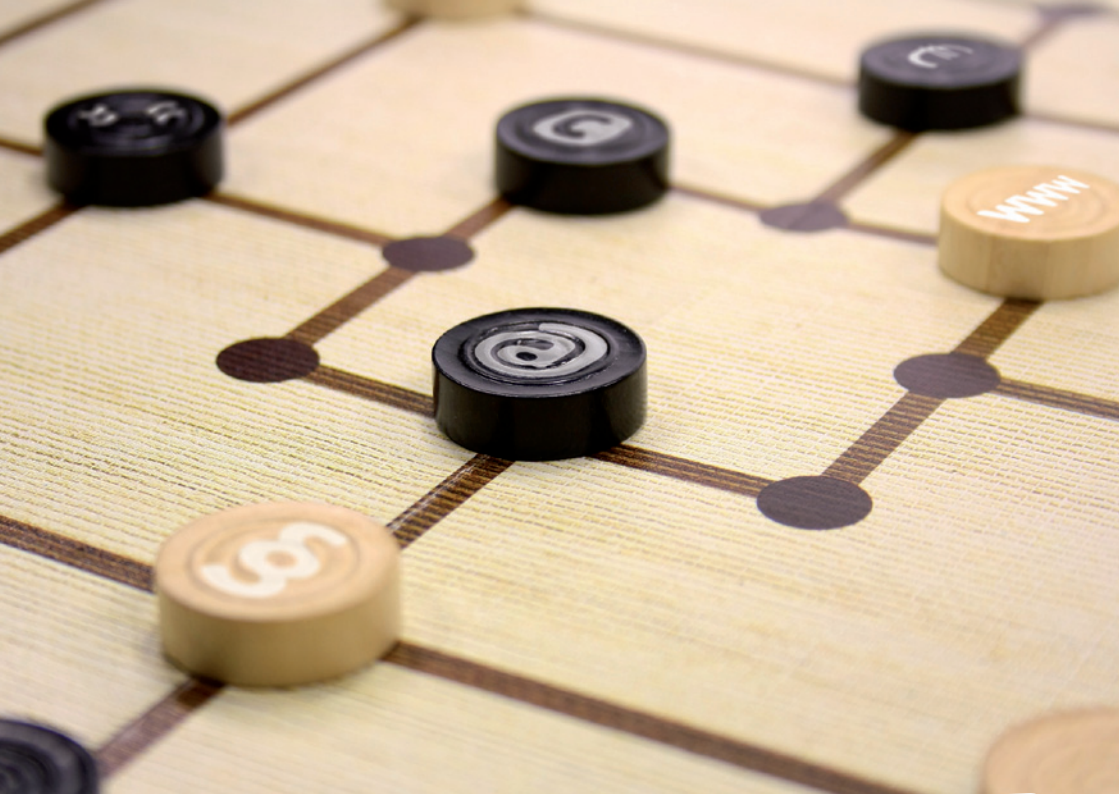




Spielregeln im internet **2**

Durchblicken im Rechte-Dschungel

Texte 9 – 16 der Themenreihe zu Rechtsfragen im Netz



klicksafe.de

Mehr Sicherheit im Internet
durch Medienkompetenz



iRIGHTS.INFO

Titel:

Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel

Autoren:

Valie Djordjevic
Dr. Till Kreutzer
Eva Ricarda Lautsch
Philipp Otto
David Pachali
Matthias Spielkamp
John H. Weitzmann

Redaktion:

Martin Müsgens, Valie Djordjevic

1. Auflage, Dezember 2012

Verantwortlich:

Mechthild Appelhoff (für klicksafe)
Philipp Otto (für iRights.info)

Herausgeber:

klicksafe (www.klicksafe.de) ist eine Initiative im Safer Internet Programme der Europäischen Union für mehr Sicherheit im Internet. klicksafe wird gemeinsam von der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz (Koordination) und der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) umgesetzt.

The project ist co-funded by the European Union through the Safer Internet plus programme: <http://ec.europa.eu/saferinternet>

und

iRights.info e. V.
Almstadtstr. 9 – 11
10119 Berlin
redaktion@irights.info
www.irights.info

Bezugsadressen:**klicksafe-Büros**

c/o Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 77 00 7-0
Fax: 0211 / 72 71 70
E-Mail: klicksafe@lfm-nrw.de
URL: www.klicksafe.de

c/o Landeszentrale für Medien und
Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz
Turmstraße 10
67059 Ludwigshafen
Tel: 06 21 / 52 02-271
Fax: 06 21 / 52 02-279
E-Mail: info@klicksafe.de
URL: www.klicksafe.de



Diese Broschüre steht unter der Creative-Commons-Lizenz „Namensnennung – Keine kommerzielle Nutzung – Keine Bearbeitung 3.0 Deutschland“ (by-nc-nd), d. h. sie kann bei Angabe der Herausgeber klicksafe und irights.info in unveränderter Fassung zu nicht kommerziellen Zwecken beliebig vervielfältigt, verbreitet und öffentlich wiedergegeben (z. B. online gestellt) werden. Der Lizenztext kann abgerufen werden unter: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/>

Layout und Umschlaggestaltung:

stilfreund, Paderborn, www.stilfreund.de

Illustrationen:

studio grau, Berlin, www.studiograu.de

Cover-Foto:

© Thomas Francois, www.fotolia.com

Druck:

Hitzegrad Print Medien und Service GmbH, Dortmund

inhaltsverzeichnis

Impressum	2
Vorwort	5
1. Zitieren im WWW – Regeln und Besonderheiten von Text- und Bildziten im Internet (Matthias Spielkamp)	6
2. Veröffentlichen im Internet – Schutz der eigenen Website vor Abmahnungen (Philipp Otto)	13
3. Einkaufen im Netz – Bei Mausklick Einkauf (John H. Weitzmann)	20
4. Vorsicht Falle – Betrug im Internet (Philipp Otto)	26
5. CDs vs. Musik aus dem Online-Shop: Was darf man mit digital gekaufter Musik machen? (Dr. Till Kreutzer, David Pachali)	34
6. Online-Betrug – Abofallen und andere Hindernisse (Valie Djordjevic)	43
7. 3 – 2 – 1 – und nun? Kaufen und Verkaufen über Online-Auktionen (John H. Weitzmann)	49
8. Ein Name für die Website – Marken- und Titelschutz bei Webauftreten (Dr. Till Kreutzer, Eva Ricarda Lautsch)	60

Weitere Texte der fortlaufenden Themenreihe zu „Rechtsfragen im Netz“ von Klicksafe und iRights.info finden sich unter www.klicksafe.de/irights und www.iriights.info. Die Texte 1 – 8 der Themenreihe wurden zudem in der Broschüre „Spielregeln im Internet 1“ veröffentlicht (siehe www.klicksafe.de/materialien).

Das Internet hat in den letzten Jahren einen schrittweisen Wandel erfahren, und immer neue, vielfach interaktive Dienste und Anwendungen stehen im World Wide Web bereit. So kann man sich mit wenigen Mausklicks in Sozialen Netzwerken präsentieren, eine eigene Homepage erstellen, Filme vom letzten Urlaub auf Videoportalen hochladen oder per Tweet aus dem eigenen Leben berichten. Online-Verandhäuser und Online-Auktionshäuser erlauben Einkäufe und Verkäufe vom eigenen Sofa aus. Filme, Computerspiele und -programme sowie Musik werden immer häufiger auch online genutzt und bezogen – Tendenz steigend.

Bei all diesen Aktivitäten im Internet spielen Rechte und Gesetze in Form von Urheberrechten, Persönlichkeitsrechten oder Verbraucherrechten eine wesentliche Rolle. Den Nutzerinnen und Nutzern selbst ist dies nicht immer bewusst, und gerade wenn es um rechtliche Fragestellungen geht, bestehen viele Unsicherheiten: Wie kann ich meine eigene Website vor Abmahnungen schützen? Welche Verbraucherrechte habe ich, wenn ich über das Internet einkaufe oder verkaufe? Was darf ich mit digital gekaufter Musik machen? Wie wehre ich mich gegen Online-Betrug? Welche Regelungen gelten bei Zitaten im Internet?

Um diese und ähnliche Fragen zu beantworten, haben Klicksafe und iRights.info Mitte 2009 online eine gemeinsame Themenreihe zu „Rechtsfragen im Internet“ gestartet. Die ersten acht Texte dieser Reihe wurden auch in Form der Broschüre „Spielregeln im Internet 1“ veröffentlicht. Nachdem der erste Teil auf großes Interesse gestoßen ist, veröffentlichen Klicksafe und iRights.info mit der vorliegenden Broschüre „Spielregeln im Internet 2 – Durchblicken im Rechte-Dschungel“ weitere acht Texte der gemeinsamen Themenreihe zusätzlich als Printausgabe.

Wir würden uns freuen, mit dieser Broschüre an den Erfolg des ersten Bandes anknüpfen zu können und den Leserinnen und Lesern relevante Tipps und Hilfestellungen für mehr Sicherheit im Internet bereit zu stellen.

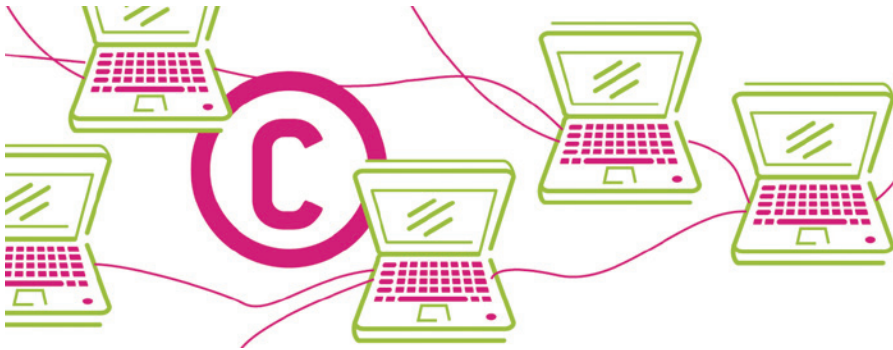
Für die EU-Initiative Klicksafe

Dr. Jürgen Brautmeier
Direktor der Landesanstalt für
Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)

Für iRights.info

Philipp Otto
Redaktionsleiter
iRights.info

Zitieren im WWW – Regeln und Besonderheiten von Text- und Bildzitat im Internet



Autor: Matthias Spielkamp

Das Internet ist ein gigantischer Fundort für Texte, Bilder, Musik und andere Inhalte. Wer sie in eigenen Texten oder Videos, auf Webseiten oder in Social Networks verwenden möchte, sollte wissen, welche Regeln fürs Zitieren gelten.

Das Urheberrecht gestattet es ausdrücklich, dass man zitieren darf, ohne den Urheber oder seinen Vertreter, den Rechteinhaber (z. B. einen Verlag), um Erlaubnis zu fragen. Dies gilt auch für Zitate im Internet, auf Webseiten, in Blogs oder auf Profiseiten. Das Prinzip hinter diesem Recht ist, dass ein Urheber normalerweise immer auf den kulturellen Leistungen seiner Vorgänger aufbaut. Daher muss er diesen relativ geringen Eingriff in sein ausschließliches Verwertungsrecht hinnehmen, wenn das dem allgemeinen kulturellen und wirtschaftlichen Fortschritt dient.

Ohne diese Bestimmung wäre das Zi-

tieren so aufwendig, dass es praktisch unmöglich würde. Doch das Gesetz schränkt das Recht ein, und zwar mit der Formulierung „sofern die Nutzung in ihrem Umfang durch den besonderen Zweck gerechtfertigt ist“ (Paragraf 51 Urheberrechtsgesetz (UrhG): Zitate). Man darf also nicht einfach jedes Stück Text in jeder Länge in einen eigenen Text einbauen: Der Ausschnitt muss einen Zweck erfüllen, indem er zum Beispiel den Inhalt des neuen Textes erläutert. Man dürfte deshalb kein Buch veröffentlichen oder eine Website ins Netz stellen, in denen eine lange Liste mit Ausschnitten aus anderen Büchern aneinander

gereiht werden, etwa unter dem Titel „Die witzigsten Dialoge der Literaturgeschichte“. Im normalen Sprachgebrauch würden viele wohl sagen: „Aber ich zitiere die Schriftsteller doch nur.“ Doch eben das ist der wichtige Unterschied, den es zu verstehen gilt: Hier wird nichts erläutert, die übernommenen Ausschnitte erfüllen also keinen Zitzweck. Darum müssten in einem solchen Fall die Autoren, von denen die Ausschnitte stammen, um Erlaubnis gefragt werden.

Es müssen also gewisse Voraussetzungen erfüllt sein, damit man zitieren darf. Grundsätzlich gilt: Es muss eine innere Verbindung zwischen dem eigenem und dem zitierten Werk bestehen und das Zitat darf nur unterstützend für das eigene Werk wirken. Das Eigene muss stets im Vordergrund stehen.

Außer dem Zitzweck gibt es noch ein paar weitere Regeln, die man beim Zitieren beachten muss, die im folgenden Text im Einzelnen vorgestellt werden.

Die Regeln für richtiges Zitieren im Einzelnen

• Jedes Zitat muss einen Zweck erfüllen

Damit ein Zitat zulässig ist, genügt es nicht, wenn man sich mit ihm nur eigene Ausführungen sparen oder das eigene Werk ausschmücken will. Zulässig ist ein Zitat nur, wenn es die eigenen Ausführungen unterstützt oder der geistigen Auseinandersetzung mit dem zitierten Werk dient und es einen inneren Zusammenhang mit dem eigenen Werk aufweist.

• Das Zitat muss kenntlich gemacht werden, der übernommene Inhalt unverändert bleiben

Jedes Zitat muss als Übernahme aus einem fremden Werk gekennzeichnet werden – bei Texten zum Beispiel dadurch, dass das Zitat hervorgehoben wird, etwa durch Anführungszeichen oder Fettdruck. Immer muss außerdem die Quelle angegeben werden. Für Quellenangaben gibt es akzeptierte Regeln, aber keine einheitlichen Vorgaben (siehe weiterführende Links am Ende des Textes). Im Web gehört es zum guten Ton, dass man die Seite oder Datei, aus der man zitiert, nicht nur nennt, sondern auch verlinkt. Es ist generell nicht gestattet, die zitierte Stelle zu verändern. Zitate in Texten müssen daher im Regelfall wörtlich erfolgen. Zu kürzen oder zu übersetzen ist nur erlaubt, wenn dadurch nicht der „Sinn entstellt“ wird, denn dem Autor des ursprünglichen Werks darf nichts untergeschoben werden, was er so nicht geschrieben hat. Auslassungen werden üblicherweise durch eine Kombination aus Klammern und Punkten gekennzeichnet: (...).

• Das Zitat darf nicht über einen zweckmäßigen Umfang hinausgehen

Eine strikte Grenze, wie lang ein Zitat sein darf, gibt es nicht. Jedenfalls ist der Zitierende nicht verpflichtet, sich nur auf das notwendige Minimum zu beschränken. Zulässig sind Zitate viel mehr in einem sachgerechten, vernünftigen Umfang. Dieses Maß ist dann überschritten, wenn die Nutzung des zitierten Werkes durch das Zitat beeinträchtigt oder gar ersetzt wird, das heißt, wenn jemand das ursprüngliche Werk nicht mehr braucht, weil sein Inhalt allein durch das Zitat deutlich wird. Wann das der Fall ist, kann



nie generell gesagt werden, sondern hängt von den Umständen ab. Aus einem 80-seitigen Text dürfen nicht acht Seiten in einem eigenen Text zitiert werden, der insgesamt nur zehn Seiten lang ist. Auch dürfen aus einem zehnteiligen Text nicht acht Seiten zitiert werden.

Allerdings dürfen auch ganze Werke zitiert werden – man spricht dann vom Großzitat –, wenn es durch den Zitatzweck gerechtfertigt ist. Das erlaubt es zum Beispiel Gedichte vollständig zu zitieren, wenn man einen Aufsatz schreibt. Auch bei Bildern wäre ohne die Großzitat-Regelung das Zitieren kaum möglich

• Zitieren nur aus veröffentlichten Werken

Voraussetzung für das Zitieren ist stets, dass die zitierten Werke bereits mit Zustimmung des Berechtigten – in der Regel dem Urheber – veröffentlicht wurden. Aus unveröffentlichten Werken darf dagegen nur zitiert werden, wenn der Urheber dies gestattet hat.

Sonderfall Plagiat

„Aus einem Text zu kopieren, nennt man Plagiat. Aus zweien zu kopieren, nennt man Forschung“ – diese Definition des englischen Schriftstellers John Milton ist

nicht nur scherzhaft gemeint. Sie bringt auf den Punkt, wie schwierig es ist zu entscheiden, wann man es mit einem Plagiat zu tun hat.

Die größte Schwierigkeit liegt darin zu bestimmen, was genau ein Plagiat ist. Im Urheberrecht etwa kommt der Begriff nicht vor. Die Hochschulrektorenkonferenz, ein Zusammenschluss fast aller staatlichen und staatlich anerkannten Universitäten und Hochschulen in Deutschland, hat in einer Empfehlung an die deutschen Universitäten das Plagiat definiert als „unbefugte Verwertung unter Anmaßung der Autorschaft“. Verwertung ist hier nicht nur im kommerziellen Sinn gemeint, sondern würde auch vorliegen, wenn jemand die Idee, Hypothese, Theorie oder Ähnliches eines anderen Autors in eine eigene Arbeit übernimmt und sich maßgeblich darauf stützt, ohne diesen zu nennen. Eine Urheberrechtsverletzung wäre ein solches Vorgehen dagegen nur dann, wenn man Textstellen im Wortlaut abschreiben würde.

Bereits an diesem Beispiel wird deutlich, wie schwer sich derartige Definitionen im Alltag anwenden lassen. So ist es gerade in der Wissenschaft nicht nur üblich, sondern es wird ausdrücklich gefordert, dass man auf vorliegende Erkenntnisse aufbaut, um neue zu entwi-

ckeln. „Wir können deshalb so weit sehen, weil wir auf den Schultern von Riesen stehen“, lautet das berühmt gewordene Gleichnis, das diese Art des wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritts beschreibt – und das selbst verschiedenen Autoren zugeschrieben wird.

Wer ist der Autor?

Es ist aber unmöglich, immer alle Erkenntnisse und alles Wissen, das man in seinen eigenen Texten verwenden möchte, einem „ursprünglichen“ Schöpfer zuzuschreiben – selbst wenn man davon ausginge, dass es so etwas überhaupt gibt. Doch wenn entscheidende Teile der eigenen Argumentation, des eigenen Ausdrucks von jemand anderem übernommen sind, ist es die Pflicht des Autors, darauf hinzuweisen. Sollten Stellen wortgleich – oder annähernd wortgleich – übernommen werden, tut man das in Form des Zitats: indem man in angemessener Länge zitiert und den ursprünglichen Urheber nennt. Etwa: „Schon Goethe hatte erkannt, dass mit dem Wissen auch der Zweifel wächst.“ Die Textstelle lautet im Original (den „Maximen und Reflexionen über Literatur und Ethik“): „Eigentlich weiß man nur, wenn man wenig weiß; mit dem Wissen wächst der Zweifel.“

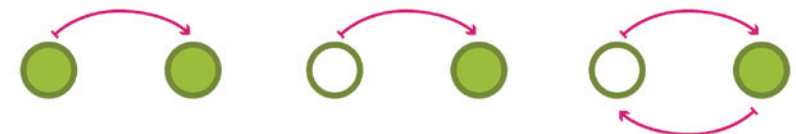
Plagieren ist nicht gleich Kopieren

In der Praxis ist es oft schwierig zu definieren, was ein Plagiat ist und was nicht. Niemand käme auf die Idee, von einem

Plagiat zu sprechen, wenn jemand den neuen Roman einer erfolgreichen Autorin ohne ihre Erlaubnis kopiert und verkauft, um damit Geld zu verdienen. Denn damit das ein Geschäft wird, muss die Autorin ja gerade genannt sein, weil sie der Anreiz ist, das Buch zu kaufen. Eine solche Kopie wäre allerdings ein ganz offensichtlicher Verstoß gegen das Urheberrecht und der Kopierer würde, wenn erwischt, bestraft. Aber ein Plagiat wäre es nicht, denn der Kopierer hätte ja nicht behauptet, selber Autor des Buches zu sein.

Man kann einen Autor des Plagiats bezichtigen, ohne dass er einen einzigen Satz in seinem Buch wortgleich von einem anderen übernommen hätte. Ein Beispiel dafür ist der Rechtsstreit zwischen dem Bestsellerautor Dan Brown und den Wissenschaftlern Richard Leigh und Michael Baigent. Leigh und Baigent warfen Brown vor, Forschungsergebnisse zur Legende des heiligen Grals und der biblischen Figur der Maria Magdalena aus ihrem Werk übernommen und für den Bestseller „Sakrileg“ verwendet zu haben.

An diesem Fall kann man schön die Grenzen des Urheberrechts erkennen, denn selbst wenn Brown getan hätte, was ihm vorgeworfen wurde, hätte er nicht das Urheberrecht verletzt. Denn Tatsachen – wie etwa geschichtliche Hintergründe – sind, jedenfalls nach deutschem Urheberrecht, nicht geschützt, sondern Gemeingut und dürfen





von jedem verwendet werden. Wann es sich um derartige Tatsachen handelt, kann nur im Einzelfall entschieden werden. Das Gericht entschied dann auch gegen Leigh und Baigent.

Wirklich eindeutig ist ein Plagiat oft dann, wenn Teile eines Werks identisch in ein anderes übernommen wurden. Dann ist meist auch das Urheberrecht betroffen, denn es handelt sich um die sogenannte vorsätzliche Anmaßung der Urheberschaft an einem fremden Werk. Das ist ein Eingriff in das „Recht auf Anerkennung der Urheberschaft“, also in ein Urheberpersönlichkeitsrecht, das in Paragraf 13 („Anerkennung der Urheberschaft“) des Urheberrechtsgesetzes festgeschrieben ist.

In der Praxis ist das außerordentlich schwierig abzugrenzen, wie die vorgenannten Beispiele gezeigt haben. An ihnen ist gut zu erkennen, dass in vielen Fällen das Plagiat eher ein ethisches als ein rechtliches Problem ist. Übernimmt etwa ein Wissenschaftler den Gedanken eines anderen, ohne auf diesen zu verweisen, spricht man von einem Plagiat, obwohl Ideen nicht geschützt werden können. Auch dass der Wissenschaftler

eine völlig andere Formulierung gewählt hat, um die Idee zu beschreiben, das Vorgehen also keine Urheberrechtsverletzung wäre, würde ihm nicht helfen.

Folgen des Plagiiens

Die Empfehlung der Hochschulrektorenkonferenz, die auch die zu Beginn zitierte Definition vorgeschlagen hat („unbefugte Verwertung unter Anmaßung der Autorschaft“), stuft das Plagiat als schwerwiegendes Fehlverhalten ein. Wird es nachgewiesen, können akademische Grade und die Lehrbefugnis entzogen werden.

Liegt zusätzlich ein Verstoß gegen das Urheberrecht vor, also gegen das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft oder das Bearbeitungsrecht, kann der Plagiator auf Unterlassung und Schadensersatz verklagt werden. Außerdem können arbeits-, zivil-, straf- oder ordnungsrechtliche Maßnahmen folgen.

Doch dass rechtliche Konsequenzen drohen, sollte nicht der wichtigste Grund sein, vom Plagiiern die Finger zu lassen. Der Respekt vor der Leistung anderer, seien es Musikerinnen oder Schriftsteller, Filmemacher oder Wissenschaftle-

rinnen, gebietet es, ihnen Anerkennung zu erweisen, wenn man ihre Arbeit zur Grundlage der eigenen Werke macht.

Bilder zitieren

Im Internet findet man jede Menge Fanseiten, die über Film- und Popstars, Kultfilme oder Lieblingsbücher informieren – und die eigene Begeisterung mit anderen teilen möchten. Klar, dass das ohne Bilder der Idole oder Screenshots aus dem Lieblingsfilm etwas eintönig wäre. Doch nur in sehr seltenen Fällen kann man sich auf das Zitatrecht berufen, wenn man Bilder – Fotos, Grafiken, Illustrationen – verwenden möchte, die man nicht selbst gemacht hat.

Weblogs arbeiten häufig mit Bildzita-

ten, wie etwa im Bildblog (siehe Abb. unten). Hier setzen sich die Autoren eindeutig mit dem Inhalt des Bildes auseinander, so dass es gestattet ist, das Bild vollständig abzubilden.

Es kann nach dem Zitatrecht zulässig sein, Fotos von Plattencovern oder Buchdeckeln zu machen und in eine Fansite oder Discographie einzubauen. Rechtlich einwandfrei ist das jedoch nur, wenn man sich dabei mit dem zitierten Werk auseinandersetzt. Genauso wie bei gedruckten Texten darf man auch im Internet fremde Werke nicht ohne Erlaubnis verwenden, wenn man damit nur das eigene Angebot, beispielsweise die eigene Website oder das eigene Profil, illustrieren oder verschönern will.

Etwas anders stellt sich die Situation beim "Tagesspiegel" dar, der von "friedlichem Protest" spricht und mit seinem Foto auch ein etwas anderes, "fast entspanntes", Bild zeigt:



Abbildung: Nutzung von Bildzitaten in Weblogs (www.bildblog.de/28459/bild-bringt-baby-in-gefahr/, 11.09.2012; Screenshot fällt nicht unter CC-Lizenz)

Zudem muss sich die Auseinandersetzung auf das zitierte Werk beziehen, was bei Künstler-Datenbanken, Songtextseiten oder Buchrezensionen keineswegs selbstverständlich ist, soweit es um Zitate von Texten, Covern oder Buchtitelbildern geht. Denn meist will man sich – wenn überhaupt – mit der Musik, dem Autor oder dem Romaninhalt auseinandersetzen, nicht mit der Gestaltung des Plattencovers oder der Illustration auf dem Einband.

Gemeinfreie Werke

Werke, deren urheberrechtlicher Schutz erloschen ist, weil die Schöpfer seit mehr als 70 Jahren tot sind, nennt man gemeinfrei. Mit ihnen darf man all das machen, was das Urheberrecht verbietet: sie ohne Erlaubnis des Urhebers veröffentlichen, verbreiten und so weiter.

Beim Zitat spielt das in vielen Fällen, vor allem bei Textzitaten, urheberrechtlich eine große Rolle: Wer derartige Texte verwendet, ohne sie zu kennzeichnen, verstößt nicht gegen das Urheberrecht, denn es liegt kein Urheberrechtsschutz mehr vor.

Doch auch wenn die Schöpfer mehr als 70 Jahre tot sind, sollte es – aus ethischen, nicht rechtlichen Gründen – selbstverständlich sein, dass man sich nicht ihre Werke aneignet, ohne ihnen Anerkennung zu zollen – das heißt darauf hinzuweisen, dass man sich auf ihre Schöpfungen bezieht. Es sollte beispielsweise selbstverständlich sein, dass man darauf aufmerksam macht, wenn ein Gedanke, den man ausführt, von einem anderen Autor zum ersten Mal zu Papier gebracht wurde, selbst wenn dieser mehr als 70 Jahre tot ist. ■

Veröffentlichen im Internet – Schutz der eigenen Website vor Abmahnungen



Autor: Philipp Otto

Eigene Gedanken, Texte, Filme, Grafiken und Fotos zu veröffentlichen, ist das kollektive Hobby des 21. Jahrhunderts. Vor der Digitalisierung war es nur wenigen möglich, Inhalte zu veröffentlichen, heute kann sie jeder in kürzester Zeit ins Web stellen. Dabei sollten jedoch etliche rechtliche Dinge beachtet werden, sonst drohen Abmahnungen. Die kosten nicht nur Zeit, sondern unter Umständen auch viel Geld.

Eine Abmahnung ist in der Regel ein Schreiben vom Anwalt, in dem jemandem vorgeworfen wird, gegen das Gesetz verstoßen zu haben und man aufgefordert wird, das in der Zukunft nicht wieder zu tun. Dazu soll eine „Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung“ abgegeben werden. Verstößt man dagegen, indem die entsprechende Rechtsverletzung wieder begangen wird, drohen hohe Strafen. Zudem werden in einer Abmahnung Anwaltskosten und zumeist Schadensersatz verlangt.

Abmahnungen verfolgen eigentlich den sinnvollen Zweck, ein Gerichtsverfahren zu vermeiden und den Ausgleich für einen Rechtsverstoß außergerichtlich zu regeln. Hat man eine Abmahnung erhalten und reagiert darauf nicht, kann der Rechteinhaber Klage erheben oder beim Gericht beantragen, dass eine sogenannte einstweilige Verfügung erlassen wird. In einer Abmahnung werden Fristen gesetzt, die meist sehr kurz sind, so dass man sich sehr schnell kümmern sollte. In aller Regel wird es ratsam

Mehr Informationen

- ⊕ <http://irights.info/?q=Fremde-Inhalte-auf-eigenen-Seiten>
– Die eigene Website: Fremde Inhalte auf eigenen Seiten
- ⊕ <http://irights.info/?q=fanseiten-im-internet>
– Fanseiten im Internet: Hommage an die Idole
- ⊕ <http://irights.info/index.php?q=node/847&page=9999>
– Video-Nutzung bei YouTube, kinox.to und Co.
- ⊕ www.klicksafe.de/materialien
– Broschüre „Spielregeln im Internet 1 – Durchblicken im Rechte-Dschungel“
- ⊕ www.hrk.de/de/beschluesse/109_422.php
– Hochschulrektorenkonferenz: Zum Umgang mit wissenschaftlichem Fehlverhalten in den Hochschulen (185. Plenum der HRK am 6.7.1998)

sein, sich von einem spezialisierten Rechtsanwalt beraten zu lassen. Solche Rechtsanwälte wissen, wie man sich verhalten muss, ob und inwieweit darüber verhandelt werden kann, welche Kosten und welcher Schadensersatz gezahlt werden müssen, ob die rechtliche Forderung überhaupt besteht und ob es sich um eine missbräuchliche oder betrügerische Abmahnung handelt. Denn: Nicht immer sind Abmahnungen gerechtfertigt.

Was kann alles abgemahnt werden?

Abgemahnt werden vor allem Verletzungen von Marken- und Persönlichkeitsrechten, des Urheber- und Wettbewerbsrechts. Auch wenn Nutzer in einem Blog jemanden in den Kommentaren beleidigen, kann der Blogbetreiber abgemahnt werden. Gerade Urheberrechtsverletzungen in Tauschbörsen werden sehr häufig verfolgt, vor allem wenn Musik, Computerspiele oder Filme anderen zum Download angeboten werden. Anwälte und Firmen, die sich darauf spezialisiert haben, Urheberrechtsverletzungen zu verfolgen, setzen spezielle Software ein, mit der solche Angebote gezielt aufgespürt werden können.

Besonders leicht können Urheberrechtsverletzungen entdeckt und verfolgt werden, wenn sie auf Webseiten begangen werden (zum Beispiel, wenn man dort Musik zum Download anbietet, Stadtplanausschnitte oder fremde Fotos unbefugt anzeigt). Einerseits können solche Verstöße ganz einfach mit Suchmaschinen gefunden werden, andererseits ist es sehr einfach, den Betreiber der Website zu identifizieren.

Abmahnungen für Domain-Namen

Will man eine eigene Website oder ein Blog online stellen, muss man sich zuerst einen geeigneten Domainnamen überlegen und registrieren. Bürgerliche Namen, Namen von Unternehmen, aber auch bekannte Pseudonyme sind dabei vom Namensrecht geschützt. Vor allem bei der Verwendung von Prominentennamen gilt höchste Vorsicht. Wer nicht Justin Bieber heißt, sollte auch einen solchen Domainnamen nicht wählen. Ebenfalls kritisch, dabei aber rechtlich weitgehend ungeklärt, ist, wenn man an diese Domain einen Zusatz wie justinbieber-frisur.com anfügt. Aber auch hier sollte man vorsichtig sein. Im Zweifel könnte das Management von Justin Bieber eine Verwechslungsgefahr und einen Rechtsverstoß wittern, da möglicherweise ungefragt mit dem Namen ein Vorteil für die fremde Website erreicht werden könnte.

Haben verschiedene Personen den gleichen Namen, so gilt, dass der, der als erstes die Webadresse, etwa fridolinmueller.de, registriert hat, diese auch nutzen darf. Das nennt man Prioritätsprinzip. In bestimmten Fällen kann es Ausnahmen davon geben. Geht es um gleichlautende Unternehmensnamen, so muss geprüft werden, wem nach dem Wettbewerbsrecht, dem Marken- oder Namensrecht das bessere Recht zukommt. Kollidieren die Interessen einer Privatperson und eines Unternehmens mit gleichem Namen, so ist im Einzelfall zu entscheiden. Im Fall der Domain krupp.de oder bei shell.de haben die Gerichte entschieden, dass den bekannten Unternehmen jeweils Vorrang zu gewähren ist. Auch bei Städte- oder

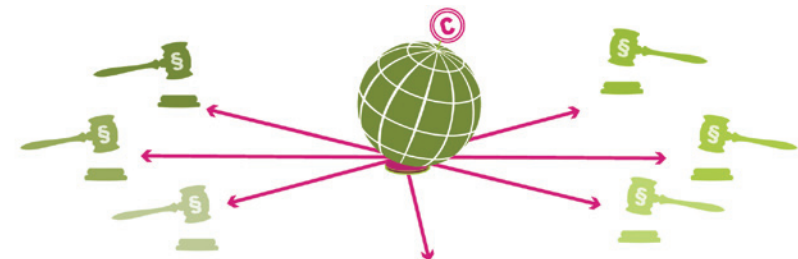
Behördennamen haben private Nutzer meist das Nachsehen. Grundsätzlich bemisst sich die Berechtigung nach dem persönlichen oder wirtschaftlichen Interesse einer Person oder eines Unternehmens an einem Domainnamen. Liegt eine ungerechtfertigte Reservierung vor, hat also eine andere Person, Institution oder ein Unternehmen ein besseres Recht, so kann dieser Berechtigte die Löschung verlangen.

Abmahnungen, weil das Impressum fehlt

Ein Impressum dient vor allem dazu, die Informationspflicht eines Telemediendienstes zu erfüllen. Grundsätzlich fallen private Websites nicht unter diese Regelung. Allerdings werden sie schon dann zu einem „Telemedium“, das „geschäftsmäßig“ (was nicht gleichbedeutend mit „gewerblich“ ist) tätig ist, wenn man auf seiner privaten Website beispielsweise Werbung einblendet. Dann muss man ein Impressum einbauen. Die meisten Abmahnungen, in denen es ums Impressum geht, finden aber zwischen Unternehmern statt. Bei „geschäftsmäßigen“ privaten Websites sollten aber zumindest folgende Angaben enthalten sein: Vor- und Zuname, eine Post- sowie eine E-Mail-Adresse, eine Telefonnummer – oder statt der Telefonnummer neben der E-Mail-Adresse noch

ein zusätzliches Kontaktformular. Auch die Websites von Schulen unterliegen einer Impressumspflicht. Es sollten der Name sowie eine ladungsfähige Postanschrift, der Name der Schule und die Kontaktmöglichkeit (E-Mail-Adresse und Telefonnummer) eines Ansprechpartners/Vertretungsberechtigten aufgeführt sein.

Bei Websites von Vereinen sollte darauf geachtet werden, dass folgende Informationen im Impressum aufgeführt sind: Name, ladungsfähige Postanschrift (kein Postfach) und Rechtsform (e. V.), ein Vorstandsmitglied und eine Kontaktmöglichkeit (E-Mail-Adresse und Telefonnummer), das Vereinsregister und die Registernummer, sowie, wenn vorhanden, die Umsatzsteueridentifikationsnummer. Bei gewerblichen Websites kommen dann im Einzelfall noch wesentlich mehr Informationen hinzu, die angegeben werden müssen. Im Einzelnen kann man die Pflichtangaben in Impressen dem Gesetz entnehmen. Hier gelten die Paragraphen 5 und 6 des Telemediengesetzes (TMG). Wer Websites mit journalistischem Inhalt betreibt, hat zudem Paragraf 55 Absatz 2 Rundfunkstaatsvertrag zu beachten. Wenn man erkenntlich und schnell erreichbar ist, erhöht das nicht nur die Transparenz gegenüber den Nutzern. Darüber hinaus ist



man auch schnell erreichbar, wenn jemand auf mögliche Rechtsverletzungen hinweisen will.

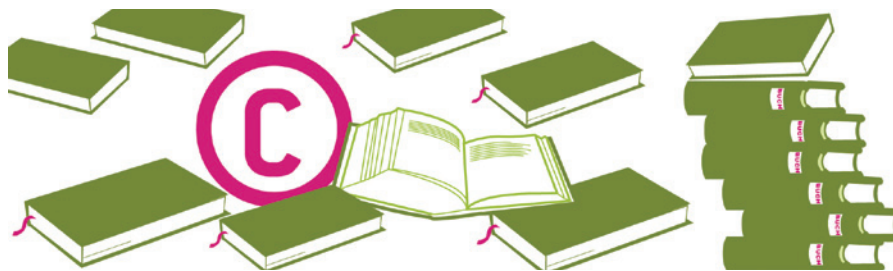
Ein „Disclaimer“ schützt nicht vor Ärger

Viele Websites verwenden einen pauschalen Haftungsausschluss („Disclaimer“). Darin sagt der Website-Betreiber, dass er für bestimmte, vor allem fremde Inhalte, auf die er verlinkt, nicht haftet. Das bringt aber nichts. Auch mit der tausendfach im Netz verwendeten Floskel „Nach einem Urteil des Landgerichts Hamburg vom 12.05.1998 muss man sich von fremden, rechtsverletzenden Inhalten ausdrücklich distanzieren. Ich distanziere mich hiermit ausdrücklich von allen hier verlinkten, rechtswidrigen Inhalten“ schützt man sich nicht vor einer möglichen Rechtsverfolgung oder Abmahnung. Trotzdem können „Disclaimer“ oder besser „rechtliche Hinweise“ sinnvoll sein. Auf der Website können zum Beispiel Informationen dazu gegeben werden, dass man die verlinkten Quellen sorgfältig ausgewählt hat, aber nicht ständig auf ihre (weiterhin bestehende) Rechtmäßigkeit überprüfen kann. Sofern auf verlinkten Webseiten später Rechtsverletzungen auftreten, kann man um Hinweis bitten und ankündigen, dass man die Sache überprüft und den Link gegebenenfalls entfernt.

Geht es um die Überprüfung von Forenbeiträgen, so kann man ebenfalls darauf hinweisen, dass man bemüht ist, eventuelle Rechtsverletzungen durch Dritte so schnell wie möglich zu entfernen und darum bitten, wenn sich jemand in seinen Rechten verletzt fühlt, den Anbieter umgehend zu kontaktieren. Man kann zudem Hinweise zum Datenschutz geben – zum Beispiel, ob man Cookies einsetzt, Serverprotokolle angelegt oder ansonsten personenbezogene Daten gespeichert werden.

Hauptgefahr I: Fremde Inhalte einbinden

Fast alle Texte, Audio- und Videodateien, Fotos, Stadtpläne, Skizzen und Bilder die man im Internet finden kann, sind urheberrechtlich geschützt. Ausnahme sind nur Werke, deren Urheberrechtsschutz bereits abgelaufen ist. Wer geschützte Inhalte ohne Erlaubnis auf seine Website stellt (das nennt man rechtlich „öffentlich zugänglich machen“), verletzt das Urheberrecht und riskiert eine Abmahnung. Die weit verbreitete Auffassung, dass alles, was ohnehin online verfügbar ist, auch an anderer Stelle verfügbar gemacht werden darf, ist ein Irrglaube! Auch spielt es keine Rolle, ob man eine „gewerbliche“ oder „nicht-gewerbliche“ Website betreibt. Allein durch die Veröffentlichung droht eine Abmahnung.



Besonders vorsichtig sollte man deswegen bei folgenden Inhalten sein:

- fremde Texte, Gedichte, Zusammenstellungen und Sammlungen;
- Stadtpläne, Ausschnitte von Stadtplänen und Anfahrtsskizzen für die nächste Party;
- fremde Cartoons, Grafiken, Logos und Zeichnungen;
- fremde Bilder, Fotos und Collagen, egal ob sie „besonders“ oder ganz simpel sind;
- fremde Songs und Filme, Ausschnitte davon und auch privat zusammenge-mixte Musikvideos.

Wie kann man fremde Inhalte trotzdem verwenden?

Im Netz finden sich viele Inhalte, die unter bestimmten Voraussetzungen auf der eigenen Website veröffentlicht werden dürfen. Die Rede ist von sogenanntem Open Content. Hierbei handelt es sich um urheberrechtlich geschützte Werke wie Fotos, Grafiken, Texte und vieles mehr, deren Urheber es gestatten, sie weitgehend frei zu nutzen, wenn man nur einige Regeln einhält. Um diese Erlaubnis zu erklären, verwenden die Rechteinhaber Open-Content-Lizenzen wie zum Beispiel Creative Commons. Wie man solche Inhalte findet und was man beachten muss, wenn man sie verwendet, wird ausführlich in dem Text „Fremde Inhalte auf eigenen Seiten“ von iRights.info-Redakteur Matthias Spielkamp erklärt (siehe Linktipps). Wenn im Netz verfügbare Videos in die eigene Website eingebunden werden sollen, ist ebenfalls einiges zu beachten. Ausführliche Informationen dazu finden sich im Text „Video-Nutzung bei YouTube, kinox.to

und Co.“ (siehe Linktipps).

Fremde Inhalte zitieren

Im Urheberrecht gibt es die sogenannte Zitatzfreiheit (Paragraf 51 UrhG). Sie erlaubt, Teile aus geschützten Werken oder gar ganze Werke (wie zum Beispiel Fotos) in eigenen Werken zu verwenden, ohne hierfür eine Erlaubnis einholen zu müssen.

Allerdings ist die Zitatzfreiheit kein Freibrief für jegliche Nutzung fremder Inhalte. Im Gegenteil: Das Recht gibt für Zitate relativ strenge – und mitunter schwer verständliche – Regeln vor, die unbedingt zu beachten sind. Keineswegs reicht es aus, die Quelle zu nennen. Das ist nur eine von vielen Voraussetzungen für ein zulässiges Zitat.

Darüber hinaus müssen Zitate immer einem bestimmten – vom Urheberrecht anerkannten – Zweck dienen. Ein solcher Zweck kann darin liegen, dass man sich mit dem Zitierten auseinandersetzt oder den Text- oder Filmausschnitt verwendet, um die eigenen Ausführungen zu unterstreichen oder zu belegen. Will man sich allerdings nur die Mühe ersparen, zum Beispiel ein eigenes Foto von der Digitalkamera zu machen, die man bei eBay versteigern will und kopiert hierfür ein Foto vom Hersteller in die Auktionsbeschreibung, begeht man eine Urheberrechtsverletzung. Ebenso wenig ist es zulässig, fremde Inhalte zu verwenden, um seine eigene Website zu „verschönern“. Selbst wenn man die Quelle angibt, handelt es sich nicht um zulässige Zitate im urheberrechtlichen Sinn, weil es an einem anerkannten Zitatzweck fehlt. Weitere Informationen zum Zitieren finden sich im Text „Zitieren im WWW – Regeln

und Besonderheiten von Text- und Bildzitataten im Internet“ (siehe Text 1 in dieser Broschüre).

Hauptgefahr II: Haftung für rechtswidrige Nutzerkommentare

Wer will schon gerne auf seiner Website alleine bleiben? Obwohl man sich über jeden Kommentar im Blog oder Forum freuen kann, sollte man ein wachsames Auge darauf haben. Denn nicht jeder Kommentar, den man persönlich vielleicht als normal, als üblich oder als nicht weiter schlimm betrachtet, stößt bei den Personen oder Unternehmen, um die es geht, auf ungeteilte Freude. Die Grenze zwischen einem gerade noch hinnehmbaren Kommentar und einer Beleidigung oder einem Aufruf zu einer illegalen Handlung ist oft fließend und kann nur im Einzelfall entschieden werden. Hier sollte man nach dem Motto vorgehen: Was ich nicht bei anderen über mich lesen will, das sollte auch nicht auf meiner Website über sie stehen. Beleidigungen oder „Schmähkritik“ zu erkennen, ist im Zweifel nicht schwer. Solange man sich lediglich kritisch mit einer Person oder deren Handlungen auseinandersetzt, ist das – wegen der Meinungsfreiheit – nicht zu beanstanden. Verboten ist aber, über andere „herzuziehen“, wenn das erkennbar nicht mehr einer sachlichen Auseinandersetzung dient, sondern nur noch dazu, den anderen herunterzumachen, zu beleidigen oder zu beschimpfen.

Abmahnungen bei Störerhaftung

„Alles nicht so schlimm, es war ja der anonymisierte Nutzer Fred77, der kommentiert hat und nicht ich selbst“ –

wer das denkt, liegt falsch. Gerade bei Rechtsverletzungen im Internet wird oft erst gar nicht versucht herauszubekommen, wer Fred77 in Wirklichkeit ist, die Abmahnung landet gleich beim Seitenbetreiber. Das ist möglich, denn der Seitenbetreiber steht mit der Rechtsverletzung in einer mittelbaren Beziehung. Umgangssprachlich erklärt: Dadurch, dass er die Website bereit gestellt hat, konnte Fred77 erst den beleidigenden Kommentar abgeben. Im deutschen Recht heißt das Prinzip der Verantwortlichkeit dafür „Störerhaftung“. Die Rechtsprechung zur „Störerhaftung“ ist sehr verwirrend; wie ein Rechtsstreit ausgeht, hängt davon ab, vor welchem Gericht man landet.

Da Abmahnungen aber, wie beschrieben, vorgeschaltete Instrumente vor einem Gerichtsverfahren sind, bekommt der Seitenbetreiber auch für möglicherweise rechtswidrige Kommentare seiner Nutzer oftmals sehr schnell eine Abmahnung. Gerade deshalb ist es wichtig, als Seitenbetreiber zu beobachten, welche Kommentare die Nutzer abgeben, und Beleidigungen etc. möglichst sofort zu löschen. Dies gilt vor allem dann, wenn das Thema, über das man geschrieben hat, besonders kontrovers ist und man schon damit rechnen konnte, dass die Kommentatoren eventuell „über die Stränge schlagen“. Die Rechtsprechung stellt mitunter sehr strenge Anforderungen an die Reaktionszeit nachdem die Kommentare auf der Website auftauchen. Ein großes Problem dabei ist zudem, dass die Gerichte sehr unterschiedlich entscheiden, ab wann man haftet. Teilweise erst nach einem Hinweis zur Entfernung, dem man nicht nachgekom-

men ist, teilweise in Einzelfällen aber auch schon unabhängig von einem entsprechenden Hinweis ab dem Moment der Veröffentlichung eines rechtswidrigen Nutzerkommentars. Selbst wenn man diesen umgehend entfernt. Ab diesem Moment können also bereits Abmahnungen drohen. Der Betreiber der Seite ist dann faktisch machtlos.

Was tun bei einer Abmahnung?

Um sich vor Abmahnungen zu schützen, sollte man nicht gegen Gesetze verstoßen. Dies ist zwar klar, aber wegen der mitunter sehr komplexen Rechtslage nicht immer ohne weiteres möglich.

Um einer Abmahnung vorzubeugen, sollte man sich, so gut es geht – beispielsweise bei [klicksafe.de](https://www.klicksafe.de), [iRights.info](https://www.irights.info) oder anderen Informationswebsites – über die Rechtslage informieren, um mögliche Gefahren zu umschiffen (vgl. hierzu den Text „Post vom Anwalt, was tun?“, siehe Linktipps). Eine allgemeine Handlungsanweisung, wie man Abmahnungen sicher verhindern kann, gibt es nicht.

In den meisten Fällen wird man jedoch erst auf eine mögliche Rechtsverletzung aufmerksam, wenn man die Abmahnung aus seinem Briefkasten zieht oder in seinem Mail-Postfach findet. Auch eine Abmahnung die nur per E-Mail zugeht, ist rechtswirksam. Dann sollte man richtig reagieren. Da oftmals sehr kurze Fristen gesetzt werden, sollte man sich Hilfe holen – und zwar unabhängig davon, ob man bereits ein schlechtes Gewissen hat, oder ob man sich ungerecht behandelt fühlt. Nur spezialisierte Rechtsanwälte sind in der Lage, das Juristendeutsch in den Schreiben und die Tragweite der Forderungen zu erkennen. In vielen Fällen kann man rechtlich gegen den Inhalt der Forderung vorgehen. Und selbst wenn der Fall eindeutig erscheint, können erfahrene Anwälte die Höhe der Abmahnkosten verhandeln und die Reichweite der Unterlassungsforderungen begrenzen. Rechtsschutzversicherungen bieten in diesen Fällen keinen Schutz, da Anwaltskosten für Abmahnungen regelmäßig nicht abgedeckt werden. ■

Mehr Informationen

- 🌐 www.irights.info/?q=Klicksafe und www.klicksafe.de/irights
 - Fremde Inhalte auf eigenen Seiten (Matthias Spielkamp)
 - Video-Nutzung bei YouTube, kinox.to und Co. (Dr. Till Kreutzer, John H. Weitzmann)
 - Post vom Anwalt, was tun? Handlungsoptionen, Rechtslage und Vorgehensweise bei Abmahnungen (Dr. Till Kreutzer)
 - Urheber- und Persönlichkeitsrechte in Sozialen Netzwerken (Philipp Otto)
- 🌐 www.klicksafe.de/materialien
 - Broschüre „Spielregeln im Internet 1 – Durchblicken im Rechte-Dschungel“
- 🌐 www.gesetze-im-internet.de/tmg/index.html
 - Telemediengesetz

Einkaufen im Netz – Bei Mausklick Einkauf



Autor: John H. Weitzmann

Als größten Kramladen aller Zeiten könnte man das Internet bezeichnen. Neben abseitigen Dingen, die in keinem Kaufhaus weit und breit zu finden wären, gibt es im Netz auch all die normalen Sachen zu kaufen, sogar frische Lebensmittel. Beim Warenverkehr online gibt es aber ein paar Dinge zu beachten, darunter auch Rechtliches, denn jeder Kauf oder Verkauf beinhaltet einen Vertrag.

Ein Kaufvertrag besteht aus gegenseitigen Verpflichtungen. Der Käufer verpflichtet sich zur Zahlung des Preises, der Verkäufer zur Übereignung der gekauften Sache. Drumherum gibt es dann noch zusätzliche Regeln für besondere Fälle, vor allem wenn etwas nicht klappt wie vorgesehen. Beim Online-Einkauf ist das Grundschema zwar dasselbe, aber die Beteiligten begegnen sich dabei nicht direkt. Ein mündlicher Vertragsschluss ist deshalb meist nicht möglich, man kann weder den Vertragspartner noch die Ware vorab direkt prüfen und die Kommunikation läuft zeitversetzt,

teils sogar automatisiert ab. Das führt zu Besonderheiten, technisch wie rechtlich. Als erstes gilt es zu beachten, wer überhaupt online auf Einkaufstour gehen kann.

Browser haben kein Alter – wenn Minderjährige im Netz einkaufen gehen

Nach deutschem Recht kann man erst ab dem 18. Geburtstag ganz eigenständig rechtlich agieren. Ab dem siebten Geburtstag können Kinder und Jugendliche zwar rechtsgültige Kaufverträge abschließen – allerdings nur mit Erlaubnis der Eltern (Paragraf 104 des

Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB)) oder wenn sie mit frei dafür verwendbarem Taschengeld bezahlen (Paragraf 110 BGB). Das Bewirken mit eigenen Mitteln gemäß Paragraf 110 BGB gilt allerdings nur für tatsächliches Aushändigen von Bargeld (was bei Interneteinkäufen so gut wie unmöglich ist) oder in Fällen, wo die Zahlung in Höhe des Taschengeldes über ein eigenes Konto des Kindes oder des Jugendlichen erfolgt. Haben die Eltern den Vertragsschluss vorher nicht erlaubt und genehmigen sie den Vertrag auch innerhalb von zwei Wochen danach nicht, dann ist es, als wäre nie etwas geschehen. Bei jüngeren Kindern unter sieben Jahren gibt es diesen Schwebезustand nicht, sie können also gar keine Einkäufe machen oder sonstige Verträge schließen. Ein Online-Shopsystem kann aber nicht erkennen, wer da gerade wirklich als Käufer im Netz unterwegs ist und wie alt diese Person ist. Was also passiert genau – tatsächlich und rechtlich – wenn eine minderjährige Person im Netz einen Gegenstand kauft?

Ein Beispielfall

Ein Kind von sechs Jahren surft in einem Online-Shop vorbei, auf der Suche nach einem Videoprojektor, weil das Spielen mit der PlayStation auf dem heimischen Plasma-Fernseher einfach keinen Spaß mehr macht. In vielen Fällen wird das Kind die Bestellung des Projektors gar nicht abschließen können, weil zur Zahlung die Daten einer Kreditkarte oder Kontodaten erforderlich sind. Kennt das Kind diese Daten allerdings oder sind sie bereits in einem früher benutzten Käuferprofil im Shop hinterlegt, dann klappt die Bestellung möglicherweise doch

(mehr zum Thema vertrauliche Benutzerdaten im Text „Vorsicht Falle – Betrug im Internet“ in dieser Broschüre). Eher unüblich ist dagegen, dass ohne Vorkasse auf Rechnung bestellt werden kann.

Rechtlich gesehen kann aber so oder so durch das Kind allein kein wirksamer Kaufvertrag zustande gekommen sein. Folglich muss der Shop den Projektor nicht liefern und weder das Kind noch die Eltern müssen das Geld an den Verkäufer zahlen. Da das aber erstmal keinem der Beteiligten bekannt ist, wird der Projektor trotzdem geliefert und das Geld (seitens der Bank) angewiesen. Anschließend ist es nun eher unwahrscheinlich, dass die Eltern die Sache auf sich beruhen lassen oder den Kauf ausdrücklich genehmigen. Es geht dann vielmehr um die Frage einer Rückabwicklung. Der Betreiber des Online-Shops wird sich möglicherweise auf den Standpunkt stellen, nicht ein geschäftsunfähiges Kind, sondern der Inhaber der Kreditkarte oder bei Bankeinzug der Kontoinhaber habe die Bestellung vorgenommen und wolle nun das Kind vorschieben, um nicht daran gebunden zu sein. Ein unvorsichtiger Umgang mit Passwörtern und Bankdaten reicht aber noch nicht für eine wirksame Vollmacht des Kindes aus. Die bräuchte es aber, damit das Kind seine Eltern rechtlich zu irgendetwas verpflichten kann, und letztlich müsste in einem Rechtsstreit der Verkäufer beweisen, dass es die Vollmacht gab oder dass in Wirklichkeit doch die Eltern bestellt haben. Also haben Online-Shops in einer solchen Situation eher das Nachsehen, denn die Volljährigkeit der Person, die übers Internet bestellt hat, ist sehr schwer beweisbar.

Widerrufsrecht: Im Netz mit doppeltem Boden

Man braucht es aber gar nicht erst auf einen Rechtsstreit vor Gericht mit Beweisen und Anwälten ankommen zu lassen, denn zumindest für Verbraucher gibt es weitreichende Schutzmechanismen fürs Online-Bestellen von Waren.

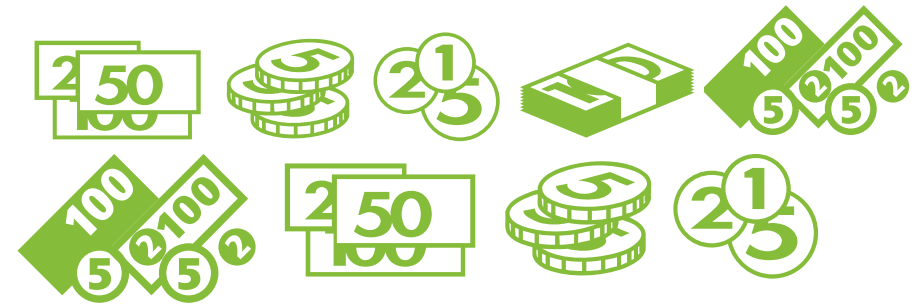
Wesentlich unkomplizierter ist es in so einem Fall (aber auch in Fällen ohne Kinderbeteiligung, etwa bei irrtümlicher Bestellung), das fast immer bestehende Widerrufsrecht aus den Paragraphen 312d und 355 des BGB auszuüben. Das geht vollkommen ohne Begründung. Das Gesetz gewährt das Widerrufsrecht immer dann, wenn ein Verbraucher etwas bei einem Unternehmer über „Fernabsatz“ kauft. Gemeint sind alle Arten von Einkauf, die über Telefon, Bestellzettel oder eben übers Netz laufen, also alle Arten, bei denen Ware und Verkäufer vorher nicht direkt besichtigt werden konnten. Ausgenommen sind nur Maßanfertigungen, verderbliche Waren und eingeschweißte verkaufte Tonträger, die durch den Käufer entsiegelt wurden. Verbraucher ist dabei jede Person, die für private Zwecke und nicht im Zusammenhang mit der Arbeit einkauft, mit der der eigene Lebensunterhalt bestritten wird. Darum ist zum Beispiel auch ein Anwalt in dem Moment Verbraucher, wenn er neue Gardinen nicht für seine Kanzlei, sondern für zuhause bestellt.

Um beim Beispiel des bestellten Projektors zu bleiben: Die Eltern können den Kauf (der im Beispiel ja rechtlich gesehen gar nicht wirksam zustande gekommen ist) schriftlich widerrufen und das Gerät zurückschicken. Letzteres muss bei Warenwert bis 40 Euro unter Umständen

auf eigene Kosten geschehen (Näheres siehe Absatz 2 von Paragraph 357 BGB). Anschließend muss der Shop den gezahlten Kaufpreis erstatten. Für das Abschicken des Widerrufs hat man als Verbraucher mindestens zwei Wochen Zeit. Bei Verträgen über die Lieferung von Waren läuft diese Mindestfrist erst ab Eintreffen der gekauften Ware beim Verbraucher. Aus den zwei Wochen wird ein Monat, wenn der Verkäufer nicht vor oder direkt nach dem Kauf über das Widerrufsrecht „belehrt“, also den Verbraucher darüber informiert. Steht diese Information zum Beispiel erst im Lieferschein, läuft die Widerrufsfrist ab dann einen Monat. Wenn die Belehrung gar nicht kommt oder nicht den Anforderungen entspricht, die in Artikel 246 des Einführungsgesetzes zum BGB (kurz EGBGB) stehen, kann der Widerruf ohne zeitliche Begrenzung ausgeübt werden. Beispiel hierfür wäre eine Belehrung, die versteckt auf irgendeiner allgemeinen Informationsseite des Shops auftaucht.

Einkauf in ausländischen Online-Shops

Wird bei Online-Shops im Ausland gekauft, ändert das zumindest an der hier beschriebenen Rechtslage nichts. Denn die sogenannte **Rom-I-Verordnung** besagt, dass ein Verbraucher bei Einkäufen im Ausland nicht weniger rechtlichen Schutz genießt als in seinem Heimatland. Zusätzlich bietet das **Kaufrecht der Vereinten Nationen**, abgekürzt „CISG“, einen gewissen Käuferschutz weltweit. Das eigentliche Problem bei internationalen Verbrauchergeschäften ist nicht, dass man als Käufer keine Rechte hätte. Manche Shop-Betreiber im Ausland fühlen sich jedoch wegen der



Länder- und Sprachgrenzen vor einer Durchsetzung von Verbraucherrechten sicher. Das ist auch nicht ganz falsch, denn es ist um einiges schwieriger, ein Recht in einem anderen Land durchzusetzen. Ohne Kenntnisse der Rechtsordnung dieses Landes hat man insgesamt geringere Chancen. Häufig ist es schon sehr aufwendig, überhaupt einen geeigneten Anwalt vor Ort zu finden. Insofern ist man gut beraten, nach Möglichkeit bei Shops einzukaufen, die auch in Deutschland irgendeine Art von Niederlassung haben.

Immerhin gibt es aber für die Durchsetzung innerhalb Europas inzwischen ein relativ einfaches, auch für Nichtjuristen nutzbares Mittel, nämlich den **europäischen Mahnbescheid**. Wie der normale inländische Mahnbescheid ist auch der Europäische für eindeutig gelagerte Fälle gedacht, bei denen es um Geldzahlungen geht. Er eignet sich zum Beispiel dafür, einen bereits gezahlten Kaufpreis wieder zurück zu verlangen, nachdem man die gekaufte Sache zurückgeschickt hat. Beantragen kann man diesen grenzüberschreitenden Mahnbescheid beim Amtsgericht des eigenen Wohnorts. Dort sollte man dann alles vorlegen, was dem Rechtspfleger des Amtsgerichts helfen kann, den Fall nachzuvollziehen. Min-

destens aber muss man angeben können, was gekauft wurde und wann, zu welchem Preis, wann der gezahlt wurde und an wen (Anschrift des Verkäufers).

Online-Auktionen – Privatverkäufer oder nicht?

Auch beim Einkauf über sogenannte Auktionsplattformen im Netz gelten, sofern ein Verbraucher bei einem gewerblichen Verkäufer einkauft, die oben erklärten Widerrufs- und sonstigen Verbraucherschutzrechte. Ist der Verkäufer dagegen genauso Verbraucher wie der Käufer, dann ist es ein sogenanntes Consumer-to-Consumer-Geschäft (kurz C2C) und der kaufende Verbraucher ist nicht besonders geschützt. Man sollte aber gerade bei den Verkäufern, die sich selbst als Privatverkäufer bezeichnen, ganz genau hinsehen. Denn wenn diese angeblichen Privatverkäufer nicht nur in großen Abständen, sondern oft Dinge verkaufen, wenn sie größere Mengen oder Neuware anbieten oder ähnliche Umstände vorliegen, sind es möglicherweise rechtlich gesehen gar keine Privat-, sondern gewerbliche Verkäufer. Es ist nämlich völlig egal, ob ein Verkäufer ein Gewerbe betreiben will oder nicht, und es ist auch egal, wie er sich selbst bezeichnet. Näheres dazu im Text

„3 – 2 – 1 – und nun? Kaufen und Verkaufen über Online-Auktionen“ in dieser Broschüre.

Garantie und Gewährleistung werden häufig verwechselt

Das zweite wichtige Hilfsmittel für Verbraucher sind die gesetzlichen Gewährleistungsrechte. Man sollte sie nicht mit der **Garantie** verwechseln, die es nur gibt, wenn das ausdrücklich vom Verkäufer oder Hersteller angeboten wird. Üblich sind hier zwei Jahre, immer häufiger werden aber sogar drei Jahre Garantie angeboten. Normalerweise handelt es sich dann um eine sogenannte „Haltbarkeitsgarantie“, die garantiert, dass die gekaufte Sache die ganze Garantiezeit über funktionsfähig bleibt. Entsteht irgendwann während der Garantiezeit ein Defekt, muss der Garantiegeber entweder für Reparatur bzw. Ersatz sorgen oder beweisen, dass der Defekt nicht durch mangelnde Qualität entstanden ist (zum Beispiel weil der Käufer durch falsche Bedienung, Aufschrauben des Geräts oder dergleichen den Defekt provoziert hat). Geltend zu machen ist eine solche Garantie immer bei dem, der sie gegeben hat, also je nach Einzelfall beim Hersteller, Verkäufer, Großhändler usw., allerdings bieten viele Verkäufer an, die Angelegenheit für die Garantiegeber entgegen zu nehmen.

Die **Gewährleistungsrechte** dagegen werden vom BGB für jeden Kaufvertrag standardmäßig vorgegeben. Sie treffen immer nur den direkten Verkäufer, also nicht den Hersteller oder Zwischenhändler. Vorab ausschließen kann diese Rechte nur, wer nicht gewerblich handelt und deshalb kein Unternehmer

im Sinne des Paragraphen 14 BGB ist. Die Gewährleistungsrechte geben dem Käufer – grob gesagt – die Gewähr, dass die gekaufte Sache bei ihrer Übergabe an den Käufer so beschaffen ist, wie vereinbart oder üblich. Gewährleistungsrechte bestehen bei Neuwaren 24 Monate lang, bei Gebrauchtwaren kann der Verkäufer die Gewährleistungszeit vorab auf zwölf Monate begrenzen. Anders als bei der Garantie geht es bei Gewährleistung immer nur um die Fehlerfreiheit der gekauften Sache bei Übergabe, also gerade nicht um ihre Haltbarkeit für eine bestimmte Zeit.

Bei der Gewährleistung geht es letztlich darum, wer beweisen muss, wie die gekaufte Sache bei Übergabe beschaffen war. Kommt es während der ersten sechs Monate nach dem Kauf zu Fehlfunktionen, muss ein gewerblicher Verkäufer beweisen, dass der Grund für den Defekt bei Übergabe noch nicht vorlag. Das wird er nur selten beweisen können, daher muss er den Defekt beheben oder neu liefern. Klappt das nicht, wird auf Wunsch des Käufers entweder der Kaufpreis entsprechend dem geringeren Wert der Sache reduziert (Minderung) oder der gesamte Kauf rückabgewickelt (Rücktritt vom Kaufvertrag). Bei Minderung muss ein bereits gezahlter Kaufpreis teilweise, bei Rücktritt vollständig erstattet werden. Im Gegenzug müssen bei Rücktritt zudem noch die beim Kunden liegenden Waren zurückgeschickt werden. Tritt der Defekt ab dem siebten Monat nach Übergabe auf, liegt die Beweislast beim Käufer (bei Kauf von nicht-gewerblichen Verkäufern schon ab dem ersten Monat – so dieser die Gewährleistung nicht vorab vollständig aus-

geschlossen hat). Das bedeutet, dass der Käufer beweisen muss, dass die Sache schon bei Übergabe den Defekt irgendwie in sich getragen hat. Dann ist also eine Garantie für den Käufer viel günstiger als die gesetzliche Gewährleistung.

Fazit

Beim Einkauf übers Internet hat man als Verbraucher ein paar zusätzliche rechtliche Sicherungen gegenüber dem Einkauf im Laden. Das ist aber letztlich nur ein Ausgleich dafür, dass online alles sehr viel indirekter abläuft. Darum trifft man seine Kaufentscheidungen unter Umständen leichtfertiger. Und eher als offline stellt sich beim Online-Kauf ver-spätet heraus, dass er – unterhalb der

Schwelle zum Nepp oder Betrug – möglicherweise wirtschaftlich „ein schlechtes Geschäft“ war. Widerrufs- und Gewährleistungsrechte helfen dann in der Regel weiter. Außerdem sollte man sich auch online die Zeit nehmen, sich über Anbieter zu informieren, um einen Eindruck über ihre Seriosität zu bekommen. Es gibt auch Prüfsiegel für verschiedene Aspekte von Online-Shops, etwa für die Identität des Betreibers und die Sicherheit seiner Zahlungsprozesse (siehe etwa die Verisign-Zertifizierung, www.verisign.com) aber auch für das Shop-Verhalten im Ganzen (siehe etwa das Siegel der Trusted Shops GmbH, www.trustedshops.de oder auch das TÜV Süd, www.safer-shopping.de). ■

Mehr Informationen

- 🌐 www.klicksafe.de/themen/einkaufen-im-netz
– klicksafe: Einkaufen im Netz
- 🌐 www.verbraucherzentrale.info
– Liste aller Verbraucherzentralen
- 🌐 www.surfer-haben-rechte.de
– Surfer haben Rechte: Onlineshops und Downloadportale (unter Dienste und Anbieter - Onlineshops)
- 🌐 www.verbraucher-sicher-online.de/thema/online-shopping
– Verbraucher sicher online: Online-Shopping
- 🌐 http://irights.info/?q=KaufenVerkaufen
– iRights.info: Kaufen/Verkaufen
- 🌐 www.gesetze-im-internet.de/bgb
– Bürgerliches Gesetzbuch

Vorsicht Falle – Betrug im Internet



Autor: Philipp Otto

Wenn Menschen sich im Internet bewegen, dort einkaufen oder in Sozialen Netzwerken aktiv sind, hinterlassen sie dort personenbezogene private Daten. Eine komplette Sicherheit für all diese Daten gibt es nicht. Diese persönlichen Daten sind heiß begehrt: Neben kommerziellen Anbietern, die damit Marktforschung und Werbung betreiben, versuchen auch Betrüger an sie zu gelangen. Besonders begehrt sind dabei Kreditkarten- und Bankdaten sowie die Zugangsdaten zu elektronischen Zahlungssystemen wie PayPal. Es gibt vielfältige Möglichkeiten, um illegal oder unter Ausnutzung der Gutgläubigkeit der Nutzer an sensible Daten zu gelangen. Dieser Text beleuchtet die wichtigsten Systeme zum gezielten digitalen Betrug, Möglichkeiten zur Prävention und die rechtliche Lage.

Es gibt viele verschiedene Formen, wie ein fremdgesteuerter Datenverlust bei Privatanutzern und Verbrauchern stattfinden kann. Unterschiedliche Angriffsmethoden tragen Namen wie Phishing, Spoofing oder Pharming. Beim Phishing versuchen die Angreifer private und sensible Daten von ihren Opfern zu erlangen. Das geschieht auf unterschiedlichste Weise, aber gemeinsam haben alle, dass die Angreifer vorgeben, ein seriöser Anbieter zu sein. Dazu wird dann Spoofing oder Pharming eingesetzt: Me-

thoden, die verschleiern, welche „echte“ Identität sich hinter den Anfragen verbirgt. Es gibt dazu zahlreiche technische Möglichkeiten. Dazu kommen Spionageprogramme, Trojaner und Lockangebote, die nur dazu dienen, sensible Daten auszulesen. Das kann dazu führen, dass nicht nur die Bankdaten missbraucht werden, sondern dadurch, dass der eigene Computer mit sogenannter Malware, also Schadsoftware, infiziert wird, die gesamten Daten von der Festplatte verschwinden können.

Wichtig ist es, an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass das Glas immer halb-voll oder halbleer sein kann. Es geht nicht darum, Panik vor den „unkalkulierbaren Gefahren des Internets“ und möglicher kostenintensiver Fallen zu machen. Es geht vielmehr darum, das Bewusstsein zu schärfen und seine Kenntnisse über mögliche und aktuelle Gefahren zu erweitern.

Mit Phishern auf hoher See

Nahezu täglich finden sich in unseren E-Mail-Postfächern offiziell aussehende Nachrichten und Mitteilungen. Das reicht von der Bank, die uns auffordert, die Kundendaten samt Passwörtern neu einzugeben, da das System durch ein Software-Update überarbeitet wurde, über das Online-Kaufhaus, das eine wichtige Änderung der Zugangsdaten durchführen will und deswegen das Login des Accounts benötigt, bis zu Aufforderungen, PINs (Kennwort) und TANs (Transaktionsnummer) für Online-Überweisungen zu schicken. Die E-Mail-Masche ist einer der großen Klassiker beim Online-Betrug. Von Banken, Webshops, Paketlieferdiensten oder Datingseiten – alle echten Angebote, die Leistungen oder Waren verkaufen und bei denen persönliche Daten hinterlegt sind, können Opfer eines solchen Betrugs werden, der dann scheinbar in ihrem Namen stattfindet.

Die E-Mails sehen teilweise sehr glaubwürdig aus. Es werden Referenz-Websites angegeben, deren Webadresse (URL) dem offiziellen Link der Bank täuschend ähnlich sieht. Oftmals werden auf den ersten Blick komplette Websites – beispielsweise einer Bank

– nachgebaut, um dort die geheimen Daten der Nutzer abzugreifen. Banken und andere Einrichtungen unternehmen große Anstrengungen, um solche Seiten so schnell wie möglich wieder aus dem Netz zu bekommen. Doch auch wenn die gefälschten Seiten nur wenige Tage im Netz sind, können sie großen Schaden anrichten.

Besonders perfide wird es, wenn nach Eingabe der Daten eine Fehlermeldung auf dem Bildschirm erscheint, die suggeriert, die Datenübertragung habe gar nicht stattgefunden und den Nutzer dadurch in Sicherheit wiegt. Tatsächlich sind aber die Passwörter und persönlichen Daten schon längst übertragen.

Die „Anbieter“ solcher Betrugsversuche verfeinern ihre Technik immer weiter und passen sie auch auf die neuen Formen der Kommunikation an. So sind inzwischen auch Social-Media-Dienste wie Twitter oder Soziale Netzwerke wie Facebook davon betroffen. Auch hier gilt: Höchste Vorsicht beim Klicken auf Links und der folgenden Preisgabe von privaten Daten. Vor allem bei Lockangeboten und besonderen Schnäppchen sollte man widerstehen; diese können einen Phishing-Versuch verschleiern.

Checkliste: Wie erkenne ich eine Phishing-E-Mail?

Die folgenden Punkte können auf eine Phishing-E-Mail hinweisen:

- Es wird nach vertraulichen Daten wie Passwörtern, PINs, TANs und anderen relevanten Zugangsdaten im Zusammenhang mit der Angabe der eigenen Kontoverbindung gefragt.
- Die E-Mails sind oft im HTML-Code geschrieben. Das erkennt man daran,

dass der Text der E-Mail mit verschiedenen Schriftarten und Schriftgrößen formatiert wird, Bilder (z. B. Logos) verwendet werden und/oder der Hintergrund eine andere Farbe hat.

- Der angegebene Link wirkt auf den ersten Blick echt, auf den zweiten erkennt man jedoch durch ungewöhnliche oder falsch geschriebene Bestandteile der URL, dass es sich um eine falsche Internet-Adresse handelt.
- Auf der Webseite, auf die man geführt wird, funktionieren die anderen ange-

zeigten Menüpunkte nicht, beziehungsweise erzeugen Fehlermeldungen.

- In der E-Mail wie auch auf der Webseite finden sich Grammatik- und Rechtschreibfehler.
- Hinweise auf Änderung der Abrechnungssysteme oder Software-Updates bei Online-Kaufhäusern wie Amazon oder eBay oder bei Banken sind ein deutliches Phishing-Warnsignal.
- Oftmals kommt die E-Mail auch von einer „komischen“ Absenderadresse oder wird in Kopie (E-Mail in Kopie

(CC)) an zahlreiche weitere Empfänger geschickt.

- Die E-Mail ist nicht in der üblichen landestypischen Sprache der Bank geschrieben.
- Die E-Mail verwendet eine nicht-personalisierte Anrede wie „Sehr geehrte Damen und Herren“.
- Ein deutliches Warnsignal ist, wenn sich in der E-Mail ein Hinweis findet, dass die Daten binnen einer knappen Frist eingegeben werden müssen.

Tipp:

Finden sich im Anhang der verdächtigen E-Mail Dokumente oder andere Dateianhänge, so ist höchste Vorsicht angebracht. Diese sollte man nicht öffnen, da sich darin möglicherweise zusätzlich noch Schadprogramme befinden, die auf dem Rechner gespeicherte Passwörter auslesen.

Was tun, wenn ich eine Phishing-E-Mail bekommen habe?

Wenn eine E-Mail als Phishing-Versuch erkannt wurde, kann man die E-Mail einfach löschen und sollte den Absender auf die Spamliste setzen, also blockieren. Ist diese besonders perfide, so empfiehlt es sich, das betroffene Unternehmen über die Existenz eines solchen Phishing-Versuchs zu informieren. Nahezu jede Bank hat ein Warnsystem eingerichtet, das es ermöglicht einen schnellen Kontakt zum Unternehmen zu bekommen. Hier bietet es sich an, die Kontaktdaten beim eigenen Kreditinstitut zu erfragen, bevor man als Opfer von Phishing zeitnah reagieren muss. Die Bank benötigt diese Informationen, um möglichst schnell an die verwendeten

Server heranzukommen und diese ausschalten zu lassen. Da Phishing-E-Mails oft zu tausenden verschickt werden, ist eine schnelle Reaktion für die Unternehmen überaus wichtig.

Ist man schon in die Falle getappt und hat auf einer Phishing-Website seine Kontodaten oder vertrauliche Transaktionsdaten eingegeben, so sollte man schnell handeln. Denn ist der Verursacher der Phishing-Attacke erstmal im Besitz der Daten, so kann er binnen Minuten hohe Summen transferieren oder Kaufvorgänge in Gang setzen. Um für diese Vorgänge Zeit zu gewinnen, werden normalerweise sehr zügig die ursprünglichen Zugangsdaten durch neue ersetzt, so dass der Nutzer nicht mehr an seinen eigenen Account kommt. Selbst versierte Internetnutzer können in diese Falle tappen.

Grundsätzlich gilt:

- Die Software – vor allem der Webbrowser (z. B. Firefox, Internet Explorer, Opera, Safari) und das Betriebssystem des Computers – sollten immer auf dem aktuellen Stand gehalten werden. Insbesondere sollte man angebotene Sicherheits-Updates regelmäßig einspielen, um Sicherheitslücken zu schließen.
- Hat man online Zugriff auf sein Konto, so sollte man regelmäßig beobachten, ob Abbuchungen stattgefunden haben, die man nicht zuordnen kann.
- Hat man solche Abbuchungen identifiziert, so sollte man im ersten Schritt bei seiner Bank anrufen und sein Konto vorläufig sperren lassen. Zudem empfiehlt sich ein Hinweis an den entsprechenden Anbieter (eBay, Amazon, PayPal, etc.), in dessen Gewand

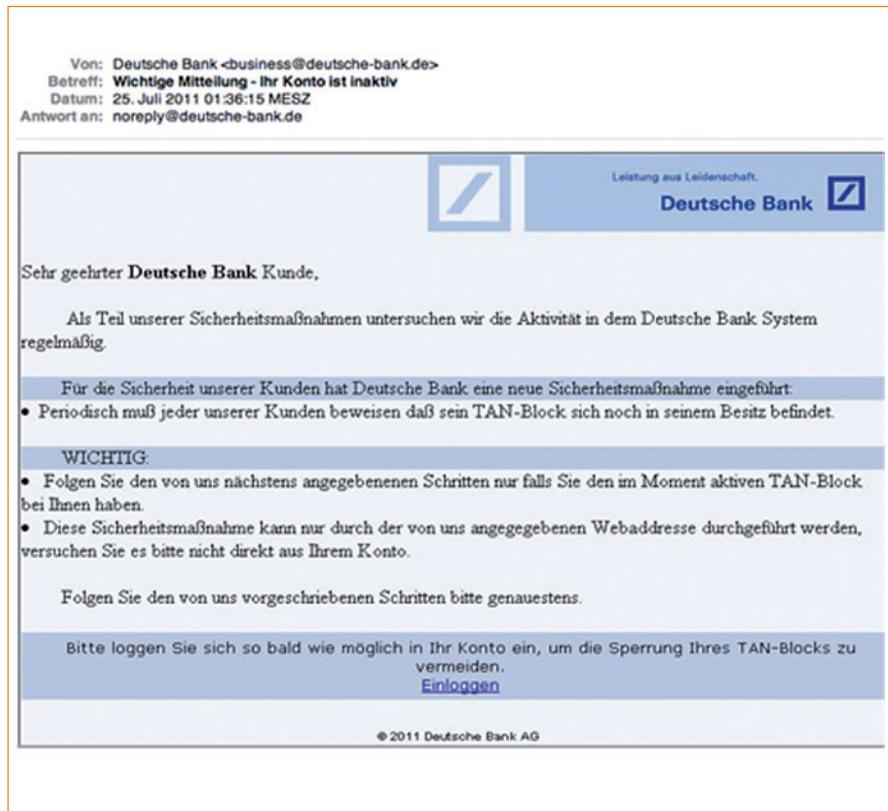


Abbildung: Beispiel-Screenshot für eine Phishing-E-Mail, die vorgibt von der Deutschen Bank zu stammen (E-Mailbox des Autors, 25. Juli 2011; Screenshot fällt nicht unter CC-Lizenz)

die Phishing-E-Mail sich gekleidet hat. Damit macht man den Anbieter auf die aktuelle Phishing-Attacke aufmerksam, so dass dieser Vorkehrungen treffen kann, um solche Attacken in Zukunft zu verhindern; im gleichen Zuge kann man einen gegebenenfalls auch dort eingerichteten Account als Vorsichtsmaßnahme vorläufig sperren lassen.

- Ist man schon zu spät dran und die Überweisung wurde ausgeführt, so sollte man mit Hilfe der Bank versuchen, die Überweisung sofort rückgängig zu machen. Das funktioniert allerdings nicht immer, da die Überweisungsziele fast immer im Ausland liegen und die Summen, vergleichbar mit einer Reihenschaltung, zur Verschleierung oftmals zügig an andere Konten weitergeleitet und dann abgehoben werden.

Wer haftet, wenn durch eine Phishing-Attacke Geld von meinem Konto abgebucht wurde?

Liegt eine Abbuchung vom eigenen Konto vor und eine Rückbuchung des Geldes ist gescheitert, dann stellt sich die Frage der Haftung. Die Banken verweisen in diesen Fällen sodann immer auf ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Beispielhaft lauten diese bei der Berliner Sparkasse in Nr. 20, Absatz 2 „Mitwirkungs- und Sorgfaltspflichten des Kunden“ (Stand: Oktober 2012) wie folgt: „Schäden und Nachteile aus einer schuldhaften Verletzung von Mitwirkungs- und sonstigen Sorgfaltspflichten gehen zu Lasten des Kunden. Bei schuldhafter Mitverursachung des Schadens durch die Landesbank richtet

sich die Haftung nach den Grundsätzen des Mitverschuldens, Paragraph 254 Bürgerliches Gesetzbuch.“

Dahinter verbirgt sich im Grundsatz, dass derjenige, der auf eine Phishing-E-Mail reingefallen ist, auch für den Schaden verantwortlich ist, da er seine Sorgfaltspflicht bei der Eingabe seiner Zugangsdaten in das gefälschte Formular verletzt hat. Die Banken werden in fast allen Fällen darauf verweisen und eine eigene Haftung, also eine Rückerstattung des abgebuchten Geldes, verweigern.

In Ausnahmefällen wird aber eine prozentuale Mithaftung der Bank angenommen. Dies wird grundsätzlich durch den oben im Auszug der AGB zitierten Paragraph 254 BGB zum „Mitverschulden“ geregelt. So hat das Berliner Kammergericht in einem Fall entschieden, dass die Bank 70 Prozent und die betroffene Kundin 30 Prozent des Schadens tragen muss. Die Verletzung der Sorgfaltspflicht auf Seiten der Kundin lag in der Eingabe der Transaktionsnummern in das gefälschte Formular; das Mitverschulden der Bank lag darin, dass diese ein veraltetes TAN-Verfahren anstatt des neueren iTan-Verfahrens eingesetzt hat. Der Schadenszeitpunkt in diesem Fall lag vor dem 01.11.2009. Danach ist der neue Paragraph 675v BGB in Kraft getreten.

Dieser regelt unter dem Titel: „Haftung des Zahlers bei missbräuchlicher Nutzung eines Zahlungsauthentifizierungsinstrumentes“, dass der Bankkunde in Phishing-Fällen grundsätzlich nur für „grobe Fahrlässigkeit“, nicht aber für einfaches fahrlässiges Verhalten haftet. Ob und in welcher Form die Haftungsverteilung berechnet werden kann, hängt aber naturgemäß stark vom Einzelfall ab.

Vorsicht vor lukrativen Job-Angeboten

Um eine reibungslose Transaktion des Geldes auf ausländische Konten vorzunehmen, bedienen sich die Verursacher von Phishing-Attacken oftmals sogenannter „Finanzkuriere“. Diese werden von den Phishern durch Job-Angebote mit sehr guten Verdienstmöglichkeiten angeworben, für die man nichts weiter als ein inländisches Konto und einen Computer benötigt. Ihre einzige Aufgabe ist es, das auf dem inländischen Konto eingegangene Geld auf ein ausländisches Konto weiter zu schleusen. Dafür erhalten sie hohe Provisionszahlungen.

Für die angeworbenen Personen besteht ein hohes rechtliches Risiko wegen Geldwäsche (Paragraph 261 StGB) strafrechtlich belangt zu werden. Aktuell laufen in Deutschland etliche hundert Verfahren gegen Finanzkuriere. Es ist auch bereits zu einer Vielzahl von Verurteilungen mit Bewährungs- und Geldstrafen gekommen. Die Strafverfolgung konzentriert sich aktuell auf diese kleineren Fische, da an die Hintermänner und -frauen des Phishing-Betrugs kaum heranzukommen ist.

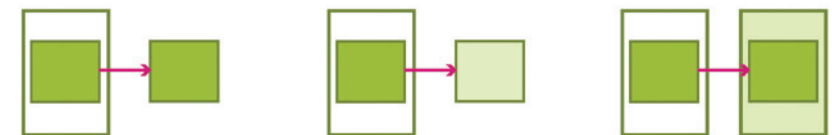
Datenklau und Identitätsdiebstahl

„Meine Daten gehören mir“ – diesen Satz liest man immer wieder. So richtig

diese Aussage als politische Forderung ist, so wenig hat sie mit der praktischen Realität der Nutzer zu tun. Eine Grundregel beim Umgang mit privaten Daten im Netz sollte sein, dass man sparsam, achtsam und vorsichtig mit seinen Daten, mit den online eingestellten Informationen und den eingesetzten Passwörtern umgeht. Man sollte sich aber auch bewusst sein, dass sich Datenklau prinzipiell nie verhindern lässt. Es gibt regelmäßig Berichte, dass großen Unternehmen millionenfach persönliche Daten seiner Kunden wie Zugangsdaten und Passwörter, aber auch komplette Verwaltungs- und Buchungsvorgänge, „abhanden“ gekommen sind. Dies zeigt, dass selbst diese Unternehmen, obwohl sie sich grundsätzlich der besonderen Problematik bewusst sind, nicht davor gefeit sind, Opfer von Datenklau zu werden – und damit auch die Daten ihrer Kundinnen und Kunden. Somit kann es auch private Nutzer in einem kleineren Umfang, aber nicht weniger schmerzlich, zu jeder Zeit ebenfalls treffen.

Behandeln Sie Ihren Rechner wie einen Tresor

Überall da, wo man sich online bewegt, Nutzerprofile und Accounts anlegt und personalisierte Daten hinterlässt, be-



steht immer die Gefahr des Missbrauchs. Zur Vorbeugung hilft es, wenn man die folgenden grundsätzlichen Regeln beachtet:

- **Passwörter:** Für jedes Angebot sollten unterschiedliche Passwörter verwendet werden. Im Schadensfall wird der Schaden dann begrenzt, da der Eindringling nicht weitere genutzte Dienste missbrauchen kann. Auch sollte man seine Passwörter in regelmäßigen Abständen verändern. Passwörter sollten dabei aus einem Mix aus Groß- und Kleinbuchstaben, Sonderzeichen und Zahlen bestehen, um die Sicherheit zu erhöhen.
- **E-Mail-Adressen:** Man sollte mit mehreren E-Mail-Adressen arbeiten. Die Erstadresse nutzt man für wichtige E-Mails, eine Zweitadresse nutzt man für Anmeldungen bei Online-Diensten wie Verkaufsplattformen, bei Facebook, Twitter, Google+ oder anderen Angeboten.
- **Sparsamkeit:** Im Internet sollte jeder Nutzer ein Schwabe sein. Weniger ist oft mehr, und wer seine Daten gar nicht erst mitteilt, bietet in der Folge

potentiellen Angreifern weniger Missbrauchsmöglichkeiten.

- **Zusatzdaten:** „Reale“ Daten wie Wohn- und Postanschrift oder die eigene Telefonnummer sollten nur angegeben werden, wenn diese für Online-Dienste zwingend erforderlich sind. In vielen Online-Formularen wird die Eingabe dieser Daten als optionale Möglichkeit geführt.
- **Verschlüsselung:** Es existieren viele verschiedene Möglichkeiten, wie man seine Daten bei der Übertragung im Internet verschlüsseln kann. Professionelle Nutzer verwenden oft das Verschlüsselungssystem PGP. Den allermeisten Nutzern wird dies aber zu kompliziert sein. Da aber auch den Anbietern von Online-Diensten, wie Facebook oder Webmailern, diese Problematik bewusst ist, bieten sie ihren Nutzern oft die Möglichkeit, zumindest mit relativ einfach verschlüsselten Verbindungen zu arbeiten. Hier sollte man immer die maximale Verschlüsselungsmethode wählen. Dies minimiert die Gefahr, dass Daten zwischendurch abgefangen werden.



Genauere Informationen zu Verschlüsselungen und Einstellungen erfährt man bei seinem Anbieter.

Sind Daten missbräuchlich verloren gegangen oder hat sich eine andere Person des eigenen Accounts bemächtigt, so ist auch hier eine schnelle Reaktion wichtig. Man sollte in Kooperation mit seinem Anbieter den entsprechenden

Account zügig sperren lassen und die Zugangsdaten verändern.

Niemand ist davor geschützt, dass die eigenen persönlichen Daten und Zugänge missbräuchlich verwendet werden. Da sich die Muster der Betrugsmaschinen aber ähneln, ist Vorsorge ein wichtiger Schritt. Es gilt: Ruhig und zügig handeln, um weiteren Missbrauch zu verhindern. ■

Mehr Informationen

- www.bsi-fuer-buerger.de/BSIFB/DE/GefahrenImNetz/Phishing/phishing_node.html
– Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI): Thema Phishing
- www.verbraucher-sicher-online.de/thema/online-banking
– Verbraucher sicher online: Online-Banking und Phishing
- www.klicksafe.de
– Wie verhalte ich mich bei Phishing-Attacken? (Suchbegriff: Phishing-Attacken)
- www.vz-nrw.de/UNIQ131177108726306/link827891A.html
– Verbraucherzentrale NRW: Phishing-Radar mit aktuellen Warnungen
- www.a-i3.org/content/view/931/202/
– Arbeitsgruppe Identitätsschutz im Internet e. V. (a-i3): Phishing und aktuelle Phishingmails
- www.polizei-beratung.de/themen-und-tipps/gefahren-im-internet/phishing.html
– Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes: Phishing
- <http://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Text=26%20U%20159/09>
– Juristischer Informationsdienst: Urteile zu Haftungsfragen bei Phishing

CDs vs. Musik aus dem Online-Shop: Was darf man mit digital gekaufter Musik machen?



Autoren: Dr. Till Kreutzer, David Pachali

Wie man Musikdateien aus Online-Shops nutzen darf, wird nicht nur durchs Urheberrecht, sondern auch durch seitenlange Geschäfts- und Nutzungsbedingungen geregelt. Was sagt das Gesetz und was darf man mit digital gekaufter Musik bei welchem Anbieter machen?

Ob iTunes, Amazon, Musicload oder andere Anbieter – Online-Musikshops sind in den letzten Jahren für viele Musikkäufer eine praktische Alternative zur klassischen CD geworden. Was aber kaum jemand weiß: je nachdem, ob man seine Musik als Download oder als CD kauft, hat man unterschiedliche Rechte. Wie man Musikdateien nutzen darf, das bestimmen die Nutzungsbedingungen des Anbieters – rechtlich betrachtet sind das Verträge zwischen Käufer und Anbieter. Sie sind das „Kleingedruckte“, das man als Nutzer immer akzeptieren muss, bevor man einen Dienst verwenden kann. Kaum jemand liest aber die oft komplizierten und seitenlangen Ausführungen, weil das auch

nervig und langweilig ist. Verständlich – aber es bedeutet, dass nur wenige Käufer wissen, was sie eigentlich für ihr Geld bekommen.

Um ein wenig Licht ins Dunkel der Nutzungs- und Geschäftsbedingungen zu bringen, vergleichen wir in diesem Artikel die rechtliche Situation bei der Nutzung von CDs und Musikdownloads und stellen kurz die Nutzungsbedingungen der derzeit beliebtesten Download-Anbieter vor.

Vom körperlichen zum unkörperlichen Vertrieb

Wer Musik auf CD kauft, kann sein Exemplar in die Hand nehmen und damit sein Regal füllen – er erwirbt einen beispiel-

ten Datenträger, ein sogenanntes „**körperliches Werkexemplar**“. Anders bei Musikdownloads: Sie sind „**körperlos**“, denn man kauft hier keinen physischen Gegenstand. Stattdessen lädt man sich eine digitale Kopie auf den eigenen Rechner herunter, die man dann – je nach technischen und rechtlichen Möglichkeiten – auf den MP3-Player oder andere Geräte kopieren kann. Wie man körperliche und unkörperliche Medien nutzen darf, dafür sind die Regeln unterschiedlich.

Der wichtigste rechtliche Unterschied liegt darin, dass man beim digitalen, also unkörperlichen Einkauf von Musik genau genommen gar nicht kauft. Rechtlich betrachtet, schließt man mit dem Anbieter einen **Lizenzvertrag** und bekommt **Nutzungsrechte** eingeräumt. Beim Kauf einer CD schließt man dagegen keinen Vertrag über Nutzungsrechte. Wie man die Musik nutzen darf, das ergibt sich hier aus dem **Urheberrechtsgesetz**. Das Urheberrecht erlaubt so manche Nutzungen ausdrücklich – vor allem zu privaten Zwecken.

Bei Musikdateien aus legalen Online-Shops hingegen hängt es vor allem von den vertraglichen Bedingungen der Anbieter ab, was man mit der gekauften Musik machen darf. Zwar gilt das Urheberrecht grundsätzlich auch für Musikdateien, die gesetzlichen Regelungen des Urheberrechts werden durch die Nutzungsbedingungen jedoch häufig abgeändert und einige vom Gesetz erlaubte Nutzungsweisen werden eingeschränkt. Sind solche Vertragsklauseln wirksam, dann gelten sie anstelle der jeweiligen gesetzlichen Bestimmung.

Das ist aber nicht immer der Fall. Ge-

rade Klauseln in allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) können unwirksam sein, zum Beispiel wenn sie den Kunden „unangemessen benachteiligen“ oder „überraschend“ sind. Das Verbraucherschutzrecht schützt die Nutzer vor ungerechten Verträgen in einem gewissen Maß. Ob Vertragsklauseln im Einzelfall wirksam oder unwirksam sind, ist eine schwierige rechtliche Frage, die juristische Laien in der Regel nicht beantworten können.

Daher gilt generell: Was in den Nutzungsbedingungen steht, sollte man beachten. Ohne genaue rechtliche Prüfung davon auszugehen, dass eine Klausel unwirksam ist, ist nur in eindeutigen Fällen möglich. Das kann zum Beispiel der Fall bei Regelungen sein, die man selbst nach dem zehnten Mal lesen nicht verstanden hat. Das Recht sagt, dass Vertragsklauseln „**transparent**“, also verständlich formuliert sein müssen.

CDs kopieren: Privatkopien nach dem Urheberrecht

Wie man Musik auf gekauften CDs nutzen darf, regelt das Urheberrechtsgesetz. Kopien werden darin unter bestimmten Bedingungen ausdrücklich erlaubt. Für den Nutzer ist die sogenannte **Privatkopie-Regelung** am wichtigsten. Sie erlaubt es, einzelne Kopien von geschützten Inhalten – wie Musik, Filmen oder Texten – zu machen, wenn sie zu privaten Zwecken genutzt werden sollen. Privat heißt, dass man die Kopien nicht für berufliche oder kommerzielle Zwecke nutzen darf. Privat in diesem Sinn ist es zum Beispiel, sich eine CD zu brennen und die Stücke auf den Computer oder auf einen MP3-Spieler zu kopieren.

Auch wenn man Musik von CDs für Familienmitglieder, Freunde oder enge Bekannte kopiert, ist das im Sinne des Urheberrechts privat. Das gilt auch, wenn man sich aus der eigenen CD-Sammlung eine Playlist für die Party auf eine CD-ROM oder seinen MP3-Player kopiert. Die Privatkopie-Regelung setzt übrigens nicht voraus, dass man selber ein „Original“ besitzt. Daher darf man sich die neue Lady-Gaga-CD auch von einem Freund kopieren – selbst dann, wenn er selbst nur eine gebrannte Kopie hat. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs soll man bis zu sieben Kopien machen können.

Keine Privatkopie ist es, wenn man Kopien in der Öffentlichkeit nutzen will. Ein DJ beispielsweise, der von seinen CDs oder Vinyl-Alben Kopien auf den Laptop zieht und damit abends auf einer öffentlichen Party oder in der Disko auflegt, nutzt die Kopien beruflich. Die Privatkopie-Regelung gilt dann nicht. Auch wenn man die Musik für alle zugänglich ins Netz stellt, ist das keine Privatkopie – egal, ob über BitTorrent, bei Rapidshare oder auf YouTube. Das ist nicht erlaubt. Ob dabei Geld fließt oder nicht, spielt keine Rolle.

Ausnahme Kopierschutz

Die Privatkopie-Regel hat zudem eine wichtige Einschränkung: Kopiergeschützte Inhalte darf man nicht kopieren, auch nicht zu privaten Zwecken. Das Urheberrecht sagt, dass es nicht gestattet ist, einen „**wirksamen**“ Kopierschutz zu umgehen, um eine Privatkopie zu machen. Was wirksam ist, ist eine schwierige Frage, auf die es bis heute noch keine befriedigenden Antworten gibt. Die Mei-

nungen gehen hier weit auseinander.

Das spielt bei Musik heutzutage aber ohnehin keine große Rolle mehr. Die meisten Plattenfirmen verzichten seit circa 2006 bei CDs und seit einigen Jahren auch bei Downloads auf einen Kopierschutz. Von den in diesem Artikel betrachteten Anbietern setzt bei Einzel- und Albumdownloads keiner mehr einen Kopierschutz ein. Grundregel: Wer MP3-Musikdateien kauft, kann sicher sein, Dateien ohne Kopierschutz zu bekommen – denn das MP3-Format lässt so etwas technisch gar nicht zu.

Einige Anbieter bauen aber weiterhin sogenannte Wasserzeichen in die Dateien ein. Das sind sichtbare oder unsichtbare Informationen darüber, von welchem Anbieter die Dateien kommen. Wasserzeichen können auch enthalten, wo, wann und von wem die Musikdateien gekauft wurden. Es ist nicht verboten, Musikdateien zu kopieren, die Wasserzeichen enthalten – hier muss ja nichts „umgangen“ werden, wie bei einem Kopierschutzsystem. Allerdings können Wasserzeichen auch noch identifiziert und ausgelesen werden, wenn eine Datei kopiert wurde. Auf diese Weise kann zum Teil herausgefunden werden, wer die jeweilige Datei erstmals erworben hat. Mit Wasserzeichen sollen vor allem die Käufer abgeschreckt werden, ihre Dateien im Netz weiter zu verbreiten. Das ist nicht erlaubt und kann rechtlich verfolgt werden.

Musikdownloads kopieren: Achtung Kleingedrucktes!

Die Nutzungsbedingungen von Download-Shops enthalten oft Bestimmungen, die von der hier beschriebenen

Privatkopie-Regelung abweichen. Oft werden die gesetzlichen Befugnisse durch die Nutzungsbedingungen eingeschränkt, so dass beispielsweise weniger Kopien, Kopien nur zu eingeschränkten Zwecken oder nur auf bestimmten Geräten erlaubt werden – zu den einzelnen Anbietern mehr im Überblick am Ende.

Aus rechtlicher Sicht stellt sich bei solchen Einschränkungen die Frage, ob sie überhaupt zulässig sind. Dazu gibt es bis heute so gut wie keine Rechtsprechung, weshalb man sie nicht eindeutig beantworten kann. Viele Juristen sind der Ansicht, dass solche Einschränkungen zumindest nicht generell unwirksam sind. Das bedeutet, dass die Musikanbieter üblicherweise selbst bestimmen, wie ihre Dateien kopiert werden dürfen – und dabei auch weniger erlauben können, als es das Urheberrecht zulässt. Die Privatkopie-Regelung ist, was häufig missverstanden wird, kein „Nutzerrecht“. Im Ergebnis heißt das, dass Kopierregelungen in den Nutzungsbedingungen generell rechtswirksam sind und man sie beachten muss.

Darf man gekaufte Musikdateien im Freundeskreis weitergeben?

Einzelne Kopien zu machen, um sie an Freunde oder Verwandte weiterzugeben, ist nach der Privatkopie-Regelung erlaubt. Was aber, wenn in den Nutzungsbedingungen steht, dass das nicht erlaubt ist – sondern zum Beispiel nur der Käufer für sich selbst Kopien machen darf? Nach dem bisher Gesagten ist auch eine solche Beschränkung zulässig – Gerichtsentscheidungen gibt es dazu aber aktuell noch nicht.

Darf man bereits gekaufte Dateien in MP3s umwandeln?

Wer noch ältere, kopiergeschützte Dateien in anderen Dateiformaten in seiner Sammlung hat, findet im Netz viele Programme, um daraus vollwertige MP3-Dateien zu machen. Ist das erlaubt? Einerseits: Nein – denn das Gesetz verbietet ja, einen Kopierschutz zu umgehen. Aber ganz so einfach ist es nicht, denn viele Experten sagen: Das gilt nur, wenn der Kopierschutz auf **direktem Weg** umgangen, also im technischen Sinn „geknackt“ wird. Nicht aber, wenn über das analoge Tonsignal eine neue Datei erzeugt wird, also zum Beispiel ein Minidisc-Rekorder an den Computer angeschlossen wird.

Diesen Weg über das analoge Tonsignal – man spricht auch von „**analoger Lücke**“ – gehen aber auch manche Programme, die den Ton an der Soundkarte des Computers abfangen und in eine neue Datei schreiben. In einem Rechtsstreit über das Programm „Napster DirectCut“ hat ein Gericht entschieden: Der Kopierschutz wird auf diese Weise nicht geknackt, die Kopie ist zulässig.

Für den Nutzer ist die Lage hier kaum zu überschauen. Ob man ein Programm einsetzen darf, um vollwertige Musik-MP3s zu erzeugen, lässt sich nicht pauschal sagen – im Zweifelsfall hängt es von der genauen Wirkungsweise der Programme ab.

Darf man gebrauchte Musikdateien weiterverkaufen?

Während man Musik-CDs – also „körperliche Werkexemplare“ – ohne weiteres weiterverkaufen darf, ist diese Frage

bei Musikdateien – also „unkörperlichen Werkexemplaren“ – hoch umstritten. Hierzu gibt es **zwei Lager** von rechtlichen Ansichten.

Einige Rechtsexperten sind der Ansicht, dass der Kunde bei Downloads ebenso einen Wertgegenstand erwirbt wie bei einer Musik-CD. Einen Tonträger, der einmal ordnungsgemäß auf den Markt gebracht wurde – also keine Raubkopie oder selbst gebrannte CD – dürfte man demnach weiterverkaufen, also zum Beispiel bei eBay oder anderen Plattformen anbieten. Das Gesetz nennt diese Regel „Erschöpfungsgrundsatz“. Einige Juristen sagen zudem, dass es auch möglich ist, die Datei auf eine CD zu brennen und die CD weiterzuverkaufen, vorausgesetzt, man löscht seine eigene Datei.

Andere Rechtsexperten sind der Ansicht, dass es nicht zulässig ist, unkörperliche Werkexemplare wie Dateien weiterzuverkaufen. Die beiden Fälle seien nicht vergleichbar. Denn wenn man Dateien weiterverkaufen könnte, sei es nicht mehr möglich, den „Gebrauchthandel“ von Musik zu kontrollieren.

Auf diese Frage gibt es also leider keine abschließende Antwort. Das Landgericht Berlin hat einmal gegen die Weiterverkaufsmöglichkeit von iTunes-

Dateien entschieden; die Entscheidung ist jedoch gerade in der Berufungsinstanz und damit noch nicht rechtskräftig. Allerdings könnte ein Urteil des Europäischen Gerichtshof Bewegung in die Sache bringen. Er entschied im Sommer 2012, dass bei gebrauchter Software digitale Downloads weiterverkauft werden dürfen. Das Urteil bezieht sich auf Software und die damit verbundenen Regeln, lässt aber für Musikdateien ähnliche Schlussfolgerungen zu. Hier wird es sicher bald neue Gerichtsentscheidungen geben.

In welchem Rahmen darf man die Dateien nutzen?

Wer Musik kauft, will sie hören – dafür hat man sie ja schließlich gekauft. Wie ist es aber, wenn man Musik gemeinsam mit anderen hört – zuhause, bei einer Privatparty, in Clubs oder bei kommerziellen Partys? Im Gegensatz zum Kopieren und zur Weitergabe haben wir bei den Anbietern keine Beschränkungen dazu gefunden. Die Nutzungsmöglichkeiten richten sich deshalb ausschließlich nach dem Gesetz. Das Urheberrecht sagt, dass der Käufer einer Musikdatei sie zwar privat, nicht aber öffentlich wiedergeben darf.



Problem: Was heißt hier „öffentlich“?

Diese Frage ist nicht ganz leicht. Allgemein versteht man unter „öffentlich“ soviel wie „für jedermann zugänglich“ oder Ähnliches. Das Urheberrecht ist hier viel strenger: Öffentlich ist eine Wiedergabe schon dann, wenn nicht alle Anwesenden „persönlich verbunden“ sind – untereinander oder alle jeweils mit dem Veranstalter. Die Anzahl der Zuhörer ist dabei nur ein Indiz, das für oder gegen eine „öffentliche Wiedergabe“ sprechen kann, aber kein zwingendes Merkmal.

Ein überspitztes Beispiel:

- **Fall 1:** Niels ist ein beliebter Schüler, er hat fünfzig gute Freunde. Er macht bei sich zuhause eine Party, zu der er all seine Freunde einlädt und spielt den ganzen Abend Musik. Ist die Party öffentlich, muss Niels an die Verwertungsgesellschaft GEMA Geld bezahlen? Ergebnis: Die Party ist nach dem Urheberrecht nicht öffentlich, weil alle Anwesenden zumindest mit Niels persönlich verbunden sind.
- **Fall 2:** Jens ist ein sehr unbeliebter Schüler, der nur zwei richtige Freunde hat. Er will aber trotzdem seinen Geburtstag feiern. Damit es nicht langweilig wird, sagt er den Eingeladenen: „Bringt Leute mit!“ – Einer seiner Freunde bringt seinen Cousin mit, den weder Jens noch Freund Nummer zwei vorher kannten. Ergebnis: Die Party ist im urheberrechtlichen Sinn öffentlich, weil nicht alle Anwesenden persönlich verbunden sind. Im Prinzip müsste Jens seine Party bei der GEMA anmelden und Gebühren bezahlen.

Das Beispiel ist überspitzt – niemand würde wegen so etwas eine GEMA-Anmeldung machen. Es zeigt aber, worauf es im Urheberrecht ankommt: Wenn jeder kommen kann, ist eine Party öffentlich. Partys im Freundes- oder Familienkreis werden dagegen meist nicht öffentlich sein. Musik in der Disco gilt als öffentlich, selbst wenn ein Türsteher nicht alle Gäste einlässt. Auch hier haben nicht alle Gäste die vom Gesetz geforderte persönliche Beziehung untereinander.

Wie schwierig die Beurteilung werden kann, zeigen Grenzfälle, etwa bei Feiern in Kindergärten, an der Uni oder in der Schule. Auch hier gilt: Sind alle Schüler einer Schule oder eines Jahrgangs, alle Studenten der Uni, eines Fachbereichs usw. eingeladen, ist die Veranstaltung im Zweifelsfall öffentlich.

Fazit

Egal ob sich die Regeln aus dem Gesetz oder aus dem Kleingedruckten ergeben: Ob man Dateien oder CDs kauft, kann für die Nutzungsmöglichkeiten von Musik große Unterschiede machen. Dass sich dessen kaum jemand bewusst ist, ist ein erhebliches Manko. Zum einen werden Regeln, die keiner kennt, auch nicht befolgt. Zum anderen kann es für die Kaufentscheidung von großer Bedeutung sein, was man für sein Geld bekommt.

Wer Musik digital kauft, sollte die Nutzungsbedingungen kennen. Zwar sind die Regelungen der Musikshops nutzerfreundlicher geworden, seit die meisten Plattenfirmen auf Kopierschutz verzichteten – dennoch finden sich oftmals Bestimmungen, die den Nutzer im Vergleich zur klassischen CD einschränken.

Anbieter im Überblick – was man darf und was nicht

	iTunes	Musicloads (Downloads)	Napster Downloads	Amazon	Media Markt	Saturn
Kopier- schutz	nein	nein	nein	nein	nein	nein
Wasser- zeichen	ja	nein	ja	ja	ja	ja
Kopieren, Brennen*	kaum eingeschränkt	eingeschränkt	eingeschränkt	kaum eingeschränkt	kaum eingeschränkt	eingeschränkt

*nach Vorbild Privatkopie. Stand: 10/2012

iTunes Store

Der iTunes-Store von Apple bietet Musikstücke nicht als MP3, sondern im AAC-Format an. Seit 2009 haben die Titel keinen Kopierschutz mehr – allerdings lässt sich aus jeder Datei die E-Mail-Adresse des Käufers und das Kaufdatum ablesen. Wer im privaten Rahmen Kopien von Musikstücken anfertigen will, kann das inzwischen beliebig tun – bleibt aber identifizierbar. Mit der iTunes-Software lassen sich die Stücke auch in normale MP3-Dateien umwandeln – die persönlichen Daten verschwinden dann. Ob darüber hinaus auch unsichtbare, dauerhafte Wasserzeichen eingesetzt werden, dazu macht Apple keine Angaben.

Für den Käufer schwer verständlich sind die Nutzungsbedingungen des iTunes-Stores. Die für Musikstücke verwendete Bezeichnung lautet „iTunes Plus Produkte“. „Plus“ bezieht sich auf kopierschutzfreie Musikdateien – die aber diesen Namen im iTunes-Store nicht mehr tragen, da sie inzwischen Standard sind. Früher noch gültige Einschränkungen – etwa auf maximal fünf Abspielgeräte –

sind zwar in den Nutzungsbedingungen noch enthalten, sie beziehen sich aber ausdrücklich auf kopiergeschützte Dateien. Da solche Musikdateien aktuell nicht mehr erhältlich sind, spielen diese Einschränkungen keine Rolle. Für aktuelle Einkäufe gilt vielmehr: Man kann sie „kopieren, speichern und brennen, soweit es vernünftigerweise für den privaten, nicht-gewerblichen Gebrauch erforderlich ist.“ – Dies entspricht den Regelungen zur Privatkopie im Urheberrechtsgesetz.

Unklar bleibt aber, ob darüber hinaus weitere Einschränkungen gemacht werden. Die Nutzungsbedingungen verweisen für „nähere Angaben“ dazu auf verschiedene Websites von Verwertungsgesellschaften und der Plattenfirma Warner/Chappell. Für welche Produkte und für welchen Nutzerkreis das relevant ist, darüber erfährt man nichts. Allzu viel Gedanken muss man sich darüber aber nicht machen. Dieser Hinweis ist viel zu unbestimmt, um eine wirksame rechtliche (vertragliche) Verpflichtung zu sein.

Musicload

Das Musicload-Portal der Deutschen Telekom bietet sowohl Downloads im MP3-Format als auch eine Streaming-Flatrate namens „Musicload Nonstop“ an. Nach eigenen Angaben verzichtet Musicload auf Wasserzeichen bei MP3-Dateien. Die Nutzungsrechte für MP3-Downloads entsprechen mit Einschränkungen den Regelungen zur Privatkopie (siehe Tabelle links). Sowohl das Brennen als auch das Kopieren auf mobile Player gestattet Musicload ohne Begrenzung. Die Weitergabe der Musik im privaten Rahmen wird zwar für CDs gestattet, auf die die Dateien gebrannt wurden, nicht aber für die Dateien selbst.

Beim Abomodell „Musicload Nonstop“ handelt es sich um ein reines Streaming-Angebot. Die Nutzungsbedingungen verbieten ausdrücklich, den Musikstream auf dem eigenen Rechner abzuspeichern oder Mitschnitte anzufertigen. Ebenfalls untersagt wird, den Stream auf mehreren Rechnern gleichzeitig anzuhören – sowie pauschal alle weiteren Nutzungen, die über das Anhören und Verwalten der Musik in Playlisten hinausgehen. Solche Nutzungsbeschränkungen werden rechtlich wirksam sein. Immerhin weiß der Käufer, dass er für seine Abogebühren gerade keine

Möglichkeit erhält, die Musik dauerhaft speichern zu können (sondern eben nur per Stream anzuhören).

Napster

Auch Napster bietet MP3-Downloads an, allerdings nur für Kunden, die dort auch ein Streaming-Abo abgeschlossen haben. Das Streaming-Abo gibt es in zwei Varianten, einer Basisversion für PCs und einer weiteren für zusätzliche mobile Geräte. Beide Abos enthalten eine Reihe von Einschränkungen für die Nutzung der Streams.

Die Nutzungsbedingungen für gekaufte Dateien aus dem MP3-Shop finden sich unter dem Stichwort „Dauerhafte Downloads“. Das Brennen und Kopieren gekaufter Dateien wird in den Nutzungsregeln nicht extra begrenzt – allerdings verbietet Napster, daraus erstellte Kopien oder CDs wiederum weiter zu kopieren. MP3-Downloads können mit einem Wasserzeichen versehen sein, das auch das Kaufdatum enthält.

Amazon

Die Nutzungsbedingungen bei Amazons Online-Shop für MP3-Titel beschränken das Kopieren und Brennen der gekauften Stücke auf den „privaten und nicht-gewerblichen Gebrauch zu Ihrer



Unterhaltung“. Dass die Nutzung auf den privaten Kreis und den nicht-gewerblichen Gebrauch beschränkt wird, ist üblich und entspricht den Regelungen zur Privatkopie. Unklar ist aber, ob die Formulierung „zu Ihrer Unterhaltung“ die Nutzung zusätzlich einschränken soll. Vermutlich stammt sie aus einer Eins-zu-Eins-Übersetzung der amerikanischen Nutzungsbedingungen („entertainment use“). Das AGB-Recht sagt in solchen Fällen: Verständnisschwierigkeiten gehen zulasten des Anbieters. Regelungen, die für deutsche Nutzer nicht verständlich sind oder keinen erkennbaren Sinn ergeben, sind deshalb in aller Regel unwirksam.

Einige der angebotenen Titel enthalten Wasserzeichen mit einer Anbieterkennung.

Online-Shops von Media Markt und Saturn

Sowohl Media Markt als auch Saturn bieten in ihren Online-Angeboten auch

MP3-Dateien an. Da beide Online-Shops vom selben Anbieter – MS Digital Download – betrieben werden, sind die Nutzungsbedingungen in weiten Teilen identisch. Bei Beiden sind sie kurz gehalten und übersichtlich. Die MP3-Dateien sind mit einem Wasserzeichen versehen, das Informationen zum jeweiligen Einkauf enthält.

In den Nutzungsbedingungen von Media Markt heißt es, dass die Titel nur zum „privaten und nicht-gewerblichen Gebrauch“ verwendet werden dürfen. Das entspricht ebenfalls den Regelungen zur Privatkopie (siehe Tabelle S. 40).

Eine zusätzliche Einschränkung machen allerdings die Nutzungsbedingungen bei Saturn. Darin heißt es, dass die Musikstücke nur zum „ausschließlich persönlichen Gebrauch“ genutzt werden dürfen. Ausdrücklich wird dort auch das Kopieren für Dritte untersagt. Einschränkungen beim Brennen und Übertragen auf mobile Geräte gibt es bei beiden MP3-Shops nicht. ■

Online-Betrug – Abofallen und andere Hindernisse



Autorin: Valie Djordjevic

Kostenlose Kochrezepte, Software oder Musikdateien – all das gibt es im Internet. Oft jedoch lauert hinter solchen Angeboten eine Abofalle und eine Rechnung für ein Abo flattert plötzlich ins Haus. Viele zahlen aus Unsicherheit und spielen den unseriösen Anbietern in die Hände. Dabei liegt von Rechts wegen meist kein gültiger Vertrag vor.

Online-Dienstleistungen sind praktisch und beliebt: Vom Sofa aus kann man Software oder Musik herunterladen, sich die Route für die Urlaubsreise zusammenstellen oder die eigene Familiengeschichte recherchieren – und alles kostenlos. Oft sind solche vermeintlich kostenlosen Angebote nur Lockmittel für dubiose Abos und Mitgliedschaften. Das merkt man allerdings erst, wenn die Rechnung im Briefkasten liegt. Denn die Angebote sind bewusst so gestaltet, dass man bei der Registrierung nicht ohne Weiteres bemerkt, dass Kosten anfallen.

Wie sieht eine Abofalle konkret aus? Ein Beispiel: Lea freut sich – sie hat im Internet einen Gutschein-Code gefunden, mit dem sie im Wert von zehn Euro

Musik aus einem Musikdownload-Shop herunterladen kann. Das macht sie auch ganz eifrig. Sie wundert sich zwar ein bisschen, wieso sie bei der Anmeldung ihre Kontodaten angeben muss, denkt sich aber weiter nichts dabei. Einige Wochen später kommt eine Rechnung: Sie soll für zwei Jahre ein Abo bei dem Anbieter abgeschlossen haben! Das wollte sie gar nicht – sie wollte nur ein paar einzelne Titel herunterladen. Hätte sie gewusst, dass sie mit dem Gutschein ein Abo abschließt, hätte sie sich gar nicht erst angemeldet.

Leas Erfahrung ist eine ganz typische, wenn es um sogenannte **Abofallen** im Internet geht. Man erwartet kostenlose Songs (oder Software, Kochrezept-

Mehr Informationen

- 🌐 www.klicksafe.de/materialien
 - Broschüre „Nicht alles, was geht, ist auch erlaubt! Urheber- und Persönlichkeitsrechte im Internet“
 - Broschüre „Spielregeln im Internet 1 – Durchblicken im Rechte-Dschungel“
 - Flyer „Musik im Netz: Runterladen ohne Reinfall!“
- 🌐 <http://irights.info/index.php?q=node/285>
 - CDs, Musik und Software verkaufen – Materiell oder immateriell ist die Frage



te, etc.), passt nicht genau auf und hat ungewollt eine kostenpflichtige Dienstleistung in Anspruch genommen. Die Anbieter operieren dabei mit unfairen Tricks. Einer der häufigsten ist, dass die Angaben zu den anfallenden Gebühren versteckt sind – z. B. unterhalb des Bestätigungsbuttons oder sogar auf einer ganz anderen Internet-Seite.

Seit dem 1. August 2012 gibt es die sogenannte „Button-Lösung“ (BGB Paragraph 312g Abs. 2). Damit hat der Gesetzgeber bestimmt, dass Anbieter von Online-Diensten ihr Angebot so gestalten müssen, dass Nutzer klar erkennen können, dass sie kostenpflichtig etwas bestellen – egal ob das ein Abo oder ein Produkt ist. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) hat vier Wochen nach Inkrafttreten des Gesetzes in einer Stichprobe festgestellt, dass von 109 Internetportalen, die in der Vergangenheit auffällig geworden sind, 88 nicht mehr online sind – das Gesetz zeigt also Wirkung. Das heißt jedoch nicht, dass es Betrüger nicht weiterhin versuchen. Verbraucher sollten sich also weiterhin der Gefahr bewusst sein, und wissen, wo eine Abofalle lauern kann.

Die Gefahr, im Internet unbeabsichtigt kostenpflichtige Dienste zu bestellen, ist hoch: Laut einer infas-Studie, die im Au-

gust 2011 veröffentlicht wurde, sind 5,4 Millionen Deutsche in den zwei Jahren zuvor auf eine Abofalle oder Ähnliches im Internet hereingefallen – das sind elf Prozent der Internetnutzer. Erfahrung scheint dabei wenig zu helfen: Menschen, die das Internet täglich benutzen, sind sogar häufiger betroffen als Gelegenheitsnutzer.

Dabei sind Musik-Abos nicht die einzigen Maschen, über die unseriöse Anbieter Geld generieren möchten: Rechnungen werden auch für Downloads, Software, für Routenpläne oder Familienstammbäume verschickt. Gemeinsam ist allen, dass für Leistungen gezahlt werden soll, die **normalerweise kostenlos** sind, und dass die Kosten dem Nutzer vorab **nicht transparent** gemacht werden. Es gibt Fälle, in denen die Anbieter Kundenadressen aus anderen Kanälen haben, z. B. aus Online-Gewinnspielen, und einfach auf gut Glück Rechnungen stellen. Auch Gutschein-Codes auf Produkten wie Süßigkeiten oder Tiefkühlpizza haben schon in die Abo-Falle geführt. Deshalb sollte man immer vorsichtig sein, wenn es etwas kostenlos gibt, nicht nur im Internet.

Die Grundregel dafür ist: **Immer wenn man für kostenlose Dienstleistungen seine vollständigen Daten hinterlas-**

sen muss – vor allem Zahlungsinformationen –, sollte man misstrauisch werden.

Für die Anbieter lohnt sich das Geschäft schon, wenn nur ein Bruchteil der Angeschriebenen zahlt. Und viele Menschen zahlen, weil sie verunsichert sind und keinen Ärger haben wollen. Deshalb ist der erste und wichtigste Rat: **Nicht zahlen, sofort widersprechen und nicht einschüchtern lassen.**

Vertrag – oder kein Vertrag? Die Rechtslage

Ob überhaupt ein Vertrag geschlossen wurde, hängt von einigen Bedingungen ab. Im Einzelfall empfiehlt es sich, sich bei den **Verbraucherzentralen** Rat zu holen. Alle Verbraucherzentralen der Bundesländer haben ausführliche Informationen zum Thema erstellt und bieten auch Musterbriefe zum Download an.

Zunächst einmal kommt es drauf an, wie alt die Person ist, die den Vertrag abgeschlossen hat. Minderjährige sind nämlich nach deutschem Recht nur beschränkt geschäftsfähig. Bis einschließlich sechs Jahren ist ein Kind geschäftsunfähig – alle Verträge, die es abschließt, sind nicht gültig. Zwischen sieben und 17 Jahren sind Verträge mit Minderjährigen schwebend unwirksam. Das bedeutet, dass sie erst von den Eltern genehmigt werden müssen. Hat also eine Minderjährige einen solchen Abo-Vertrag abgeschlossen, so ist dieser so lange unwirksam, bis die Eltern zugestimmt haben – oder eben nicht. Bleibt eine Reaktion durch die Eltern aus, verliert der Vertrag nach zwei Wochen ebenfalls seine Gültigkeit.

Da aber im Internet oft nicht sichtbar

ist, ob jemand minderjährig ist oder nicht, sollte man bei der Bestellung von Online-Dienstleistungen durch den Nachwuchs auf Nummer sicher gehen und den Vertrag schriftlich mit Hinweis auf die Minderjährigkeit des Vertragspartners widerrufen. Dabei macht es nichts, wenn die Kinder bzw. Jugendlichen bei der Registrierung gelogen und ein falsches Alter angegeben haben. Unseriöse Anbieter versuchen Eltern damit unter Druck zu setzen, und sprechen von Betrug der Kinder. Es ist aber nicht verboten im Netz falsche Angaben zu machen. Der Schutz der Minderjährigen geht vor (mehr zum Thema findet sich im Text „Einkaufen im Netz: Bei Maus-klick Einkauf“ in dieser Broschüre).

Aber auch Erwachsene müssen nicht in jedem Fall zahlen, wenn sie im Internet über eine solche Kostenfalle gestolpert sind. Es gibt nämlich auch zusätzlich zur Button-Regel bestimmte Verfahrensweisen, die Anbieter einhalten müssen, damit Verbraucher vor ungewollten Vertragsabschlüssen geschützt werden.

Zuallererst gilt für jeden Vertrag, der über das Internet geschlossen wurde, eine 14-tägige Widerrufsfrist, da sie als **Fernabsatzverträge** gelten (Paragraph 312d BGB). Diese Frist beginnt von dem Zeitpunkt an, an dem man vom Anbieter über sie belehrt wurde. Die Belehrung muss schriftlich erfolgen – entweder per E-Mail, Brief, Fax oder Ähnlichem. Ein Verweis auf eine Webseite gilt nicht, da diese ohne das Wissen des Kunden verändert werden kann. Wenn die Belehrung nicht spätestens direkt nach dem Vertragsschluss kommt, verlängert sich die Widerrufsfrist auf einen Monat. Kommt die Belehrung gar nicht,

ist sie falsch oder nicht ausreichend, dann beginnt auch die Widerrufsfrist nicht zu laufen und man kann den Vertrag auch nach Ablauf der 14-Tage-Frist widerrufen.

Auch wenn man die Widerrufsfrist verstreichen lassen hat, ist noch nicht alles vorbei. Nach geltendem Recht muss nämlich für den Nutzer bei Abschluss eines Vertrags ersichtlich sein, ob und welche Kosten auf ihn zukommen. Wenn auf einer Website entstehende Kosten versteckt werden, dann ist kein gültiger Vertrag zustande gekommen. **Entstehende Kosten müssen auf jeden Fall deutlich kenntlich gemacht werden.** Zusätzlich reicht es inzwischen nicht mehr aus, wenn ein Bestellknopf mit „Bestätigen“, „Bestellung abschließen“ oder auch nur „Los“ beschriftet ist. Nach der Button-Lösung (siehe S. 44) müssen Anbieter deutlich machen, dass durch das Klicken auf den Bestellknopf eine Kostenpflicht entsteht (z. B. durch Formulierungen wie „kaufen“ oder „zahlungspflichtig bestellen“). Fehlt ein solcher Button im Bestellvorgang, kommt kein kostenpflichtiger Vertrag zustande.

Was tun, wenn man reingefallen ist?

Auch wenn der Verbraucher tatsächlich im Recht ist, versuchen viele Betreiber an das von ihnen geforderte Geld zu kommen. **Es reicht, wenn man der Forderung einmal widerspricht – alle weiteren Briefe kann man im Prinzip ignorieren.**

Ausnahme ist ein Brief vom **Amtsgericht** mit einem offiziellen Mahnbescheid. Ganz selten kann es passieren, dass man einen amtlichen Mahnbescheid erhält. Davon sollte man sich nicht einschüchtern lassen. Einen Mahnbe-

scheid erhält nämlich jeder auf Antrag. Das Amtsgericht prüft hierbei nicht, ob die Forderung rechtmäßig ist. Trotzdem dürfen Sie einen amtlichen Mahnbescheid nicht ignorieren, denn sonst steht bald ein Gerichtsvollzieher vor der Tür. Jeder Mahnbescheid enthält ein Formular, mit dem man innerhalb von **14 Tagen Widerspruch** einlegen kann. Dies sollten Sie auch auf jeden Fall tun!

Soweit gehen die meisten Anbieter aber nicht. Denn um einen Mahnbescheid zu erwirken, müssen sie im Voraus eine Gebühr zahlen, die sich an der Höhe der Forderung orientiert. Diese ist natürlich durch die Anwaltsgebühren und Forderungen von Inkasso-Firmen inzwischen um einiges gestiegen.

Ablauf in Stichpunkten

Der Ablauf einer solchen „Geldmach-Masche“ ist im Grunde immer gleich. Im Folgenden stellen wir Ihnen die passenden Handlungsempfehlungen vor.

- Eine Weile, nachdem Sie die Website besucht haben, erhalten Sie eine Rechnung. Häufig wird diese bewusst erst nach zwei Wochen verschickt, somit nach dem Ende der regulären Widerspruchsfrist.
- Nun müssen Sie handeln: Abwarten oder voreilig zahlen sind die falschen Reaktionen. Als erstes legen Sie Widerspruch ein, auch wenn die 14-Tage-Frist abgelaufen ist. Denn falls es sich tatsächlich wie beschrieben um eine klassische Kostenfalle handelt, haben Sie entweder keinen gültigen Vertrag geschlossen oder die Widerspruchsfrist hat (obiger Argumentation folgend) noch nicht angefangen zu laufen.

- Der Widerspruch erfolgt am besten per **Einschreiben**. Musterbriefe finden sich auf den Websites der Verbraucherzentralen (siehe Linkliste am Ende des Textes). Danach kann man zunächst allen weiteren Schriftverkehr ignorieren.
- Versuchen Sie zu dokumentieren, wie die Seite aussah, als Sie angeblich dort etwas gekauft oder ein Abo abgeschlossen haben (z. B. mit Screenshots, also mit „Fotos“ vom Bildschirm: Wenn Sie mit Windows arbeiten, drücken Sie dazu die Taste „Druck“ auf Ihrer Tastatur, fügen das Bild mit den Tasten „STRG“ + „V“ in ein Bildbearbeitungs- oder Schreibprogramm ein und speichern es ab; für andere Betriebssysteme konsultieren Sie die eingebaute Hilfe). Das ist nicht immer möglich, da die entsprechenden Websites oft umgebaut werden.
- Wenn Sie unsicher sind, lassen Sie sich beraten: Die **Verbraucherzentralen** sind beim Thema Abofallen im Internet kompetente Ansprechpartner.
- Relativ schnell und trotz Widerspruch kommt dann in der Regel die erste

Mahnung und danach ebenfalls recht zügig nach der gesetzten Zahlungsfrist Briefe vom Inkasso-Büro.

- Der nächste Schritt sind dann Briefe von Anwaltsbüros, die mit gerichtlichen Schritten drohen. Auch diese können Sie ignorieren.
- Normalerweise dauert es circa sechs bis zwölf Monate bis die Firmen aufgeben. Solange muss man hart bleiben und sollte sich nicht von den Drohungen einschüchtern lassen. In ihren Briefen drohen die Anbieter häufig mit negativen Schufa-Einträgen, die sie in Wirklichkeit gar nicht vornehmen können.

Die wichtigsten Handlungsempfehlungen bei Abofallen lassen sich zusammenfassen mit: **Nicht zahlen, Widerspruch einlegen und nicht einschüchtern lassen, damit das „Geschäftsmodell“ der Abzocker sich auflöst.**

Zum Ende zusammengefasst noch einige Punkte, die man beachten sollte, damit Abzocker im Internet von Anfang an keine Chance hat:

- Vorsicht, wenn man bei der Registrierung



- für ein vermeintlich kostenloses Angebot seine Kontodaten angeben muss.
- Im Zweifelsfall lieber auf kostenlose Angebote verzichten! Nicht nur Abzockfallen lauern. Allein schon, dass die eigenen persönlichen Daten in unbekannte Hände geraten, sollte zur Vorsicht mahnen (vgl. hierzu auch den Text „Vorsicht Falle – Betrug im Internet“ in dieser Broschüre).
- Bei allen Internetgeschäften gilt: Registrierungs- und Rechnungs-E-Mails genau lesen. AGB noch vor Vertragsabschluss genau durchschauen.
- Wenn man Zweifel hat, ob man einem unseriösen Angebot aufgesessen ist: Dokumentieren Sie die Website mit Screenshots und bewahren Sie alle E-Mails und sonstige Kommunikation zur Beweisführung auf. ■

3 – 2 – 1 – und nun? Kaufen und Verkaufen über Online-Auktionen



Autor: John H. Weitzmann

Auf Auktionsplattformen im Netz geht vieles durcheinander. Viele, die diese Plattformen nutzen – ob als Käufer oder Verkäufer – verhalten sich rechtlich unkorrekt oder kennen ihren rechtlichen Status kaum. Vor allem rund um das Verkaufen stellen sich bei Nutzung der Online-Marktplätze wichtige Fragen.

Mehr Informationen

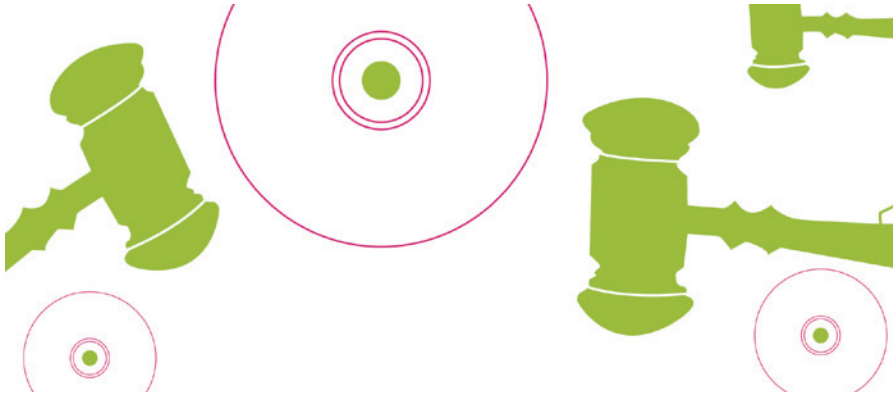
- www.klicksafe.de/materialien
– Flyer „Abzocke im Internet“ (veröffentlicht in Deutsch, Russisch, Türkisch, Arabisch)
- www.vz-berlin.de/UNIQ134667312000732/link472131A
– Abzocke im Internet. Die Maschen der Abzocker
- www.ratgeber-verbraucherzentrale.de/vorsicht-abzocke
– Vorsicht Abzocke! Das sind Ihre Rechte, Broschüre der Verbraucherzentralen, 2. Auflage 2010, 4,90 Euro plus Versandkosten (als E-Book 3,99 Euro).
- www.vz-berlin.de/UNIQ132161007831748/link472181A
– Musterbriefe der Verbraucherzentrale Berlin
- www.vzbv.de/10175.htm
– Buttonlösung zeigt Wirkung: Viele Kostenfallen im Internet sind nicht mehr abrufbar
- www.computerbetrug.de/abofallen-im-internet
– Abofallen im Internet
- www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,781555,00.html
– Cybercrime-Umfrage: Online-Abzocke trifft Millionen deutscher Nutzer

Auf Online-Marktplätzen können auch Privatpersonen als weltweit agierende Händler auftreten – etwas, das auf dem heimischen Flohmarkt niemals möglich wäre. Besonders Neulinge und Jugendliche werden dadurch Teil eines Umfeldes, das ihnen zunächst unbekannt ist. Ganz allgemein sollten sich Nutzer von eBay und Co. immer bewusst sein, dass durch das sehr simple und kostenlose Anmeldeverfahren dieser Plattformen auch windige Geschäftemacher es dort leichter haben. Zumal die Identität einer Person bei Anmeldung nicht überprüft wird. Die Bewertungssysteme der Online-Marktplätze helfen erst weiter, wenn über den betreffenden

Nutzer eine gewisse Anzahl von Bewertungen vorliegt, kaum also bei erst sehr kurzzeitig angemeldeten Nutzern. Man sollte grundsätzlich vorsichtig sein, wenn der Geschäftspartner weniger als 96 Prozent positive Bewertungen hat.

Auch „geklickte“ Verträge sind wirksam

Bei Auktionen auf Online-Marktplätzen bleibt bis zuletzt eine gewisse Unsicherheit, welcher Interessent am Ende nun der Käufer sein wird. Trotzdem ist schon lange gerichtlich bestätigt, dass auch beim Bietsystem solcher Plattformen wirksame Verträge zustande kommen. Das bedeutet, dass diese Verträge auch per Gericht und Gerichtsvollzieher



durchgesetzt werden können. In Bezug auf den Kaufpreis ist ebenfalls rechtlich geklärt, dass ein Preis, der viel höher oder viel niedriger ist als der Marktwert des Artikels, nichts an der Wirksamkeit des Kaufes ändert. Erbringt ein hochwertiger Artikel auf einem Online-Marktplatz nur den berühmten „einen Euro“, dann ist der entstandene Kaufvertrag deshalb nicht unwirksam und der Verkäufer muss den verkauften Gegenstand für diesen eigentlich ungewöhnlich geringen Preis trotzdem herausgeben.

Sogar wenn ein sogenanntes Sniper-Programm beim Bieten genutzt wird, das automatisch in letzter Sekunde einen vorher festgelegten Preis bietet, entsteht ein wirksamer Kaufvertrag. Dies gilt auch dann, wenn die Nutzungsbedingungen bzw. Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Online-Marktplatzes den Einsatz solcher Programme ausdrücklich verbieten. Wer also sein Sniper-Programm falsch bedient, kauft unversehens zu viel oder zu überhöhten Preisen. Ähnlich ist es, wenn die Zugangsdaten zur Plattform freiwillig an eine andere erwachsene Person weitergegeben

wurden. Dann kann diese Person damit ohne weitere Vollmacht Verträge schließen, die den eigentlichen Inhaber des Nutzerkontos rechtlich binden (allerdings haben Gerichte inzwischen entschieden, dass der wahre Inhaber eines Nutzerkontos weder zu Verkauf noch Kauf verpflichtet wird, wenn jemand anderes ohne Zustimmung das Konto nutzt und der Geschäftspartner nicht beweisen kann, dass doch der wahre Inhaber gehandelt hat).

Sehr verbreitet ist auch, dass Freunde und Bekannte eines Verkäufers mitbieten, um den Preis hoch zu treiben, oder dass der Verkäufer das selber über mehrere eigene Konten tut. Auch hier liegt ein Verstoß gegen die AGB der meisten Auktions-Plattformen vor. Generell und gerade für unerfahrene Käufer gilt: Man sollte sich in den letzten Minuten eines Angebots nicht zu übertriebenen Geboten hinreißen lassen – z. B. aus rein sportlichem Ehrgeiz die Auktion „zu gewinnen“. Viele Neuwaren gibt es im Handel oder bei normalen Online-Shops günstiger als auf eBay.

Rückzieher schwergemacht

Laut den AGB der meisten Auktionsplattformen kann außerdem ein einmal abgegebenes Gebot vor Ablauf der Auktion nicht wieder zurückgezogen werden. Dann helfen nur noch die ganz allgemeinen Regeln des Zivilrechts, die für alle Rechtshandlungen gelten (siehe Anfechtung nach Paragraph 119 oder 121 des Bürgerlichen Gesetzbuchs (BGB)). Zur Anfechtung ist man aber nur in ganz bestimmten Fällen berechtigt: Zum einen wenn ein Irrtum vorliegt, entweder über die gekaufte Sache, ihre Beschreibung oder das eigene Verhalten. Für letzteres ist ein Vertipper das Schulbeispiel. Wenn man statt 100 Euro aus Versehen 1.000 Euro in das Bieten-Feld tippt, kann man ein entsprechendes Gebot anfechten. Zum anderen kann man Gebote anfechten, wenn der Verkäufer bewusst falsche oder mehrdeutige Angaben gemacht hat, und man dadurch zum Kaufen gebracht wurde, obwohl man das mit Kenntnis der korrekten Tatsachen nicht gemacht hätte.

Die Anfechtung muss umgehend sowohl der Auktionsplattform als auch dem Verkäufer mitgeteilt werden. Sie muss keine besondere Form haben, es

reicht etwa eine E-Mail mit folgendem Wortlaut: „Hiermit fechte ich mein Gebot vom ... auf das Angebot ... an, weil ich statt 100 Euro versehentlich 1.000 Euro getippt habe.“ Bei eBay ist dazu bereits eine technische Funktion vorhanden. Anfechtungen führen oft zu Streit unter den Beteiligten, darum sollten alle Erklärungen, E-Mails usw. gut aufbewahrt und möglichst auch Bildschirmfotos von der Angebotsbeschreibung gemacht werden. Dies hilft besonders dann, wenn später ein Rechtsanwalt aufgesucht werden muss, der die Sache klärt.

Gekauft aber fehlerhaft oder gar nicht geliefert

Immer wieder kommt es vor, dass ersteigerte Dinge beschädigt beim Käufer ankommen oder unterwegs verloren gehen. Im ungünstigsten Fall ist der Verkäufer inzwischen wegen unsauberer Geschäftspraktiken sogar vom Plattformbetreiber gelöscht worden. Dann sind oft auch die Transaktionen dieses Verkäufers gleich mit verschwunden. Der ursprüngliche Kaufvertrag bleibt aber trotzdem bestehen. Als Käufer kann man dann versuchen, den Verkäufer per E-Mail zu erreichen. Sofern man seine An-



schrift kennt, kann man ihn auch per Einschreiben dazu auffordern, die gekaufte Sache binnen einer Frist zu liefern. Die Frist sollte mindestens eine Woche betragen, damit der Verkäufer ausreichend Zeit hat, zu reagieren. Läuft die Frist ohne Ergebnis ab, kann man das Geld zurückfordern. Ist weder die E-Mail- noch die Postadresse bekannt, muss man sich notgedrungen an die Plattformbetreiber wenden und den Fall ganz genau schildern. Abbuchungen vom Konto mittels Lastschrift (zum Beispiel bei Bezahlung über Dienste wie PayPal) lassen sich übrigens noch zwei Monate lang per „Rücklastschrift“ rückgängig machen. Hierzu reicht ein Anruf bei der eigenen Bank.

Im Regelfall „verschwinden“ Verkäufer aber nicht, sondern behaupten, sie hätten die Ware ordnungsgemäß abgeschickt. In diesen Fällen ist entscheidend, ob der Verkäufer als Unternehmer im Sinne des BGB gilt oder als Privatperson. Ist der **Verkäufer Privatperson**, besagt der gesetzliche Grundsatz, dass der **Käufer** das Versand- und Verlustrisiko trägt (darum sollte bei teuren Gegenständen auf versicherten Versand geachtet werden). Geht die gekaufte Sache verloren, muss der Käufer also trotzdem bezahlen. Er kann allerdings verlangen, dass der Privatverkäufer durch Einlieferungsbeleg, Zeugen oder Ähnliches beweist, dass er die Sache wirklich abgeschickt hat.

Ist der Verkäufer aber **Unternehmer** und der Käufer Verbraucher, ist es genau umgekehrt. Dann trägt der **Verkäufer** zwingend das Versandrisiko und kann es nicht auf den Käufer abwälzen. Das gilt unabhängig davon, was in der Angebotsbeschreibung zum Versandrisiko steht, in der manche Verkäufer anderes behaupten.

Geht die gekaufte Sache verloren, kann der Käufer eine Frist zur Lieferung bestimmen und nach deren Ablauf das Geld zurückfordern. Wird der Artikel auf dem Versandweg beschädigt, kann der Käufer (im Austausch) die Zusendung einer unbeschädigten Sache verlangen.

Wichtige Weichenstellung für Verkäufer: Gewerblich oder nicht?

Nicht nur deshalb lautet die entscheidende Weichenstellung für alle Fragen rund um Online-Marktplätze: Welchen rechtlichen Status haben die beteiligten Personen, also Verkäufer und Käufer, im konkreten Fall? Jeder von ihnen handelt für sich gesehen entweder als Verbraucher oder als Unternehmer. Neben dem Versandrisiko hängt vom rechtlichen Status auch ab, welche Verbraucherrechte dem Käufer zustehen, welche davon der Verkäufer wirksam ausschließen kann und worüber der Käufer informiert werden muss.

Eine Person, die als **Unternehmer** verkauft, unterliegt fünf besonderen Regeln:

1. Die bei ihr kaufenden Verbraucher haben ein gesetzliches Widerrufsrecht (vgl. S. 54).
2. Sie muss über dieses Widerrufsrecht bei jeder Verkaufsaktion ausreichend informieren.
3. Sie kann gegenüber Verbrauchern die Gewährleistung nur teilweise ausschließen.
4. Ihre Angebotstexte unterliegen der strengsten Variante gesetzlicher Kontrolle für Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB).
5. Sie trägt das Risiko von Transportschäden, bis die gekaufte Sache dem Käufer übergeben worden ist.

Diese besonderen Anforderungen gelten nur für Unternehmer gegenüber Verbrauchern, die bei ihnen kaufen. Bei Geschäftskunden (business-to-business) oder Privatpersonen untereinander gibt es dagegen kein generelles Widerrufsrecht, bei AGB besteht mehr Spielraum und anderes ist Verhandlungssache. Und Achtung! Unternehmer im rechtlichen Sinne kann man auch ohne Gewerbeschein und Ladengeschäft und sogar aus

Versehen werden. Anders als viele denken, muss man weder gewinnorientiert noch profitabel sein, um „gewerblich“ zu handeln. Es kommt also nicht darauf an, ob man vom Kaufen und Verkaufen lebt oder überhaupt davon leben könnte oder will. Auch wer aus reinem Spaß an der Freude häufig auf Flohmärkten Dinge kauft und verkauft, tut dies ab einer gewissen Regelmäßigkeit rechtlich gesehen „gewerblich“.

Checkliste „Bin ich als Verkäufer Unternehmer oder nicht?“

Die folgenden Stichpunkte können bei der Einschätzung helfen, ob man auf Online-Marktplätzen rechtlich gesehen geschäftlich handelt oder privat. Relevant ist dies vor allem für Verkäufer, die bei ungenauen oder fehlenden Hinweisen sehr lange Widerspruchsfristen von Verbrauchern hinnehmen müssen und Gefahr laufen, von anderen gewerblichen Anbietern kostenpflichtig abgemahnt zu werden.

Für privates Verkaufen spricht:

- Es wird nicht dauernd etwas zum Verkauf angeboten, sondern nur ab und zu nach Bedarf;
- die angebotenen Gegenstände wurden vorher vom Verkäufer selbst benutzt, sind also keine Neuware;
- es werden selten mehrere gleichartige Gegenstände angeboten, sondern immer wieder andere.

Für gewerbliches Verkaufen spricht:

- Es werden regelmäßig Gegenstände angeboten, noch dazu ähnliche, zum Beispiel jeden Monat mehrere Kleidungsstücke;
- es werden zeitgleich oder innerhalb kurzer Zeit mehr gleichartige Gegenstände angeboten als üblicherweise privat gebraucht werden, beispielsweise fünf Waschmaschinen;
- der Anbieter ist „Powerseller“ oder ein besonders aktiver Nutzer des Online-Marktplatzes mit vielen Transaktionen pro Monat;
- der Auftritt des Anbieters macht einen aufwendigen und professionellen Eindruck;
- die angebotenen Gegenstände wurden erst kurz zuvor gekauft und nun weiterverkauft oder wurden für den Verkauf in Eigenarbeit hergestellt;
- es wird Neuware angeboten;
- die Angebote werden für andere Personen („im Auftrag“ u. ä.) eingestellt.

Der Widerruf, das wichtigste Verbraucherrecht

Zwischen Privatpersonen gibt es kein allgemeines Umtausch- oder Widerrufsrecht. Ob der Verkäufer Unternehmer und der Käufer Verbraucher ist, entscheidet deshalb darüber, ob der Käufer im konkreten Fall das wichtige Widerrufsrecht aus den Paragraphen 312d und 355 des BGB hat oder nicht.

Ist der Käufer ein **Verbraucher**, so steht ihm dieses Recht gegenüber jedem Unternehmer gesetzlich zu. Ausgenommen von diesem Recht sind nur Sonderanfertigungen (zum Beispiel Maßanzüge), verderbliche Produkte und entsiegelte CDs, DVDs usw. Das Widerrufsrecht kann ohne Begründung ausgeübt werden, also auch dann, wenn der Verbraucher es sich nach dem Kauf einfach anders überlegt hat. Ausschließen kann ein gewerblicher Verkäufer dieses Widerrufsrecht nicht. Durch eine ausreichende Belehrung kann es aber auf die Minstdauer von 14 Tagen begrenzt werden. Wie so eine Belehrung auszu sehen hat, beschreibt Artikel 246 des „Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch“, kurz EGBGB. In dessen Anhang gibt es auch einen Mustertext.

Die Belehrung muss dem Käufer vor, bei oder direkt nach dem Vertrags-

schluss gegeben werden. Trifft sie erst später beim Verbraucher ein (zum Beispiel aufgedruckt auf dem Lieferschein), dann verlängert sich das Widerrufsrechts auf einen Monat. Gerechnet wird in der Regel ab Vertragsschluss; bei Versandartikeln von dem Zeitpunkt, wenn die Ware beim Verbraucher eintrifft. Wird nicht oder nicht ausreichend belehrt, endet das Widerrufsrecht gar nicht. Der Verbraucher kann dann also auch nach Jahren noch widerrufen. Übt der Verbraucher das Widerrufsrecht aus, muss der Kauf rückabgewickelt werden. Das bedeutet, dass die gekaufte Sache – unter Umständen allerdings auf Kosten der oder des Widerrufenden (siehe Absatz 2 Paragraph 357 BGB) – zurückgeschickt und der Kaufpreis erstattet werden muss. Der Verkäufer kann dabei einen Betrag für den zwischenzeitlich entstandenen Wertverlust abziehen.

Gewerbliche Verkäufer versuchen allerdings immer wieder, sich das lästige Widerrufsrecht der Verbraucher durch Hinweise vom Hals zu schaffen. Zum Beispiel steht dann auf den Angebotsseiten, dass ein „nach dem Fernabsatzgesetz“ bestehendes allgemeines Umtauschrecht oder pauschal „die Rücknahme“ ausgeschlossen sei. Solche Hinweise sind wirkungslos, wenn die

Verkäufer Unternehmer und die Käufer Verbraucher sind.

Begriffswirrwarr zu Garantie, Gewährleistung und ihrem Ausschluss

Wird dagegen die angeblich „nach EU-Recht“ zu gebende „Garantie“ ausgeschlossen, ist das zwar auch eine falsche Bezeichnung, hat aber unter Umständen trotzdem eine rechtliche Wirkung. Denn damit ist meist die Gewährleistung gemeint, die etwas anderes ist als eine Garantie. **Garantie** gibt es nur, wenn der Verkäufer oder der Hersteller diese explizit anbietet. Sie gibt dem Käufer die Sicherheit, dass die gekaufte Sache eine bestimmte Zeit lang – zum Beispiel ein oder zwei Jahre – funktioniert. Funktioniert etwas nicht und hat der Käufer den Defekt nicht selbst verursacht, muss der Hersteller bei eingeräumter Garantie reparieren oder Ersatz beschaffen.

Anders dagegen die **Gewährleistungsrechte**: Sie werden gesetzlich für jeden Kaufvertrag vorgegeben und besagen nur, dass die gekaufte Sache im Augenblick des Kaufes in Ordnung sein muss. In Ordnung heißt, dass sie die vereinbarten oder üblichen Eigenschaften haben muss. Stellt sich dann in den ersten sechs Monaten nach dem Kauf ein Defekt heraus, wird zugunsten des Käufers davon ausgegangen, dass die Sache schon beim Verkauf eine Macke hatte. In der restlichen Zeit, während der die Gewährleistungsansprüche laufen (bei Neuware zwei Jahre, bei Gebrauchtware kann dies auf ein Jahr verkürzt sein) muss der Käufer beweisen, dass der Defekt schon beim Kauf angelegt war. Zwar verzichten viele Händler aus Kulanz auf

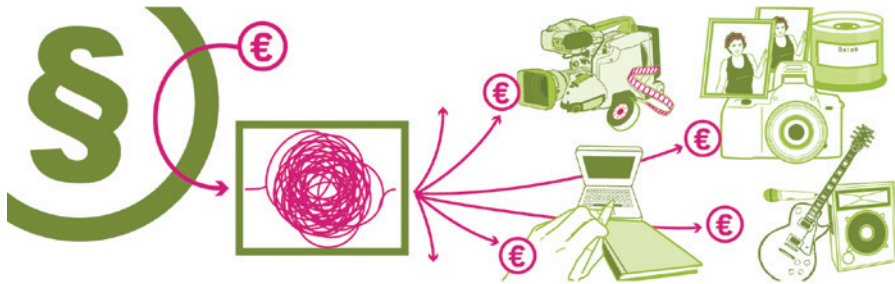
diesen Nachweis, ganz sicher ist man als Käufer aber nur, wenn man eine echte Garantie bekommen hat.

Einfach alles ausschließen geht fast nie

Eine Garantie geben muss somit niemand. Nur Privatverkäufer können aber auch die Gewährleistung ganz ausschließen. Wenn also ein Hinweis in einem Angebot besagt „Mit Abgabe eines Gebots verzichten Sie auf Ihre Gewährleistungsrechte“, passiert das zumindest bei Privatverkäufern wirklich so und ist für den Käufer ein sehr weitgehender Verzicht. Darum sorgt das Gesetz dafür, dass gewerbliche Verkäufer gegenüber Verbrauchern einen solchen Verzicht nicht verlangen können. Versucht ein Unternehmer bei eBay dies, hat es keinen Effekt. Die Gewährleistungsrechte des Verbrauchers bleiben voll bestehen. Auch bei Privatverkäufern muss der Hinweis auf den Gewährleistungsausschluss im Übrigen gut sichtbar sein.

Bei Online-Marktplätzen ist es inzwischen fast schon Standard geworden, dass gerade Privatverkäufer einerseits „jegliche Gewährleistung“ pauschal ausschließen wollen, andererseits aber in großen Worten versichern, welche guten Eigenschaften die angebotene Sache hat. Manche Verkäufer übersehen dabei, dass sie rechtlich als gewerblich gelten und folglich die Gewährleistung gegenüber Verbrauchern gar nicht ganz ausschließen können. Doch selbst wenn es sich wirklich um einen Privatverkauf handelt, ist für Verkäufer wie Käufer in einem solchen Fall zu beachten, dass sich die ausdrückliche Artikelbeschreibung immer gegen den zugleich erklärten





Gewährleistungsausschluss durchsetzt. Werden also bestimmte Eigenschaften zugesichert, bleiben die Gewährleistungsrechte für diese Eigenschaften erhalten.

Im Zweifel zählen Beschreibungen und Bilder

Ein Ausschluss der Gewährleistungsansprüche bei Online-Marktplätzen wie eBay ist kein Freibrief. Denn der Käufer hat außer der Beschreibung und vielleicht einigen Fotos keine Informationsquellen über die konkrete Kaufsache. Oft genug zeigen die Fotos nicht einmal die wirklich angebotene Sache, sondern sind irgendwoher kopiert worden. Darum bilden der Beschreibungstext und das Bild zusammen trotz Gewährleistungsausschluss eine verbindliche Zusage von Eigenschaften. Das bedeutet konkret, dass alle ausdrücklich gemachten Aussagen über die Kaufsache und ihren Zustand beziehungsweise ihre Funktionsfähigkeit den Verkäufer verpflichten, auch genau so eine Sache zu liefern.

Wird also etwa ein 5er-BMW Baujahr '02 „ohne Gewährleistung“ angeboten, darf ein Privatverkäufer nicht einen 3er-BMW Baujahr '98 liefern. Steht im Angebot, dass das angebotene Motorrad 30.000 Kilometer gefahren sei, tatsäch-

lich zeigt der Tacho diese Zahl aber in Meilen an, dann bestehen die Gewährleistungsrechte zu dieser Eigenschaft weiter. Der Käufer kann daher weiterhin die Lieferung eines Motorrads mit der geringeren Laufleistung verlangen. Gerade bei gebrauchten Einzelstücken wird der Verkäufer dies aber kaum erfüllen können. Dann hat man als Käufer das Recht, die Ware zurückgegeben und den Kaufpreis erstattet zu bekommen. Auch eine Teilrückerstattung ist in Absprache mit dem Verkäufer und im beidseitigen Einverständnis möglich.

Das Gleiche gilt bei sonstigen Eigenschaften, die als bestehend dargestellt werden, oder bei Mängeln, die bewusst verschwiegen werden. Will ein Privatverkäufer zum Beispiel einen MP3-Player verkaufen und nicht dafür einstehen müssen, dass der auch noch funktioniert, dann reicht es nicht, zu schreiben „voll funktionsfähig, keine Gewährleistung“. In diesem Falle verdrängt die ausdrückliche Zusage der Funktionsfähigkeit den Gewährleistungsausschluss. Auch das bewusste Verschweigen des Defekts bringt hier nichts. Um sicher aus dem Schneider zu sein, muss der Privatverkäufer deutlich machen, dass er das Funktionieren nicht gewährleisten kann oder will. Erst das ermöglicht es den

Kaufinteressenten, das Risiko eines defekten Geräts einzuschätzen, senkt aber natürlich den Marktwert.

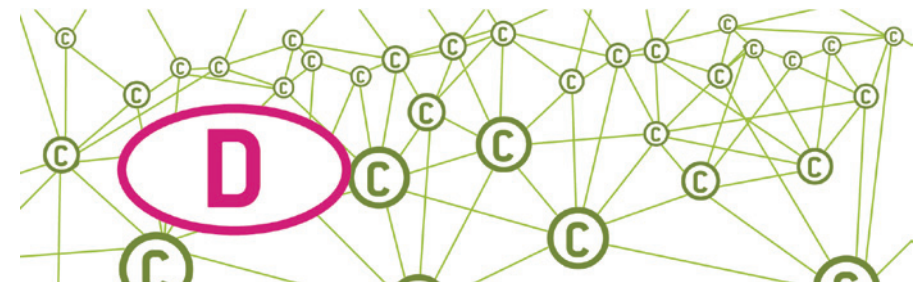
Für alle Verkäufer, egal ob sie privat oder gewerblich handeln, ist es außerdem rechtlich problematisch, wenn sie nicht eigene Fotos oder Abbildungen in der Beschreibung der Angebote verwenden, sondern z. B. Katalogbilder aus dem Netz kopieren. Das kann zum einen zu Streitigkeiten mit Käufern führen, wenn diese wegen der Bilder irrtümlich von einem besseren Zustand des Gegenstandes ausgehen und den Kauf deshalb anfechten. Zum anderen sind Fotos zumindest als Lichtbilder nach Paragraph 72 Urheberrechtsgesetz geschützt, sogar wenn sie nicht besonders kreativ oder aufwendig gemacht sind. Ein Produktfoto darf daher nicht ohne Zustimmung des Fotografen (oder sonstigen Rechteinhabers) für ein Angebot auf einer Auktionsplattform benutzt werden. Der Rechteinhaber kann den Verwender abmahnen lassen und Unterlassung verlangen. Somit sollte man nach Möglichkeit selbstgemachte Fotos verwenden.

Marken sind ein Hingucker

Bei den allermeisten Gegenständen spielt die Marke des Herstellers irgendeine Rolle, vor allem als Garant für eine

gewisse Qualität oder Einzigartigkeit. Bekommt man als Käufer ein Markenprodukt angeboten, aber hinterher ein No-Name-Produkt oder eine Fälschung geliefert, dann ist es rechtlich gesehen so, als hätte man eine beschädigte Sache bekommen (siehe S. 51 „Gekauft aber fehlerhaft oder gar nicht geliefert“).

Weil Online-Marktplätze öffentlich sind, müssen die Regeln des Markenrechts auch bei echter Markenware im Blick bleiben. Schon auf Fotos des angebotenen Gegenstands sind Marken oft erkennbar. Darf man diese im Falle von selbstgestellten Fotos trotzdem zeigen und die Marke in der Beschreibung nennen? Auch hier kommt es wieder auf die Gewerblichkeit an, ähnlich wie beim Versandrisiko und dem Widerrufsrecht. Denn ein Markenrecht kann nur derjenige verletzen, der „im geschäftlichen Verkehr“ handelt. Privatpersonen tun das normalerweise nicht, sind also – zumindest was Marken und Logos angeht – auf der sicheren Seite. Wer als gewerblicher Verkäufer anzusehen ist, darf Marke und Logo aber trotzdem verwenden, solange die angebotenen Produkte tatsächlich von dieser Marke stammen und er sich nicht zu Unrecht als Vertragshändler oder sogar als Hersteller ausgibt.



Garantiert keine Rolex

Vorsicht ist dagegen bei Fälschungen geboten. Der Markeninhaber kann gegen gewerbliche Verkäufer von Fälschungen per Abmahnung und gerichtlicher Verfügung vorgehen. Das gilt auch dann, wenn die Produkte ausdrücklich als „perfekt geklont“, „nachgemacht“ oder dergleichen angeboten werden. Auch wenn dem Verkäufer gar nicht klar ist, dass die Produkte Fälschungen sind, liegt eine Markenrechtsverletzung vor. Im Fall von nachgemachten Produkten, vor allem wenn die Fälschung für den Verkäufer ganz leicht als solche zu erkennen ist, drohen sogar Klagen auf Schadensersatz.

Es ist auch eine Verletzung des Markenrechts, wenn der Markenname nur indirekt oder negativ verwendet wird. Man findet das sehr häufig in Artikelbeschreibungen bei eBay, in denen dann beispielsweise „... ähnlich wie Rolex“ oder „... keine echte Rolex“ steht, um bei entsprechenden Suchanfragen mit dem Artikel in der Ergebnisliste zu landen.

Hiergegen kann der Markeninhaber gegenüber gewerblichen Verkäufern ebenso mit Abmahnung vorgehen.

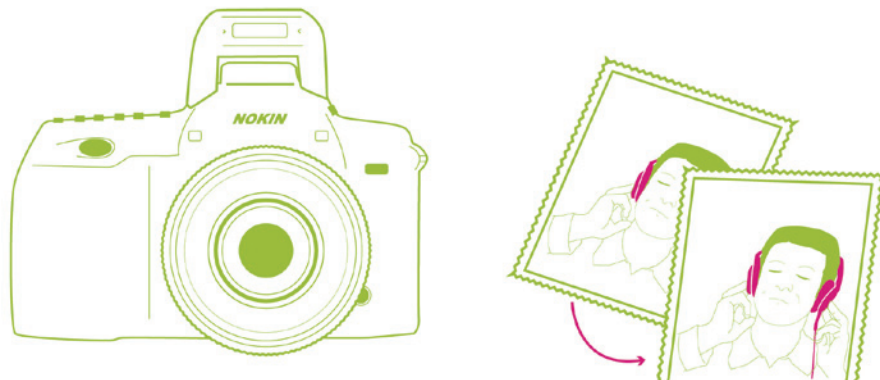
Illegal bleibt illegal, indiziertes und FSK 16 bis 18 sind unerwünscht

Gegenstände, die überhaupt nicht in Verkehr gebracht werden dürfen, haben auch auf Online-Marktplätzen nichts zu suchen. Dazu gehört Kinderpornographie genauso wie Rauschgift, Falschgeld, NS-Propagandamaterial und volksverhetzende beziehungsweise gewaltverherrlichende Medien. Ob das Material bereits offiziell „auf dem Index“ steht, ist unerheblich. Wenn der Plattformbetreiber nicht bereits durch Filter verhindert, dass diese Dinge über seinen Dienst angeboten werden, kann die Staatsanwaltschaft aktiv werden. In erster Linie wird sie durch Nutzer des Online-Marktplatzes darauf aufmerksam gemacht.

Ähnliches gilt für Materialien (z. B. Computerspiele und Filme), die keine Alterskennzeichnung nach dem Jugendschutzgesetz haben oder erst ab 18 (in

einigen Fällen auch bereits ab 16) gekennzeichnet sind. Der Besitz entsprechenden Materials ist zwar für sich nicht strafbar. Verkauft werden darf es aber nur, wenn durch wirksame Alterskontrollen sichergestellt ist, dass das Angebot keine Kinder und Jugendlichen erreicht. Im Internet ist das bisher kaum möglich. eBay schreitet zum Beispiel relativ kon-

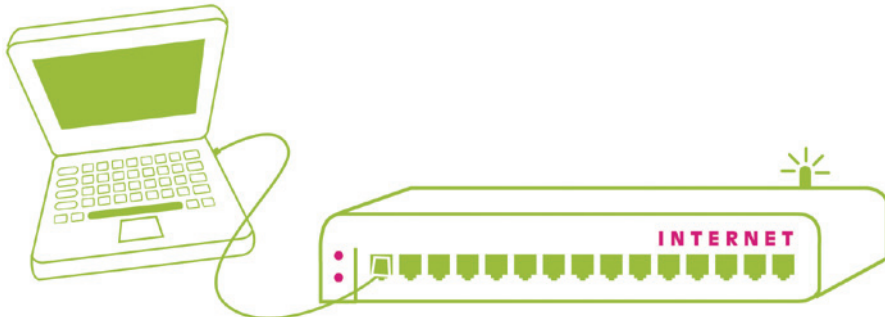
sequent auch gegen Material mit Altersfreigabe 16 Jahre ein, was in den AGB ausdrücklich kommuniziert wird. Die betreffenden Angebote werden ohne Vorwarnung gelöscht. Bei wiederholten Vorgängen dieser Art müssen Nutzer damit rechnen, dass ihr Kundenkonto vom Anbieter der Plattform insgesamt gelöscht wird. ■



Mehr Informationen

- 🌐 www.klicksafe.de/themen/einkaufen-im-netz/index.html
– Themenschwerpunkt „Einkaufen im Netz“
- 🌐 www.verbraucherzentrale.info – Liste aller Verbraucherzentralen
- 🌐 <http://pages.ebay.de/rechtsportal/index.html>
– eBay-Rechtsportal
- 🌐 www.verbraucher-sicher-online.de/thema/online-shopping
– Portal „Verbraucher sicher online“ zum Thema „Shopping im Internet“
- 🌐 www.surfer-haben-rechte.de
– Surfer haben Rechte – Thema „Auktionen“
- 🌐 www.test.de
– Stiftung Warentest – Tipps zu Online-Auktionen (Suchbegriffe: Online-Auktionen Hammer)

Ein Name für die Website – Marken- und Titelschutz bei Webauftritten



Autoren: Dr. Till Kreutzer, Eva Ricarda Lautsch

Im Netz kann jeder für sich selbst, seine Katze oder seine Firma eine Website oder ein Blog einrichten. Doch die Freiheit ist rechtlich eingeschränkt. Verstöße gegen Marken- und Titelschutzrechte können dazu führen, dass Domains vom Netz genommen, Websites und Blogs umbenannt werden müssen und Briefe mit Schadensersatzforderungen ins Haus flattern. Was also muss man beachten, wenn man eine Domain anmeldet? Nach welchen Kriterien sollte man einen Blogtitel wählen? Ein paar Antworten auf viele Fragen im Dickicht der digitalen Präsentation von Inhalten.

Wenn man eine eigene Website gestalten will, benötigt man als erstes eine Domain, das heißt eine digitale Adresse, unter der die eigenen Seiten zu finden sind. Sie übersetzt die IP-Nummer, die jeder Webserver hat, in eine menschenlesbare Webadresse. Sie setzt sich zusammen aus der Top-Level-Domain (TLD als Domainendung, zum Beispiel .de, .com oder .org) und der Second-Level-Domain (SLD als Domainname, zum Beispiel meyer.de, schoko-

riegel.com), die durch einen Punkt voneinander getrennt sind.

Die Anmeldung der Domain erfolgt in der Regel bei einem Internet Service Provider (kurz: ISP oder Provider), der prüft, ob die gewünschte Domain verfügbar ist und sie dann gegen eine monatliche oder jährliche Gebühr technisch betreut. Alle .de-Domains sind bei der deutschen Registry DENIC eG (Deutsches Network Information Center – www.denic.de) registriert; für andere Domains sind unter-

schiedliche andere Registries zuständig. Die Auswahl einer Top-Level-Domain ist in der Regel frei – vor allem unter den bekanntesten TLDs .de, .com, .org oder .net kann jeder eine Domain anmelden. Beispielhaft für die TLD .de gilt: die SLD muss aus den Ziffern 0 – 9 und Buchstaben des lateinischen Alphabets bestehen und kann drei bis 63 Zeichen umfassen.

Eine Domain ist also die digitale Adresse für einen bestimmten Server. Sie enthält oft bestimmte Namen oder Unternehmenskennzeichen, zu deren Nutzung der Domain-Anmelder berechtigt sein muss. Bei der Registrierung gilt: first come, first served. Wer die Domain zuerst anmeldet, bekommt sie – unabhängig davon, ob er dazu berechtigt ist. Die Stellen, die die Adressen vergeben und verwalten (wie DENIC), überprüfen nicht, ob die Registrierung gegen Marken- oder Titelschutzrechte verstößt. Der Anmelder muss vor der Registrierung versichern, dazu berechtigt zu sein, die Domain zu registrieren. Entspricht dies nicht den Tatsachen, kann der Registrierungsvertrag fristlos gekündigt und die Domain vom Netz genommen werden.

Welche Rechte anderer müssen beachtet werden?

Die Auswahl einer Domain oder eines Blogtitels kann gegen Namens-, Marken- und Kennzeichenrechte verstoßen. Zum Beispiel ist es nicht zulässig, eine Domain mit dem Titel www.porsche.de anzumelden, wenn man nicht der bekannte Autobauer ist. Solche eindeutigen Fälle sind jedoch die Seltenheit. Dies liegt vor allem daran, dass die großen Unternehmen die meisten auf ihre

Firma hinweisenden Domainnamen längst selbst registriert haben.

Oft aber ist es unklar, ob es mit den Rechten Dritter vereinbar ist, wenn man eine bestimmte Domain anmeldet und nutzt. Kennzeichenrechte, wie Marken-, Titelschutz- oder Namensrechte bergen eine Menge Risiken für Webauftritte. Verstöße hiergegen werden häufig rigoros rechtlich verfolgt und können – schon im Fall einer Abmahnung – sehr teuer werden. Hinzu kommt, dass es in der Regel problematisch ist, wenn man seine Domain ändern muss (Referenzierungen und Verlinkungen gehen verloren, man wird nicht mehr gefunden, man verliert ein möglicherweise gutes Ranking in den Suchmaschinen und so weiter). Domainnamen sind gerade im kommerziellen Bereich heutzutage oft genauso wichtig wie der Firmenname selbst.

Registermarken

Im geschäftlichen Verkehr, also immer dann, wenn eine Website im weiteren Sinne zu Erwerbszwecken genutzt wird, müssen Marken- und Kennzeichenrechte im Sinne des Markengesetzes berücksichtigt werden (Näheres zum Begriff des „geschäftlichen Verkehrs“ siehe S. 64/65 im Abschnitt „Private und kommerzielle Webauftritte“).

Geschützt sind zunächst die sogenannten **Registermarken**. Das sind Marken, die in dem vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführten Register eingetragen sind. Der Sinn einer Marke liegt darin, die hierunter vertriebenen Waren oder Dienstleistungen einem bestimmten Unternehmen zuzuordnen zu können. So dürfen Autos mit

dem Namen „Porsche“ nur von der Firma Porsche hergestellt und vertrieben werden. Das soll unter anderem verhindern, dass andere Unternehmen unter der gleichen Bezeichnung minderwertige Produkte vertreiben. Dieser Schutz dient einerseits dem Inhaber, dessen Ruf leiden kann, wenn andere Firmen die gleichen Namen für Produkte oder Dienstleistungen verwenden. Andererseits schützt die Marke die Kunden davor, über die Herkunft der Produkte und Dienstleistungen irregeführt zu werden.

Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, vor dem Anmelden der Wunschdomain zu prüfen, ob bereits eine Marke angemeldet ist, die die gleiche oder eine ähnliche Bezeichnung führt. Solche Recherchen kann zunächst jeder selbst durchführen. Das DPMA hält unter der Adresse <https://register.dpma.de/DPMA/register/marke/einsteiger> eine kostenlose, leicht zu bedienende und jedermann zugängliche Suchmöglichkeit bereit. Hier kann man den Namen, den man für seine Domain ausgesucht hat, eingeben. Im Anschluss wird angezeigt, ob bereits Marken mit gleicher oder ähnlicher Bezeichnung eingetragen wurden.

Benutzungsmarken

Schwieriger ist der Umgang mit nicht-registrierten Kennzeichenrechten, weil diese nicht einfach über die öffentlichen Register recherchiert werden können. So gibt es neben registrierten Marken die sogenannten **Benutzungsmarken**. Wie der Name schon andeutet, handelt es sich hierbei um Bezeichnungen für Produkte und Dienstleistungen, die nicht

ins Markenregister eingetragen, aber dennoch geschützt sind, weil sie im Verkehr einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt haben.

Ob eine Bezeichnung als Benutzungsmarke geschützt ist, ist schwer herauszufinden. Zum einen gibt es hierfür naturgemäß kein Register, in dem man nachschauen könnte. Zum anderen ist schwer zu klären, ob eine Bezeichnung für ein Produkt oder eine Dienstleistung bereits ausreichend bekannt ist, um als Benutzungsmarke geschützt zu sein. Um diese Frage zuverlässig zu beantworten, müsste man bei nicht eindeutigen Fällen – und eindeutig sind eigentlich nur sehr bekannte Bezeichnungen, die im Grunde jeder kennt – aufwendige empirische Untersuchungen durchführen. Da das zeitraubend und teuer und daher für die meisten Leute nicht möglich ist, sollte man bei der Wahl der eigenen Domain generell von bereits verwendeten Firmen- oder Produktnamen die Finger lassen. Will oder kann man das nicht, sollte man sich von einem Anwalt beraten lassen.

Unternehmenskennzeichen und Werktitel

Auch Unternehmenskennzeichen und Werktitel können rechtlichen Schutz genießen. **Unternehmenskennzeichen** sind vor allem Firmennamen. **Werktitel** sind die Titel oder Bezeichnungen von Druckschriften, Film-, Ton- und Bühnen-, sowie sonstigen vergleichbaren Werken (unter anderem auch Computerprogramme, Webpublikationen oder Games). Grundsätzlich gilt: Jeder Titel, der eine dahinter stehende Idee ver-

körpert und sie dadurch fassbar macht, genießt Werktitelschutz.

Ein Titel muss in gewissem Maß originell sein, um geschützt sein zu können. Die Anforderungen an die Originalität sind aber sehr gering. Sehr simple, rein beschreibende Titel – wie sie häufig bei Fachbüchern verwendet werden (etwa: „Internet-Recht“ für ein juristisches Lehrbuch) – sind nicht schutzfähig, weil sie nicht ausreichend originell sind. Dagegen sind auch relativ schlichte Titel wie „Die Zeit“ oder „Der Freitag“ im Zweifel schon geschützt.

Wie die Benutzungsmarke ist der Titelschutz nicht von einer Eintragung abhängig. Er entsteht vielmehr, wenn das jeweilige Werk veröffentlicht wird. Damit sind Werktitel nur schwer zu recherchieren. Immerhin gibt es spezielle Publikationen wie den „Titelschutzanzeiger“, die auch Recherchemöglichkeiten bieten (www.titelschutzanzeiger.de).

Namensrechte

Nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch (Paragraf 12) sind die Namen von Personen und deren Pseudonyme sowie die

Namen von Unternehmen, öffentlichen Anstalten und Personenvereinigungen (Parteien, Gewerkschaften, Vereine, etc.) geschützt. Auch die Namen von Städten und Gemeinden sind namensrechtlich geschützt. Das bedeutet, dass zur Nutzung eines solchen Namens in einer Domain oder als Blogtitel nur der Namensträger berechtigt ist. Gibt es mehrere Namensträger (wie zum Beispiel beim Nachnamen „Müller“) sind alle Namensrechte gleichrangig. Hier gilt dann wieder das Prioritätsprinzip: Wer eine Domain mit diesem Namen zuerst anmeldet, erhält das Recht, sie zu nutzen.

Ausnahmsweise kann ein Namensträger eine Domain auch dann beanspruchen, wenn sie ein anderer Namensträger schon früher registriert hat. Das ist der Fall, wenn sein (vor allem geschäftliches) Interesse an der Benutzung der Domain von herausragender Bedeutung ist. Ein Beispiel aus der Rechtsprechung ist der Fall shell.de. Hier hatte eine Privatperson mit dem Nachnamen „Shell“ die Domain zuerst für sich registriert. Aufgrund ihres überragenden Interesses an der Domain konnte die Ölfirma sich





letztlich gegen die Privatperson durchsetzen und sie für sich beanspruchen. Solche Fälle werden heute selten sein, weil die großen Unternehmen ihre Domains längst gesichert haben.

Marken- und Titel-Recherchen

Erste Recherchen über bereits existierende Marken und Titel, die der Wahl der Wunschdomain entgegenstehen könnten, kann man selbst durchführen. Hierzu dient die Datenbank des Deutschen Patent- und Markenamts (Link siehe S. 62). Auch einfache Google-Recherchen können Aufschluss darüber geben, ob eine Bezeichnung schon benutzt wird beziehungsweise geschützt ist. Umfassende Ergebnisse bekommt man auf diesem Weg jedoch nicht. Neben deutschen Markenrechten gibt es **europäische** und auch **internationale Marken**. Auch hierfür gibt es Datenbanken, zudem sind unter Umständen Titelschutzrechte und Firmennamen auf etwaige Kollisionen zu überprüfen. Eine umfassende Markenrecherche, mit der alle relevanten Aspekte abgeklöpft werden, ist sehr aufwendig und ohne spezielle Kenntnisse nicht zu realisieren. Je nach Bedeutung der Domainauswahl – also vor allem bei

gewerblichen Webauftreten – kann es daher ratsam sein, professionelle Hilfe in Anspruch zu nehmen. Im Internet findet man viele Hinweise auf Agenturen, die auf Markenrecherchen spezialisiert sind. Auch die **Industrie- und Handelskammern** bieten solche Leistungen mitunter an. Preisvergleiche lohnen sich, denn Markenrecherchen sind eine kostspielige Angelegenheit.

Private und kommerzielle Webauftritte

Marken- und Kennzeichenrechte im Sinne des Markengesetzes (also Registermarken, Benutzungsmarken und Titelschutzrechte) können nur durch Domains verletzt werden, die im geschäftlichen Verkehr, also kommerziell, genutzt werden. Für Namensrechte gilt diese Einschränkung nicht. Es ist also aus Sicht des Namensrechts nicht erlaubt, für ein privates Blog den Namen einer Firma oder einer Person zu verwenden. Es sei denn, man trägt diesen Namen selbst. Dann entscheidet das Prioritätsprinzip („wer zuerst kommt, malt zuerst“) darüber, wer den Namen benutzen darf (zu Ausnahmen aufgrund einer Interessenabwägung siehe S. 63 im Abschnitt „Namensrechte“). Bestehen vorrangige

Namensrechte, muss man einen Zusatz wählen (etwa „Peter Porsches Blog“).

Markenrechte gelten dagegen nur im **geschäftlichen Verkehr**. Eine Website wird aus juristischer Perspektive im geschäftlichen Verkehr genutzt, wenn sie der Förderung eines (eigenen oder fremden) Geschäftszwecks dient. Dies wird anhand der Inhalte, die unter der jeweiligen Domain abrufbar sind, ermittelt. So dienen beispielsweise Online-Shops und Web-Auftritte von Firmen, Anwälten, Ärzten und Einzelunternehmen ohne weitere Prüfung der Nutzung im geschäftlichen Verkehr. Auch Informationsangebote von Zeitungen und Fernsehsendern im Internet sind dem geschäftlichen Verkehr zuzurechnen.

Nicht dem geschäftlichen Verkehr zugehörig sind Websites, die rein privat genutzt werden. Hierzu gehören zum Beispiel private Kochrezeptsammlungen, die Website über die Hauskatze oder das in einem Blog veröffentlichte private Tagebuch. Auch die Webpräsenzen von Behörden und anderen staatlichen Einrichtungen sind generell nicht dem geschäftlichen Verkehr zuzurechnen. Gleiches gilt für Websites, die rein wissenschaftlichen, sozialen oder idealen Zwecken dienen, zum Beispiel die Recherchedatenbank einer Universitätsbibliothek oder die Website einer gemeinnützigen Organisation.

Die Abgrenzung zwischen kommerzieller und privater Nutzung ist im Einzelfall nicht immer einfach, zum Beispiel bei einem Blog mit rein privatem Inhalt, auf dem aber **Bannerwerbung** geschaltet ist. Schon durch wenige Werbeeinblendungen kann eine Website mit privaten Inhalten dem geschäftlichen

Verkehr zugeordnet werden. Ein Grenzfall liegt vor, wenn die Einnahmen nur dazu bestimmt sind, die Kosten für die Domain selbst zu decken. Bis heute hat die Rechtsprechung nicht alle denkbaren Graubereiche ausgelotet, so dass es unter Umständen ratsam sein kann, sich in Grenzfällen anwaltlich beraten zu lassen.

Ähnliche Domainnamen

Marken- und andere Kennzeichnungsrechte beziehen sich nicht nur auf identische, sondern auch ähnliche Zeichen, die unter Umständen mit der geschützten Marke verwechselt werden können. Registriert jemand zum Beispiel eine Domain mit dem Namen „iPodverkauf.de“, kann das den Eindruck erwecken, als würde die Firma Apple dort Produkte verkaufen. Der Umstand, dass Apple zwar die Bezeichnung iPod, möglicherweise aber nicht die Bezeichnung iPodverkauf hat schützen lassen, ändert nichts daran, dass eine Markenrechtsverletzung vorliegt.

Ob und inwieweit auch ähnliche Bezeichnungen in Markenrechte eingreifen können, ist eine sehr schwierige Frage, die letztlich nur von spezialisierten Juristen beurteilt werden kann. In Zweifelsfällen wird man nicht umhin kommen, sich von einem Anwalt beraten zu lassen.

Folgen von Rechtsverletzungen

Verletzungen von Kennzeichen- und Namensrechten können verschiedene Rechtsfolgen nach sich ziehen. Neben Schadensersatzansprüchen können Unterlassungsansprüche besonders wehtun (weil man die Domain oder den

Blogtitel nicht mehr benutzen darf). Geht ein Rechteinhaber gegen Kennzeichenrechtsverletzungen vor (zum Beispiel in Form einer Abmahnung und/oder einer Klage), werden in aller Regel beide Ansprüche nebeneinander geltend gemacht. Die hierfür anfallenden Anwaltskosten können sehr teuer werden, weil die Streitwerte (auf deren Basis die Anwaltskosten berechnet werden) gerade bei solchen Rechtsverletzungen generell sehr hoch sind.

Domain-Grabbing und Domainhandel

Mit **Domain-Grabbing** bezeichnet man die Praxis, einzelne oder viele Domains zu registrieren, um sie gewinnbringend zu verkaufen oder als Werbeplattform zu verwenden. Domaingrabber wollen auf den registrierten Webadressen keine Inhalte bereitstellen. Als Domaingrabbing wird dabei nur die missbräuchliche Variante bezeichnet. Hier werden in der Regel gezielt bestimmte Domains gesichert, um sie später gegen Zahlung eines „Lösegeldes“ an den- oder diejenigen zu verkaufen, die sie eigentlich benötigen. Hiervon zu unterscheiden sind **Domainhändler**, die einfach massenhaft freie Domains registrieren. Letzteres ist generell zulässig, während Domaingrabbing häufig gegen das Wettbewerbsrecht verstößt.

Man hat generell keinen Anspruch ge-

gen einen Domainhändler, wenn er die Wunschdomain registriert hat und einem diese nur gegen Bezahlung überlassen will. Sie kostenlos überlassen zu bekommen oder sie ohne weitere Bedingungen freigeben zu lassen, kann man nur verlangen, wenn die Registrierung der Domain missbräuchlich war. Das ist vor allem der Fall, wenn der Domaingrabber eine Webadresse offensichtlich nur deshalb registriert hat, um einer Registrierung durch einen Berechtigten (zum Beispiel eine Firma oder einen Namens-träger) zuvorzukommen. Ein möglicher Grund hierfür ist, dass Geld für die Freigabe verlangt werden soll. Ob das der Fall ist, hängt von der jeweiligen Konstellation ab.

Ist man selbst Inhaber von Kennzeichenrechten (etwa, weil man eine Marke für sein Webangebot registriert hat), kann man auf Grundlage des Schutzrechts gegen einen Domainverwalter oder -grabber vorgehen und von ihm die Freigabe der Webadresse verlangen. Wenn er sich weigert, kann man seine Rechte mittels einer Abmahnung, Klage oder eines einstweiligen Verfügungsverfahrens durchsetzen. In jedem Fall ist es empfehlenswert, bei der zuständigen Domain-Vergabestelle (zum Beispiel die DENIC als Vergabestelle für die Top-Level-Domain .de) einen sogenannten

„**Dispute-Eintrag**“ setzen zu lassen. Das stellt sicher, dass die Domain, nachdem sie freigegeben wurde, nicht zwischenzeitlich von einem anderen Nutzer registriert werden kann.

HTML-Code und Metatags

Sobald die Domain-Anmeldung gelungen ist, wird es darum gehen, die dort abrufbare Website mit Inhalten zu füllen. Aber auch im HTML-Code der Website dürfen geschützte Begriffe (in Form von „Metatags“) nicht ohne weiteres verwendet werden.

Metatags sind Suchbegriffe, die als Schlüsselworte in den **HTML-Code** einer Website integriert werden. Sie sind für einen Besucher der Seite nicht zwingend sichtbar, werden aber von Suchmaschinen erkannt und ausgewertet. Das kann dazu führen, dass Internetnutzer statt auf die Seiten einer Marke auf andere Webpräsenzen gelenkt werden, in deren Code der markenrechtlich geschützte Begriff verwendet wird.

Rechtlich relevant werden Metatags in jedem Fall dort, wo sie Angaben enthalten, die mit dem Inhalt der Website selbst nichts zu tun haben. Beispielsweise ist es verboten, den marktführenden Hersteller im HTML-Code der eigenen Seite zu benennen, um diesem in Suchergebnissen Konkurrenz zu machen. Auch ist es verboten, den Titel eines häufig frequentierten Blogs als unsichtbares Metatag in den eigenen HTML-Code einzufügen, wenn man auf ein ähnliches Informationsangebot aufmerksam machen möchte. In solchen Fällen stehen dem, der zur Nutzung des Kennzeichens berechtigt ist, Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche zu. Die Frage, ob und in welchen Fällen Metatags gegen Marken- oder andere Kennzeichenrechte verstoßen, hat allerdings viele Facetten, die hier nicht alle dargestellt werden können. Als Gewerbetreibender wird man angesichts der Komplexität der Materie nicht darum herum kommen, sich über die Einzelheiten beraten zu lassen. ■



Weitere Texte der fortlaufenden Themenreihe zu „Rechtsfragen im Netz“ von klicksafe und iRights.info finden sich unter www.klicksafe.de/irights und www.irights.info. Die Texte 1 – 8 der Themenreihe wurden zudem in der Broschüre „Spielregeln im Internet 1“ veröffentlicht (siehe www.klicksafe.de/materialien).



ist Partner im deutschen Safer Internet Centre der Europäischen Union.

klicksafe sind:



Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)



Landeszentrale für
Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz

klicksafe-Büros:

c/o Landesanstalt für Medien
Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2
40221 Düsseldorf
Tel: 0211 / 77 00 7-0
Fax: 0211 / 72 71 70
E-Mail: klicksafe@lfm-nrw.de
URL: www.klicksafe.de

c/o Landeszentrale für Medien und
Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz
Turmstraße 10
67059 Ludwigshafen
Tel: 06 21 / 52 02-271
Fax: 06 21 / 52 02-279
E-Mail: info@klicksafe.de
URL: www.klicksafe.de