

IT-RECHT

RA Hon.-Prof. Dr. Clemens Thiele, LL.M. Tax (GGU)

Der Marktplatzbetreiber als Mittelsperson: Was online gilt, gilt auch (fast) offline

» jusIT 2016/61

✦ E-Commerce-Recht; Haftung von Mittelspersonen, Markenrechtsverletzung; Designrecht; Intermediäre; Rechtsdurchsetzung; Unterlassung; Beseitigung; Abschlussverbot; Schutzrechte, gewerbliche; Gleichbehandlung offline/online

§ RL 2004/48/EG: Art 2 Abs 1, Art 11 Satz 3; RL 2001/29/EG: Art 8 Abs 3; RL 2000/31/EG: Art 14; ECG §§ 13 ff

Die Europäische Rsp hat den Kampf gegen die Design- und Markenpiraterie um eine interessante Facette bereichert. Vor Kurzem hat der Gerichtshof der Europäischen Union in Luxemburg¹ entschieden, dass der Betreiber eines physischen Marktplatzes es zu unterlassen hat, von Händlern begangene Schutzrechtsverletzungen zu prolongieren. Er hat sogar Maßnahmen zur Verhinderung erneuter Verstöße zu ergreifen. Er muss dafür sorgen, dass keine Produktfälschungen mehr an die KundInnen gebracht werden. Im Ergebnis führen die in den Mitgliedstaaten gerichtlich durchsetzbaren Ansprüche zu denselben Bedingungen, wie sie bereits für die Betreiber von Online-Marktplätzen wie eBay oder Suchmaschinenbetreiber wie Google gelten. Der vorliegende Beitrag nimmt eine erste Einschätzung dieser Entwicklung vor.

1. Der Ausgangsfall

In dem aus Tschechien stammenden Ausgangsfall liest sich die Klagsseite wie ein Who's who der Luxusmarken: Tommy Hilfiger Licensing LLC, Rado Uhren AG, Lacoste SA, Burberry Ltd ua gehen gegen die Betreiberin der Prager Markthallen () in der tschechischen Hauptstadt vor. Dort – so argumentierten die Markenartikler – war bekannt, dass Fälschungen hochpreisiger Markenartikel wie Kleidung, Uhren oder Handtaschen verkauft werden. Da es für Rechteinhaber überaus aufwendig ist, sich gegen die einzelnen, ständig wechselnden Händler zur Wehr zu setzen, hatten sich verschiedene bekannte Modelabels wie Burberry®, Lacoste® und Tommy Hilfiger® dazu entschieden, unmittelbar gegen den Betreiber der Prager Markthallen, die Delta Center a.s., vorzugehen. Zwar vertreibt Delta selbst keine gefälschten Waren, stellt den einzelnen Markthändlern aber Marktstände

sowie Flächen zum Aufstellen von Marktständen zur Verfügung. Durch die Klage wollten die Markenhersteller sicherstellen, dass Delta Maßnahmen gegen deren Mieter ergreifen muss, um den Verkauf von Fälschungen jetzt und in Zukunft zu unterbinden.

Die KlägerInnen beehrten Unterlassung, einschließlich der Beseitigung bestehender Mietverträge an Markthändler sowie die Urteilsveröffentlichung. Sie stützten sich dabei vor den tschechischen Handelsgerichten ua auf Art 11 IPRED,² der im nationalen Recht nahezu wortgleich umgesetzt worden war. Die ersten beiden Instanzen wiesen das im Sicherungsweg erhobene Unterlassungsbegehren ab, sodass letztlich der OGH der Tschechischen Republik („*1 HNV vĚRXG*“) zur unionsrechtlichen Auslegung folgende Vorlagefragen an den EuGH richtete:

1. Ist eine Person, die Mieterin eines Marktplatzes ist und den einzelnen Markthändlern Marktstände sowie Flächen zum Aufstellen von Marktständen zur Verfügung stellt, eine Mittelsperson, deren Dienste von einem Dritten zwecks Verletzung eines Rechts des geistigen Eigentums iSd Art 11 IPRED in Anspruch genommen werden?

2. Kann einer Person, die Mieterin eines Marktplatzes ist und den einzelnen Markthändlern Marktstände sowie Flächen zum Aufstellen von Marktständen zur Verfügung stellt, eine Maßnahme iSd Art 11 IPRED unter den Voraussetzungen auferlegt werden, die der Gerichtshof im *L'Oréal*-Fall³ für die Verhängung von Maßnahmen gegenüber den Betreibern von Online-Marktplätzen formuliert hat?

Im Wesentlichen hatte also das Europäische Höchstgericht zu klären, ob Schutzrechtsverletzungen auf realen Marktplät-

¹ EuGH 7. 7. 2016, C-494/15 (Tommy Hilfiger Licensing ua) = ECLI:EU:C:2016:528 = jusIT 2016/63, 140 (in diesem Heft).

² Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums (Text von Bedeutung für den EWR), ABl L 2004/157, 45.

³ EuGH 12. 7. 2011, C-324/09 (L'Oréal ua) = ECLI:EU:C:2011:474 = jusIT 2011/78, 167 (6V0XGHJ JHJ) = MR-Int 2011, 106 (9XUJW00HJ) = ÖBl-LS 2012/10 (6FKXP DFKHJ); dazu 6FKXP DFKHJ EuGH zur Haftung des Betreibers eines Online-Marktplatzes für Markenverletzungen, ecolx 2011, 1128.

zen gleich wie auf virtuellen Marktplattformen verfolgt werden können.

2. Die Entscheidung des Gerichts

Der EuGH entschied zugunsten der KlägerInnen. Sie konnten mit Recht nicht nur gegen die Händler, also die Mieter der Marktstände, vorgehen, sondern auch gegen Delta als den Vermieter. Dieser hatte nämlich „als Mittelsperson“ den Händlern ermöglicht, gefälschte Markenwaren auf den vermieteten Standflächen anzubieten. Der Luxemburger Richterspruch legt damit letztlich die zur Unionsvorschrift wortgleichen Bestimmungen des tschechischen Gesetzes Nr 221/2006 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums iSv Art 11 Satz 3 IPRED aus, wonach Rechteinhaber auch Anordnungen gegen Mittelspersonen beantragen können, deren Dienste von einem Dritten zwecks Verletzung eines Rechts des geistigen Eigentums in Anspruch genommen werden.

In seinem Urteil stellt der Gerichtshof zu Art 11 leg cit fest, dass ein Wirtschaftsteilnehmer, der Dritten eine Vermietungs- oder Untervermietungsdienstleistung von Flächen auf einem Marktplatz anbietet und so diesen Dritten die Möglichkeit bietet, dort gefälschte Waren feilzubieten, als „Mittelsperson“ iSd Rechtsdurchsetzungs-RL qualifiziert werden muss.⁴ Folglich, so der EuGH weiter, kann auch der Betreiber eines physischen Marktplatzes dazu gezwungen werden, von Händlern begangene Markenrechtsverletzungen abzustellen sowie Maßnahmen zur Verhinderung erneuter Verstöße zu ergreifen.⁵ Insoweit besteht kein Unterschied zwischen der Position der Beklagten und einer Mittelsperson auf einem Online-Marktplatz.⁶

3. Kritische Würdigung und Ausblick

Das vorliegende Urteil überträgt die zu Online-Marktplätzen ergangene Grundsatzentscheidung */D HDOH/D/*⁷ auf physische Ladengeschäfte. In der Folge ist daher zunächst darzulegen, worin denn die Haftungsanforderungen für gerichtliche Anordnungen gegenüber Mittelspersonen auf einem Online-Marktplatz bestehen, und welche davon auf Offline-Marktplatzbetreiber zu übertragen sind. Schließlich soll ein Ausblick auf die mögliche Entwicklung im nationalen Recht versucht werden.

3.1. Haftung der Online-Vermittler

Die Rsp⁸ hat festgestellt, dass Maßnahmen gegen Betreiber eines Online-Marktplatzes als Mittelspersonen gem Art 11 Satz 3

IPRED nicht nur zur Beendigung von aktuellen Rechtsverletzungen durch die Benutzer des Marktplatzes, sondern auch zur Vorbeugung gegen erneute derartige Verletzungen erlassen werden können; etwa Maßnahmen, die die Identifizierung der Kunden erleichtern, oder der gerichtliche Auftrag, einen Kunden, der geistige Eigentumsrechte verletzt, auszuschließen. Es kann jedoch nicht verlangt werden, dass ein Anbieter eines Online-Dienstes aktiv alle Angaben eines jeden seiner Kunden überwacht, um Rechtsverletzungen vorzubeugen.⁹

Die Europäische Rsp räumt schließlich dem Betreiber eines Online-Marktplatzes uU das Online-Haftungsprivileg des Art 14 EC-RL¹⁰ ein, wenn sich der Betreiber darauf beschränkt, seine Dienste „mittels rein technischer und automatischer Verarbeitung“ durchzuführen, ohne eine aktive Rolle zu übernehmen.¹¹ Zweitens aber darf nach Art 14 Abs 1 lit b EC-RL, selbst wenn die Leistungen des Diensteanbieters in diesem Sinne bloß passiv erfolgen, keine tatsächliche Kenntnis – im Hinblick auf Schadenersatzansprüche auch kein entsprechendes Bewusstsein – über Rechtswidrigkeiten vorhanden sein bzw sind nach Kenntniserlangung die Daten unverzüglich zu löschen oder der Zugang zu ihnen zu sperren. Der EuGH stellt dazu klärend fest, dass bei der Prüfung, ob dem Diensteanbieter Tatsachen bewusst gewesen seien, auf den „sorgfältigen Wirtschaftsteilnehmer“ abzustellen ist,¹² und betont, Art 14 Abs 1 EC-RL solle „alle Fälle erfassen, in denen sich der betreffende Anbieter in der einen oder anderen Weise solcher Tatsachen oder Umstände bewusst war“.¹³ Im Ergebnis gelangt das Europäische Höchstgericht zu einer restriktiven Handhabung der Providerprivilegien.¹⁴

Eine Haftungsfreistellung für Vermittler greift dann nicht ein, wenn der Anbieter des Dienstes, anstatt sich darauf zu beschränken, diesen mittels rein technischer und automatischer Verarbeitung der von seinen Kunden eingegebenen Daten neutral zu erbringen, eine aktive Rolle spielt, die ihm Kenntnis dieser Daten oder Kontrolle über sie verschaffen konnte.¹⁵

Schließlich ist in materiell-rechtlicher Hinsicht noch zu berücksichtigen, dass „Online-Provider“ urheberrechtliche „Vermittler“ iSv Art 8 Abs 3 InfoSoc-RL sind.¹⁶ Derzeit hat sich der EuGH mit der Vorlagefrage zu befassen, ob Art 8 Abs 3 InfoSoc-RL und Art 11 IPRED eine Grundlage für eine Anordnung gegenüber

⁴ Vgl EuGH 7. 7. 2016, C-494/15 Rz 30.

⁵ Vgl EuGH 7. 7. 2016, C-494/15 Rz 34.

⁶ Vgl EuGH 7. 7. 2016, C-494/15 Rz 37 und Tenor 2.

⁷ EuGH 12. 7. 2011, C-324/09.

⁸ EuGH 12. 7. 2011, C-324/09; 24. 11. 2011, C-70/10 (Scarlet Extended) = ECLI:EU:C:2011:771 = jusIT 2011/98, 215 (6V0XGHJ/JHJ); 16. 2. 2012, C-360/10 (SABAM/Netlog) = ECLI:EU:C:2012:85 = ecolex 2012/147, 333 (=HP DQQ) = jusIT 2012/22, 54 (6V0XGHJ/JHJ); zu beiden %HLPURKUJ Die Entscheidung des OLG Wien im Fall kino.to – eine kritische Stellungnahme zu nicht konkretisierten Sperrverpflichtungen, jusIT 2012/40, 85.

⁹ Zur ganz wesentlichen Abgrenzung zwischen „Vermittler“ und „Medieninhaber“ im Pressebereich siehe EuGH 11. 9. 2014, C-291/13 (Papasavvas) = ECLI:EU:C:2014:2209 = ZIR 2014, 410 (7KIH0) = jusIT 2015/4, 16 (6V0XGHJ/JHJ) = MR-Int 2015, 37 (7KIH0); dazu instruktiv 6V0XGHJ/JHJ Haftungsprivilegierung des Hostproviders oder Medieninhaberschaft – tertium non datur, ALJ 2015, 42 mwN.

¹⁰ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insb des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“), AB L 2000/178, 1.

¹¹ Vgl EuGH 12. 7. 2011, C-324/09 Rz 114.

¹² Vgl EuGH 12. 7. 2011, C-324/09 Rz 120.

¹³ Vgl EuGH 12. 7. 2011, C-324/09 Rz 120.

¹⁴ Zutreffend 6V0XGHJ/JHJ jusIT 2011, 167 (168).

¹⁵ EuGH 12. 7. 2011, C-324/09 Rz 113.

¹⁶ Zum Access-Provider vgl EuGH 19. 2. 2009, C-557/07 (LSG) = ECLI:EU:C:2009:107 = MR 2009, 40 (' DXP) = jusIT 2009/22, 53 (0DGHJ).

einem Vermittler oder einer Mittelsperson im Sinne dieser Bestimmungen bieten, der oder die Verletzungshandlungen Dritter im Auffinden geschützter Werke über eine Website mit frei zugänglichen Metainformationen erleichtert.¹⁷

Online-Vermittler unterliegen auch besonderen prozessualen Anknüpfungsmöglichkeiten. Bei Haftungsklagen wegen Verletzung von Urhebervermögensrechten ist nach Art 5 Z 3 EuGV-VO 44/2001/EG (nunmehr Art 7 Nr 2 EuGV-VO 2012)¹⁸ das Gericht des Mitgliedstaats zuständig, der die Rechte gewährleistet.¹⁹ Der Inhaber des Rechts des geistigen Eigentums an einer Ware, die über die Website eines Onlineshops in einem Drittstaat an einen EU-Bürger verkauft wurde, kann den ihm durch die Zollverordnung gewährten Schutz zu einem Zeitpunkt, zu dem die Ware in das Hoheitsgebiet des Mitgliedstaats gelangt, allein aufgrund des Erwerbs der Ware beanspruchen.²⁰

Resümierend lässt sich insb festhalten, dass der EuGH letztlich im Ergebnis eine restriktive Handhabung der Providerprivilegien des Art 14 RL-EC für Betreiber von Online-Marktplätzen stärkt.²¹

3.2. Was online gilt, gilt also auch offline – immer?

Die Entscheidung des EuGH stimmt zunächst mit der aus dem internationalen Markenrecht bekannten „landlord liability“ überein. Bereits in der viel beachteten *BON & UHWO DUNHE*-Entscheidung aus dem Jahr 2006 hatte der Volksgerichtshof Peking auf eine ua von Burberry, Chanel, Gucci, Louis Vuitton und Prada angestrenzte Klage hin den Betreiber des Beijing Xiushui Markets („Seidenstraßen-Markt“), einem der größten Fälschermärkte Chinas, wegen Markenrechtsverletzung verurteilt.²² Aus dem Sachverhalt ergibt sich Folgendes: Delta Center ist Mieterin eines Marktplatzes in den Prager Markthallen (Tschechien). Sie vermietet verschiedene Verkaufsflächen an Händler weiter. Aus dieser Rolle als gewerbliche Weitervermieterin drängt sich zunächst die Parallele zur Vermittlerfunktion auf. Ferner stellt sich die Frage nach der (zusätzlichen) Haftung der Prager Markthallen als Eigentümerin und ursprüngliche Vermieterin der Prager Markthallen.

Anders als das Unternehmen eBay, das die Online-Versteigerung im eigenen Namen auf eigenen Servern und damit selbst betreibt, „reicht“ Delta das Mietrecht lediglich „durch“. Legt man daher den von der Lehre²³ überzeugend dargelegten Maßstab für einen „Vermittler“ an, stellen sich durchaus Zweifel an der (vorbehaltlosen) Aussage, dass für Betreiber „physischer Märkte“ dieselben Regeln gelten wie für „virtuelle Märkte“ im Internet.

Zutreffend ist zunächst, dass im Grundsatz auch bei einer Markthalle die Hersteller und Markeninhaber vom Betreiber verlangen können, von Händlern begangene Markenrechtsverletzungen abzustellen sowie Maßnahmen zur Verhinderung erneuter Verstöße zu ergreifen. Diese Maßnahmen müssten allerdings nicht nur „wirksam und abschreckend, sondern auch gerecht und verhältnismäßig“ sein. Der legale Handel dürfe nicht beeinträchtigt werden, und dem Marktbetreiber dürften keine unverhältnismäßigen Kosten entstehen. Insb könne daher vom Markthallenbetreiber keine „generelle und ständige Überwachung“ verlangt werden.²⁴

ME gelten daher die zur Haftung und Durchsetzung von Rechtsverletzungen an Geistigem Eigentum zu Online-Handelsplattformen entwickelten Grundsätze insoweit gleichermaßen, als nicht die Besonderheiten des Online-Mediums oder der Ubiquität des Internet und seiner Dienste eine unterschiedliche Behandlung im Tatsächlichen rechtfertigen. Das bedeutet, ohne diesen Gedanken aufgrund der gebotenen Kürze zu vertiefen, dass die prozessuale Durchsetzbarkeit und internationale Zuständigkeit ebenso eingeschränkt zur Geltung kommen wie die Haftungsprivilegierungen der EC-RL. Demgegenüber ist die Abgrenzung zur markenmäßigen Verwendung zu beachten, wenn in der realen Welt bloße Hilfsdienste, wie zB ein Abfüllen, geleistet werden. Ein Dienstleistender, der im Auftrag und nach den Anweisungen eines Dritten Aufmachungen abfüllt, die der Dritte ihm zur Verfügung gestellt hat, der darauf zuvor ein Zeichen hat anbringen lassen, das mit einem als Marke geschützten Zeichen identisch oder ähnlich ist, nimmt nicht selbst die Benützung dieses Zeichens vor, die nach Art 5 Abs 1 lit b der Marken-RL verboten werden kann.²⁵ Weiteres Augenmerk sollte auch dem Gedanken der Anti-Diskriminierung geschenkt werden: Die Einlegung einer sog „allgemeinen Markenbeschwerde“ beim Betreiber einer Internetsuchmaschine ist nicht deshalb eine unlautere Behinderung iSv § 4 Nr 10 dUWG, weil Mitbewerber, die eine nicht markenverletzende Adwords-Werbung beabsichtigen, die vorherige Zustimmung des Markeninhabers einholen müssen.²⁶ Dieser Gedanke ist von Online-Marktplätzen durchaus auf physische Märkte zu übertragen.

¹⁷ Anhängig als Rs C-610/15 (Stichting Brein/Ziggo BV und XS4All Internet BV), ABl C 2016/48, 13.

¹⁸ VO (EU) 1215/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2012 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, ABl L 2012/351, I (auch Brüssel-Ia-VO).

¹⁹ EuGH 3. 10. 2013, C-170/12 (Pinckney) = ECLI:EU:C:2013:635 = jusIT 2013/94, 205 (6V0XGHJ JHJ) = ÖBl 2014/11, 43 (* DLEHJ); dazu 6U/P HN, EuGH „Hejduk“: Gerichtszuständigkeit bei Urheberrechtseingriffen im Web, MR 2015, 3, und * UKQEHUJHJ Zuständigkeitsbegründender Erfolgsort bei Urheberrechtsverletzungen, IPRax 2015, 56.

²⁰ EuGH 6. 2. 2014, C-98/13 (Blomqvist) = ECLI:EU:C:2014:55 = ecolex 2014/219, 548 (+LHJHJ) = ÖBl 2014/29, 128 (' RQ WQ) zu einer Rolex-Nachahmung aus China.

²¹ EuGH 12. 7. 2011, C-324/09 Rz 121.

²² Zitiert nach <<http://www.handelsblatt.com/unternehmen/handel-konsumgueter/luxusartikel-hersteller-franzoesische-konzerne-wehren-sich-gegen-produktpiraterie/2643800.html>> (15. 7. 2016).

²³ 6V0XGHJ JHJ ALJ 2015, 42 (45 f); GHW, Medieninhaber als Hostprovider?, jusIT 2015/34, 86 mwN.

²⁴ Vgl bereits EuGH 19. 4. 2012, C-461/10 (Bonnie Audio ua) = ECLI:EU:C:2012:219 = ecolex 2012/336, 803 (=HP DQQ) = jusIT 2012/44, 96 (6V0XGHJ JHJ) = MR-Int 2012, 29 (' DXP); 16. 2. 2012, C-360/10 (SABAM/Netlog).

²⁵ EuGH 15. 12. 2011, C-119/10 (Frisdranken Industrie Winters) = ECLI:EU:C:2011:837 = ecolex 2012/146, 331 (+RUDN) = MR-Int 2012, 86 (7KIHJ).

²⁶ BGH 12. 3. 2015, I ZR 188/13 (Uhrenankauf im Internet) = jusIT 2015/44, 109 (O H HJ) = ZIIR 2015, 307 (7KIHJ).

4. Ausblick – die Aufgabe der nationalen Gerichte

Die Entscheidung des EuGH ist vor dem Hintergrund der Judikatur zur Haftung von Online-Marktplätzen konsequent und führt zu einer deutlichen Stärkung der Position von Rechteinhabern. In der Praxis lassen sich so die Rechte von Markeninhabern effektiver durchsetzen. Diese müssen nicht (wiederholt) gegen jeden einzelnen und oft schwer zu greifenden Händler vorgehen, sondern können unmittelbar den Betreiber des Marktplatzes auf Beseitigung und Unterlassung in Anspruch nehmen, um sicherzustellen, dass keine rechtsverletzenden Waren mehr auf dem Marktplatz gehandelt werden.

Markenrechtsverletzungen auf großen Marktplätzen unterscheiden sich online oder offline kaum voneinander. Daher ist es zunächst sachgerecht, die Pflicht zur Überwachung der Marktstände dem Vermieter aufzubürden, da dieser am besten dazu in der Lage ist, Rechtsverstößen schnell und effektiv ein Ende zu setzen. So kann er etwa den mit dem Verkäufer der Plagiate geschlossenen Mietvertrag kündigen und diesen aus seinen Markthallen verbannen. Dem Vermieter diese Prüfpflichten aufzuerlegen, ist angemessen, um zu verhindern, dass er selbst über die Miete vom Verkauf rechtsverletzender Waren profitiert. Letztlich führt dies zwar dazu, dass Vermieter von Verkaufsflächen in Zukunft ihre Mieter kontrollieren müssen. Unzumutbare Überwachungs- und Prüfpflichten können den Vermietern aber nicht abverlangt werden, was der EuGH in seinem Urteil auch für physische Marktplatzbetreiber noch einmal klargestellt hat.²⁷ Insb dürfen die dem Vermieter abverlangten Maßnahmen für diesen nicht übermäßig kostspielig sein und keine Schranken für den rechtmäßigen Handel errichten. Zudem wird man fordern müssen, dass der Rechteinhaber den Vermieter – dem Gedanken des im Online-Bereich etablierten *1 RWLHFDQ 7DNH' RZ Q* Verfahrens²⁸ entsprechend – über die erstmalige Rechtsverletzung in Kenntnis setzt, um überhaupt Kontrollpflichten auszulösen, da auch im Offline-Bereich eine anlasslose präventive Prüfpflicht unzumutbar wäre.

Die mitunter nicht einfache Aufgabe, die Reichweite der Überwachungs- und Prüfpflichten im Einzelfall zu bestimmen, bleibt den nationalen Gerichten überlassen. Wichtige Hinweise zur Be-

stimmung zumutbarer Prüfpflichten hat der EuGH aber bereits in der oben unter Punkt 3.1. referierten Rsp zu virtuellen Marktplätzen gegeben, auch wenn sich diese nicht immer 1:1 von Online- auf Offline-Marktplätze übertragen lassen. Anders als im virtuellen Raum lassen sich nämlich die Kontrollmaßnahmen auf physischen Marktplätzen nicht technisch-automatisiert durchführen, sondern erfordern Personal vor Ort, maW, sie müssen durch Mitarbeiter des Vermittlers vorgenommen werden.

Letztlich bleibt es die Herausforderung für die nationalen Gerichte, eine umfassende und wohl begründete Interessenabwägung vorzunehmen, um in ihren Entscheidungen sicherzustellen, dass durch Inanspruchnahme des an der Schnittstelle sitzenden Vermieters physischer Marktstände effektiv gegen Rechtsverletzungen vorgegangen werden kann, ohne diesem uferlose Kontrollpflichten aufzubürden.

5. Zusammenfassung

Der EuGH hat die Position von Rechteinhabern am Geistigen Eigentum deutlich gestärkt. Design- oder Markeninhaber können den Verkauf von Produktfälschungen auf realen Märkten nun dadurch wirksam unterbinden, dass sie nicht nur die Händler als unmittelbare Verletzer, sondern gleich die Vermieter der Marktstände als Mittelspersonen („intermediaries“ – Vermittler) nach Art 11 Satz 3 IPRED in Anspruch nehmen. Diese müssen künftig selbst darauf achten, dass auf ihrem Markt keine Fälschungen mehr verkauft werden, möchten sie ihre eigene Haftung vermeiden. Damit stellt das vorliegende Urteil letztlich einen Gleichklang der Verantwortlichkeit von Marktplatzbetreibern für virtuelle und reale Verkaufsgelegenheiten her: Was online gilt, gilt auch offline – wenngleich nicht uneingeschränkt, da die Besonderheiten des jeweils anderen Marktes im Tatsächlichen und Rechtlichen zu beachten sind.



Der Autor:

RA Hon.-Prof. Dr. Clemens Thiele, LL.M. Tax (GGU) studierte US-amerikanisches Steuerrecht in San Francisco; Gründer der RA-Kanzlei EUROLAWYER® in Salzburg; Fachbuch-Autor; gerichtlich beeideter Sachverständiger für Urheberfragen aller Art, insb Neue Medien und Webdesign.

✉ Anwalt.Thiele@eurolawyer.at

🌐 lesen.lexisnexus.at/autor/Thiele/Clemens

Foto: D. Wild

²⁷ EuGH 7. 7. 2016, C-494/15 Rz 35.

²⁸ Dazu bereits *7KLH04*, Persönlichkeitsschutz in Neuen Medien – Facebook, Google & Co, AnwBl 2013, 11 (13 f) mwN.