

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 Mittelsperson	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 Hilfstätigkeiten 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. Vorüberlegung: 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 Digitaal	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“ mithilfe 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 Werknutzereigenschaft	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 judziellen Rechtsfortbildung	119
cc) Zwischenergebnis	120
3. Ableitung eines allgemeinen Prinzips aus den Wertungen der ECRL für ein ein- heitliches 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 Auslegungs- grundsätze	121
d) Rechtstechnische Realisierung des Gedankens mittels rechtsaktübergreifen- der „horizontaler“ Auslegung	122
aa) Die rechtsaktübergreifende „horizontale“ Auslegung von gleichrangi- gen 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	126
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

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 154

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 auf- grund 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 Geschäfts- modell	171
(1) Die Rechtswidrigkeit eines Geschäftsmodells	171
(2) Anhaltspunkte zur Bestimmung der auf die Rechtswidrigkeit deu- tenden Umstände	172
(3) Sonderfall: Amtliche „schwarze Listen“	173
bb) Websites mit legalem Geschäftsmodell	173
cc) Sonderfall: Nachträgliche Änderung des Geschäftsmodells oder Web- adresse 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