

IT-Sicherheit – Urteilsbesprechung Ausgabe 01/2009

AG München: IP-Adresse kein personenbezogenes Datum.

Die IP-Adresse und kein Ende. Nunmehr hat das Amtsgericht München mit Urteil vom 30.09.2008 entschieden, dass für den Betreiber einer Internetseite die dynamisch vergebene IP-Adresse der Nutzer dieser Seite kein personenbezogenes Datum sei und daher die IP-Adresse auch gespeichert werden dürfe. Zumindest für den Betreiber einer Internetseite sei es nicht möglich die hinter einer dynamisch vergebenen IP-Adresse stehende Person zu bestimmen. Die Frage der - zumindest mittelbaren - Bestimmbarkeit ist datenschutzrechtlich ausschlaggebend für die Frage, ob ein bestimmtes Datum personenbezogen ist oder nicht.

Die Leitsätze des Gerichts lauten:

- 1. Dynamische IP-Adressen sind grundsätzlich keine personenbezogenen Daten im Sinne des § 3 Abs. 1 BDSG.*
- 2. Einer in den Log-Files eines Webserver gespeicherten (dynamischen) IP-Adresse fehlt die Bestimmbarkeit i.S.v. § 3 BDSG, wenn die datenspeichernde Stelle (hier: Betreiber eines Internetportals) die hinter der Einzelangabe (hier: IP-Adresse) stehende Person nicht mit den ihr normalerweise zur Verfügung stehenden Kenntnissen und Hilfsmitteln und ohne unverhältnismäßigen Aufwand bestimmen kann.*
- 3. Der Betreiber eines Internetportals kann den hinter einer dynamischen IP-Adresse stehenden Nutzer nur mit Hilfe des Access Providers ermitteln, der aber mangels Rechtsgrundlage Angaben über den Nutzer nicht ohne weiteres zur Verfügung stellen darf. Die theoretisch denkbare, aber dann illegale Möglichkeit einer Identifikation des Nutzers durch den Access Provider und Weitergabe der Daten an den Portalbetreiber entspricht nicht der Definition der Bestimmbarkeit der personenbezogenen Daten (vgl. zuvor Leitsatz 2). Eine illegale Handlung kann nicht als normalerweise und ohne großen Aufwand durchzuführende Methode angesehen werden.*

Das Urteil steht damit in klarem Widerspruch zu einer Entscheidung des Amtsgerichts Berlin-Mitte vom 27.03.2007. Das Gericht hatte hier dem Betreiber einer Webseite die Speicherung der IP-Adressen der Nutzer untersagt mit der Begründung es handele sich bei IP-Adressen immer um personenbezogene Daten, die somit hinsichtlich Erhebung, Speicherung und Nutzung dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) unterlägen. Gerade die Bestimmbarkeit einer Person, so das Amtsgericht Berlin-Mitte, sei nicht nur gegeben, wenn der Betroffene mit legalen Mitteln identifiziert werden könnte. Das Datenschutzrecht solle gerade vor Missbrauch von Daten schützen, so dass eine derartige Einschränkung des Begriffs der Bestimmbarkeit von Personen nicht gerechtfertigt erscheine.

Fazit:

Es bleibt spannend. Nach Meinung des Autors stellt eine dynamische IP-Adresse kein personenbezogenes Datum dar, da nur über die Staatsanwaltschaften oder die Gerichte nach rechtsstaatlichem Verfahren und nach strengen Kriterien eine Zuordnung über den Access-Provider des Nutzers überhaupt möglich wäre. Dies dürfte nicht genügen, um dem Erfordernis der "Bestimmbarkeit" einer natürlichen Person im Sinne des Datenschutzrechts gerecht zu werden.

Allerdings zeigen die beiden oben genannten gegensätzlichen Entscheidungen, dass es sich hier um ein Thema handelt, das uns noch lange begleiten wird. Bis zur endgültigen Klärung sollten Webseitenbetreiber daher sehr vorsichtig mit der Speicherung solcher Nutzerdaten sein, diese wenn möglich unterlassen oder zumindest in ausführlichen Datenschutzbelehrungen über die Verwendung und das Vorgehen mit diesen Daten informieren.

*Timo Schutt
Rechtsanwalt & Fachanwalt für IT Recht
www.schutt-waetke.de*

Der BGH spricht ein Machtwort zu Google-AdWords

Die Instanzgerichte waren sich lange uneinig. Die Oberlandesgerichte haben gegensätzlich entschieden. Nun hat der Bundesgerichtshof (BGH) als höchste Instanz gesprochen und etwas mehr Licht ins Dunkel der Nutzung fremder Markennamen oder geschäftlichen Bezeichnungen im Rahmen von Google-AdWords gebracht.

In drei am 22. Januar 2009 verkündeten Entscheidungen hat sich der unter anderem für das Markenrecht zuständige I. Zivilsenat des BGH mit der kennzeichenrechtlichen Beurteilung der Verwendung fremder Kennzeichen als Schlüsselwörter (Keywords) im Rahmen der Werbung mit Google-AdWords-Anzeigen befasst. In zwei Sachen hat der BGH Ansprüche der Kennzeicheninhaber verneint, in der dritten Sache hat er dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) eine Frage vorgelegt.

In den Verfahren ging es jeweils um die Frage, ob es eine Kennzeichenverletzung darstellt, wenn ein Dritter ein fremdes Kennzeichen (also eine Marke oder eine Unternehmensbezeichnung) oder eine dem geschützten Zeichen ähnliche Bezeichnung einem Suchmaschinenbetreiber gegenüber als Schlüsselwort angibt mit dem Ziel, dass bei der Eingabe dieser Bezeichnung als Suchwort in die Suchmaschine in einem von der Trefferliste räumlich getrennten Werbeblock eine als solche gekennzeichnete Anzeige des Dritten (mit Link auf dessen Website) als Werbung für seine Waren oder Dienstleistungen erscheint. In den entschiedenen Fällen enthielt die Anzeige weder das als Suchwort verwendete fremde Zeichen noch sonst einen Hinweis auf den Kennzeicheninhaber oder auf die von diesem angebotenen Produkte.

Im ersten Verfahren – I ZR 125/07 – hatte die beklagte Anbieterin von Erotikartikeln gegenüber Google das Schlüsselwort "bananabay" angegeben. "Bananabay" ist für die Klägerin, die unter dieser Bezeichnung ebenfalls Erotikartikel im Internet vertreibt, als Marke geschützt. Ist eine als Schlüsselwort benutzte Bezeichnung – wie in diesem Fall – mit einer fremden Marke identisch und wird sie zudem für Waren oder Dienstleistungen benutzt, die mit denjenigen identisch sind, für die die fremde Marke Schutz genießt, hängt die Annahme einer Markenverletzung in einem solchen Fall nur noch davon ab, ob in der Verwendung der geschützten Bezeichnung als Schlüsselwort eine Benutzung als Marke im Sinne des Markengesetzes liegt. Da die Bestimmungen des deutschen Rechts auf harmonisiertem europäischem Recht beruhen, hat der BGH das Verfahren ausgesetzt, um dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) diese Frage zur so genannten Vorabentscheidung vorzulegen. Der EuGH muss nun entscheiden, ob die Verwendung als Keyword in Google-AdWords eine Benutzung der Marke darstellt oder nicht.

Im zweiten Verfahren – I ZR 139/07 – standen sich zwei Unternehmen gegenüber, die über das Internet Leiterplatten anbieten. Für die Klägerin ist die Marke "PCB-POOL" geschützt. Der Beklagte hatte bei Google als Schlüsselwort die Buchstaben "pcb" angemeldet, die von den angesprochenen Fachkreisen als Abkürzung für "printed circuit board" (englisch für Leiterplatte) verstanden werden. Die AdWords-Anmeldung von "pcb" hatte zur Folge, dass auch bei Eingabe von "PCB-POOL" in die Suchmaschine von Google in dem Anzeigenblock neben der Trefferliste eine Anzeige für Produkte des Beklagten erschien. Der BGH hat in diesem Fall die Klage unter Aufhebung des Berufungsurteils abgewiesen. Der Markeninhaber kann in der Regel die Verwendung einer beschreibenden Angabe (hier "pcb") auch dann nicht untersagen, wenn sie markenmäßig benutzt und dadurch die Gefahr einer Verwechslung mit der geschützten Marke begründet wird. Der BGH hat in diesem Fall eine markenrechtlich erlaubte beschreibende Benutzung angenommen.

Am dritten Verfahren – I ZR 30/07 – war ebenfalls die Klägerin des zweiten Verfahrens – sie führt die Unternehmensbezeichnung "Beta Layout GmbH" – beteiligt. Hier ging es darum, dass ein anderer Wettbewerber bei Google als Schlüsselwort die Bezeichnung "Beta Layout" angemeldet hatte. Auch in diesem Fall erschien immer dann, wenn ein Internetnutzer bei Google als Suchwort "Beta Layout" eingab, neben der Trefferliste ein Anzeigenblock mit einer Anzeige für die Produkte des Wettbewerbers. In diesem Fall hat der BGH die Entscheidung des Berufungsgerichts bestätigt, das eine Verletzung der Unternehmensbezeichnung und einen entsprechenden Unterlassungsanspruch mit der Begründung verneint hatte, es fehle an der für die Verletzung der Unternehmensbezeichnung erforderlichen Verwechslungsgefahr. Der Internetnutzer nehme nicht an, dass die in dem Anzeigenblock neben der Trefferliste erscheinende Anzeige von der Beta Layout GmbH stamme. Diese Feststellung des war nach Auffassung des BGH nicht zu beanstanden. Da der Schutz der Unternehmensbezeichnungen anders als der Markenschutz nicht auf europäischem Recht beruht, kam in diesem Verfahren eine Vorlage an den Europäischen Gerichtshof nicht in Betracht.
(Quelle: Pressemitteilung des Bundesgerichtshofes Nummer 17/2009)

Fazit:

Die Fälle, in denen eine geschützte Marke identisch und für dieselbe Waren- oder Dienstleistungsgruppe verwendet wird, müssen zunächst vom Europäischen Gerichtshof entschieden

Schutt, Waetke

RECHTSANWÄLTE

werden. Solange es hier keine Entscheidung gibt kann nur dringend geraten werden, solche fremden Marken keinesfalls als Schlüsselbegriffe für die eigene Werbe-Kampagne zu benutzen.

Ist der verwendete Schlüsselbegriff beschreibend, weil er zum Beispiel eine Abkürzung für einen Fachbegriff darstellt, kann der Begriff als Schlüsselwort verwendet werden, auch dann wenn er als Marke für einen Anderen eingetragen ist.

Handelt es sich nicht um eine geschützte Marke, sondern um eine Unternehmensbezeichnung, also einen Firmennamen oder dergleichen, so ist entscheidend, ob der durchschnittliche User die AdWords-Anzeige mit der des Inhabers der verwendeten Bezeichnung verwechseln kann. Der BGH geht hier davon aus, dass der User sehr wohl weiß, dass die Trefferliste bei Google nicht mit den bezahlten Anzeigen übereinstimmen und dass die bezahlten Anzeigen auch von Wettbewerbern und nicht zwingend vom Inhaber der Unternehmensbezeichnung stammen können.

Timo Schutt

Rechtsanwalt & Fachanwalt für IT Recht

www.schutt-waetke.de