

pflichtet werden.¹⁵ Die Fortgeltung einer „alten“ Fensterprogrammzulassung und ihre Einbindung in die Zulassung eines neuen Hauptprogrammveranstalters durch eine entsprechende Auflage wären jedoch eine wesentliche Beeinträchtigung dessen grundrechtlich geschützter Programmautonomie.¹⁶ Eine derartige Beeinträchtigung bedarf einer hinreichend bestimmten gesetzlichen Grundlage. Eine solche existiert aber nicht.¹⁷ Stattdessen ordnet § 31 Abs. 6 S. 4 Hs. 2 RStV gerade das Erlöschen der Fensterprogrammzulassung durch Rückgabe der Zulassung des bisherigen Hauptveranstalters an (oben II.). Ein entgegenstehender gesetzgeberischer Wille ist hier – anders als in der ersten Konstellation (oben III. 1.) – nicht ersichtlich. Für eine einschränkende Auslegung des § 31 Abs. 6 S. 4 Hs. 2 RStV ist damit in den Konstellationen 2 und 3 insgesamt kein Raum. Vielmehr bleibt es bei dem eindeutigen Wortlaut der Norm. Ob im Rahmen des „Veranstalterwechsels“ auch die lizenzgebende Landesmedienanstalt gewechselt wird, spielt dabei keine Rolle. Insoweit besteht ein Wahlrecht des neuen Antragsstellers.

Hätte der Gesetzgeber also eine Beschränkung der Zulassung eines neuen Veranstalters bei Identität des veranstalteten Programms durch Fortgeltung alter Fensterprogrammzulassungen möglich machen wollen, hätte er dazu eine gesetzliche Grundlage schaffen müssen.

Dasselbe gilt, wenn man davon ausgeht, dass der verfassungsrechtliche und der einfachgesetzliche Begriff des „materiellen“ Rundfunkveranstalters nicht deckungsgleich sind.¹⁸ Dies lässt theoretisch Fälle denkbar werden, in denen ein Antragssteller zwar die Voraussetzungen des § 2 Abs. 2 Nr. 14 RStV, nicht aber die vom BVerfG entwickelten Kriterien erfüllt und somit nicht Grundrechtsträger der Rundfunkfreiheit ist. Zugunsten eines solchen Antragsstellers wäre aber jedenfalls die Berufsfreiheit in Gestalt der allgemeinen Gewerbefreiheit aus Art. 12 Abs. 1 GG zu berücksichtigen,¹⁹ weshalb auch hier eine gesetzliche Grundlage für die Fortgeltung von Fensterprogrammzulassungen über einen „Lizenzwechsel“ von dem einen auf den anderen Veranstalter hinaus erforderlich ist.

IV. Fazit und Folgen für die Praxis

Gibt ein privater Hauptprogrammveranstalter seine Zulassung für das von ihm bis dahin veranstaltete Programm zurück und wird ein neuer Antragsteller zur Veranstaltung dieses Programms zugelassen, erlöschen durch diesen

„Veranstalterwechsel“ nach derzeitiger Rechtslage die bisherigen im Verfahren nach § 31 RStV erteilten Fensterprogrammzulassungen für das Hauptprogramm gemäß § 31 Abs. 6 S. 4 Hs. 2 RStV. Dies gilt unabhängig davon, ob auch die lizenzgebende Landesmedienanstalt wechselt. Es gilt der Grundsatz „Ohne Wand kein Fenster“. In solchen Fällen des „Lizenzwechsels“ muss also – eine weiterhin gemäß §§ 26 Abs. 5, 31 RStV bestehende Verpflichtung zur Einräumung von Drittsendezeiten vorausgesetzt – das Vergabeverfahren nach § 31 RStV vollständig neu durchgeführt werden. Die Zuständigkeit hierfür liegt unproblematisch bei der Landesmedienanstalt, die die neue Hauptprogrammzulassung vergeben hat.

Nur dann, wenn tatsächlich dieselbe natürliche oder juristische Person nach Rückgabe ihrer Zulassung für dasselbe Programm bei einer anderen Landesmedienanstalt eine erneute Zulassung beantragt, kann § 31 Abs. 6 S. 4 Hs. 2 RStV dahingehend ausgelegt werden, dass die ursprüngliche Verzichtserklärung nicht dazu führt, dass die Hauptprogrammzulassung „endet“. Der Hauptprogrammveranstalter kann und muss dann seinen Sendebetrieb auf der Grundlage einer durch die Fensterprogrammzulassungen beschränkten Zulassung fortsetzen.

15 Vgl. *Bumke* in: Hahn/Vesting (Fn. 10), § 20 RStV Rn. 56.

16 Dem neuen Hauptprogrammveranstalter wären zudem die im Ausgleich für die Beeinträchtigung seiner Programmautonomie durch die Fensterprogramme statuierten Mitwirkungsrechte im Verfahren nach § 31 Abs. 4 RStV abgeschnitten.

17 Dies gilt nicht nur hinsichtlich der Fortgeltung der Fensterprogrammzulassung, sondern auch für die (zivil-)vertragliche Vereinbarung zwischen Haupt- und Fensterprogrammveranstalter nach § 31 Abs. 5 RStV. Diese dürfte vom alten Hauptprogrammveranstalter, der seine Zulassung zurückgibt, in der Regel gekündigt werden. Aus der einschränkenden Regelung in § 31 Abs. 5 S. 3 RStV, wonach eine Kündigung der Vereinbarung „während der Dauer der Zulassung nach Absatz 6“ nur wegen schwerwiegender Vertragsverletzungen oder aus einem wichtigen Grund möglich ist, wird im Umkehrschluss deutlich, dass eine Kündigung *zum Ende* der Zulassung unproblematisch zulässig ist. Selbst wenn eine Kündigung unterbliebe, wäre eine andere juristische Person, die Nachfolgerin des alten Veranstalters ist, nicht automatisch Partei der Vereinbarung und würde von ihr zivilrechtlich nicht gebunden. In beiden Fällen scheidet eine hoheitliche Fort- bzw. Überschreibung dieser Vereinbarung auf einen neuen Hauptprogrammveranstalter schon deshalb aus, weil hierfür keine Rechtsgrundlage vorhanden ist, vgl. VG Neustadt a. d. Weinstraße, 23. 8. 2012 – K 417/12.NW, ZUM-RD 2013, 156, 170 ff.; s. auch *Müller-Terpitz*, in: Gersdorf/Paal (Hrsg.), Informations- und Medienrecht, Kommentar, 2014, § 31 Rn. 51.

18 So *Schulz*, in: Hahn/Vesting (Fn. 10), § 2 Rn. 164, mit Hinweis auf OVG Koblenz, 6. 11. 2003 – 2 B 11374/03.OVG, S. 7.

19 Vgl. hierzu *Bethge*, DÖV 2002, 673, 675 ff.

Länderreport USA

RA Clemens Kochinke, Washington DC*

Während Politiker gegenwärtig Datenverluste sowie Datenschutz und dafür angezeigte neue Gesetze, möglicherweise gar auf Bundesebene, erörtern, bieten sie kaum Greifbares. Die Fortentwicklung des Rechts in den Vereinigten Staaten geschieht primär im Case Law, dem Präzedenzfallrecht, das auch mit Jahrhunderten alten Doktrinen Streitfälle von Kondomen und Bügeleisen bis zu Videospiele löst. Die Rechtsprechung war zuletzt besonders im Werberecht aktiv, und oberste Bundesbehörden

haben mit Handbüchern und weiteren Vorgaben die Rechtspraxis bereichert.

I. Unterbindung des Vertriebs gestohlener Daten

Ob Nordkorea oder Sony-Mitarbeiter über den Twitter-Kommunikationsdienst von Rechnern des Multimedia-

* Mehr über den Autor erfahren Sie auf S. VIII.

riesen SPE entwendete Daten und Filme verbreiten, ließ die Kanzlei der Firma dahingestellt sein, als sie am 22. 12. 2014 dem Syndikus des Dienstes eine geharnischte Abmahnung¹ zustellte, die ihrerseits auf heftige Kritik von Verfechtern der Meinungsfreiheit nach dem ersten Zusatz zur amerikanischen Bundesverfassung² stieß. Anders als nach dem deutschen GoA-Prinzip geht die Abmahnung auf Kosten des Abmahnenden, und nicht jedes Opfer kann sie sich leisten. Wie bei vermuteten Eingriffen in die Meinungsfreiheit oft praktiziert, wurde Sonys Abmahnung in das Internet gestellt.³ Sie dient damit als abschreckendes Beispiel wie auch als lehrreiche Diskussionsvorlage für ähnliche Streitigkeiten. Die Rechtsgrundlagen der Sony-Ansprüche beschreibt das Dokument mit einer geballten Normensammlung aus Bundes- und einzelstaatlichem Recht, die in einem Prozess dezidiert aufzuschlüsseln wäre.⁴ Die Forderungen Sonys reichen von der Unterdrückung von Mitteilungen in bestimmten Twitter-Kundenkonten bis zur Offenlegung von Twitters Kundendaten. Für den angedrohten Schadensersatzanspruch Sonys ist besonders bedeutsam, dass Sony ausdrücklich die Zustimmung zur Verbreitung entwendeter Materialien versagt und Twitter unterstellt, bereits Kenntnis von Sonys Missbilligung der Verbreitung besessen zu haben.⁵ Zur Abwehr der Abmahnung mag sich Twitter auf die Haftungsimmunität nach § 230 des Communications Decency Act of 1996 berufen, der ISPs schützen soll und als wichtigste Waffe zur Verteidigung der Online-Meinungsfreiheit gewertet wird. Neben Einreden sind auch im Wege der Widerklage geltend zu machende Ansprüche gegen Sony denkbar, die bis zur strafschaftsauslösenden Behauptung des rechtswidrigen Eingriffs in Vertragsbeziehungen Dritter, *tortious Interference*, reichen können. Diese in Dreiecksverhältnissen häufig anzutreffende Behauptung dringt jedoch bei gutem Glauben in die Berechtigung der Abmahnung selten durch.⁶

II. Pressefreiheit oder Privatsphärenschutz?

Gerichtsakten darf jeder einsehen, und Verfahren darf jeder beobachten; dies dient der Presseberichterstattung und entspricht dem Öffentlichkeitsgrundsatz. Manche Prozesse setzen die Privatsphäre gewaltigen Gefahren aus, sodass Kläger wie der Arzt im Fall *Anonymous v. Medco Health Solutions Inc.* ein Recht auf die anonyme Verfolgung ihrer Ansprüche behaupten. Seine Krankenversicherung hatte seine Medikation an sein Praxisfaxgerät versandt, sodass sein Personal mit dem Fax von seiner Krankheit erfuhr. Er fordert Schadensersatz unter der Bedingung, dass das Gericht seinen Namen anonymisiert und die Gerichtsakten versiegelt, *seal the court records*. Er scheitert, auch in der Revision am 16. 12. 2014.⁷ Das Gericht bestätigte die untergerichtliche Interessensabwägung: Der zu erwartende wirtschaftliche Schaden durch eine Veröffentlichung seiner Krankheit sei begrenzt, weil neue Patienten primär durch Überweisungen von Kollegen zum Kläger kämen. Die Ärzte seien in der Lage, seine Verfassung fachkundig einzuschätzen. Seine Eignung als Arzt sei deshalb nicht gefährdet. Die untergerichtliche Zusicherung der Schwärzung von Aktenstellen nach Einzelprüfung vertraulicher Krankheitsinformationen schütze ihn hinreichend. Die beantragte Versiegelung unterliege einer hier unwiderlegten Vermutung zugunsten des direkten Zugriffs der Öffentlichkeit auf alle Gerichtsakten. Insgesamt überwiegt ihr Informationsinteresse, das das Untergericht im Laufe des Prozesses von Fall zu Fall gegen seinen Privatsphärenanspruch abwägen müsse.

III. Meinungsfreiheit oder Kondomzwang?

Auch in den USA stößt die Meinungsfreiheit an Grenzen. Pornografie darf sich als Kommunikation unter dem ersten Verfassungszusatz austoben, doch darf auch eine Kreisverwaltung zum Schutze der Mitglieder dieses für sie bedeutsamen Wirtschaftszweiges einen Kondomzwang verhängen. Selbst vor dem als liberal geltenden Bundesberufungsgericht des neunten Bezirks an der US-Westküste konnte die die Kreisverwaltung verklagende Filmfirma nicht mit ihrer Auffassung durchdringen, die neuen Normen überschritten die Grenzen der für die verfassungsrechtlich geschützte gewerbliche Rede zulässigen Einschränkungen. Das Gericht hielt sowohl die Kondompflicht wie die ebenfalls erlassene Belehrungspflicht über vermeidbare Krankheiten sowie Genehmigungs- und Meldepflichten für verfassungsgemäß. Im Fall *Vivid Entertainment LLC v. Jonathan Fielding* verkündete das Gericht am 15. 12. 2014 eine 30-seitige Revisionsbegründung,⁸ die zu einer einheitlichen Rechtsprechung in den USA führen dürfte.

Vor dem Hintergrund dieser Entscheidung sind die Grundsätze des gewerblichen Meinungsschutzes bedeutsam. Diese stellte das Bundesberufungsgericht des ersten Bezirks der USA an der Ostküste im Fall *Van Wagner Boston, LLC v. Davey* nach der Anfechtung einer einzelstaatlichen Norm, die dem Staat ein uneingeschränktes Ermessen bei der Genehmigung von Plakatwerbung einräumen sollte, zusammen. Es erklärte am 20. 9. 2014, dass sowohl die Zensur als auch der durch zu erwartende Sanktionen bestehende Druck zur Selbstzensur die Verfassung verletzen.⁹

IV. Unzulässige vergleichende Werbung

Um heißen Dampf stritten sich Dampfbügeleisenhersteller bei der Bewertung von vergleichender Werbung im Fall *Groupe SEB USA Inc. v. Euro-Pro Operating LLC*. Solche Werbung gilt grundsätzlich als zulässig, doch gelten Grenzen, die das Bundesberufungsgericht des dritten Bezirks der USA am 17. 12. 2014 aufzeigte.¹⁰ Der klagende Her-

1 Cease and Desist Demand.

2 <http://ius.tv/m15kr1>.

3 Sony Pictures Entertainment – Twitter, Inc., Use of Twitter Account to Publish Privileged and/or Confidential Information Stolen From Sony Pictures Entertainment, 22. 12. 2014, <http://ius.tv/m15kr2>.

4 „The possession, use, and publishing of the Stolen Information implicates numerous federal and California state laws, including, but not limited to, the Computer Fraud & Abuse Act (18 U.S.C. § 1030), the Copyright Act (17 U.S.C. §§ 501, et seq.), the California Comprehensive Computer Data Access & Fraud Act (Cal. Penal Code § 502), California’s Stolen Property Law (Cal. Penal Code § 496), the Uniform Trade Secrets Act (Cal. Civ. Code §§ 3426, et seq.), and the California Unfair Competition Law (Cal. Bus. & Prof. Code §§ 17200, et seq.), among others, especially when such actions are taken knowingly in furtherance of federal and state crimes committed by the perpetrators, including extortion.“

5 „SPE does not consent to Twitter’s or any Twitter account holder’s possession, review, copying, dissemination, publication, uploading, downloading, or making any use of the Stolen Information, and to request your cooperation in suspending the Account Holder’s Twitter account and the account of any other user seeking to disseminate the Stolen Information via Twitter.“

6 Siehe beispielsweise im Fall einer gutgläubigen, erfolglosen markenrechtlichen Abmahnung: *Sweets Street Desserts v. Chudleigh’s*. United States District Court for the Eastern District of Pennsylvania, Philadelphia, 23. 12. 2014, <http://ius.tv/m15kr3>.

7 United States Court of Appeals for the Second Circuit, New York City, <http://ius.tv/m15kr4>.

8 United States Court of Appeals for the Ninth Circuit, San Francisco, <http://ius.tv/m15kr5>.

9 United States Court of Appeals for the First Circuit, Boston, <http://ius.tv/m15kr6>.

10 United States Court of Appeals for the Third Circuit, Philadelphia, <http://ius.tv/m15kr7>.

steller hielt die vergleichende Leistungsbehauptung in der Markenwerbung des Beklagten und auf Produktanhängern für falsch und irreführend, wie ein unabhängiger Prüfbericht beweise. Die Beklagte wandte ein, die Werbeaussage enthalte Begriffe, die Verbraucher uneinheitlich verstünden. Wegen dieser Uneinheitlichkeit liege kein messbar schädigender Vergleich vor. Das Gericht stimmte zu, dass die Verbrauchersicht bei markenrechtlichen Ansprüchen das wichtigste Prüfmerkmal sei. Doch in diesem Fall sei der Streit um die Verbrauchersicht verfehlt und die Richtigkeit einer Verbraucherstudie unnötig. Es reiche zunächst, allein auf die Logik der strittigen Begrifflichkeiten abzustellen. Diese belege eindeutig eine Falschbehauptung. Zumindest für eine einstweilige Unterlassungsverfügung reiche diese Folgerung aus.

V. Übertreibende Werbung

Grenzen der Werbung verfolgen Privatkäufer und Verbraucherschutzämter, die in den einzelnen Staaten der USA oft als Staatsjustizministerium auftreten, eher als Wettbewerber. Neben diesen Klägern tritt auch das Bundesverbraucherschutzamt in der Federal Trade Commission auf, die sich heute auch als Datenschutzbehörde einen Namen macht. Im Fall *FTC v. Deutsch LA* verfolgte sie ein Werbeunternehmen, das für einen Spielekonsolenanbieter Werbung gestaltet und nach Feststellung der FTC videospiehlende Verbraucher irreführt hatte. Die Werbeaussage, ein neues tragbares Gerät sei Teil einer synchronisierenden Serie von Konsolen, die eine geräteübergreifende Spielefortsetzung erlaube, stimmte nur bei wenigen Spielen und nur unter weiteren, nicht notwendigerweise kostenlosen, Voraussetzungen. Diese Irreführung nahm die FTC zum Anlass, nach einer Untersuchung mit der Werbefirma einen Vergleich abzuschließen. Diesen legte die FTC am 2. 12. 2014 der Öffentlichkeit zur Kommentierung¹¹ vor, denn eine Einigung mit der FTC unterliegt dem Vorbehalt der Prüfung durch die Öffentlichkeit nach dem Administrative Procedures Act. Erst dann darf die Einigung angenommen oder abgelehnt werden.

VI. Faxspamschaden und Spamfreiheitsrecht

Allein die Geringfügigkeit der Kosten von Telefaxverbrauchsstoffen und der einminütigen Belegung des Faxanschlusses gestatten nicht die Abweisung einer Faxspamsklage im Schlüssigkeitsverfahren mangels eines Schadens. Deshalb gewann ein Golfclub, der von einem Zahnarzt ein Werbefax erhalten hatte, das niemand wahrnahm, die Revision vor dem Bundesberufungsgericht des elften Bezirks der USA im Fall *Palm Beach Golf Center-Boca, Inc. v. John G. Sarris, D.D.S., P.A.*¹² nach vorheriger untergerichtlicher Abweisung mangels eines die Aktivlegitimation belegenden Schadens. Die Revisionsbegründung weist den Leser ausführlich in den Tatbestand der Unterschlagung nach dem Recht von Florida sowie die bundesrechtliche Haftung nach dem Telephone Consumer Protection Act of 1991, 47 USC § 227(b)(3),¹³ ein. Weil der Kongress ein Schutzgesetz mit einem Recht auf Spamfreiheit beabsichtigt hatte und auch die kurze Anschlussbelegung ein rechtlich relevanter Schaden sei, sei der Fall nun im Untergericht weiter zu prüfen. Dann wird auch geklärt, welche Rolle die Einschaltung eines Faxwerbeunternehmens durch den Beklagten als Geschäftsherrn spielt.

VII. Gratiskonsum dank Werbung

Internetdienste und Softwareprogramme mit Werbeeinblendungen haben sich durchgesetzt; ohne sie wären die

meisten Onlinegeschäftsmodele undenkbar. Im harten Wettbewerb ist die Versuchung groß, über Patente für immer geschicktere Werbeeinblendungen und damit verbundene Datensammlung einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz zu erzielen. Dabei steht der Tausch von urheberrechtlichen Werken gegen Werbeeinblendungen ganz oben. Ihre Patentierbarkeit erlitt nach zahlreichen vorangegangenen Patentprozessen am 14. 11. 2014 einen empfindlichen Rückschlag im Fall *Ulramercial, Inc. v. Hulu, LLC.*¹⁴ In der Hauptstadt Washington urteilte das Bundesberufungsgericht des Bundesbezirks, das eine landesweite Patentzuständigkeit besitzt, gegen den klagenden Patentinhaber, der seiner Ansicht nach neuartig mit seinem Programmcode das Ziel der Werbeeinblendungen verwirklichte. Die Umsetzung einer bekannten Idee durch Hinzufügung von Rechner-Code mache die Erfindung noch nicht patentierbar im Sinne von § 101 Patent Act, erklärte das Gericht mit einer weitreichenden Begründung, die in Zukunft die Patentierbarkeit von Programm- und Internetcode einschränkt und damit allgemeinere Vorgaben des Supreme Court konkret umsetzte.¹⁵

VIII. Zitat aus Vergleich

Einen Vergleich zitierten Anwälte, die einer rechtswidrigen Anderkonto-Bewegung beschuldigt wurden, als Einrede und behaupteten, ihr Verfassungsrecht auf Meinungsfreiheit sei beeinträchtigt, wenn der Prozess nicht sofort eingestellt werde. Anti-SLAPP-Gesetze schützen dieses Grundrecht. Ob sie auch für solche anwaltlichen Zitate gelten, prüfte ein kalifornisches Berufungsgericht. Die Bedeutung der Frage erschließt sich mit der Zielsetzung des Gesetzes, das Grundrecht von Beklagten bei ihrer Berufung auf Meinungsfreiheit ohne einen vollständigen, teuren Prozess durchzusetzen, sondern die anspruchsverneinende Anti-SLAPP-Einrede vorab zu prüfen. Die im Fall *Old Republic Construction Program Group v. The Boccardo Law Firm, Inc.* Beklagten beriefen sich auf dieses Gesetz, das bereits in vielen Staaten der USA in diversen Varianten gilt. Das Gericht bezeichnete am 21. 10. 2014 die Einrede als originell, doch liege das Zitieren eines Vergleichs unter der gesetzlichen Schwelle des Meinungsfreiheitsschutzes.¹⁶ Folge es der Auffassung der Beklagten, würde nahezu alles Zitierfähige einer Ausübung eines Verfassungsrechts gleich wirken und die Anwendbarkeit des Anti-SLAPP-Gesetzes auslösen. Dieses Ergebnis habe weder der Gesetzgeber noch die Präzedenzfalle Rechtsprechung, das Case Law, im Blick gehabt.

IX. Neues Copyright-Handbuch

Die erste Überarbeitung seit 20 Jahren verkündete an Silvester 2014 das Bundesurheberrechtsamt, Copyright Office, in Washington, DC, im amerikanischen Bundes-

11 Federal Register, Bd. 79, S. 71421, <https://federalregister.gov/a/2014-28347>.

12 United States Court of Appeals for the Eleventh Circuit, Atlanta, 30. 10. 2014, <http://ius.tv/m15kr8>.

13 47 USC § 227(b)(3), <http://ius.tv/m15kr9>.

14 United States District Court for the Federal District, Washington, DC, 14. 11. 2014, <http://ius.tv/m15kra>.

15 Der Erfinder hatte schon gegen YouTube und Hulu aus anderen Gründen verloren, doch der dritte Beklagte war gegen das Patent mit dem Argument der Patentunfähigkeit vorgegangen und hatte zweimal vor dem Supreme Court in Washington gewonnen. Die neue Entscheidung erklärt lesenswert, wann ein Softwarepatent an der Patenthürde von 35 USC § 101 im Bundespatentgesetz scheitern muss.

16 Court of Appeal of the States of California, Sixth Appellate District, 21. 10. 2014, <http://ius.tv/m15krb>.

anzeiger.¹⁷ Die dritte Auflage des Compendium of U.S. Copyright Office Practices spricht mit 1288 Seiten Länge im PDF-Format für sich selbst.¹⁸ Die amtlichen Prüfer verwenden es bei Eintragungen und anderen Copyright-Verfahren bereits seit dem verbindlichen Geltungsdatum vom 22. 12. 2014. Die verwaltungsinternen Regeln des Handbuchs ergänzen die Verordnungen des Copyright Office und seine Richtlinien und die jedem Antragsteller bekannten Formularhilfen. Das neue Handbuch berücksichtigt den neuesten Stand der Gesetze, Verordnungen und Rechtsprechung, erklärte die Amtsleiterin, Register of Copyrights, einfühend.¹⁹ Im Markenrecht steht dem Compendium mit gleicher Bedeutung das Trademark Manual of Examining Procedure gegenüber.²⁰ Dieses wird regelmäßig, zuletzt am 17. 1. 2015, aktualisiert.

17 Federal Register, Washington, DC, Bd. 79, Heft 250, S. 78911, <http://ius.tv/m15krc>.

18 <http://ius.tv/m15krd>.

19 Maria A. Pallante, 22. 12. 2014, <http://ius.tv/m15kre>. Ihr Amt stellt einen Arm des Kongresses dar und gehört mithin zur Legislative – im Gegensatz zum Markenamt, das ins Wirtschaftsministerium der Exekutive eingebunden ist.

20 United States Patent and Trademark Office, <http://ius.tv/m15krf>.

Rechtsprechung

Flug-Endpreis im Internet muss bereits vor Buchungsbeginn angezeigt werden

EuGH, Urteil vom 15. 1. 2015 – C-573/13

Air Berlin plc & Co. Luftverkehrs KG Berlin ./ Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.

Verfahrensgang: BGH, 18. 9. 2013 – I ZR 29/12, K&R 2013, 803 ff.
Art. 23 Abs. 1 VO Nr. 1008/2008

1. Art. 23 Abs. 1 S. 2 der Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. 9. 2008 über gemeinsame Vorschriften für die Durchführung von Luftverkehrsdiensten in der Gemeinschaft ist dahin auszulegen, dass der zu zahlende Endpreis im Rahmen eines elektronischen Buchungssystems wie des im Ausgangsverfahren in Rede stehenden bei jeder Angabe von Preisen für Flugdienste, einschließlich bei ihrer erstmaligen Angabe, auszuweisen ist.

2. Art. 23 Abs. 1 S. 2 der VO Nr. 1008/2008 ist dahin auszulegen, dass der zu zahlende Endpreis im Rahmen eines elektronischen Buchungssystems wie des im Ausgangsverfahren in Rede stehenden nicht nur für den vom Kunden ausgewählten Flugdienst, sondern auch für jeden Flugdienst auszuweisen ist, dessen Preis angezeigt wird. (Tenor des Gerichts)

Sachverhalt

Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft die Auslegung von Art. 23 Abs. 1 S. 2 der Verordnung (EG) Nr. 1008/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. 9. 2008 über gemeinsame Vorschriften für die Durch-

führung von Luftverkehrsdiensten in der Gemeinschaft (ABl. L 293, S. 3). Dieses Ersuchen ergeht in einem Rechtsstreit zwischen der Air Berlin plc & Co. Luftverkehrs KG (im Folgenden: Air Berlin), einem Luftfahrtunternehmen, und dem Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (im Folgenden: Bundesverband) über die Art der Darstellung der Flugpreise im Rahmen des elektronischen Buchungssystems von Air Berlin.

Das Buchungssystem von Air Berlin war bis Ende 2008 in der Weise gestaltet, dass der Kunde nach der Wahl eines Flugziels und eines Datums in einem zweiten Schritt eine Tabelle vorfand, in der die möglichen Flugverbindungen für den gewählten Tag mit Abflug- und Ankunftszeiten sowie zwei Flugpreisen für jeden Flug angegeben waren. In einem Feld unterhalb dieser Tabelle wurden die für einen ausgewählten Flugdienst anfallenden Steuern und Gebühren sowie der Kerosinzuschlag angegeben und der alle diese Elemente einschließende „Preis pro Person“ umrandet ausgewiesen. Hinter dem Feld war ein Doppelpfeilhinweis angebracht, über den auf den möglichen Anfall und die Bedingungen einer Bearbeitungsgebühr („Service Charge“) hingewiesen wurde, die zunächst nicht in den Endpreis eingerechnet wurde. Nachdem der Kunde in einem dritten Buchungsschritt die erforderlichen Daten eingegeben hatte, wurde ihm in einem vierten Buchungsschritt der endgültige Reisepreis einschließlich der Bearbeitungsgebühr angezeigt.

Wegen des Inkrafttretens der VO Nr. 1008/2008 am 1. 11. 2008 änderte Air Berlin den zweiten Schritt ihres Buchungssystems dahin ab, dass in der fraglichen Tabelle neben den Abflug- und Ankunftszeiten der Flugpreis für den ausgewählten Flugdienst sowie – gesondert ausgewiesen – Steuern und Gebühren, der Kerosinzuschlag und die Summe der genannten Preisbestandteile angegeben wurden. In einem Feld unter dieser Tabelle wurden der aus diesen Angaben gebildete Preis und die Bearbeitungsgebühr sowie darunter der Endpreis pro Person für den gewählten Flug ausgewiesen.

Da der Bundesverband der Ansicht war, dass diese Preisdarstellung nicht den Anforderungen von Art. 23 Abs. 1 S. 2 der VO Nr. 1008/2008 entspreche, nahm er Air Berlin gerichtlich auf Unterlassung und auf Erstattung seiner insoweit entstandenen Abmahnkosten in Anspruch. Das erstinstanzliche Gericht gab der Klage des Bundesverbandes statt, und sein Urteil wurde in der Berufung bestätigt. Dagegen hat Air Berlin Revision eingelegt, mit der das vorliegende Gericht befasst ist.

Nach Ansicht des vorliegenden Gerichts hängt der Erfolg der Revision von der Auslegung von Art. 23 Abs. 1 S. 2 der VO Nr. 1008/2008 ab. Der BGH hat beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:

Zu den Vorlagefragen

Zur ersten Frage

20 Mit seiner ersten Frage möchte das vorliegende Gericht vom Gerichtshof wissen, ob Art. 23 Abs. 1 S. 2 der VO Nr. 1008/2008 dahin auszulegen ist, dass der zu zahlende Endpreis bei jeder Angabe von Preisen für Flugdienste, einschließlich bei ihrer erstmaligen Angabe, auszuweisen ist.

21 Nach Ansicht von Air Berlin hängt die Antwort auf die erste Frage von der Auslegung des Begriffs „stets“ in Art. 23 Abs. 1 S. 2 der VO Nr. 1008/2008 ab. Dieser Be-