

AdBlock Plus zulässig

Programme, die lästige Werbung auf Internetseiten unterdrücken, sind praktisch. Über deren Zulässigkeit gingen die Meinungen bislang auseinander. Der BGH hat nun klargestellt, dass das Anbieten des Werbeblockerprogramms AdBlock Plus nicht unlauter und damit zulässig ist.



Geklagt hatte der Axel-Springer-Verlag, der redaktionelle Inhalte auf seinen Internetseiten zur Verfügung stellt und das Angebot durch Werbung finanziert.

Mit dem Werbeblocker AdBlock der Eyeo GmbH kann Werbung auf Internetseiten unterdrückt werden. Dabei wird Werbung, die von Filterregeln erfasst wird, die in einer sog. Blacklist enthalten sind, automatisch blockiert. Eyeo bietet Unternehmen die Möglichkeit, ihre Werbung von dieser Blockade durch Aufnahme in eine sog. Whitelist ausnehmen zu lassen. Dies setzt aber voraus, dass die Werbung bestimmte Anforderungen an eine "akzeptable Werbung" erfüllt. Zudem verlangt Eyeo zumindest bei größeren Unternehmen eine Umsatzbeteiligung.

Der Axel-Springer-Verlag hielt AdBlock Plus für wettbewerbswidrig und verlangte, dass das Anbieten des Programms untersagt werde. In erster Instanz hatte die Klage keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat das begehrte Verbot erlassen.

Entscheidung des BGH: AdBlock Plus nicht unlauter

In seinem Urteil von 19.04.2018 - I-ZR 154/16 ([Pressemitteilung Nr. 78/2018](#)) hat der BGH das Berufungsurteil im Hinblick auf das Verbot aufgehoben.

Das Angebot des Werbeblockers stelle keine gezielte Behinderung dar. Eine Verdrängungsabsicht liege nicht vor. Eyeo verfolge in erster Linie die Beförderung ihres eigenen Wettbewerbs. Sie erziele Einnahmen, indem sie gegen Entgelt die Möglichkeit der

Freischaltung von Werbung durch die Aufnahme in die Whitelist eröffne. Das Geschäftsmodell setze demnach die Funktionsfähigkeit der Internetseite des Verlags voraus.

Eyeo wirke mit dem Angebot von Adblock Plus nicht unmittelbar auf die vom Verlag angebotenen Dienstleistungen ein. Der Einsatz des Programms liege in der autonomen Entscheidung des Internetnutzers. Dem Verlag sei es zumutbar, Abwehrmaßnahmen zu ergreifen. Beispielsweise könnten Nutzer, die nicht bereit sind, auf den Einsatz eines Werbeblockers zu verzichten, ausgesperrt werden.

Dass das Geschäftsmodell der Bereitstellung kostenloser Inhalte im Internet zerstört werde, sah der BGH nicht. Auch eine unzulässige Beeinflussung der Marktteilnehmer hat das Gericht ausgeschlossen.

Fazit

Nachdem sich bereits mehrere Gerichte mit der Zulässigkeit von Adblock Plus befasst haben, hat der BGH nunmehr die bisherige Rechtsprechung bestätigt und klargestellt, dass das Anbieten von Werbeblockern wettbewerbsrechtlich zulässig ist.

Ob diese Rechtsprechung vom BVerfG bestätigt wird, bleibt abzuwarten. Der Axel-Springer-Verlag hat bereits eine Verfassungsbeschwerde gegen das Urteil angekündigt.