

BGH prüft Klage von Axel Springer gegen Werbeblocker in Karlsruhe

Der BGH verhandelt am Donnerstag über Axel Springers Klage gegen Werbeblocker. Ist der Einsatz legal? Urteil ungewiss.

Der Rechtsstreit um Werbeblocker: Auswirkungen auf die Medienlandschaft

In Karlsruhe wird am Donnerstag ein bedeutender rechtlicher Streit untersucht, der die Zukunft des digitalen Marketings und die Finanzierung von Online-Medien beeinflussen könnte. Der Bundesgerichtshof (BGH) beschäftigt sich mit einer Klage des Medienunternehmens Axel Springer, das gegen die von der Kölner Firma Eyeo angebotenen Werbeblocker, insbesondere Adblock Plus, vorgeht.

Gegenstand der Klage

Axel Springer argumentiert, dass der Einsatz von Werbeblockern eine unzulässige Umarbeitung der Programmierung seiner Webseiten darstellt, wodurch sein Urheberrecht verletzt werde. Die Frage ist von erheblicher Bedeutung, da viele Medienunternehmen auf Werbung angewiesen sind, um ihre Inhalte kostenlos anbieten zu können. Ein Urteil könnte Auswirkungen darauf haben, wie Online-Inhalte zukünftig monetarisiert werden.

Vorherige Gerichtsurteile

In niedrigeren Instanzen hatte Axel Springer bisher keinen Erfolg. Das Hanseatische Oberlandesgericht in Hamburg stellte fest, dass die Beeinflussung der Programmabläufe durch den Werbeblocker nicht als Umarbeitung des Programms angesehen werden könne. Diese rechtlichen Vorgaben werfen Fragen darüber auf, ob die übermittelten Dateien beim Aufrufen von Webseiten tatsächlich als urheberrechtlich geschützte Computerprogramme gelten und ob Axel Springer somit das exklusive Nutzungsrecht hält.

Der Kontext der Klage

Der Rechtsstreit ist nicht isoliert zu betrachten, sondern steht im Kontext eines längerfristigen Kampfes von Axel Springer gegen Werbeblocker, die seit Jahren in der Online-Welt eine bedeutende Rolle spielen. Ein ähnliches Verfahren aus dem Jahr 2018, in dem der Verlag gegen Adblock Plus vor Gericht zog, endete mit dem Urteil des BGH, dass kein unlauterer Wettbewerb vorliege und die Entscheidung über die Nutzung des Werbeblockers bei den Nutzern liege.

Browsers Einstellungen und Nutzerverhalten

Für die Medienbranche ist die Entscheidung von grundlegender Bedeutung, da sie die Art und Weise beeinflusst, wie Verbraucher in Zukunft mit Werbung interagieren. Das Urteil könnte die Balance zwischen Freiheit der Nutzer, die selbst entscheiden möchten, welche Werbung sie sehen, und dem wirtschaftlichen Überleben von Online-Medienunternehmen beeinflussen. Ein prägendes Element hierbei ist die zunehmende Nutzung von Browsern und Erweiterungen, die Werbung vermeiden.

Fazit und Ausblick

Ob der BGH am Donnerstag ein Urteil verkündet, bleibt ungewiss. Dennoch ist der Ausgang dieses Verfahrens für die

gesamte Medienlandschaft von großer Relevanz. Sollten die Richter zugunsten von Axel Springer entscheiden, könnte dies weitreichende Konsequenzen für die Akkumulation von Werbeeinnahmen in der Online-Welt haben. In einer Zeit, in der viele Medien durch digitale Veränderungen Gefahr laufen, wirtschaftlich zu scheitern, ist dieser Prozess von besonderer Bedeutung.

– **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de