

Bundesgerichtshof prüft Axel Springers Klage gegen Werbeblocker

BGH verhandelt in Karlsruhe die Urheberrechtsklage von Axel Springer gegen Werbeblocker. Entscheidung ungewiss.

In Karlsruhe wird am Donnerstag, dem 9.00 Uhr, eine bedeutende Verhandlung des Bundesgerichtshofs (BGH) stattfinden, die weitreichende Folgen für die Online-Werbewirtschaft und die Nutzung von Internetinhalten haben könnte. Im Fokus steht eine Klage des Mediengiganten Axel Springer, welche die Nutzung von Werbeblockern auf Webseiten hinterfragt.

Die Relevanz der Klage für die Medienbranche

Die auf der BGH-Agenda befindliche Klage zielt darauf ab, das Urheberrecht im Online-Bereich zu stärken. Axel Springer argumentiert, dass der Werbeblocker eine unzulässige Umarbeitung seiner Webseitenprogramme darstellt. Dies wirft grundlegende Fragen darüber auf, inwiefern die Programmgestaltung und die durch Blocker erfolgende Einflussnahme als Verletzung von Urheberrechten betrachtet werden können.

Schicksalsschläge und rechtliche Auseinandersetzungen

In der Vergangenheit hat Axel Springer bereits mehrere

juristische Maßnahmen gegen Werbeblocker eingeleitet. Eine Wettbewerbsbeschwerde von 2018 führte zu einer Niederlage, als der BGH feststellte, dass der Einsatz von Adblock Plus nicht als unlauterer Wettbewerb einzustufen sei. Diese vorherige Entscheidung stellte klar, dass die Kontrolle über die Nutzung von Werbeblockern letztlich beim Internutzer liegt, was die Diskussion über die Rechte der Verlage an ihren eigenen Inhalten weiter anheizt.

Die Entscheidung des Hanseatischen Oberlandesgerichts

Das Hanseatische Oberlandesgericht in Hamburg hatte sich bereits mit der Thematik befasst und entschieden, dass die Nutzung von Werbeblockern nicht als Umarbeitung im Sinne des Urheberrechts gilt. Die Frage, ob die übermittelten Daten beim Abruf von Webseiten als urheberrechtlich geschütztes Computerprogramm angesehen werden können, bleibt jedoch umstritten und wird möglicherweise auch in dieser Verhandlung thematisiert.

Abschließende Überlegungen zur Zukunft der Online-Werbung

Die Anhörung des BGH könnte nicht nur die Beziehung zwischen Verlagen und Internetnutzern neu definieren, sondern auch die strategische Ausrichtung von Werbetreibenden und Online-Plattformen beeinflussen. Das Resultat dieser Verhandlung hat das Potenzial, den Normen für digitale Werbung und Nutzungsverhalten große Veränderungen aufzuzwingen.

Es bleibt abzuwarten, ob der BGH bereits am Donnerstag ein Urteil fällen wird. In jedem Fall wird die Entscheidung sowohl rechtliche als auch wirtschaftliche Implikationen für die Medienlandschaft und die Verbraucher haben.

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de