

# Adblock Plus: Süddeutsche Zeitung verliert Klage gegen Eyeo

[www.golem.de/news/adblock-plus-sueddeutsche-zeitung-verliert-klage-gegen-eyeo-1603-120031.html](http://www.golem.de/news/adblock-plus-sueddeutsche-zeitung-verliert-klage-gegen-eyeo-1603-120031.html)

Friedhelm Greis

Auch die Süddeutsche Zeitung verliert ihre Klage gegen die Eyeo GmbH.

(Bild:



Sueddeutsche.de/Screenshot:Golem.de)

Schon wieder ist ein deutscher Verlag vor Gericht gegen Adblock Plus gescheitert. Inzwischen steht es 5:0 für die Eyeo GmbH.

Das Münchner Landgericht hat eine Klage der Süddeutschen Zeitung gegen den Werbeblocker Adblock Plus zurückgewiesen. Die Bereitstellung eines Adblockers stelle keine gezielte Behinderung eines Wettbewerbers dar, heißt es in der Urteilsbegründung des Gerichts, die Golem.de vorliegt. Die mündliche Verhandlung hatte am 23. März 2016 stattgefunden.

Damit folgt das Landgericht München vier früheren Urteilen, die ebenfalls Adblocker und das Geschäftsmodell von Eyeo als legal erklärt hatten. Zuvor hatten der Axel Springer Verlag, RTL Interactive, ProSieben/Sat1 und Zeit/Handelsblatt ihre Klagen gegen die Eyeo GmbH verloren.

Anzeige

Die Argumente der Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH **unterschieden sich dabei nicht von denen der anderen Medien**. Der Einsatz von Adblock Plus habe *"fatale Folgen"* für die Betreiber von Internetseiten und bewirke *"einen erheblichen Eingriff in die Struktur der Internetseite der Klägerin"*. Eyeo versuche die Webseitenbetreiber dadurch zu zwingen, sich *"zur Rettung ihrer Werbeumsätze"* kostenpflichtig auf die Whitelist setzen zu lassen. Beim Online-Angebot der Süddeutschen Zeitung lägen die Umsatzeinbußen jährlich im *"mittleren sechsstelligen Euro-Bereich pro Jahr"*.

## Adblocker soll in Serverkommunikation eingreifen

Der Verlag behauptet zudem, durch Adblock Plus würden weitere Bestandteile der Website geblockt, *"wie zum Beispiel die Fußzeile mit Hinweisen auf das Impressum oder Angaben zum Datenschutz, redaktionelle Hinweise der Klägerin oder der Copyright-Vermerk"*. Zudem vertrat der Verlag die Auffassung, dass zwischen der Zeitung *"und dem einzelnen Nutzer ihrer Internetseite jeweils ein faktisches Vertragsverhältnis begründet werde"*. Das Geschäftsmodell der Klägerin basiere somit auf dem Grundsatz: *"Unentgeltliche Lektüre journalistischer Inhalte gegen Zulassung von Werbung!"* Die auf diesem *"faktischen Vertragsverhältnis aufbauenden Erlösmöglichkeiten der Klägerin würden durch die unmittelbare Beeinträchtigung der Vergütungsquelle gefährdet bzw. zunichte gemacht"*, heißt es weiter.

Nicht berücksichtigt im Verfahren wurden nachträglich eingereichte Behauptungen, die technisch wenig nachvollziehbar sind. So schrieb der Verlag: *"Die Software der Beklagten greift in ihrer technischen Wirkung noch 'hinter' dem physikalischen Übergabepunkt des Datenpaketes auf dem Server der Klägerin ein und beschädigt das angefragte Datenpaket noch vor dem Sendevorgang, indem sie die orchestrierte Serverkommunikation der Klägerin entsprechend beschädigt."*

## Geschäftsmodell von Eyeo nicht unlauter

Das Gericht wies die Argumentation in allen Punkten zurück. Zwar entspreche es dem Geschäftsmodell von Eyeo, wenn aufgrund einer möglichst hohen Verbreitung von Adblock Plus *"ein faktischer Druck auf die Klägerin ausgeübt wird, das 'Whitelisting'-Angebot der Beklagten zu nutzen"*. Das Angebot von Adblock Plus solle aber nicht das Online-Angebot vom Markt verdrängen, *"sondern fußt gerade auf der Existenz und Funktionsfähigkeit deren (auch) werbefinanzierter Internetseite"*.

Zudem greife Adblock Plus nicht in die Serverstruktur von Sueddeutsche.de ein, sondern beeinflusse lediglich die Darstellung der Seiten auf dem Computer des jeweiligen Nutzers. Ebenfalls stelle die Software keine Möglichkeit zur Umgehung technischer Schutzmaßnahmen der Klägerin zur Verfügung, *"sondern ermöglicht dem jeweiligen Nutzer ihrer Software, darüber zu entscheiden, welche Inhalte letztlich auf dessen Endgerät geladen und dargestellt werden sollen"*. Ein *"faktisches Vertragsverhältnis"* zwischen Leser und Zeitung komme nicht zustande, daher stelle das Handeln von Eyeo auch kein *"Verleiten zum Vertragsbruch"* dar.

## Sueddeutsche.de experimentiert mit Adblock-Defence

Des weiteren könne sich die Zeitung auch nicht auf grundgesetzlich geschützte Pressefreiheit berufen. Denn dabei gehe es nicht darum, *"den Bestand eines Presseorgans gegen (zulässigen) Wettbewerb zu schützen"*. Dem Gericht zufolge ist *"maßgeblich auch auf die Interessen der jeweiligen Internetnutzer abzustellen, die auch bei der von der Beklagten angebotenen und vertriebenen Werbeblocker-Software eine jeweils gänzlich autonome Entscheidung treffen, ob und in welchem Ausmaß sie (Werbe-)Inhalte auf ihre Endgeräte herunterladen wollen"*.

Die Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH will nun *"in aller Ruhe prüfen"*, wie sie rechtlichen Weg weiter beschreiten will. Das teilte Geschäftsführer Johannes Vogel auf Anfrage von Golem.de mit. Bereits im Januar [hatte Vogel erklärt](#), die Werbeblockersperre von [Bild.de](#) und [Geo.de](#) *"sehr gut und spannend"* zu finden. Es stehe aber noch nicht fest, wie Sueddeutsche.de ein ähnliches Modell umsetzen werde. Bereits jetzt liefere das Portal mit einer AdBlock-Defence-Software statische Eigenwerbung an AdBlocker-Nutzer erfolgreich aus. Das Interesse von Werbekunden für diese Reichweite halte sich aber noch in Grenzen.

Eine Klage von Spiegel Online gegen Eyeo ist derzeit noch vor dem Landgericht Hamburg offen. Der erste Verhandlungstermin ist dort für den 4. Mai 2016 anberaumt. Nach Angaben von Eyeo wurde die Klage Mitte 2015 eingereicht.