommission (Commission)
CSU	Christlich Soziale Union in Bayern e. V.
DDR	Deutsche Demokratische Republik
ders.	derselbe
dies.	dieselbe/dieselben
Diss.	Dissertation
Dok.	Dokument
Dok-Nr.	Dokumente-Nummer
DÖV	Die Öffentliche Verwaltung
Dr.	Doktor
Drucks.	Drucksache
DVBl.	Deutsches Verwaltungsbücher

ebd.	ebenda
EG	Europäische Gemeinschaft
EinbTestV	Einbürgerungstestverordnung
Einl.	Einleitung
erl.	erläutert
Erw. Ausg.	erweiterte Ausgabe
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EuWG	Europawahlgesetz
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
f.	folgende
FamRZ	Zeitschrift für das gesamte Familienrecht
FDP	Freie Demokratische Partei Deutschlands
ff.	fort folgende
FG	Festgabe
Fn.	Fußnote
Frankfurt a. M.	Frankfurt am Main
GBl.	Gesetzblatt
GG	Grundgesetz
ggf.	gegebenenfalls
GR-Kommentar	Grundrechte-Kommentar
GS	Gedächtnisschrift
GVBl.	Gesetz- und Verordnungsblatt
GVS.	Gesetz- und Verordnungssammlung
h. L.	herrschende Lehre
h. M.	herrschende Meinung
Habil.	Habilitationsschrift
HK	Handkommentar
Hrsg.	Herausgeber
hrsg.	herausgegeben
HStR	Handbuch des Staatsrechts
i. Br.	im Breisgau
i. d. F.	in der Fassung
i. d. R.	in der Regel
i. E.	im Ergebnis
i. V. m.	in Verbindung mit
IGH	Internationaler Gerichtshof
JA	Juristische Arbeitsblätter
JW	Juristische Wochenschrift
JZ	Juristenzeitung
Königstein/Ts.	Königstein im Taunus
KPD	Kommunistische Partei Deutschlands
KritV	Kritische Vierteljahresschrift für Gesetzgebung und Rechtswissenschaft
lit.	littera
LKV	Landes- und Kommunalverwaltung
m. w. N.	mit weiteren Nachweisen
Mio.	Million(en)
MIP	Mitteilungen des Instituts für Deutsches und Europäisches Patentrecht

MRRG	Melderechtsrahmengesetz
n. F.	neue Fassung
Nachdr.	Nachdruck
NBGBI.	Bundes-Gesetzblatt des Norddeutschen Bundes
Neudr.	Neudruck
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
No.	Numero
NPL	Neue Politische Literatur
Nr.	Nummer
NWVBl.	Nordrhein-Westfälische Verwaltungsblätter
o.Ä.	oder Ähnliches
o.g.	oben genannt(e/er)
OVG	ObERVERwaltungsgericht
Parl.Rat	Parlamentarischer Rat
PKK	Partiya Karkerên Kurdistan/Arbeiterpartei Kurdistans
PreußGS	Preußische Gesetzesammlung
PStG	Personenstandsgesetz
RGBI.	Reichsgesetzblatt
RGSt	Entscheidungen des Reichsgerichts in Strafsachen
RGZ	Entscheidungen des Reichsgerichts in Zivilsachen
Rspr.	Rechtsprechung
RStGH	Reichsstaatsgerichtshof
RT	Reichstag
RT NB	Reichstag des Norddeutschen Bundes
RT-Drs.	Reichstagsdrucksachen
RuStAG	Reichs- und Staatsangehörigkeitsgesetz
RWahlG	Reichswahlgesetz
S.	Seite/Satz
s. a.	siehe auch
s. u.	siehe unten
SächsVerfGH	Sächsischer Verfassungsgerichtshof
SGV	Sächsische Gesetzesammlung
sog.	sogenannte(r,s)
Sp.	Spalte
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
st. Rspr.	ständige Rechtsprechung
StAG	Staatsangehörigkeitsgesetz
StARegG	Gesetz zur Regelung von Fragen der Staatsangehörigkeit
StARG	Gesetz zur Reform des Staatsangehörigkeitsrechts
StAZ	Das Standesamt
Sten.Ber.	Stenographische Bericht/Stenographische Berichte
StGH	Staatsgerichtshof
StRegBl.	Staats- und Regierungsblatt
ThürVBl.	Thüringer Verwaltungsblätter
ThürVerfGH	Thüringer Verfassungsgerichtshof
u. a.	und andere/unter anderem
Univ.	Universität
Urt.	Urteil

v.	von/vom
VG	Verwaltungsgericht
VGH	Verwaltungsgerichtshof
vgl.	vergleiche
VO	Verordnung
Vorb.	Vorbemerkung
VR	Verwaltungsgrundschau
VU Beil.	Beilage zur Verfassungsurkunde
VVDStRL	Veröffentlichung der Vereinigung der Deutschen Staatsrechtslehrer
VwV-StAR	Allgemeine Verwaltungsvorschrift zum Staatsangehörigkeitsrecht
WahlprE	Wahlprüfungsentscheidung
WahlPrG	Wahlprüfungsgesetz
WP	Wahlperiode
WPfLG	Wehrpflichtgesetz
WRV	Weimarer Reichsverfassung

Erster Teil

Die Online-Werbung als Ausgangspunkt

Kapitel 1

Einleitung

A. Problemdarstellung

I. Das allgegenwärtige Problem der systematischen Urheberrechtsverletzungen im Internet

Internetpiraterie ist eines der grundlegendsten Probleme des Urheberrechts in der gegenwärtigen Zeit.¹ Es ist eine regelrechte Schattenindustrie entstanden, in deren Zentrum Online-Plattformen stehen, auf denen jegliche Arten von Kulturgütern zum kostenfreien Abruf bereitgestellt werden. Eben diese große Verfügbarkeit illegaler Angebote hat zu einer „Copy-and-Paste-Mentalität“ im Internet geführt.² Trotz steigender Popularität von Video-On-Demand-Plattformen, Musik-Streaming-Diensten sowie zunehmenden Online-Angeboten an Bezahlhalten von klassischen Verlagen und Medienunternehmen hat sich die legale Nutzung digitaler Inhalte gegenüber denjenigen illegalen Inhalten nicht durchgesetzt.³ So nutzt in Deutschland nach wie vor jeder Siebte illegale Angebote im Internet.⁴

Die illegale Nutzung verursacht der Kreativwirtschaft hohe finanzielle Einbußen. Der wirtschaftliche Gesamtschaden lässt sich nur schwer beziffern.⁵ Doch die negativen Auswirkungen gehen weit über rein wirtschaftliche Interessen hinaus. Langfristig wird die Medien- und die Meinungsvielfalt gefährdet. Denn die Kul-

¹ Becker, ZGE 2016, 239 (252).

² Vgl. Heckmann, Kap. 3.1 Rn. 2; vgl. Kropp, S. 79; vgl. Gloy, in: FS Loschelder, S. 99 (106).

³ Dies aber andeutend Becker, ZGE 2016, 239 (252); ebenso kommt eine Studie des Max-Planck-Instituts für Innovation und Wettbewerb zu diesem Ergebnis, vgl. Harhoff/Hilty/Stürz/Suyer, S. 10.

⁴ Jansen, Jeder Siebte nutzt illegale Angebote im Netz, FAZ vom 22.01.2018, abrufbar unter: <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/studie-zu-internetverhalten-illegale-angebote-im-netz-15410200.html> (Zugriff am 01.03.2020).

⁵ In Deutschland entstehen jährlich allein durch die Übertragung illegaler Live-TV-Signale ein wirtschaftlicher Schaden von etwa 700 Millionen Euro und Steuerverluste in Höhe von 170 Millionen Euro, vgl. VauNET – Verband privater Medien, Fernsehpiraterie-Studie 2018, S. 4, abrufbar unter: https://www.vau.net/system/files/documents/goldmediafernsehpiraterie-studie-2018_short.pdf (Zugriff am 01.03.2020).

turindustrie reagiert auf die Umsatzeinbußen, indem sie ihre Angebote inhaltlich anpasst, um die Verluste zu kompensieren. So haben beispielsweise die großen Produktionsunternehmen Time Warner, Picturehouse und Universal mittlerweile keine eigene Kunstfilm-Abteilung mehr, sondern produzieren vornehmlich Filme, deren Produktionskosten sich innerhalb weniger Wochen akkumulieren. Möglich ist dies nur mit einfach gehaltenen und wenig kontroversen Filmen, die mit dem Geschmack des Massenpublikums kompatibel sind.⁶ Damit wird deutlich, dass es sich um ein Problem von gesamtgesellschaftlicher Bedeutung handelt. Gerade Geschäftsmodelle, die sich durch den exklusiven Vertrieb von eigenen Produktionen auszeichnen, geraten damit in Gefahr. Und das, obwohl anders als noch vor einigen Jahren mittlerweile die überwiegende Anzahl von Kulturgütern online legal zu überschaubaren Preisen erworben werden kann, sei es als Einzelabruf oder als Abonnement.

II. Faktisches Problem der mangelnden Rechtsdurchsetzungsmöglichkeit

Es ist keine neue Erkenntnis, dass es sich bei Urheberrechtsverletzungen im Internet um ein tatsächliches und nicht um ein rechtliches Problem handelt.⁷ Sowohl das europäische als auch das deutsche Urheberrecht verbieten das Bereitstellen von geschützten Werken im Internet ohne Zustimmung des Rechteinhabers bereits vollumfänglich und stellen derartige Handlungen im gewerblichen Ausmaß sogar unter Strafe.⁸ Jedoch scheitert die Durchsetzung des deutschen und europäischen Urheberrechts vor allem an der Internationalisierung von Urheberrechtsverletzungen im digitalen Bereich. Die entscheidenden Akteure, welche die massenhafte Einspeisung und Zirkulation von urheberrechtlich geschützten Werken über das Internet durch ihre Infrastruktur erst ermöglichen, entziehen sich durch eine geschickte Standortwahl der Rechtsverfolgung. So werden etwa Domains der illegalen Plattformen in Ländern registriert, in denen dieser Vorgang anonym möglich ist (zum Beispiel Tonga mit der Top-Level-Domain .to), während die Serverinfrastruktur als physischer Anknüpfungspunkt bewusst in Ländern betrieben wird, in denen ein gerichtliches Vorgehen praktisch nicht möglich ist.⁹ Zwar konnten die deutschen Ermittlungsbehörden mittlerweile einige größere Erfolge verzeichnen, die zu rechtskräftigen Verurteilungen von Betreibern illegaler Streaming-Porta-

⁶ Kohlenberg, Aufnahme läuft, Die ZEIT vom 07.02.2013, abrufbar unter: <https://www.zeit.de/2013/07/Film-Piraterie> (Zugriff am 01.03.2020).

⁷ Becker, ZGE 2016, 239 (252).

⁸ Vgl. §§ 19a, 106 ff. UrhG.

⁹ Kühl, Kampf gegen Streamingmühlen, Die ZEIT vom 29.10.2014, abrufbar unter: <https://www.zeit.de/digital/internet/2014-10/kinox-streaming-illegal-razzia> (Zugriff am 01.03.2020); Becker, ZGE 2016, 239 (253). Der BGH hat beispielsweise dem Urteil *Störerhaftung des Access-Providers* die Annahme des Berufungsgerichts zugrunde gelegt, dass effektiver Rechtsschutz in Russland nicht zu erlangen sei, BGHZ 208, 82 = BGH GRUR 2016, 268 (278) Rn. 86 – Störerhaftung des Access-Providers.

len führten.¹⁰ Nichtsdestotrotz ist ein solches Vorgehen kaum nachhaltig, da abgeschaltete Portale in der Regel in kürzester Zeit durch neue ersetzt werden.¹¹ Ein Vorgehen gegen die Endkonsumenten ist mit äußerst großem Aufwand verbunden und kann letztendlich nur der Symptombehandlung dienen. Die Inhaber von Urheberrechten können vor diesem Hintergrund nur tatenlos zusehen, wie ihre Werke rechtswidrig von Dritten wirtschaftlich verwertet werden. Trotz gesetzlich zugesicherter Rechte bleiben sie faktisch rechts- und schutzlos.

Soll die faktische Rechtlosigkeit nicht einfach akzeptiert werden, gilt es alternative Wege zu finden, um die massenhaften Urheberrechtsverletzungen im Internet zu unterbinden. Ein Ansatz besteht darin, die Finanzierung des werbebasierten wirtschaftlichen Systems der Urheberrechtspiraterie grundlegend „auszutrocknen“. Die Betreiber von urheberrechtsverletzenden Online-Diensten handeln in der Regel nicht aus altruistischen Motiven, sondern zielen darauf ab, eigene Gewinne zu generieren. Zudem benötigen sie erhebliche finanzielle Mittel, um die technische Infrastruktur aufzubauen und aufrechtzuerhalten. Darüber hinaus werden für den Aufbau und die Aufrechterhaltung erhebliche finanzielle Mittel benötigt. Die Einnahmequellen stammen maßgeblich aus der Internetwerbewirtschaft.¹² In der Vergangenheit wurden diverse Fälle dokumentiert, in denen Werbung bekannter deutscher Unternehmen auf Internetpiraterie-Websites zu finden war.¹³ Diese Unternehmen zahlen Entgelte für die Schaltung ihrer Online-Werbeanzeigen auf Websites und bringen damit bewusst oder unbewusst das notwendige Kapital in die illegale Verwertungskette. Wird dieser Kapitalfluss an der Quelle unterbunden, also bei den werbetreibenden Unternehmen, wird damit das Geschäftsmodell der systematischen Urheberrechtsverletzungen nachhaltig erschwert. Dafür ist es nicht einmal erforderlich, dass die Werbeeinnahmen vollständig zum Versiegen gebracht werden.¹⁴ Solange die Werbetätigkeit von seriösen Unternehmen unter-

¹⁰ Vgl. BGH, Beschl. v. 11.01.2017, Az. 5 StR 164/16, becklink 2005518; Legal Tribune Online vom 19.01.2017, abrufbar unter: <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/bgh-az5str16416-video-download-streaming-kino-kinox-to-revision-verworfen/> (Zugriff am 01.03.2020).

¹¹ So wurde aus dem gesperrten Portal *kino.to* das von neuen Betreibern geführte Portal *kinox.to*, vgl. Legal Tribune Online vom 15.12.2015, abrufbar unter: <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/lg-leipzig-urteil-11kls390js915-kinox-to-filesharing-haft/> (Zugriff am 01.03.2020).

¹² Ernst & Young, Measuring digital advertising revenue to infringing sites – TAG US benchmarking study, 2017, abrufbar unter: <https://www.tagtoday.net/hubfs/Measuring%20digital%20advertising%20revenue%20to%20infringing%20sites.pdf?t=1507150221706> (Zugriff am 01.03.2020); UK Government Intellectual Property Office, IP Crime and Enforcement Report 2016/17, abrufbar unter: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/642324/IP_Crime_Report_2016_-_2017.pdf (Zugriff am 20.01.2020) S. 76.

¹³ Dokumentiert wurden beispielsweise Werbetätigkeiten der Unternehmen Microsoft, Vodafone, Ebay, Zalando und der Flensburger Brauerei auf dem illegalen Streaming-Portal *Kino.to*, vgl. *Patalong*, Wie Microsoft auf illegalen Websites landet, Spiegel Online vom 12.03.2012, abrufbar unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/online-werbung-wie-microsoft-auf-illegalen-websites-landet-a-819468.html> (Zugriff am 01.03.2020).

¹⁴ So der Zweifel von Jaworski, GRUR-Prax 2019, 56.