

Original-URL des Artikels: <https://www.golem.de/news/adblock-plus-bundesgerichtshof-erlaubt-einsatz-von-werbeblockern-1804-133954.html>

Veröffentlicht: 19.04.2018 16:44 **Kurz-URL:** <https://glm.io/133954>



Adblock Plus

Bundesgerichtshof erlaubt Einsatz von Werbeblockern

Der Bundesgerichtshof hat im Streit um die Nutzung von Werbeblockern entschieden: Eyeo verstößt mit Adblock Plus gegen keine Gesetze. Axel Springer hat nach dem Urteil angekündigt, Verfassungsbeschwerde einreichen zu wollen.

Im Streit über die Zulässigkeit von Werbeblockern im Internet gibt es nach jahrelange Verfahren ein höchstrichterliches Urteil. Der Bundesgerichtshof (BGH) sieht in dem Angebot des Werbeblockers Adblock Plus des Kölner Anbieters Eyeo keinen unlauteren Wettbewerb und auch keine rechtswidrige aggressive Geschäftspraxis. *"Der Einsatz des Programms liegt in der autonomen Entscheidung der Internetnutzer"*, begründeten die Richter laut Pressemitteilung ihre Entscheidung vom Donnerstag (Az. I ZR 154/16). Die mittelbare Beeinträchtigung des Angebots des Axel-Springer-Verlages, der gegen Eyeo geklagt hatte, sei nicht unlauter. Der Verlag werde jetzt Verfassungsbeschwerde wegen Eingriffs in das Grundrecht auf Pressefreiheit einreichen, kündigte der Anwalt des Verlags umgehend an.

Die Karlsruher Richter hoben in ihrem Urteil damit eine Entscheidung der Vorinstanz auf. Während das Oberlandesgericht (OLG) Köln im sogenannten bezahlten Whitelisting noch eine aggressive geschäftliche Handlung gemäß Paragraf 4a des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) gesehen hatte, erkannte der BGH in der Praxis keinen Gesetzesverstoß. *"Es fehlt an einer unzulässigen Beeinflussung dieser Marktteilnehmer, weil die Beklagte eine ihr durch das technische Mittel des Werbeblockers etwaig zukommende Machtposition jedenfalls nicht in einer Weise ausnutzt, die die Fähigkeit der Marktteilnehmer zu einer informierten Entscheidung wesentlich einschränkt"*, hieß es zur Begründung.

Beim Whitelisting wird sogenannte akzeptable Werbung freigeschaltet, wofür Eyeo bei größeren Anbietern eine Beteiligung von 30 Prozent vom zusätzlich erzielten Umsatz verlangt. Werbefirmen bezeichnen das Geschäftsmodell von Eyeo daher als *"moderne Wegelagererei"* und Behinderung der Vermarkter.

Bisherige Urteile bestätigt

Was die Zulässigkeit von Werbeblockern betrifft, wurden hingegen die bisherigen Urteile anderer Gerichte bestätigt. Zuletzt waren die Verlage Zeit und Handelsblatt vor dem Hanseatische Oberlandesgericht (OLG) in Hamburg mit ihrer Klage gescheitert. Das OLG Hamburg hatte das Angebot von Adblockern sowie das bezahlte Whitelisting in jeder Hinsicht für legal erklärt. Ähnlich hatte das OLG München geurteilt, das im August 2017 in zweiter Instanz eine Klage der Süddeutschen Zeitung abgewiesen hatte.

Dabei hatten die Münchner Richter auch einen urheberrechtlichen Ansprüche der Kläger abgewiesen. Der Springer-Verlag will möglicherweise noch klären lassen, ob Internetseiten in ihrer Gesamtdarstellung vom Urheberrecht geschützt sind und ein möglicher Eingriff durch einen Werbeblocker in den Programmiercode unzulässig ist.

Werbeblockersperre möglich

Die Entscheidung über den Einsatz des Werbeblockers liege beim Nutzer der Internetseiten und nicht bei dem beklagten Unternehmen, sagte der Vorsitzende Richter bei der Urteilsverkündung am 19. April 2018. Der Senat sprach von einer Abwägung der einzelnen Interessen. *"Dabei hat eine ausschlaggebende Rolle gespielt, dass der Kläger in der Lage ist, sich gegen Werbeblocker zu wehren"*, sagte der Vorsitzende Richter. So könne er Nutzern eines Werbeblockers den Zugriff auf seine Angebote sperren.

Beim Springer-Angebot Bild.de werden seit Oktober 2015 die Nutzer von Adblockern ausgesperrt. Zudem geht der Verlag konsequent gegen Anleitungen vor, die eine Umgehung des Werbeblockersperre erläutern.

Springer will nicht die besten Programmierer

Der Verlag hatte in Karlsruhe argumentiert, sein Geschäftsmodell sei durch das Unterdrücken von Werbung auf seinen Internetseiten gefährdet. Nur wenige journalistische Angebote im Internet könnten Geld über Bezahlschranken einnehmen, Werbung sei daher existenziell. Eine Eyeo-Anwältin hielt dem entgegen, der Verlag steigere seine Erlöse im digitalen Bereich trotz der Verbreitung von Adblockern jährlich im zweistelligen Prozentbereich. Erst am Mittwoch hatte der Verlag mitgeteilt, dass die Zahl der Digital-Abos von Bild und Welt 2017 um 9,3 Prozent auf rund 464.000 Abos gestiegen seien. Damit könnten Verluste bei Print kompensieren werden. Zudem profitiere der Verlag von einem starken Plus bei Stellen- und Immobilienanzeigen im Netz.

Nach Angaben von Eyeo-Sprecherin Laura Sophie Dornheim soll der Springer-Anwalt vor dem BGH argumentiert haben: *"Unser Anspruch ist, die beste Zeitung zu machen und nicht die besten Programmierer zu beschäftigen."* Vorstandschef Mathias Döpfner hatte am Mittwoch auf der Hauptversammlung des Unternehmens in Berlin jedoch gesagt, dass für das Wachstum des Unternehmens Technologie und Daten immer wichtiger würden.

Nachtrag vom 19. April 2018, 18:06 Uhr

Wir haben den Artikel durchgängig ergänzt. (fg)

Verwandte Artikel:

Werbeblocker: Eyeo übergibt Kontrolle an Acceptable-Ads-Komitee

(16.03.2017, <https://glm.io/126772>)

Google: Selektiver Adblocker für Chrome kommt Anfang 2018

(02.06.2017, <https://glm.io/128180>)

Rundfunk: Medienanstalten wollen Bild Livestreaming-Formate untersagen

(18.04.2018, <https://glm.io/133928>)

OLG Hamburg: Verlage verlieren weiteren Prozess gegen Adblock Plus

(23.03.2018, <https://glm.io/133498>)

Micropayment: Eine Erweiterung, sie alle zu flattern

(24.10.2017, <https://glm.io/130786>)