

BGH prüft Klage von Axel Springer gegen Werbeblocker: Ein Präzedenzfall?

Der BGH verhandelt eine Urheberrechtsklage von Axel Springer gegen Werbeblocker. Urteil unklar. Kontext und frühere Entscheidungen.

In Karlsruhe findet am Donnerstag, den 9.00 Uhr, eine bedeutende Verhandlung des Bundesgerichtshofs (BGH) statt, die potenziell weitreichende Auswirkungen auf die Medienlandschaft haben könnte. Im Mittelpunkt steht eine Klage des bekannten Medienunternehmens Axel Springer, das sich gegen die Verwendung von Werbeblockern auf seinen Internetseiten wehrt.

Hintergrund der Klage

Der Verlag bringt vor, dass die Nutzung solcher Software, insbesondere von Adblock Plus, eine unzulässige Umarbeitung der Programmierung seiner Webseiten darstellt. Axel Springer argumentiert, dass dabei das Urheberrecht verletzt werde. Eine wichtige Frage hierbei ist, ob die Dateien, die bei der Nutzung der Plattformen übermittelt werden, tatsächlich als urheberrechtlich geschütztes Computerprogramm gelten können.

Frühere Gerichtsurteile und deren Bedeutung

In der Vergangenheit hatte das Hanseatische Oberlandesgericht in Hamburg die Ansicht vertreten, dass die Beeinflussung des Programmablaufs durch einen Werbeblocker nicht als

Umarbeitung des Programms gesehen werden kann. Der Verlag war mit dieser Argumentation in den Vorinstanzen jedoch nicht erfolgreich. Es bleibt abzuwarten, ob der BGH am Donnerstag zu einer anderen Entscheidung kommen wird.

Auswirkungen auf die Mediengemeinschaft

Die Entscheidung des BGH könnte weitreichende Konsequenzen für die Medienlandschaft haben, insbesondere in Bezug auf die Einnahmen der Verlagshäuser, die stark auf Werbung angewiesen sind. Werbeblocker stellen für viele Verlage eine große Herausforderung dar, da sie potenzielle Werbeeinnahmen mindern. Die Möglichkeit, rechtliche Schritte gegen diese Tools einzuleiten, könnte somit einen Präzedenzfall schaffen.

Vorangegangene Niederlagen

Axel Springer hat bereits mehrere Anläufe unternommen, um die Nutzung von Adblock Plus zu stoppen. In einem vorhergehenden Verfahren im Jahr 2018 entschied der BGH, dass das Angebot der Kölner Firma Eyeo keinen unlauteren Wettbewerb darstellt. Damals stellte das Gericht klar, dass die Entscheidung über den Einsatz eines Werbeblockers letztlich beim Nutzer liege.

Diese anhaltenden rechtlichen Auseinandersetzungen verdeutlichen nicht nur den Spannungsfeld zwischen Verlagen und Nutzern, sondern auch die Herausforderungen, die die digitale Werbung in einer zunehmend werbefreien Online-Welt mit sich bringen. Der Ausgang des aktuellen Verfahrens könnte die rechtliche Situation für viele Medienunternehmen neu gestalten und den Umgang mit Werbeblockern entscheidend beeinflussen.

– **NAG**

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de