

Jonathan Jung

Werbeblocker im Internet

Eine Beurteilung nach dem Urheber- und
Lauterkeitsrecht, zugleich ein Beitrag zum Begriff
des Mitbewerbers im Lauterkeitsrecht



Nomos

Schriften zum geistigen Eigentum
und zum Wettbewerbsrecht

Herausgegeben von

Prof. Dr. Christian Berger, Universität Leipzig
Prof. Dr. Horst-Peter Götting, Techn. Universität Dresden

Band 126

Jonathan Jung

Werbeblocker im Internet

Eine Beurteilung nach dem Urheber- und
Lauterkeitsrecht, zugleich ein Beitrag zum Begriff
des Mitbewerbers im Lauterkeitsrecht



Nomos

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Potsdam, Univ., Diss., 2021

1. Auflage 2021

© Jonathan Jung

Publiziert von
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden
www.nomos.de

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden

ISBN (Print): 978-3-8487-8224-6

ISBN (ePDF): 978-3-7489-2646-7

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783748926467>



Onlineversion
Nomos eLibrary



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz.

Meiner Familie

Vorwort

Die vorliegende Arbeit ist während meiner Tätigkeit als Akademischer Mitarbeiter am Lehrstuhl von Frau Professorin Dr. Dorothea Assmann entstanden. Im Juni 2020 habe ich das Werk als Dissertation an der Juristischen Fakultät der Universität Potsdam eingereicht. Rechtsprechung und Literatur konnten bis zu diesem Datum berücksichtigt werden.

Ich möchte mich zuerst bei Herrn Professor Dr. Tobias Lettl, LL.M. (EUR), für die gute Betreuung, dass ich mich jederzeit mit Fragen an ihn wenden konnte, und die schnelle Erstellung des Erstgutachtens bedanken. Frau Professorin Dr. Dorothea Assmann gebührt mein Dank – neben dem für die schnelle Zweitbegutachtung – ganz besonders für die Zeit an ihrem Lehrstuhl. Ihr sei insbesondere für die sehr angenehme Zusammenarbeit, die vielen fachlichen Diskussionen und dem Begegnen auf Augenhöhe herzlich gedankt. Ein solcher Dank gilt ebenso meinen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen, die die Arbeit am Lehrstuhl mit – zumeist – fachlichen Gesprächen, viel gegenseitiger Hilfe und noch mehr Kaffee bereichert haben.

Herzlich sei auch den tapferen Probelesern Adrian Jung, Andreas Jung, Anja Meier-Hoffmann, Denise Herzmann, Elisabeth Meurer, Jan Ole Flindt, Johannes Schroth, Michael Meier, Philippe Klein, Pirmin E. Schreiner, Tim Nordemann und Yannick Diehl gedankt. Außerdem danke ich der Potsdam Graduate School für die großzügige finanzielle Unterstützung bei der Veröffentlichung.

Ganz besonders herzlich sei auch meiner Frau Antonia gedankt, die mich jederzeit bei der Promotion unterstützt hat. Ihr, meinem Bruder Adrian und meinen Eltern gebührt großer Dank, dass ich mich in jeder Lage auf sie verlassen konnte und sie mit ihrer Unterstützung die Arbeit ermöglicht haben. Bedanken möchte ich mich auch bei meinen Freunden, die mich mit gemeinsamen Abenden vom Arbeiten abgehalten und so meine geistige Gesundheit gesichert haben.

Potsdam, im April 2021

Jonathan Jung

Inhaltsübersicht

Abkürzungsverzeichnis	25
Einleitung	29
1. Teil: Einführung – Werbung im Internet und ihre Blockierung	32
§ 1 Tatsächliche Grundlagen	32
§ 2 Rechtliche Problemstellung und Gang der Untersuchung	63
2. Teil: Rechtliche Beurteilung des Blocklistings	65
§ 3 Urheberrecht	65
§ 4 Lauterkeitsrecht	92
3. Teil: Rechtliche Beurteilung des Allowlistings	308
§ 5 Blocklisting zum Zwecke des Allowlistings	308
§ 6 Angebot einer Allowlisting-Vereinbarung	337
§ 7 Fortführung des Allowlistings – Ersetzen der Werbung	340
4. Teil: Alternativen der Webseitenbetreiber	350
§ 8 Aussperrung	350
§ 9 Umgehung des Werbeblockers	384
§ 10 Hinweise und andere Eigenwerbung	398
§ 11 Vertragliche Verpflichtung zum Empfang der Werbung	402
§ 12 Zusammenfassung zu den Handlungsalternativen	424
5. Teil: Ergebnisse und Fazit	426
§ 13 Ergebnisse	426
§ 14 Fazit	451
Literaturverzeichnis	455

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	25
Einleitung	29
1. Teil: Einführung – Werbung im Internet und ihre Blockierung	32
§ 1 Tatsächliche Grundlagen	32
A. Interessenlage	33
I. Interessen der Webseitenbetreiber	33
II. Interessen der Werbetreibenden	34
III. Interessen der Nutzer	35
IV. Werbeblockerbetreiber	37
B. Online-Werbung und deren Blockierung	37
I. Vergütungsformen	37
II. Werbeformen	38
1. Größe und Position	38
2. Inhalt der Werbung	39
3. Pop-ups und Pop-under	40
4. In-Text-Werbung	40
5. Im Zusammenhang mit Videos	40
III. Technische Einbindung der Werbung	41
1. Aufruf einer Internetseite	41
2. Einbindung der Werbung	44
3. Inhaltliche Anpassung an den Kunden – Targeting	46
IV. Werbeblocker – reines Blocklisting	48
1. Nichtladen der Werbung	49
2. Element Hiding	50
3. Filterregeln	50
V. Finanzierung von Werbeblocker-Unternehmen	51
1. Klassische Finanzierungsmodelle	52
2. Allowlist-Modell	52
3. Ersetzen der Werbung	54
a) Ad Injections	55
b) Brave	56
VI. Verbreitung und Auswirkungen auf die Webseitenbetreiber	56

VII. Gegenmaßnahmen der Webseitenbetreiber	57
1. Erkennung	58
2. Aussperrung	58
3. Hinweis	60
4. Paywall	60
5. Umgehung des Werbeblockers	61
6. Eintragen auf Allowlist	62
§ 2 Rechtliche Problemstellung und Gang der Untersuchung	63
2. Teil: Rechtliche Beurteilung des Blocklistings	65
§ 3 Urheberrecht	65
A. Merkmale einer Webseite mit Werbung	65
B. Verletzungen durch die Nutzer von Werbeblockern	66
I. Schutz der einzelnen Elemente	66
1. Vorliegen eines Schutzgegenstands	66
2. Eingriff in das Vervielfältigungsrecht des § 16 UrhG	67
a) Vervielfältigung(en)	67
b) Zulässigkeit nach § 44a Nr. 2 UrhG	69
aa) Grundsätzliches	69
bb) Rechtmäßige Nutzung	69
(1) Maßstab für die Bestimmung des Willens des Rechtsinhabers	70
(a) EuGH	71
(b) Deutsches Recht	74
(c) Zusammenfassung und Beurteilung	78
(2) Anwendung auf Werbeblocker	82
c) Ergebnis	84
3. Eingriff in das Bearbeitungsrecht	84
4. Sonstige Schutzobjekte	84
5. Ergebnis	85
II. Schutz der Webseite als Gesamtwerk	86
1. Übernahme der Ausführungen zum Vervielfältigungsrecht	86
2. Schutz der angezeigten Gestaltung	86
a) Kein Vorliegen eines Werkes	87
b) Kein Verstoß gegen ein Verwertungsrecht	88
3. Schutz des zugrunde liegenden HTML-Codes	89
a) Schutz als Computerprogramm	89
b) Datenbank(werk)	90

III. Ergebnis	90
C. Verletzungen durch die Anbieter von Werbeblockern	91
D. Ergebnis zum Urheberrecht	92
§ 4 Lauterkeitsrecht	92
A. Geschäftliche Handlung	93
I. Eignung zur Beeinflussung einer geschäftlichen Entscheidung	94
II. Anwendung auf Werbeblocker in der Rechtsprechung und Literatur	98
III. Bewertung	100
1. Infrage kommende Entscheidungen	101
2. Entscheidung der Nutzer in Bezug auf die Verwendung des Werbeblockers	103
a) Unentgeltlichkeit	108
b) Lediglich faktisches Austauschverhältnis	112
c) Hilfsweise: gebotene weite Auslegung	113
3. Ergebnis	115
IV. Ergebnis	115
B. Mitbewerber gem. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG	116
I. Abstrakte Darstellung der Mitbewerberbegriffe	117
1. Enger Mitbewerberbegriff	118
2. Weiter Mitbewerberbegriff	119
II. Hier zugrunde liegendes Verständnis	123
1. Ausgangspunkt: zwei sich gegenüberstehende geschäftliche Handlungen	123
2. Konsequente Fokussierung auf die geschäftliche Entscheidung	124
3. Anwendung auf den Mitbewerberbegriff	126
a) Enger Mitbewerberbegriff	126
b) Weiter Mitbewerberbegriff	131
aa) Übertragung auf den weiten Mitbewerberbegriff	131
bb) Verhältnis zum engen Mitbewerberbegriff	135
cc) Erläuterung an Fallbeispielen	136
III. Anwendung auf Werbeblocker	140
1. Bisherige Anwendung auf Werbeblocker	140
a) Kostenpflichtige Werbeblocker	140
b) (Allowlistende) Internetwerbeblocker	142
c) Weitere vergleichbare Fälle	144

2. Bewertung und eigene Ansicht	144
a) Geschäftliche Handlung des Webseitenbetreibers	145
b) Wettbewerb auf dem Bezugsmarkt	146
c) Wettbewerb auf dem Absatzmarkt	149
aa) Enger Mitbewerberbegriff	149
bb) Weiter Mitbewerberbegriff	150
(1) Entscheidung der Nutzer über Bezug der Inhalte	151
(2) Entscheidung der Nutzer über den Absatz der Aufmerksamkeit	151
(3) Entscheidung der Werbetreibenden	152
d) Situation beim kostenlosen Allowlisting gegenüber kleineren Webseiten	152
IV. Ergebnisse	153
1. Mitbewerberbegriff	154
2. Anwendung auf Werblocker	155
C. §§ 4 Nr. 4, 3 Abs. 1 UWG	156
I. These	156
II. Werblockersperren sind erlaubt	159
1. Anwendbarkeit der DS-GVO	160
2. Verweis auf die ePrivacy-RL	164
a) Erfassung von Art. 5 Abs. 3 ePrivacy-RL	165
b) Begründung von Pflichten	167
aa) Anforderungen des Art. 5 Abs. 3 ePrivacy-RL	167
(1) Kein Erlaubnistatbestand	168
(2) Einwilligung	168
(3) Koppelungsverbot	169
(4) Informationserfordernis	173
(5) Ergebnis zur Vorgabe der Richtlinie	173
bb) Deutsche Umsetzung	174
(1) Pseudonymisierung – § 15 Abs. 3 TMG	174
(2) Keine Pseudonymisierung – § 12 Abs. 1 TMG	176
c) Ergebnis zur Anwendung der ePrivacy-RL	176
3. Anwendung der allgemeinen Regelungen der DS-GVO	177
4. ePrivacy-Verordnung	181
5. Ergebnis	182

III. Schutz der Werbeblockersperren	183
1. Funktionsweise einer Sperre	184
2. Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, § 19a UrhG	185
a) Verhältnis zum Recht der öffentlichen Wiedergabe	186
b) Grundlegendes Verständnis der öffentlichen Zugänglichmachung	189
aa) Konzeption des EuGH	189
bb) Kritik am Verständnis des EuGH	190
(1) BGH	190
(2) Literatur	191
cc) Hier zugrunde liegendes Verständnis	192
c) Die Handlung der Zugänglichmachung	193
aa) Begriffsbestimmung	193
(1) Verständnis des EuGH	193
(2) Rezeption in Deutschland und Versuche der Konkretisierung	195
(a) Anforderungen an das Verhalten	196
(b) „[I]n voller Kenntnis der Folgen seines Verhaltens“	196
(3) Hier zugrunde liegendes Verständnis	197
(a) Anforderungen an das Verhalten	197
(b) „[I]n voller Kenntnis der Folgen seines Verhaltens“	198
(4) Voraussetzungen einer aktiven Rolle	200
(5) Ergebnis der Anforderungen an die Handlung der Zugänglichmachung	203
bb) Anwendung auf Werbeblocker	203
(1) Eröffnen des Zugangs	204
(2) Verhalten – aktive Rolle	205
(a) Eigener, umgehender Code	206
(b) Fremder, automatisch implementierter Code zur Umgehung	206
cc) Ergebnis zur Handlung der Zugänglichmachung	207
d) Öffentlichkeit der Zugänglichmachung	207
aa) Größe des Publikums	208

bb) Vom Rechtsinhaber intendiertes und neues Publikum	208
(1) Anforderungen an eine technische Beschränkung	209
(a) Umfassende Konditionalisierung möglich	209
(b) Vergleich mit § 95a UrhG	211
(c) Adressat der technischen Beschränkung	214
(d) Maßstäbe für die Auslegung	214
(e) Ergebnis	217
(2) Anwendung auf Werbeblockersperren	217
(a) Vergleich mit dem Deaktivieren von JavaScript	218
(b) Keine Täuschung des Prüfcodes	219
(c) Trennung von Prüfung und Reaktion	220
(d) Zugang zum Quelltext	220
(3) Ergebnis	221
cc) Verletzung von Prüfpflichten	221
(1) Anhaltspunkte für die erforderliche Abwägung zur Bestimmung der Pflichten	223
(2) Pflichten bei umgehenden Werbeblockern	225
e) Auswirkungen der DSM-Richtlinie	227
f) Ergebnis	228
3. Vervielfältigungsrecht	229
a) Vervielfältigung	229
b) Schranke des § 44a UrhG	230
aa) Anwendung auf rechtswidrig zugänglich gemachte Quellen	231
(1) Dreistufentest	232
(2) Bisherige Stimmen zur Einordnung rechtswidriger Quellen	235
(3) Entscheidung	239
(a) Bestehen eines subjektiven Merkmals	239
(b) Konkrete Ausgestaltung des subjektiven Merkmals	242

(c) Überprüfung mittels Dreistufentest	245
(4) Sonstige Schutzobjekte	249
(5) Ergebnis zur Behandlung des Abrufs rechtswidriger Inhalte	250
bb) Verhältnis zu § 95a UrhG	250
cc) Anwendung auf Werbeblocker	253
c) Schranke des § 53 Abs. 1 S. 1 UrhG	254
d) Ergebnis zum Vervielfältigungsrecht	255
4. Ergebnis Schutz der Werbeblockersperren	255
IV. Maßstäbe für die Übertragung der Wertung	256
1. Verhältnis zwischen Urheberrecht und Lauterkeitsrecht	257
a) Allgemein	257
b) Ergänzender Leistungsschutz, § 4 Nr. 3 UWG	258
c) Unmittelbarer Leistungsschutz, § 3 Abs. 1 UWG	259
d) Gezielte Mitbewerberbehinderung, § 4 Nr. 4 UWG	260
e) Das Allgemeininteresse an der Funktionsfähigkeit des Internets	261
aa) Rechtsprechung	261
bb) Literatur	263
cc) Beurteilung und Abgleich mit dem Urheberrecht	264
f) Ergebnis	266
2. Europäische Implikationen	267
3. Geltung für urheberrechtsfreie Inhalte	268
4. Ergebnis	268
V. Anwendung der Wertung auf Werbeblocker	269
1. Ausgangsüberlegung	269
2. Abgleich mit den in der Debatte genannten Aspekten	270
a) Durch das Urheberrecht abstrakt geregelte Interessen	270
b) Vom Urheberrecht konkret erfasste Aspekte	272
aa) Bereits geregelte Interessen	272
(1) Webseitenbetreiber	273
(a) Pressefreiheit	273
(b) Institutsgarantie der Presse	275
(c) Berufsfreiheit	276
(d) Meinungsfreiheit	277

(e) Grundrecht des Eigentums	278
(2) Nutzer	278
(a) Nichtkonfrontiertseinwollen mit Werbung	279
(b) Tracking	280
(c) Malvertising	281
(3) Werbetreibende und Werblockerbetreiber	282
(4) Zusammenfassung der betroffenen Interessen	282
(5) Erfassung durch das Urheberrecht	283
(6) Ergebnis	286
bb) Urheberrechtlich begründete Argumente	286
(1) Nichtvornahme der Sperren	287
(2) Unternehmerisches Risiko	288
(3) Kein „Deal“	289
(4) Unfähigkeit der Nutzer zur eigenständigen Blockade	289
(5) Zweck des Blocklistings	290
(a) Kommerzialisierung	290
(b) Allowlisting	291
cc) Ergebnis	291
c) Keine zusätzlichen, unlauterkeitsbegründenden Umstände	292
aa) Verdrängungsabsicht	292
bb) Unmittelbare Beeinträchtigung	294
(1) Keine unmittelbare Einwirkung auf das Produkt	295
(2) Dazwischentreten des Nutzers	296
cc) Berücksichtigung der Belästigung durch Internetwerbung	298
dd) Verschmelzen von Werbung und Inhalten	299
d) Ergebnis	299
VI. Ergebnis	301
D. Weitere Tatbestände des UWG	303
I. Allgemeine Marktbehinderung	303
II. Virtuelles Hausrecht	306
E. Ergebnis	307

3. Teil: Rechtliche Beurteilung des Allowlistings	308
§ 5 Blocklisting zum Zwecke des Allowlistings	308
A. Bestimmung der geschäftlichen Handlung	308
B. §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 4a Abs. 1 UWG	311
I. Sonstiger Marktteilnehmer	311
1. Angebot an die Werbetreibenden	312
2. Angebot an die Webseitenbetreiber	313
3. Ergebnis	313
II. Anspruchsberechtigung nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG	313
1. Versuche der Modifikation der Anspruchsberechtigung	314
a) Erweiterung der Anspruchsberechtigung	314
b) Anwendung des engen Mitbewerberbegriffs	316
c) Ergebnis	318
2. Webseitenbetreiber als Mitbewerber – Werbetreibende als Adressaten der geschäftlichen Handlung	318
3. Werbetreibende als Mitbewerber – Webseitenbetreiber als Adressaten der geschäftlichen Handlung	321
4. Ergebnis	322
III. Aggressive Handlung	322
1. Vorüberlegung: Rechtmäßigkeit des Blocklistings	323
2. Unzulässige Beeinflussung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG)	324
a) Machtposition	325
b) Druckausübung	328
aa) Indiztatbestände des § 4a Abs. 2 UWG	328
bb) Feststellung ohne Indiztatbestand	329
c) Eignung zur Einschränkung der geschäftlichen Entscheidungsfähigkeit	334
IV. Ergebnis	335
C. Weitere Ansprüche	335
D. Ergebnis	336
§ 6 Angebot einer Allowlisting-Vereinbarung	337
A. Geschäftliche Handlung und Mitbewerberstellung	337
B. §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 4a UWG	338
C. §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG	339
D. Ergebnis	340

§ 7 Fortführung des Allowlistings – Ersetzen der Werbung	340
A. Urheberrechtliche Ansprüche	341
B. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche	342
I. Mitbewerberstellung	342
II. Gezielte Behinderung	343
1. Verdrängungsabsicht	343
a) Ad Injectoren	343
b) Brave	343
2. Unangemessene Beeinträchtigung	344
a) Ad Injectoren	344
b) Brave	347
III. Allgemeine Marktstörung, § 3 Abs. 1 UWG	348
IV. Aggressive geschäftliche Handlung	348
C. Bürgerlich-rechtliche Ansprüche	349
D. Ergebnis	349
4. Teil: Alternativen der Webseitenbetreiber	350
§ 8 Aussperrung	350
A. Ansprüche gegen die Werblockerbetreiber	351
I. § 1004 Abs. 1 S. 2 BGB analog, § 823 Abs. 2 BGB	
i. V. m. § 95a Abs. 3 UrhG	351
1. Konkurrenzen	352
a) Verhältnis zu § 69f Abs. 2. UrhG	352
b) Verhältnis zum ZKDSG	353
2. Technische Schutzmaßnahme im Sinne des § 95a Abs. 2 UrhG	354
a) Verhinderung oder Einschränkung von nicht erlaubten Nutzungshandlungen	354
aa) Vorliegen einer technischen Beschränkung im Sinne des § 19a UrhG	355
bb) Auswirkungen der Subjektivierung der Schutzrechte	356
cc) Einschränkung aufgrund des Schutzzwecks des § 95a UrhG	359
b) Wirksamkeit	360
aa) Allgemeine Anforderungen	361
bb) Verhältnis zum Begriff der Umgehung	367
cc) In Bezug auf Werblockersperren	368
dd) Verhältnismäßigkeit der technischen Schutzmaßnahme	370

3. Verbot nach § 95a Abs. 3 Nr. 2 und 3 UrhG	370
4. Ergebnis	373
II. §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG	373
1. Geschäftliche Handlung und Mitbewerberverhältnis	374
2. §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG	374
a) Einschlägige Fallgruppe	375
b) Verhältnis zum Urheberrecht	377
c) Anwendung auf urheberrechtsfreie Gegenstände	379
d) Anwendung auf Werblocker	380
3. Ergebnis	381
B. Ansprüche gegen die Nutzer	381
C. Schutz der Werblockerbetreiber	382
D. Sonderfall Paywall	383
E. Ergebnis	384
§ 9 Umgehung des Werblockers	384
A. Methoden des Ausspielens umgehender Werbung	385
B. Schutz der Nutzer vor Umgehung des Werblockers	386
I. Haftung des Webseitenbetreibers für Verstöße gegen das Datenschutzrecht	386
II. Verstoß aufgrund der Umgehung des Werblockers gegen das UWG	388
1. § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	388
2. § 7 Abs. 1 S. 2, 1 UWG	389
a) Bisherige Stimmen zur Umgehung	390
b) Stellungnahme	391
aa) Pflicht zur Erkennung	392
bb) Pflicht zur Berücksichtigung	395
c) Ergebnis	395
3. § 7 Abs. 1 S. 1 UWG	395
III. Ergebnis	396
C. Schutz der Webseitenbetreiber	396
I. Urheberrecht	396
II. Lauterkeitsrecht	397
D. Schutz der Werblockerbetreiber	397
E. Ergebnis	397
§ 10 Hinweise und andere Eigenwerbung	398

§ 11 Vertragliche Verpflichtung zum Empfang der Werbung	402
A. Anforderungen an die Begründung der Verpflichtung	402
I. Grundannahmen	402
II. Vertragsschluss	403
III. Wirksame Verpflichtung zum Werbeempfang	406
1. Behandlung als allgemeine Geschäftsbedingungen	406
a) § 305c Abs. 1 BGB	407
b) Kontrollfähigkeit bei Ausräumen des Überraschungsmoments	409
c) Ergebnis	413
2. Anwendung der §§ 312 ff. BGB	413
a) Anwendbarkeit – § 312 Abs. 1 BGB	413
b) Pflichtinformationen und Widerrufsrecht	417
c) Anwendung der Button-Lösung	418
3. Ergebnis	418
B. Ansprüche gegen die Nutzer	419
I. Nichtempfang der Werbung	419
II. Umgehen des Vertragsschlusses	421
C. Ansprüche gegen die Werblockerbetreiber	421
I. Urheberrechtliche Ansprüche	422
II. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche	422
D. Ergebnis	423
§ 12 Zusammenfassung zu den Handlungsalternativen	424
5. Teil: Ergebnisse und Fazit	426
§ 13 Ergebnisse	426
A. Ergebnisse zum 1. Teil § 1: tatsächliche Grundlagen	426
B. Ergebnisse zum 1. Teil § 2: rechtliche Problemstellung und Gang der Untersuchung	428
C. Ergebnisse zum 2. Teil § 3: Urheberrecht	428
D. Ergebnisse zum 2. Teil § 4: Lauterkeitsrecht	430
E. Ergebnisse zum 3. Teil § 5: Blocklisting zum Zwecke des Allowlistings	442
F. Ergebnisse zum 3. Teil § 6: Angebot einer Allowlisting-Vereinbarung	445
G. Ergebnisse zum 3. Teil § 7: Fortführung des Allowlistings – Ersetzen der Werbung	445
H. Ergebnisse zum 4. Teil § 8: Aussperrung	445
I. Ergebnisse zum 4. Teil § 9: Umgehung des Werblockers	448

J. Ergebnisse zum 4. Teil § 10: Hinweise und andere Eigenwerbung	449
K. Ergebnisse zum 4. Teil § 11: vertragliche Verpflichtung zum Empfang der Werbung	450
L. Ergebnisse zum 4. Teil § 12: Zusammenfassung zu den Handlungsalternativen	451
§ 14 Fazit	451
Literaturverzeichnis	455

Abkürzungsverzeichnis

a. E.	am Ende
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
AnwZert ITR	AnwaltZertifikatOnline – IT-Recht
Art. 29 WP	Art.-29-Datenschutzgruppe
BeckRS	Beck-online Rechtsprechung
BT-Drucks.	Bundestagsdrucksache
BVDW	Bundesverband Digitale Wirtschaft
Computerprogramm-RL	Richtlinie 2009/24/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 23. April 2009 über den Rechtsschutz von Computerprogrammen (kodifizierte Fassung)
Cookie-RL	Richtlinie 2009/136/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 25. November 2009 zur Änderung der Richtlinie 2002/22/EG über den Universaldienst und Nutzerrechte bei elektronischen Kommunikationsnetzen und -diensten, der Richtlinie 2002/58/EG über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation und der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz
COD	ordentliches Gesetzgebungsverfahren nach Art. 294 AEUV
CSS	Cascading Style Sheets
ders.	derselbe
dies.	dieselbe/dieselben
DInh-RL	Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen
DS-GVO	Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung)

DS-RL	Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr
DSK	Datenschutzkonferenz der unabhängigen deutschen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder
DSM-RL	Richtlinie (EU) 2019/790 des Europäischen Parlaments und Rates vom 17. April 2019 über das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte im digitalen Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinien 95/9/EG und 2001/29/EG
DSRITB	Tagungsband Herbstakademie der Deutschen Stiftung für Recht und Informatik
E-Commerce-RL	Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“)
Einf.	Einführung
Einl.	Einleitung
Enforce-RL	Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums, geändert durch Berichtigung der Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums
ePrivacy-RL	Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation)
ePrivacy-VO-E	Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und Rates über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG (Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation)
GRC	Charta der Grundrechte der Europäischen Union
GRUR-RS	Digitale Rechtsprechungssammlung der GRUR
HTTP	Hypertext Transfer Protocol
IAB	Interactive Advertising Bureau

InfoSoc-RL	Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft
InTer	Zeitschrift zum Innovations- und Technikrecht
jM	juris – Die Monatszeitschrift
jurisPR-ITR	juris PraxisReport IT-Recht
jurisPR-WettbR	juris PraxisReport Wettbewerbs- und Immaterialgüterrecht
MR-Int	Medien und Recht International
NetzDG	Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken
ÖOGH	Oberster Gerichtshof (Österreich)
OVK	Online-Vermarkterkreis
par.	Absatz
RechtsA	Ausschuss für Recht und Verbraucherschutz
RegE	Regierungsentwurf
rev.	Revision
TKP	Tausenderkontakterpreis
TMG	Telemediengesetz
UAbs.	Unterabsatz
UGP-RL	Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken)
UmsG	Umsetzungsgesetz
UrhG-InfG	Entwurf eines Gesetzes zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft
VO	Verordnung
Vorbem.	Vorbemerkung

Abkürzungsverzeichnis

VR-RL	Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates
W3C	World Wide Web Consortium
Warenkauf-RL	Richtlinie (EU) 2019/771 des Europäischen Parlaments und Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte des Warenkaufs, zur Änderung der Verordnung (EU) 2017/2394 und der Richtlinie 2009/22/EG sowie zur Aufhebung der Richtlinie 1999/44/EG
WCT	WIPO-Urheberrechtsvertrag
Werbe-RL	Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung
WP	Working Paper
WPPT	WIPO-Vertrag über Darbietungen und Tonträger
ZGE	Zeitschrift für geistiges Eigentum
ZKD-RL	Richtlinie 98/84/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 20. November 1998 über den rechtlichen Schutz von zugangskontrollierten Diensten und von Zugangskontrolldiensten
ZKDSG	Gesetz über den Schutz von zugangskontrollierten Diensten und von Zugangskontrolldiensten

Im Übrigen wird auf *Böttcher, Eike*, Abkürzungsverzeichnis der Rechtssprache, begründet von *Hildebert Kirchner*, 8. Aufl., Berlin, Boston, 2015 sowie *Duden, Konrad*, Die deutsche Rechtschreibung, 27. Aufl., Berlin, 2017 verwiesen.