



Johannes Simon Stuve

Haftung für Werbung auf urheberrechtsverletzenden Websites

Ein Beitrag zur täterschaftlichen Haftung aufgrund von Verkehrspflichtverletzungen im Urheberrecht

Internetrecht und Digitale Gesellschaft, Band 29

1 Abb., 213 Seiten, 2021

Print: <978-3-428-18245-9> geb., € 69,90

E-Book: <978-3-428-58245-7> € 62,90

Die Arbeit stellt dar, inwieweit Werbetreibende, die durch ihre Werbung rechtswidrige Inhalte auf Internetseiten finanzieren, für die von Dritten begangenen Urheberrechtsverletzungen verantwortlich sind. Der EuGH hat in seiner Rechtsprechung zur öffentlichen Wiedergabe eine eigenständige Verletzerhaftung von Intermediären angenommen. Der Autor untersucht die daraus abgeleiteten Voraussetzungen für mittelbare Urheberrechtsverletzungen im europäischen Urheberrecht und die Konsequenzen für die Haftung von Werbetreibenden.

Inhalt

1. Die Online-Werbung als Ausgangspunkt

Einleitung — Die Funktionsweise von Online-Werbung — Kriminelle Geschäftsmodelle mit Online-Werbung

2. Haftungsgrundlagen im europäischen und deutschen Urheberrecht

Die Haftungsgrundlagen im Europäischen Urheberrecht — Die Abgrenzung zwischen mittelbaren Werknutzungshandlungen und nicht-urheberrechtsrelevanten Hilfstätigkeiten im Sinne von Art. 3 Abs. 1 InfoSocRL in der Rechtsprechung des EuGH — Das neue europäische Haftungskonzept des EuGH für die »Täterschaft« im Urheberrecht — Implementierung des neuen Europäischen Haftungskonzepts des EuGH in das deutsche urheberrechtliche Haftungssystem

3. Praktische Anwendung der gefundenen Ergebnisse auf die Haftung von Werbetreibenden

Die urheberrechtliche Haftung von Werbetreibenden — Haftung der beteiligten Werbedienstleister — Ergebnisse der Untersuchung

Literatur- und Sachwortverzeichnis