

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	15
Abkürzungsverzeichnis	29
1. Kapitel – Einleitung	35
A. Problemaufriss	35
B. Bearbeitungsziel und Untersuchungsgegenstand	41
C. Forschungs- und Meinungsstand in Rechtsprechung und Literatur	42
I. Rechtsprechung	42
II. Literatur	47
D. Zusammenfassung des 1. Kapitels	53
2. Kapitel – Online-Werbung und wo sie zu finden ist	55
A. Begriff der Werbung und Erscheinungsformen im Internet	56
I. Werbung – Begriffsbestimmung	56
II. Erscheinungsformen und technische Aspekte von Werbung im Internet	63
III. Zwischenergebnis	83
B. Funktion und Interessen der Beteiligten in Werbesachverhalten	84
I. Der Werbende	84
II. Die Webseiten-/Portalbetreiber	87
III. Werbevermittler	89
IV. Der Nutzer	102
V. Zwischenergebnis	103
C. Zusammenfassung des 2. Kapitels	104

3. Kapitel – Strukturell urheberrechtsverletzende Webseiten unter besonderer Berücksichtigung der öffentlichen Wiedergabe urheberrechtlich geschützter Inhalte	107
A. Definition per Gesetz	108
B. Verhaltenscodex der Clearingstelle Urheberrecht im Internet (CUII)	110
I. Auf Internetnutzer in Deutschland ausgerichtete, abrufbare Webseite	111
II. Öffentliche Wiedergabe von Inhalten, die das deutsche Urheberrechtsgesetz verletzen	112
III. Offensichtlichkeit der Urheberrechtsverletzung	202
IV. Kein Entgegenstehen legaler Inhalte	203
C. Definition einer strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite	205
D. Zusammenfassung des 3. Kapitels	206
4. Kapitel – Urheberrechtliche Haftung bei Werbung auf strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten	209
A. Haftung der Beteiligten als Täter nach § 97 UrhG	210
I. Haftung als Täter für die unmittelbare Verursachung: Uploader, Linksetzer, Konsumenten	212
II. Haftung als Täter für mittelbare Urheberrechtsverletzungen durch die Bereitstellung der technischen Infrastruktur: Von Webseitenbetreibern über Host-Provider bis Domain-Registrar	222
III. Die Voraussetzungen der öffentlichen Wiedergabe iSv. Art. 3 Abs. 1 InfoSoc-RL, § 15 Abs. 2 u. 3 UrhG – Ein auf der Verletzung von Verkehrspflichten basierendes Haftungsmodell für das Urheberrecht?	295
IV. Die Haftung als Täter für die Werbefinanzierung strukturell urheberrechtsverletzender Webseiten	296
V. Zusammenfassung für die täterschaftliche Haftung auf Grund von Urheberrechtsverletzungen auf strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten	345
B. Haftung der Beteiligten als Teilnehmer	349
C. Haftung der Beteiligten als Störer	350

D. Das Subsidiaritätsprinzip – ein Auslaufmodell?	353
E. Exkurs: Sperrverfügung iSv. § 7 Abs. 4 S. 1 TMG	354
F. Haftung auf Auskunft	358
I. Auskunftsanspruch aus § 101 Abs. 1 UrhG	359
II. Auskunftsanspruch aus § 242 BGB	369
III. Drittauskunftsanspruch aus § 101 Abs. 2 UrhG	374
IV. Zusammenfassung zur Haftung auf Auskunft	381
G. Zusammenfassung des 4. Kapitels	382
5. Kapitel – Fazit	387
Literaturverzeichnis	391

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	29
1. Kapitel – Einleitung	35
A. Problemaufriss	35
B. Bearbeitungsziel und Untersuchungsgegenstand	41
C. Forschungs- und Meinungsstand in Rechtsprechung und Literatur	42
I. Rechtsprechung	42
1. Urheberrecht	42
2. Lauterkeits- und Jugendschutzrecht	43
3. Zwischenergebnis	46
II. Literatur	47
1. Haftung von Werbenden und Werbevermittlern	47
2. Exkurs: Haftung von Kreditkartenunternehmen und anderen Finanzdienstleistern	51
3. Zwischenergebnis	52
D. Zusammenfassung des 1. Kapitels	53
2. Kapitel – Online-Werbung und wo sie zu finden ist	55
A. Begriff der Werbung und Erscheinungsformen im Internet	56
I. Werbung – Begriffsbestimmung	56
1. Werbung und Urheberrecht	56
2. Werbung im Medienstaatsvertrag (MStV)	57
3. Werbung im Jugendmedienschutzrecht	58
4. Werbung im Telemediengesetz (TMG)	59
5. Werbung im Lauterkeitsrecht	60
6. Werbung im Digital Services Act	61
7. Zusammenfassung und Ergebnis	62

II. Erscheinungsformen und technische Aspekte von Werbung im Internet	63
1. Erscheinungsformen von Display-Werbung	64
a) Größe	64
b) Werbeform und Platzierung	66
aa) In-Page-Werbung	66
bb) Pop-ups	68
cc) In-Stream-Werbung	69
2. Technischer Hintergrund	69
a) Aufruf einer Webseite und Implementierung von Werbung	70
b) Targeting als Instrumente nutzerspezifischer Werbung	72
aa) Soziodemografisches Targeting	73
bb) Geo-Targeting/IP-Targeting	73
cc) Technisches Targeting	74
dd) Context-Targeting/Content-Targeting/ Placement-Targeting	74
ee) Semantisches Targeting	75
ff) Behavioral Targeting	75
gg) Predictive Behavioral Targeting	77
hh) Keyword-Targeting	78
ii) Social-Media-Targeting	78
jj) Ausblick	79
3. Abrechnung der Werbegelder	80
a) Abrechnungsmodelle	80
b) Werbenetzwerke, elektronische Marktplätze und Vergütungsabwicklung	81
III. Zwischenergebnis	83
B. Funktion und Interessen der Beteiligten in Werbesachverhalten	84
I. Der Werbende	84
II. Die Webseiten-/Portalbetreiber	87
III. Werbevermittler	89
1. Affiliate-Netzwerke	89
a) Affiliate-Marketing	90
b) Affiliate-Netzwerke – Funktionen und Möglichkeiten	91
c) Meta-Netzwerke und Meta-Publisher	93
d) Zwischenergebnis	96

2. Online-Marktplätze für die automatisierte Ersteigerung von Werbeflächen	97
a) SSP	99
b) DSP	99
c) DMP	100
d) Automatisierte Auslieferung von Werbung als Problem	100
3. Zusammenfassung	102
IV. Der Nutzer	102
V. Zwischenergebnis	103
C. Zusammenfassung des 2. Kapitels	104
3. Kapitel – Strukturell urheberrechtsverletzende Webseiten unter besonderer Berücksichtigung der öffentlichen Wiedergabe urheberrechtlich geschützter Inhalte	107
A. Definition per Gesetz	108
B. Verhaltenscodex der Clearingstelle Urheberrecht im Internet (CUII)	110
I. Auf Internetnutzer in Deutschland ausgerichtete, abrufbare Webseite	111
II. Öffentliche Wiedergabe von Inhalten, die das deutsche Urheberrechtsgesetz verletzen	112
1. Nach dem UrhG geschützte Leistungen	112
a) Urheberrecht	113
b) Verwandte Schutzrechte, §§ 70 ff. UrhG	114
c) Schutz von digitalen Inhalten durch das UrhG	114
aa) Filme, Serien und Sportveranstaltungen	115
bb) Fotografien	116
cc) Musik	117
dd) Literatur	118
ee) Computerprogramme einschließlich Computerspiele	118
ff) Sonstiges	119
d) Zwischenergebnis	120

2. Öffentliche Wiedergabe	120
a) Objektive Beurteilung des Vorliegens einer öffentlichen Wiedergabe	121
aa) Recht der öffentlichen Zugänglichmachung iSv. §§ 15 Abs. 2 S. 2 Nr. 2, 19a UrhG	122
(1) Zugänglichmachung	122
(2) Öffentlichkeit	124
(a) Zahlenmäßig unbestimmbarer Personenkreis	125
(b) Anwendbarkeit auf die untersuchungsgegenständlichen Geschäftsmodelle	125
(3) Zwischenergebnis	126
bb) Senderecht iSv. § 15 Abs. 2 S. 2 Nr. 3, 20 UrhG	127
cc) Ergebnis des objektiven Tatbestands der öffentlichen Wiedergabe	130
b) Einschränkung: Unter Verwendung eines neuen technischen Verfahrens oder Wiedergabe gegenüber einem neuen Publikum	130
aa) Unter Verwendung eines neuen technischen Verfahrens	131
bb) Erreichen eines neuen Publikums	133
(1) Erneutes Upload des Werkes durch Dritte	133
(2) Linking und Framing	134
cc) Erfordernis eines unbenannten subjektiven Elements für das Vorliegen einer öffentlichen Wiedergabe	136
(1) Subjektives Element der öffentlichen Wiedergabe – Dogmatischer Widerspruch unter Berücksichtigung des Wortlauts	137
(2) Ansatz des <i>EuGH</i> : Fokus auf die Rolle des Nutzers – Unmittelbare Handlung der öffentlichen Wiedergabe am Beispiel des Linkings/Framings	138
(a) Gewinnerzielungsabsicht am Beispiel von <i>kinox.to</i> und <i>livetv.sx</i>	140
(b) Ermittlung des Vorsatzes im Übrigen	142

(c) Ergebnis der unmittelbaren öffentlichen Wiedergabe nach der Lösung des <i>EuGHs</i>	144
(3) Eigene öffentliche Wiedergabe des Webseitenbetreibers bei Handlungen Dritter – mittelbare öffentliche Wiedergabe	145
(a) Plattformen für die Wiedergabe von digitalen Inhalten durch Dritte	145
(aa) Video-Sharing-Plattformen	146
(bb) Sharehosting-Plattformen	147
(cc) Blogs, Foren und Linkssammlungen	148
(dd) Zwischenergebnis	148
(b) Zentrale Rolle	149
(c) Vorsätzliches Handeln des Plattformbetreibers unter Berücksichtigung der Gewinnerzielungsabsicht	151
(aa) Blogs, Foren und Linkssammlungen	153
(bb) Sharehosting-Plattformen	154
(cc) Video-Sharing-Plattformen	156
(d) Zwischenergebnis	157
(4) Übertragbarkeit auf andere Intermediäre	159
(a) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung (Var. 1)	161
(b) Kennen müssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	162
(c) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	165
(aa) Beteiligung an der Auswahl der geschützten Inhalte (Alt. a)	166
(bb) Anbieten von Hilfsmitteln zum unerlaubten Teilen von Online-Inhalten (Alt. b)	166

(cc) Wissentliches Fördern unter Berücksichtigung des gewählten Geschäftsmodells (Alt. c)	168
(d) Zwischenergebnis	169
(5) Zusammenfassung zur Auslegung des Rechts der öffentlichen Wiedergabe iSv. Art. 3 Abs. 1 InfoSoc-RL durch den <i>EuGH</i>	170
(6) Überzeugungskraft des Ansatzes des <i>EuGHs</i>	172
(a) Rechtsprechung des <i>BGHs</i>	173
(b) Kritik am Verständnis des <i>EuGHs</i> in der Literatur	174
(c) Einschätzung	175
(aa) Unklarheit der Haftungsreichweite	175
(bb) Verwischen von Handlungs- und Erfolgsunrecht	180
(cc) Differenzierung beim Begriff der „zentralen Rolle“	180
(dd) Nationales Verständnis vs. europäischer Ansatz	182
(d) Zwischenergebnis	187
(7) Ergebnis des Erfordernisses einer subjektiven Komponente für das Vorliegen einer öffentlichen Wiedergabe	188
dd) Öffentliche Wiedergabe des Diensteanbieters für das Teilen von Online-Inhalten, Art. 17 Abs. 1 S. 1 DSM-RL	188
(1) Inhaltlicher Unterschied beim Begriff der öffentlichen Wiedergabe bei Art. 17 Abs. 1 S. 1 DSM-RL und Art. 3 Abs. 1 InfoSoc-RL?	189
(2) Anwendungsbereiche von Art. 17 Abs. 1 S. 1 DSM-RL im Verhältnis zu Art. 3 Abs. 1 InfoSoc-RL	190
(a) Anwendung von Art. 17 DSM-RL auf Video-Plattformen, Blogs, Foren und Linksammlungen und Share-Hosting-Plattformen	191

(aa) Maßgebliche Voraussetzung: Upload und öffentliche Wiedergabe	193
(bb) Share-Hoster auf der Grenze des Anwendungsbereichs von Art. 17 DSM-RL	193
(b) Zwischenergebnis	195
ee) Konsequenzen für die nationale Rechtsanwendung der öffentlichen Wiedergabe	195
c) Zusammenfassung zur öffentlichen Wiedergabe	196
3. Zwischenergebnis	201
III. Offensichtlichkeit der Urheberrechtsverletzung	202
IV. Kein Entgegenstehen legaler Inhalte	203
C. Definition einer strukturell urheberrechtsverletzenden Webseite	205
D. Zusammenfassung des 3. Kapitels	206
4. Kapitel – Urheberrechtliche Haftung bei Werbung auf strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten	209
A. Haftung der Beteiligten als Täter nach § 97 UrhG	210
I. Haftung als Täter für die unmittelbare Verursachung: Uploader, Linksetzer, Konsumenten	212
1. Verletzung einer nach dem UrhG geschützten Leistung	212
a) Uploader	213
b) Linksetzer	215
c) Konsumenten	216
2. Widerrechtlichkeit	217
3. Verschulden	218
4. Wiederholungsgefahr beim Anspruch auf Unterlassung, § 97 Abs. 1 S. 1 UrhG	219
5. Ergebnis zur Haftung als Täter für die unmittelbare Verursachung	220
6. Exkurs: Unmöglichkeit der Rechtsdurchsetzung gegenüber den unmittelbaren Verursachern	221

II. Haftung als Täter für mittelbare Urheberrechtsverletzungen durch die Bereitstellung der technischen Infrastruktur: Von Webseitenbetreibern über Host-Provider bis Domain-Registrar	222
1. Verletzung einer nach dem UrhG geschützten Leistung	223
a) Eigene öffentliche Wiedergabe des Diensteanbieters für das Teilen von Online-Inhalten gem. § 1 Abs. 1 UrhDaG	223
b) Ausgangspunkt: mittelbare öffentliche Wiedergabe durch Intermediäre gem. Art. 3 Abs. 1 InfoSoc-RL, § 15 Abs. 2 u. 3 UrhG	225
c) Host-Provider	227
aa) Verschiedene Rollen der Hostprovider bei strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten	228
(1) Host-Provider im Allgemeinen	228
(2) Blogs und Foren	230
(3) Sharehosting	231
(4) Webhosting	232
bb) Mittelbare öffentliche Wiedergabe durch Host-Provider	235
(1) Blogs und Foren	236
(a) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit (Var.1)	236
(b) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	242
(c) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	244
(aa) Beteiligung an der Auswahl der geschützten Inhalte	245
(bb) Anbieten von Hilfsmitteln zum unerlaubten Teilen von Online-Inhalten	246
(d) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch die Betreiber von Foren und Blogs	248

(2) Sharehosting	248
(a) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit (Var. 1)	249
(b) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	250
(c) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	252
(d) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch den Share-Hoster	254
(3) Webhosting	254
(a) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit (Var. 1)	255
(b) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	256
(c) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	257
(d) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch den Web-Hosting-Provider	258
cc) Ergebnis zur Haftung von Host-Providern	258
d) Tauschbörsen	260
aa) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit (Var. 1)	261
bb) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	262
cc) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	264

dd) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch Tauschbörsen	266
e) Suchmaschinen	267
aa) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit (Var. 1)	268
bb) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	269
cc) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	271
dd) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch Betreiber von Suchmaschinen	272
f) Access-Provider	273
aa) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit (Var. 1)	274
bb) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	277
cc) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	279
dd) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch Access-Provider	279
g) Content-Delivery-Networks (CDN-Provider)	280
aa) Kenntnis von der Rechtswidrigkeit des konkreten Inhalts und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit	281
bb) Kennenmüssen und Nichtergreifen zumutbarer technischer Maßnahmen (Var.2)	282
cc) Sonstige Beteiligung wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen (Var. 3)	284
dd) Zusammenfassung zur mittelbaren öffentlichen Wiedergabe durch CDNs	285
h) DNS-Resolver	286
i) Domain-Registrare	287
j) Registries	288

k) Zwischenergebnis: Das Modell der öffentlichen Wiedergabe eignet sich für die Anwendung auf alle Intermediäre im Internet	289
2. Widerrechtlichkeit	290
3. Verschulden	290
4. Wiederholungsgefahr beim Anspruch auf Unterlassung, § 97 Abs. 1 S. 1 UrhG	290
5. Kein Ausschluss der Verantwortlichkeit durch Haftungsprivilegien	291
6. Ergebnis zur Haftung als Täter für die mittelbare Verursachung durch technische Beiträge	292
7. Konsequenzen einer umfassenden täterschaftlichen Haftung	294
III. Die Voraussetzungen der öffentlichen Wiedergabe iSv. Art. 3 Abs. 1 InfoSoc-RL, § 15 Abs. 2 u. 3 UrhG – Ein auf der Verletzung von Verkehrspflichten basierendes Haftungsmodell für das Urheberrecht?	295
IV. Die Haftung als Täter für die Werbefinanzierung strukturell urheberrechtsverletzender Webseiten	296
1. Verletzung einer nach dem UrhG geschützten Leistung	298
2. Erforderlichkeit der Haftung für die Werbefinanzierung strukturell urheberrechtsverletzender Webseiten	300
3. Allgemein gültige Verkehrspflichten im Urheberrecht für die mittelbare Verursachung	301
a) Verkehrspflichten in anderen Rechtsgebieten	302
aa) Verkehrspflichten im allgemeinen Deliktsrecht	302
bb) Verkehrspflichten im Lauterkeitsrecht	304
cc) Verkehrspflichten im Patentrecht	307
dd) Verkehrspflichten im Markenrecht	308
ee) Zwischenergebnis	308
b) Übertragbarkeit auf das Urheberrecht	309
c) Verantwortlichkeit für die Urheberrechtsverletzung statt mittelbarer öffentlicher Wiedergabe	312
d) Basis für urheberrechtliche Verkehrspflichten: Die Pflicht Urheberrechtsverletzungen wirksam und glaubhaft zu bekämpfen	313
e) Vereinbarkeit mit dem Unionsrecht	316
(1) Art. 8 InfoSoc-RL	317

(2) Art. 13 Enforcement-RL	318
(3) Art. 17 DSM-RL	319
(4) Vereinbarkeit mit der EU-GRCh	319
(5) Zwischenergebnis	322
f) Vereinbarkeit mit völkerrechtlichen Verträgen	322
g) Zusammenfassung	323
4. Verkehrspflichtverletzungen durch Werbende	325
a) Ausgangslage: Die Gefahr der Existenzsicherung strukturell urheberrechtsverletzender Webseiten durch die Werbefinanzierung	327
b) Var. 1: Kenntnis und keine Löschung oder Sperrung trotz Möglichkeit	328
c) Var. 2: Wissen oder Wissen müssen und Nichtergreifen zumutbarer und geeigneter technischer Maßnahmen	329
d) Var. 3: Sonstige Beteiligung durch wie Auswahl von Inhalten, Hilfsmittel zum unerlaubten Teilen	329
e) Var. 4: Wissen oder Wissen müssen um die Förderung und Nichtergreifen zumutbarer und geeigneter Maßnahmen	330
aa) Grundsätzliche Verletzung von Verkehrspflichten durch Werbende	330
bb) Konkretisierung der Handlungspflichten	331
(1) Erforderlichkeit von zu ergreifenden Maßnahmen	331
(2) Geeignete Maßnahmen	331
(3) Verhältnismäßigkeit der vom Werbenden zu ergreifenden Maßnahmen	332
(cc) Zwischenergebnis	334
f) Zusammenfassung zur Verantwortlichkeit für Urheberrechtsverletzungen durch Werbende	335
5. Verkehrspflichtverletzungen durch Werbevermittler	335
a) Ausgangslage: Vermittlung von Werbung in Verbindung mit verletzenden Inhalten auf strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten	336
b) Kein Eingreifen von Var. 1-3 des urheberrechtlichen Verkehrspflichtenmodells bei Werbevermittlern	337

c) Var. 4: Wissen oder Wissen müssen um die Förderung und Nichtergreifen zumutbarer und geeigneter Maßnahmen	338
aa) Kenntnis der Werbevermittler	338
bb) Wissen müssen, dass durch die Werbevermittlung strukturell urheberrechtsverletzende Webseiten gefördert werden	339
cc) Handlungspflichten der Werbevermittler	339
dd) Verhältnismäßigkeit der von Werbevermittlern zu ergreifenden Maßnahmen	340
d) Zwischenergebnis	340
6. Widerrechtlichkeit	341
7. Verschulden	341
8. Wiederholungsgefahr beim Anspruch auf Unterlassung, § 97 Abs. 1 S. 1 UrhG	342
9. Ergebnis zur Haftung als Täter für die (Werbe-)Finanzierung strukturell urheberrechtsverletzender Webseiten	342
10. Haftung der Intermediäre für die Verletzung von Verkehrspflichten	343
V. Zusammenfassung für die täterschaftliche Haftung auf Grund von Urheberrechtsverletzungen auf strukturell urheberrechtsverletzenden Webseiten	345
B. Haftung der Beteiligten als Teilnehmer	349
C. Haftung der Beteiligten als Störer	350
D. Das Subsidiaritätsprinzip – ein Auslaufmodell?	353
E. Exkurs: Sperrverfügung iSv. § 7 Abs. 4 S. 1 TMG	354
F. Haftung auf Auskunft	358
I. Auskunftsanspruch aus § 101 Abs. 1 UrhG	359
1. Urheberrechtsverletzungen in gewerblichem Ausmaß	359
2. Verschuldenserfordernis	361
3. Verhältnismäßigkeit, § 101 Abs. 4 UrhG	361
4. Kein Entgegenstehen des Datenschutzes	364
5. Rechtsfolgen und Haftung	365
a) „Adresse“ iSv. § 101 Abs. 3 Nr. 1 UrhG erfasst nicht die E-Mail-Adresse und die IP-Adresse	366

b) Anwendbarkeit auf digitale Inhalte	367
c) Rechtsfolge für Intermediäre, Werbende und Werbevermittler	367
II. Auskunftsanspruch aus § 242 BGB	369
1. Verhältnis zu § 101 Abs. 1 UrhG	369
2. Voraussetzungen eines Auskunftsanspruchs aus § 242 BGB	370
a) Besondere rechtliche Beziehung: Urheberrechtsverletzung	371
b) Unverschuldetes Ungewissheit	371
c) Unschwere Informationserteilung des Auskunftsschuldners	372
3. Rechtsfolgen und Haftung	373
III. Drittauskunftsanspruch aus § 101 Abs. 2 UrhG	374
1. Vorliegen der Voraussetzungen von § 101 Abs. 2 S. 1 Nr. 3 UrhG	374
a) Offensichtlichkeit der Rechtsverletzung; Klageerhebung	375
b) In gewerblichem Ausmaß für die Rechtsverletzung genutzte Dienstleistung	376
2. Vorliegen der Voraussetzungen von § 101 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 UrhG	377
3. Anspruchsausschluss durch § 101 Abs. 2 S. 1 UrhG iVm. §§ 383-385 ZPO	377
4. Verhältnismäßigkeit und Datenschutz	379
5. Richtervorbehalt bei der Auskunft über Verkehrsdaten, § 101 Abs. 9 UrhG	379
6. Rechtsfolge und Haftung	380
IV. Zusammenfassung zur Haftung auf Auskunft	381
G. Zusammenfassung des 4. Kapitels	382
5. Kapitel – Fazit	387
Literaturverzeichnis	391