

WALDORF
RECHTSANWÄLTE

WALDORF RECHTSANWÄLTE · [REDACTED]

Oberlandesgericht München
Prielmayerstr. 5

80335 München

RECHTSANWÄLTE
JOHANNES WALDORF
BJÖRN FROMMER

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

06.06.2005

Aktennummer:
00193/2005 JW/FB

Az. 29 U 2887/05

Berufungsbegründung

In dem Rechtsstreit

BMG Records GmbH u.a.

gegen

Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co. KG

wegen **Verstoß gegen § 95a UrhG**

begründen wir namens der Antragstellerinnen zu 1) - 8) die mit Schriftsatz vom 04.05.2005 eingelegte Berufung gegen das am 07.03.2005 verkündete Urteil des Landgerichts München I, Az. 21 O 3220/05, mit folgendem Antrag:

- I. Unter teilweiser Abänderung des Urteils des Landgericht München I vom 07.03.2005, Az. 21 O 3220/05, wird der Antragsgegnerin, bei Meidung eines Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, an dessen Stelle im Falle der Uneinbringlichkeit eine Ordnungshaft bis zu 6 Monaten tritt, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Antragsgegnerin,

für jeden einzelnen Fall der Zuwiderhandlung gemäß §§ 935 ff., 890 ZPO ferner verboten,

Werbung für den Verkauf von Mitteln zur Umgehung von Kopierschutzmechanismen zu betreiben durch die Wiedergabe von Werbungsaussagen von Dritten, insbeson-

[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

dere den Herstellern solcher Umgehungsmittel, nämlich in der Form der Anlage AS 3.

II. Die Antragsgegnerin hat die Kosten des Verfahrens zu tragen.

Begründung:

Die Vorinstanz hat zu Unrecht in dem verfahrensgegenständlichen Beitrag keine gem. § 95a Abs. 3 UrhG verbotene Werbung für die illegale Software „AnyDVD“ gesehen und den in der mündlichen Verhandlung vom 02.03.2005 gestellten Antrag zu I.2 abgewiesen. Diesen Antrag verfolgen die Antragstellerinnen mit ihrer Berufung weiter und stellen das Urteil im Umfang dieses abgewiesenen Antrages der Überprüfung durch das Berufungsgericht.

Die Entscheidung der Vorinstanz beruht insoweit zum einen auf einer Verletzung materiellen Rechts, §§ 513 Abs. 1, 546 ZPO. Denn die Vorinstanz hat die Vorschrift des **§ 95a Abs. 3 UrhG nicht richtig angewandt**. Sie qualifiziert den verfahrensgegenständlichen Beitrag zwar zunächst im Ergebnis zutreffend als Werbung, setzt aber rechtsirrig weiter voraus, dass eine redaktionelle Berichterstattung, auch wenn sie objektiv als Werbung anzusehen sei, erst dann gegen das absolute **Werbeverbot** des § 95a Abs. 3 UrhG verstoßen könne, wenn zusätzlich ein weiteres subjektives Tatbestandsmerkmal, nämlich die Wettbewerbsförderungsabsicht des Handelnden vorliegen würde. Damit verkennt sie die Tatbestandsmerkmale des Werbeverbots des § 95a Abs. 3 UrhG, der – im Gegensatz zu dessen Abs. 1 – allein auf die objektive Gefährlichkeit der dort aufgeführten Handlungen abstellt und gerade **keine subjektive Tatbestandsmerkmale** enthält. Vielmehr ist bei der gebotenen europarechtlichen Auslegung des Werbebegriffs dieser Vorschrift es **allein ausreichend**, dass der Beitrag der Antragsgegnerin eine **objektiv zur Absatzförderung geeignete Maßnahme** darstellt (I.).

Zumindest aber hat die Vorinstanz in rechtsirriger Weise verkannt, dass die Antragsgegnerin jedenfalls für die **Verbreitung** der in dem Beitrag zitierten – und als solche unzweifelhaft gegen das Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG verstoßenden – **Werbeaussagen** des „SlySoft-Chefs“ Bettini zumindest als **Störer** haftet. Da ihr positiv bekannt war, dass „AnyDVD“ illegal ist und nicht beworben werden darf, dürfte die vorsätzlich handelnde Antragsgegnerin somit sogar **als Teilnehmerin** haften (II.).

Dieser Verstoß gegen § 95a Abs. 3 UrhG ist entgegen der Auffassung der Vorinstanz (S. 18ff der Urteilsgründe) auch **keinesfalls als rein redaktionelle Berichterstattung** durch Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG **gerechtfertigt**. Denn die beanstandete „Information“, die Umgehungssoftware „AnyDVD“ umgehe gerade die namentlich aufgeführten Schutzsysteme, unter zum Teil wörtlicher im Übrigen zumindest inhaltlicher Wiedergabe illegaler Werbeaussagen der Herstellerfirma befriedigt kein berechtigtes Informationsinteresse der Allgemeinheit. Vielmehr dient letztlich nur der Förderung der Verbreitung der illegalen Software und weist zudem anleitenden Charakter auf. Dass eine derartige Berichterstattung nicht im Rahmen der Pressefreiheit zulässig ist, wird auch durch die zur Wiedergabe von ehrverletzenden Äußerungen ergangene Rechtsprechung belegt. Danach ist die

Wiedergabe solcher per se rechtswidriger Äußerungen nie durch Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG rechtfertigbar. Insoweit kann für die ebenfalls als solche bereits rechtswidrigen, da gegen das Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG verstoßenden Werbeaussagen nichts anderes gelten (III.).

Auf diesen Verletzungen des materiellen Rechts beruht das Urteil der Vorinstanz auch, da der verfahrensgegenständliche Beitrag eine objektiv zur Absatzförderung geeignete Maßnahme darstellt und die Antragsgegnerin daher in jedem Fall zur Unterlassung verpflichtet ist. Gegen diese nicht richtige Anwendung der Vorschriften des § 95a Abs. 3 UrhG bzw. §§ 97 Abs. 1, UrhG, 1004, 823 BGB richten sich die Antragstellerinnen mit ihrer Berufung, §§ 513 Abs. 1, 546 ZPO.

Schließlich rechtfertigen auch die von der Vorinstanz festgestellten Tatsachen eine andere Entscheidung, §§ 513 Abs. 1, 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO. Denn selbst wenn man mit der Vorinstanz die Erfüllung subjektiver Tatbestandsmerkmale bei § 95a Abs. 3 UrhG verlangen sollte, ergibt eine Würdigung der Tatsachen, dass es sich um Werbung handelt: Die Antragsgegnerin verwendet als Grundlage ihres Beitrages nahezu wortwörtlich die Pressemitteilung der Herstellerfirma vom 17.01.2005 und übernimmt unverändert, kritiklos und tendenziös die Werbeaussagen von SlySoft. Es handelt sich daher um **rechtswidrige Schleichwerbung (I.3.)**. Dies hat die Vorinstanz in ihrem Urteil verkannt. Auch hiergegen wenden sich die Antragstellerinnen mit ihrer Berufung, §§ 513 Abs. 1, 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO.

I.

Die Antragsgegnerin wirbt mit dem verfahrensgegenständlichen Beitrag selbst unmittelbar für die illegale Software „AnyDVD“. Die Vorinstanz verkennt insoweit, dass es sich bei dem verfahrensgegenständlichen Beitrag der Antragsgegnerin um dem Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG unterliegende Werbung und gerade nicht um eine rein redaktionelle Berichterstattung handelt (S. 18ff der Urteilsgründe).

Die Vorinstanz berücksichtigt bereits nicht, dass aufgrund der europarechtlichen Vorgaben jede objektiv zur Absatzförderung geeignete Maßnahme unter das Werbeverbot dieser Vorschrift fällt, insbesondere auch ein redaktioneller Beitrag (1.).

Für die Abgrenzung zwischen erlaubter redaktioneller Berichterstattung und illegaler Werbung i.S.d. § 95a Abs. 3 UrhG können zwar mit der Vorinstanz die von der Rechtsprechung entwickelten wettbewerbsrechtlichen Grundsätze zur getarnten Werbung im Grundsatz herangezogen werden (S. 18 der Urteilsgründe). Die Vorinstanz übersieht dabei jedoch, dass diese Grundsätze im Hinblick darauf, dass § 95a Abs. 3 UrhG ein absolutes Werbeverbot enthält, vorliegend angepasst werden müssen. Insbesondere spielen subjektive Gesichtspunkte aufgrund der zwingend gebotenen europarechtlichen Auslegung, vorliegend keinerlei Rolle. Insoweit geht die Vorinstanz rechtsirrig vom Gegenteil aus und lehnt daher mangels entsprechender – dem Wortlaut des § 95a Abs. 3 UrhG nach rechtlich irrelevanter – Wettbewerbsförderungsabsicht das Vorliegen des Tatbestandsmerkmals der Werbung ab (S. 18f der Urteilsgründe). Da es aber gerade nicht auch

auf die Absicht der Antragsgegnerin ankommt, fremden Wettbewerb zu fördern, ist der verfahrensgegenständliche Beitrag entgegen der Schlussfolgerung der Vorinstanz als Werbung zu qualifizieren (2.).

Aber selbst wenn man uneingeschränkt der Auffassung der Vorinstanz folgen sollte und eine dahingehende Absicht der Antragsgegnerin verlangt, stellt der verfahrensgegenständliche Beitrag Werbung dar. Die Vorinstanz würdigt insoweit nicht hinreichend die Tatsache, dass die Antragsgegnerin als dessen Grundlage nahezu wortwörtlich die Pressemitteilung der Herstellerfirma vom 17.01.2005 verwendet und unverändert, kritiklos und tendenziös die Werbeaussagen von SlySoft übernommen hat. Eine kritische Auseinandersetzung mit diesen verbotenen Werbeaussagen findet demgegenüber – entgegen der Ansicht der Vorinstanz (S. 19f der Urteilsgründe) – gerade nicht statt (3.).

Die Antragsgegnerin wirbt mit dem verfahrensgegenständlichen Beitrag folglich für die illegale Software „AnyDVD“ und ist daher zumindest gem. §§ 97 Abs. 1, 95a Abs. 3, 85, 94 UrhG; 823, 1004 BGB zur Unterlassung verpflichtet (4.).

1. Werbung i.S.d § 95a UrhG ist jede objektiv zur Absatzförderung geeignete Maßnahme, insbesondere auch ein redaktioneller Beitrag.

Die Aussagen des verfahrensgegenständlichen Beitrags lassen sich, wie die Vorinstanz auf S. 17 der Urteilsgründe zutreffend ausführt, ohne weiteres unter den Werbebegriff des Art. 2 Ziff. 1 der wettbewerbsrechtlichen Richtlinie 84/450/EWG zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedsstaaten über irreführende Werbung vom 10.09.1984 subsumieren. Zwar stellt die Vorinstanz sogar diese im Ergebnis richtige Subsumtion im Folgenden rechtsirrig wieder in Frage, indem sie entgegen dem eindeutigen Wortlaut der Vorschrift auf zusätzliche subjektive Tatbestandsmerkmale abstellt (dazu ausführlich unter I.2). Dabei übersieht die Vorinstanz jedoch bereits, dass schon dieser Werbebegriff im Rahmen des § 95a UrhG nicht uneingeschränkt herangezogen werden kann.

Vielmehr führt die gebotene **europarechtliche Auslegung** des in § 95a Abs. 3 UrhG enthaltenen **Werbeverbots** zu dem Ergebnis, dass als verbotene „Werbung“ im Sinne dieser Vorschrift – unabhängig von der Intention des „Werbenden“ – **sämtliche objektiv zur Absatzförderung geeigneten Maßnahmen**, also auch **redaktionelle Beiträge**, anzusehen sind. Erst recht gilt dies natürlich, wenn sie wie in dem verfahrensgegenständlichen Beitrag durch mitunter wörtlicher **Wiedergabe fremder Werbeaussagen** zusätzlichen absatzfördernden Charakter erhalten.

Die Auslegung hat sich an **Sinn und Zweck des § 95a Abs. 3 UrhG** zu orientieren und muss dabei den **europarechtlichen Werbebegriff** berücksichtigen. Nachdem die Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.05.2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft (im Folgenden InfoSoc-Richtlinie) selbst keine eigene **Begriffsdefinition** enthält, muss bei der Auslegung auf **andere europarechtliche Werbeverbote** zurückgegriffen werden.

Zweck der Regelung des § 95a UrhG ist der Schutz vor Handlungen, die die „Umgehung von Schutzvorrichtungen [...] ermöglichen oder erleichtern“ (vgl. Erwägungsgrund 48 der InfoSoc-Richtlinie).

Zur Erreichung dieses Gesetzeszweckes – nämlich zur Vereitelung sämtlicher objektiv zur Absatzförderung geeigneten Maßnahmen unabhängig von der Intention des Handelnden – ist deshalb von einem sehr weiten Werbebegriff auszugehen:

Dementsprechend definiert auch die – ebenfalls ein **Werbeverbot** enthaltende – Richtlinie 2003/33/EG in Art. 2 lit. b) den Begriff der „Werbung“ so, dass auch redaktionelle Texte von einem Werbeverbot erfasst werden, wenn sie den Verkauf fördern:

„Im Sinne dieser Richtlinie bezeichnet der Ausdruck [...] ‚Werbung‘ jede Art kommerzieller Kommunikation mit dem Ziel oder der direkten oder der indirekten Wirkung, den Verkauf eines Tabakerzeugnisses zu fördern.“ (Richtlinie 2003/33/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 26.05.2003 zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedsstaaten über Werbung und Sponsoring zugunsten von Tabakerzeugnissen).

Der alleinige Rückgriff der Vorinstanz auf die Begriffsbestimmung der Richtlinie 84/450/EWG trägt nicht dem Umstand Rechnung, dass § 95a Abs. 3 UrhG in Umsetzung der InfoSoc-Richtlinie **jegliche Werbung vollständig verbietet** und ein Verstoß hiergegen sogar gem. § 111a Abs. 1 Nr. 1 lit. b) UrhG **als Ordnungswidrigkeit sanktioniert** ist. Damit verbietet es § 95a Abs. 3 UrhG generell, überhaupt Werbung für ein Produkt im Sinne dieser Vorschrift zu machen („Ob“ der Werbung).

Demgegenüber stellt die Richtlinie 84/450/EWG lediglich

„objektive Mindestkriterien [auf], nach denen beurteilt werden kann, ob eine Werbung irreführend ist“ (Erwägungsgründe der Richtlinie 84/450/EWG).

Sie bezieht sich also auf Kriterien zur Beurteilung des „Wie“ einer Werbung, so dass ihre Maßstäbe nicht uneingeschränkt auf die vorliegend aufgeworfene urheberrechtliche Beurteilung übertragen werden können. Nach der gebotenen europarechtlichen Auslegung des Werbeverbots des § 95a Abs. 3 UrhG ist Werbung im Sinne der Vorschrift daher jede objektiv zur Absatzförderung geeignete Maßnahme. Eine solche kann auch in einem redaktionellen Beitrag liegen.

2. Vorliegend sind daher nur die objektiven Voraussetzungen der wettbewerbsrechtlichen Grundsätze zur getarnten Werbung heranzuziehen.

Wie die Vorinstanz auf S. 18 der Urteilsgründe zutreffend ausführt, können zwar zur Beurteilung der Frage, ob der verfahrensgegenständliche Beitrag Schleichwerbung darstellt, die wettbewerbsrechtlichen Grundsätze zur getarnten Werbung herangezogen werden. Indem die Vorinstanz im Folgenden aber zusätzlich auf eine subjek-

tive Wettbewerbsförderungsabsicht der Antragsgegnerin abstellt (S. 18f der Urteilsgründe), vermischt sie rechtsirrig die Voraussetzungen des Lauterbarkeitsrechts mit den hier allein entscheidenden Tatbestandsmerkmalen des Urheberrechts, die jedoch keinerlei subjektive Voraussetzungen aufstellen. Denn die von der Vorinstanz verlangte Absicht des Presseorgans, fremden Wettbewerb zu fördern, ist bei der hier gebotenen urheberrechtlichen Beurteilung, ob eine Schleichwerbung vorliegt, nicht zu berücksichtigen (a). Vielmehr ergibt sich aus der Gesetzessystematik sowie der gebotenen europarechtlichen Auslegung des § 95a Abs. 3 UrhG, dass dieser als Tatbestand der Gefährdungshaftung gerade keine Bösgläubigkeit des Handelnden voraussetzt (b). Ob ein Beitrag Werbung darstellt, ist daher im Rahmen des § 95a UrhG rein objektiv zu bestimmen (c).

a) **§ 95a Abs. 3 UrhG erfordert keine Absicht, fremden Wettbewerb zu fördern. Es handelt sich um ein allein im Lauterbarkeitsrecht zu berücksichtigendes Tatbestandsmerkmal.**

Die von der Vorinstanz auf S. 19 der Urteilsgründe verlangte Absicht, auf die auch die Antragsgegnerin in ihrem erstinstanzlichen Schriftsatz vom 03.03.2005 abstellen möchte (S. 4), stellt ein dem Lauterbarkeitsrecht entstammendes Tatbestandsmerkmal dar, das allein dort relevant ist.

So handelt es sich bei der von der Vorinstanz zitierten Rechtsprechung des BGH (GRUR 1997, 912 – Die Besten I m.w.N.) um wettbewerbsrechtliche Entscheidungen. Gleiches gilt für die von der Antragsgegnerin in ihrem erstinstanzlichen Schriftsatz vom 03.03.2005 (S. 5) aufgeführten Entscheidungen des BGH. Diese, noch zur früheren Fassung des UWG ergangenen Entscheidungen, orientieren sich daher auch an den wettbewerbsrechtlichen Tatbeständen. Ein „Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs“ i.S.d. § 1 UWG a.F. setzte aber subjektiv die Absicht, eigenen oder fremden Wettbewerb zum Nachteil eines anderen Mitbewerbers zu fördern, voraus (Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Auflage 2001, Einl UWG Rdnr. 232). Konsequenterweise muss daher auch die Werbung eines Presseorgans diese Voraussetzung erfüllen, sofern sie einen Verstoß gegen § 1 UWG a.F. darstellen soll. Auch die Antragsgegnerin hat in ihrem erstinstanzlichen Schriftsatz vom 03.03.2005 (S. 4ff) zur Begründung ihrer Auffassung allein auf wettbewerbsrechtliche Vorschriften abgestellt und auf die wettbewerbsrechtliche Literatur verwiesen.

Dabei übersieht die Vorinstanz aber ebenso wie die Antragsgegnerin, dass es vorliegend allein darauf ankommen kann, ob die hier anzuwendende Vorschrift des § 95a Abs. 3 UrhG subjektive Voraussetzungen aufstellt.

b) **§ 95a Abs. 3 UrhG setzt als Gefährdungshaftungstatbestand gerade keine Bösgläubigkeit des Handelnden voraus.**

Sowohl aus der Gesetzgebungsgeschichte des § 95a UrhG als auch aus der Regelungssystematik zwischen Abs. 1 und Abs. 3 der Vorschrift ergibt sich, dass subjektive Tatbestandsmerkmale bei Abs. 3 keine Relevanz haben. Dies verkennt die Vorinstanz vollständig, indem sie zusätzlich auf ungeschriebene subjektive Voraussetzungen abstellt.

§ 95a Abs. 3 UrhG dient der Umsetzung von Art. 6 Abs. 2 der InfoSoc-Richtlinie (vgl. Wandtke/Bullinger/Wandtke/Ohst, Gesetz zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, Ergänzungsband zum Praxis-Kommentar UrhG, 2003 [im Folgenden zit. als Ergänzungsband], § 95a Rdnr. 9). Der Vorschrift, die sämtliche **Vorbereitungshandlungen zur Umgehung** wirksamer technischer Maßnahmen verbietet, liegt die **Absicht des Gesetzgebers** zugrunde, technische Schutzmaßnahmen **umfassend und effektiv** gegen eine Umgehung **zu schützen**. Dazu werden sämtliche Vorbereitungshandlungen zur Umgehung von Schutzmaßnahmen für rechtswidrig erklärt.

Die Vorschrift gewährt deshalb generell „**Schutz vor Handlungen, die die Umgehung solcher Schutzvorrichtungen unerlaubt, also ohne Erlaubnis der Rechtsinhaber oder aber gesetzlicher Erlaubnis ermöglichen oder erleichtern**“ (Erwägungsgrund 30 des ursprünglichen Richtlinienvorschlages, später aufgegangen in Erwägungsgrund 48 der InfoSoc-Richtlinie).

Sie erfasst vor allem „*bestimmte Vorbereitungshandlungen, die letztlich Handlungen **in Bezug auf illegale Umgehungsmittel sind***“ (vgl. Dreier, Die Umsetzung der Urheberrechtsrichtlinie 2001/29/EG in deutsches Recht, ZUM 2002, 28, 36)

Denn die eigentliche Gefahr für die Urheber liegt nicht in den Umgehungshandlungen Privater, sondern in den Vorbereitungshandlungen kommerzieller Unternehmer (vgl. Wandtke/Bullinger/Wandtke/Ost, Ergänzungsband, § 95a Rdnr. 67). Diese Vorbereitungshandlungen versetzen die einzelnen privaten Nutzer nämlich erst in die Lage, technische Schutzmaßnahmen zu überwinden.

§ 95a Abs. 3 UrhG fordert daher – im Gegensatz zu Abs. 1 der Vorschrift, der klar auf die Bösgläubigkeit des Handelnden abstellt („...soweit dem Handelnden **bekannt ist oder [...] bekannt sein muss...**“) – gerade **keine Bösgläubigkeit** des Handelnden. Das Gesetz will so der **abstrakten Gefährlichkeit** Rechnung tragen, die von den gewerblichen Handlungen im Vorfeld einer Umgehung ausgeht (vgl. Dreyer/Kotthoff/Meckel/Dreyer, Urheberrecht, 2004, § 95a Rdnr. 93; Loewenheim/Peukert, Handbuch des Urheberrechts, 2003, § 35 Rdnr. 29; Spindler, Europäisches Urheberrecht in der Informationsgesellschaft, GRUR 2002, 105, 116). Es handelt es sich um einen

*„Tatbestand der Gefährdungshaftung, der auch ohne den Nachweis von **Vorsatz und Fahrlässigkeit gegeben ist**“ (Loewenheim/Peukert, a.a.O., § 34 Rdnr. 29; Hervorhebungen durch den Unterzeichner).*

Dass subjektive Merkmale allein in § 95a Abs. 1 UrhG eine Rolle spielen, entspricht auch den europarechtlichen Vorgaben. Denn auch Art. 6 der InfoSoc-Richtlinie stellt allein in seinem Abs. 1, der in § 95a Abs. 1 UrhG umgesetzt wurde, auf die Bösgläubigkeit des Handelnden ab. Abs. 2 des Art. 6 der InfoSoc-Richtlinie hingegen, den § 95a Abs. 3 UrhG in enger Anlehnung an den Wortlaut der Richtlinie umsetzt (Dreier/Schulze/Dreier, UrhG, 2004, § 95a Rdnr. 17), verlangt gerade keinerlei Bösgläubigkeit:

*„§ 95a Abs. 3 UrhG enthält im Gegensatz zum Verbot von Umgehungshandlungen **keine** zusätzlichen **subjektiven Merkmale**.“ (Loewenheim/Peukert, a.a.O., § 35 Rdnr. 29; Hervorhebungen durch den Unterzeichner).*

Subjektive Merkmale, wie etwa die im Lauterbarkeitsrecht erforderliche Absicht, fremden Wettbewerb zu fördern, können daher im Rahmen des § 95a Abs. 3 UrhG auch bei der Auslegung der Tatbestandsmerkmale keinerlei Rolle spielen. Durch die von der Vorinstanz vorgenommenen Interpretation werden die lediglich von § 95a Abs. 1 UrhG vorausgesetzten subjektiven Tatbestandsmerkmale folglich regelungswidrig in den Verbotstatbestand des Abs. 3 hineingelesen und somit dessen eindeutiger Gefährdungshaftungscharakter unterlaufen.

c) Ob ein Beitrag Werbung darstellt, ist daher im Rahmen des § 95a UrhG rein objektiv zu bestimmen.

Entgegen der Auffassung der Vorinstanz handelt es sich bei dem verfahrensgegenständlichen Beitrag daher nach den insoweit im Grundsatz heranziehbaren wettbewerbsrechtlichen Grundsätzen um Werbung. Nach dieser Rechtsprechung ist die **Übernahme zahlreicher Werbeaussagen**, insbesondere dann, wenn **keine Stellungnahme zu deren Richtigkeit** abgegeben wird, als Indiz für das Vorliegen einer rechtswidrigen Schleichwerbung anzusehen. Weitere Indizien sind ferner die Verwendung einer Vielzahl lobender Attribute sowie eine **Diktion**, wie sie **für Werbeprospekte typisch** ist (BGH GRUR 1998, 489, 493 – Unbestimmter Unterlassungsantrag III). Schließlich spricht es auch für eine getarnte Werbung, wenn ein Beitrag im Wesentlichen die **Produktinformationen des Herstellers** wörtlich oder sinngemäß **wiedergibt** (BGH GRUR 1994, 445, 446 – Beipackzettel).

Objektiv ist der Beitrag, wie die Vorinstanz auf S. 17f der Urteilsgründe ausführt, ohne weiteres eine zur Absatzförderung geeigneten Maßnahme. So **zitiert** der verfahrensgegenständliche Beitrag **wörtlich und vollständig die in der Pressemitteilung enthaltenen Werbeaussagen** des „Slysoft-Chefs“ Bet-

tini, der sich mit seiner Aussage rühmt, nach deutschem Recht rechtswidrige Handlungen vorgenommen zu haben. Durch die wörtliche Übernahme dieser – unzweifelhaft selbst gegen § 95a UrhG verstoßenden – Werbeaussagen wird der ohnehin bestehende objektiv absatzfördernde bzw. werbliche Charakter des Beitrags weiter verstärkt.

Zudem wiederholt der Beitrag in seinen ersten drei Absätzen nahezu wörtlich die ihm vorausgegangene Pressemitteilung von SlySoft und übernimmt damit alle in der Pressemitteilung enthaltenen zentralen Werbeaussagen. Ferner findet sich im Beitrag sogar das Vokabular der Pressemitteilung wieder, etwa wenn Kopierschutzsysteme „ausgehebelt“ werden.

Die Gliederung des Beitrages folgt strikt dem Aufbau der Pressemitteilung, indem zunächst das Kopierschutzsystem „ARccOS“, anschließend „Settec Alpha-DVD“ und zuletzt das u.a. von der Augsburger Puppenkiste benutzte System behandelt wird. Bei letzterem übernimmt der Beitrag sogar die offenbar von SlySoft erfundene Bezeichnung „Puppetlock“.

Durch diesen werbenden Überhang ist der verfahrensgegenständliche Beitrag objektiv absatzfördernd. Der Beitrag ist deshalb in jedem Falle als rechtswidrige, da auf den Verkauf der illegalen Software „AnyDVD“ gerichtete, Werbung i.S.d. § 95a Abs. 3 UrhG anzusehen und damit als verboten.

3. Zudem liegen ohnehin konkrete Umstände vor, die den Rückschluss auf die Absicht der Antragsgegnerin, fremden Wettbewerb zu fördern, ohne weiteres zulassen.

Aber selbst wenn man mit der Vorinstanz systemwidrig auch im Rahmen des urheberrechtlichen Werbebegriffs des § 95a Abs. 3 UrhG verlangt, dass die Absicht, fremden Wettbewerb zu fördern, neben der publizistischen Aufgabe eine größere als nur eine notwendigerweise begleitende Rolle gespielt hat (S. 19 der Urteilsgründe), stellt der verfahrensgegenständliche Beitrag Werbung dar.

Insoweit können zwar, wie die Vorinstanz auf S. 18 der Urteilsgründe zutreffend ausführt, die wettbewerbsrechtlichen Grundsätze zur getarnten Werbung im Grundsatz herangezogen werden. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass es sich bei der hier einschlägigen Vorschrift um ein Werbeverbot handelt, so dass diese Grundsätze im Rahmen des § 95a Abs. 3 UrhG unter Berücksichtigung der zur Wiedergabe illegaler Äußerungen ergangenen Rechtsprechung anzupassen sind.

Die Vorinstanz verkennt aber, dass hier aufgrund der festgestellten Tatsachen hinreichend eindeutige Umstände vorliegen, die erkennen lassen, dass die Absicht der Antragsgegnerin, fremden Wettbewerb zu fördern, eine größere als die lediglich notwendige Rolle gespielt hat:

So verwendet die Antragsgegnerin als Grundlage für den verfahrensgegenständlichen Beitrag offenbar nahezu wortwörtlich die Pressemitteilung der Herstellerfirma vom 17.01.2005 (**Anlage AS 27**) und bewirbt damit durch die unveränderte, kritiklose und tendenziöse Übernahme der Werbeaussagen von SlySoft die illegale Software „AnyDVD“ (**a**). Eine kritische Auseinandersetzung mit den wiedergegebenen Werbeaussagen lässt der Beitrag hingegen – entgegen der Auffassung der Vorinstanz – vermissen. Vielmehr unterstützt die Antragsgegnerin die illegalen Vorbereitungshandlungen der Herstellerfirma (**b**) und liegt damit auf einer Linie mit ihrer bisherigen Berichterstattung zum Einsatz von Kopierschutzmechanismen (**c**). Sie verstößt mit dieser Werbung zudem gegen anerkannte journalistische Grundsätze i.S.d. § 11 Abs. 2 MDStV (**d**): Der Beitrag übernimmt in weiten Teilen die in der Pressemitteilung enthaltenen Produktinformationen ohne diese kritisch zu hinterfragen. Die Antragsgegnerin unterstützt die nach deutschem Recht illegalen Vorbereitungshandlungen von SlySoft zudem durch zusätzliche „Informationen“ ihrer Leser.

- a) **Indem die Antragsgegnerin die werbende Pressemitteilung von SlySoft weitestgehend und kritiklos übernommen hat, fördert sie absichtlich fremden Wettbewerb.**

Aus den unter **I.2.c**) genannten Gründen ist der Beitrag objektiv zur Förderung des Wettbewerbs geeignet. Es liegen auch hinreichend konkrete Umstände vor, die eine entsprechende Wettbewerbsförderungsabsicht der Antragsgegnerin belegen:

- **wörtliche und vollständige Übernahme** der in der Pressemitteilung enthaltenen **Zitate des „Slysoft-Chefs“ Bettini**;
- nahezu **wörtliche Wiederholung der Pressemitteilung** in den ersten drei Absätzen des Beitrages (insoweit ist der vorliegende Sachverhalt mit dem der Kosmetikstudio-Entscheidung des BGH zugrunde liegenden Sachverhalt vergleichbar. Denn auch dort hat der BGH es als die Wettbewerbsförderungsabsicht belegenden besonderen Umstand erachtet, dass der beanstandete Beitrag auf einem Textvorschlag der Inhaberin des Kosmetikstudios selbst, über das berichtet wurde, beruhte (GRUR 1994, 441, 442);
- **Übernahme des Vokabulars** der Pressemitteilung;
- **Übernahme** der in der Pressemitteilung enthaltenen **zentralen Werbeaussagen**;
- Orientierung der **Gliederung** des Beitrages am Aufbau der Pressemitteilung.

- **Übernahme der offenbar von SlySoft erfundene Bezeichnung „Puppetlock“** für das u.a. von der Augsburgener Puppenkiste benutzten Kopierschutzsystem.

Diese Umstände lassen klar eine entsprechende Wettbewerbsförderungsabsicht der Antragsgegnerin erkennen.

- b) **Die Antragsgegnerin setzt sich in ihrem Beitrag auch nicht kritisch mit den von ihr wiedergegebenen Aussagen auseinander, sondern unterstützt vielmehr die gem. § 95a Abs. 3 UrhG verbotenen Vorbereitungs-handlungen der Herstellerfirma.**

Entgegen der Auffassung der Vorinstanz (S. 19f der Urteilsgründe) lässt der verfahrensgegenständliche Beitrag nicht nur jegliche kritische Distanzierung zu den Werbeaussagen der Pressemitteilung von SlySoft vermissen. Vielmehr unterstützt die Antragsgegnerin die illegalen Vorbereitungs-handlungen von SlySoft sogar.

Diese Unterstützung wird insbesondere durch die wörtlich wiedergegebenen Werbeaussagen von Bettini deutlich, die die Antragsgegnerin einer Wiedergabe in indirekter Rede vorgezogen hat. Warum die Vorinstanz insoweit der im Schriftsatz vom 03.03.2005 (S. 6) geäußerten Ansicht der Antragsgegnerin folgt und gerade in dieser wörtlichen Wiedergabe eine hinreichende Absetzung von den Aussagen der Herstellerfirma sehen will (S. 19 der Urteilsgründe), ist nicht nachvollziehbar. Denn allein die Identifizierung des Urhebers einer Aussage durch die Wiedergabe eines Zitats bringt eine hinreichende Distanz gerade nicht zum Ausdruck. Ein wiedergegebenes Zitat hat vielmehr

*„auch (und **regelmäßig sogar hauptsächlich**) die **Aufgabe**, eine **eigene Darstellung zu belegen**“.*

Ein Leser wird es

*„ohne **deutliche** Anhaltspunkte für das Gegenteil nicht glauben, die Zeitung habe ihn ausschließlich von dem Umstand unterrichten wollen, dass der Dritte die mitgeteilte Äußerung getan habe“ (OLG Hamburg NJW-RR 1993, 734, 734; Hervorhebungen durch den Unterzeichner).*

Schließlich verkennt die Vorinstanz zudem, dass es insoweit entscheidend auch darauf ankommt, dass auch bei Kennzeichnung der Werbeaussagen als Aussagen der Herstellerfirma, der Beitrag der Antragsgegnerin keinerlei eigene Stellungnahme zu deren Richtigkeit enthält (vgl. BGH GRUR 1998, 489, 493 – Unbestimmter Unterlassungsantrag III). Insbesondere setzt sich der Beitrag überhaupt nicht damit auseinander, dass diese Werbeaussagen als solche bereits gem. § 95a Abs. 3 UrhG verboten sind.

Auch die Diktion des Beitrages lässt eine deutliche Sympathie für die illegalen Produkte von SlySoft erkennen, etwa wenn sich „*SlySoft-Chef Bettini gerade-zu schelmisch über die*

wenig effektiven Schutzverfahren

[freut]“ (Hervorhebungen durch den Unterzeichner), und ist typisch für werbende Texte. Die von der Vorinstanz aufgeführte verbale Distanzierung (S. 20 der Urteilsgründe) kann hierin jedenfalls nicht liegen. Für die Nennung eines bestimmten illegalen Produkts liegt auch kein sachlicher Anlass vor. Denn die sachgerechte Unterrichtung der Leser über die Thematik an sich könnte auch ohne Nennung der Namen der Software und des Herstellers geschehen (vgl. Baumbach/Hefermehl/Köhler, Wettbewerbsrecht, 23. Auflage 2004, § 4 Rdnr. 3.27).

Es kann auch entgegen der in ihrem erstinstanzlichen Schriftsatz vom 03.03.2005 (S. 7) geäußerten Ansicht der Antragsgegnerin keine Rede davon sein, dass es für eine kritische Auseinandersetzung mit den Werbeaussagen der Herstellerfirma genüge, auf die in Deutschland geltende Rechtslage zu verweisen. Vielmehr belegt dieser Verweis, dass es der Antragsgegnerin sogar bewusst war, dass sie keinesfalls Werbung für „AnyDVD“ machen durfte. Daher hat auch die Antragsgegnerin, ebenso wie der Beklagte in dem der Lohnkiller-Entscheidung des BGH (NJW 1996, 1131) zugrunde liegenden Sachverhalt, hat bewusst rechtswidrige Äußerungen Dritter verbreitet und haftet daher auf Unterlassung.

Auch der Hinweis auf Aspekte, die nicht in der Pressemitteilung enthalten sind, genügt entgegen der Auffassung der Vorinstanz (S. 20 der Urteilsgründe) keinesfalls für eine hinreichende Distanzierung von den verbotenen Werbeaussagen. Denn zum einen enthalten diese keinerlei Stellungnahme zu den Werbeaussagen von Bettini selbst. Zum anderen belegen gerade diese nicht in der Pressemitteilung enthaltenen Aspekte die Unterstützung der Vorbereitungshandlungen von SlySoft und den zur Umgehung technischer Schutzmaßnahmen anleitenden Charakter des verfahrensgegenständlichen Berichts. Gerade hierdurch wird die Förderungsabsicht der Antragsgegnerin durch deren tendenziöse und sichtlich sympathisierende Berichterstattung deutlich. So klärt sie ihre Leser zusätzlich noch über die „richtige“ Versionsnummer der Software „AnyDVD“ auf (4.5.5.1), die die besprochenen illegalen Funktionalitäten aufweist und weist sie über den in der Pressemitteilung von SlySoft genannten Film hinaus noch auf einen weiteren Film hin, der sich ebenfalls eines mit Hilfe von „AnyDVD“ umgeharen Kopierschutzsystems bedient.

Im Übrigen war der Antragsgegnerin auch das einschlägige Werbeverbot bekannt. So schreibt sie selbst auf S. 4 ihres Schreibens vom 01.02.2005 (**Anlage AS 15**), sie führe

„um Verstöße gegen das Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG auszuschließen [...] eine Liste mit solchen Unternehmen, die eine derartige Software verbreiten, auf der sich auch die Slysoft, Inc. befindet“.

c) **Die Unterstützung bzw. Billigung der Verbreitung der illegalen Software „AnyDVD“ liegt auf einer Linie mit der bisherigen Berichterstattung der Antragsgegnerin zum Einsatz von Kopierschutzmechanismen.**

Die Unterstützung bzw. Billigung der Verbreitung der illegalen Software „AnyDVD“ durch die Antragsgegnerin entspricht einmal mehr deren **bisheriger Berichterstattung** und zeigt deren generelle Tendenz gegen den **Einsatz von Kopierschutzmechanismen**.

Bereits seit der Einführung von Kopierschutzsystemen lehnt die Antragsgegnerin den Einsatz jeglicher technischer Schutzmaßnahmen in ihrer Berichterstattung ab. Nach ihrer Auffassung handelt es sich bei kopiergeschützten Medien um „Un“ - Medien. Dies bringt die Antragsgegnerin insbesondere durch den von ihr geprägten und bis heute verwendeten Begriff der „Un-CD“ zum Ausdruck. Wiederholt bezeichnet die Antragsgegnerin Kopierschutztechnologien auch irreführend als „PC-Abspielsperren“, ohne auf ihren eigentlichen Schutzzweck, die Unterbindung einer unkontrollierten Vervielfältigung, hinzuweisen. Sie lässt in ihrer Berichterstattung auch keinen Zweifel daran aufkommen, dass sie es gleichsam als das „gute Recht“ der Käufer ansieht, Medien – auch und gerade unter Umgehung wirksamer Schutzmaßnahmen – zu kopieren. (zum Ganzen bereits ausführlich im Schriftsatz vom 02.03.2005, S. 7ff und **Anlagenkonvolut AS 28**).

Zahlreiche weitere Berichte der Antragsgegnerin aus den Jahren 2004 und 2005 belegen (vgl. die als **Anlage AS 32** beigefügte Suchübersicht der Antragsgegnerin), dass sie kopiergeschützte Medien nach wie vor als „Un-CDs“ bezeichnet, so dass es sich hierbei keinesfalls um eine frühere Tendenz der Berichterstattung, sondern auch um die aktuelle Auffassung der Antragsgegnerin handelt. So kündigt die Antragsgegnerin beispielsweise einen Beitrag mit der Überschrift „Un-CDs legal kopiert“ vom 05.04.2004 mit folgenden Worten an:

„Das Programm unCDcopy fertigt eine analoge Privatkopie der Abspielverderber an, die auch in DVD-Spielern und Autoradios problemlos rotiert.“

d) **Die Antragsgegnerin verstößt gegen anerkannte journalistische Grundsätze.**

Mit ihrer Werbung **verstößt** die Antragsgegnerin auch **gegen anerkannte journalistische Grundsätze**, zu deren Beachtung sie gem. § 11 Abs. 2

MDSStV verpflichtet ist. Diese Grundsätze kommen etwa in den Richtlinien für redaktionelle Hinweise in Zeitungen und Zeitschriften (Verlegerrichtlinien, **Anlage AS 29**) des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), zum Ausdruck.

Insbesondere kann der Auffassung der Vorinstanz, bei der neuen Version von „AnyDVD“ handle es sich um eine Neuheit i.S.d. Ziff. 15 der Verlegerrichtlinien (S. 21 der Urteilsgründe) keinesfalls gefolgt werden. Es erscheint bereits äußerst fraglich, ob es sich bei einer Weiterentwicklung einer illegalen (!) Software um eine Neuheit handelt, die überhaupt ein „*öffentliches Interesse beanspruchen*“, Ziff. 15 Abs. 3 der Verlegerrichtlinien, und damit eine Berichterstattung rechtfertigen kann. Denn neuere, aktuelle Versionen sind bei Software-Produkten keine Seltenheit sondern stehen im Gegenteil an der Tagesordnung, wie sich vorliegend an der von der Antragsgegnerin in ihrem Beitrag genannten Versionsnummer „4.5.5.1“ erkennen lässt. Im Übrigen handelt es sich bei einer neuen Version einer Software, deren grundsätzliche Funktionalität unverändert geblieben ist, allenfalls um eine allgemeine Neuerung, die „*keine wirklichen Neuheiten im Sinne des vorstehenden Absatzes*“ ist, Ziff. 15 Abs. 2 der Verlegerrichtlinien. Die „*Beschreibung eines Fabrikates unter Nennung der Herstellerfirma*“ ist daher „**stets einer Textanzeige gleichzuachten**“, Ziff. 15 Abs. 3 der Verlegerrichtlinien (Hervorhebungen durch den Unterzeichner).

Als Werbung (s.o.) verstößt der Beitrag im Übrigen auch gegen Art. 7 der Publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserates (Pressekodex, **Anlage AS 31**):

*„Die Verantwortung der Presse gegenüber der Öffentlichkeit gebietet, dass redaktionelle Veröffentlichungen nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche wirtschaftliche Interessen der Journalistinnen und Journalisten beeinflusst werden. **Verleger und Redakteure** wehren derartige Versuche ab und **achten auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken.**“* (Hervorhebungen durch den Unterzeichner).

4. Die Antragsgegnerin wirbt damit durch den verfahrensgegenständlichen Beitrag selbst für die illegale Software „AnyDVD“.

Der Beitrag übernimmt in weiten Teilen die in der Pressemitteilung enthaltene Produktwertung ohne diese kritisch zu hinterfragen und unterstützt die Vorbereitungs-handlungen von SlySoft durch eine tendenziöse und sichtlich sympathisierende Berichterstattung. Es handelt sich mithin um eine illegale Werbung gem. § 95a Abs. 3 UrhG. Die Antragsgegnerin ist daher als unmittelbarer Verletzer zumindest gem. §§ 97 Abs. 1, 95a Abs. 3, 85, 94 UrhG; 823, 1004 BGB zur Unterlassung verpflichtet.

II.

Die Antragsgegnerin ist in jedem Fall als mittelbare Störerin an der Verbreitung der zitierten Werbeaussagen der Herstellerfirma, die ihrerseits selbst dem Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG unterliegen, beteiligt und haftet daher zumindest unter diesem Gesichtspunkt auf Unterlassung

Nach den Grundsätzen zur Haftung des Störers kann auch derjenige auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, der – ohne selbst Täter oder Teilnehmer zu sein – in irgendeiner Weise willentlich und adäquat kausal zur Verletzung eines geschützten Rechtsguts beiträgt. Dabei genügt auch die Unterstützung der Handlung eines eigenverantwortlichen Dritten, sofern der Inanspruchgenommene die rechtliche Möglichkeit zur Verhinderung dieser Handlung hatte (grundlegend für das Urheberrecht: BGH GRUR 1999, 418, 419 – Möbelklassiker). Der Begriff des Störers ist dabei „zum wirksamen Schutz des Verletzten weit auszulegen“ (OLG Hamburg, Urteil vom 29.04.2004, Az. 3 U 204/03 – Störerhaftung von Netzbetreibern).

Bei Dritten, die eine rechtswidrige Beeinträchtigung bloß objektiv durch ihr Handeln unterstützten, kann die Inanspruchnahme als Störer zusätzlich die Verletzung von Prüfungspflichten voraussetzen. Die Beurteilung, ob und inwieweit eine Prüfung zuzumuten war oder ist, richtet sich nach den jeweiligen Umständen des Einzelfalls, wobei die Funktion und die Aufgabenstellung des als Störer in Anspruch Genommenen sowie die Eigenverantwortung desjenigen, der die rechtswidrige Beeinträchtigung selbst unmittelbar vorgenommen hat oder vornimmt, zu berücksichtigen sind (zuletzt etwa BGH GRUR 2004, 693, 695 – Schöner Wetten m.w.N. sowie KG ZUM-RD 2005, 127, 128).

Jedenfalls im Rahmen der Störerhaftung spielt es nach ständiger Rechtsprechung des BGH auch keine Rolle, ob die Antragsgegnerin selbst mit Wettbewerbsförderungsabsicht gehandelt hat bzw. ob sie sonst ein Verschulden traf. Denn in entsprechender Anwendung von § 1004 BGB haftet derjenige als Störer, „*der auch ohne Wettbewerbsförderungsabsicht und ohne Verschulden*“ an dem Wettbewerbsverstoß eines Dritten beteiligt ist. Entscheidend ist allein, dass der Inanspruchgenommene in irgendeiner Weise willentlich und adäquat kausal an der Herbeiführung der rechtswidrigen Beeinträchtigung mitwirkt (BGH GRUR 1997, 313, 315 – Architektenwettbewerb m.w.N.; Hervorhebungen durch den Unterzeichner).

Durch die **Verbreitung der Werbeaussagen** von SlySoft, insbesondere des marktschreierischen wörtlichen ersten Zitats von Bettini,

„Wir knacken den Kopierschutz schneller, als die Filmindustrie ihn unter die Leute bringen kann“,

hat die Antragsgegnerin **objektiv** und **kausal** die Verbreitung der in der Pressemitteilung liegenden Werbung (vgl. LG Köln wrp 2004, 650, 651) bzw. Verkaufsförderungsmaßnahme **ermöglicht und gefördert**: Die von der Antragsgegnerin zitierten Aussagen haben werbenden Charakter und sind daher als auf den Verkauf von „AnyDVD“ gerichtete Werbung rechtswidrig. Durch die Veröffentlichung dieser Zitate hat die Antragsgegnerin die

Verbreitung der dem Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG unterliegenden Aussagen überhaupt erst ermöglicht und ist damit – selbst bei unterstellter hinreichender Distanzierung – als Störer für die Unterlassung der Verbreitung der Werbeslogans **passivlegitimiert**:

„Auch wenn eine Zeitung Äußerungen Dritter wiedergibt und sich von ihrem Inhalt distanziert, ändert das nichts daran, dass der Verleger der Zeitung einen entscheidenden Tatbeitrag zur Verbreitung der betreffenden Behauptung leistet“ (BGH GRUR 1986, 683, 683 – Ostkontakte).

Da die Antragsgegnerin als Verleger an der Verbreitung der Werbeaussagen mitgewirkt hat, kann sie daher jedenfalls als Störer auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (BGH a.a.O., ebd.).

Ihr war es auch **rechtlich möglich und zumutbar**, dies durch eine objektive Berichterstattung insbesondere ohne Wiedergabe von Werbeaussagen Dritter, **zu verhindern**.

Die Antragsgegnerin hat dabei auch ihre **Prüfungspflichten verletzt**, da ihr positiv bekannt war, dass „AnyDVD“ illegal ist und folglich auch eine Bewerbung bzw. Verkaufsförderung dieser Software unzulässig ist. Letzteres belegt eindrucksvoll die Aussage der Antragsgegnerin, sie führe *„um Verstöße gegen das Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG auszuschließen [...] eine Liste mit solchen Unternehmen, die eine derartige Software verbreiten, auf der sich auch die Slysoft, Inc. befindet“* (**Anlage AS 15**, S. 4).

Sie haftet daher insoweit zumindest als Störerin aufgrund der Verletzung von Prüfungspflichten. Die Rechtswidrigkeit jeglicher Werbung war ihr sogar bewusst, da sie nach eigener Aussage keine Werbeaufträge der Firma Slysoft annehmen würde. Ein Unterschied zwischen der Veröffentlichung einer rechtswidrigen Werbeanzeige und der Veröffentlichung einer Werbeaussage durch deren Zitierung ist nicht erkennbar.

Im Übrigen verlinkt die Antragsgegnerin in dem verfahrensgegenständlichen Beitrag sogar unmittelbar auf die vorliegend einschlägige Vorschrift des § 95a UrhG.

Da es der Antragsgegnerin sogar positiv bekannt war, dass „AnyDVD“ illegal ist und nicht beworben werden darf, dürfte die – insoweit ebenfalls vorsätzlich handelnde – Antragsgegnerin sogar, wie es die Vorinstanz auch zutreffend im Hinblick auf den gesetzten Hyperlink entschieden hat, **als Teilnehmerin** haften.

III.

Der vorliegende Verstoß gegen § 95a Abs. 3 UrhG ist nicht als rein redaktionelle Berichterstattung gerechtfertigt. Denn auch unter Berücksichtigung der sich aus Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG ergebenden Privilegierung im Zusammenhang mit Presseberichterstattungen stellt der verfahrensgegenständliche Beitrag entgegen der von der Vorinstanz geäußerten Ansicht keine rein redaktionelle Berichterstattung dar (S. 18ff der Urteilsgründe).

Denn die beanstandete Information, die Umgehungssoftware „AnyDVD“ umgehe gerade die namentlich aufgeführten Schutzsysteme, befriedigt kein berechtigtes Informationsinteresse der Allgemeinheit (1.). Die Antragsgegnerin kann sich auch entgegen der Auffassung der Vorinstanz (S. 19 der Urteilsgründe) ihrer Verantwortung nicht allein dadurch entziehen, dass sie die Aussagen von Bettini als wörtliche Zitate wiedergibt, da diese vielmehr regelmäßig dazu dienen, eine eigene Darstellung zu belegen (2.). Die Antragsgegnerin hat die Untersagung einer derartigen Berichterstattung auch hinzunehmen, da diese lediglich einen geringen Eingriff in ihr verfassungsrechtlich geschütztes Recht auf freie Berichterstattung darstellt. Die Untersagung ist zum Schutz der Rechte der Antragsstellerinnen geeignet, geboten und angemessen, da das Interesse der Antragsstellerinnen am Schutz der verwendeten Kopierschutzmaßnahmen Vorrang hat (3.).

1. Der verfahrensgegenständliche Beitrag dient keinem berechtigten Informationsinteresse.

Die Verbreitung der verbotenen Werbeaussagen durch den Beitrag der Antragsgegnerin dient keinerlei privilegierten Berichterstattungszwecken. Denn die mit dem vorliegenden Antrag beanstandete Schleichwerbung geht über die Befriedigung berechtigter Informationsbedürfnisse hinaus.

So ist es bereits fraglich, ob überhaupt ein Informationsinteresse der Öffentlichkeit dahingehend besteht, zu erfahren, **ob** bestimmte – namentlich benannte – Kopierschutzsysteme sicher sind bzw. umgangen werden können. Keinesfalls kann es jedoch legitim sein, zu erläutern, **wie**, insbesondere mithilfe welcher – noch dazu illegalen – Werkzeuge diese Schutzsysteme umgangen werden können. Erst Recht darf hierfür nicht im Rahmen einer Berichterstattung die Pressemitteilung eines Herstellers illegaler Software weitestgehend und kritiklos übernommen werden, sowie entgegen dem ausdrücklichen Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG **Werbeaussagen der Herstellerfirma verbreit** werden. Die Antragsgegnerin macht sich damit unter dem Mantel der vermeintlichen Presseberichterstattung zum Sprachrohr der dem Werbeverbot unterliegenden Herstellerfirma selbst. Dass eine derartige Berichterstattung nicht im Rahmen der Pressefreiheit zulässig ist, wird auch durch die zur Wiedergabe von ehrverletzenden Äußerungen ergangene Rechtsprechung belegt. Danach ist die Wiedergabe solcher per se rechtswidriger Äußerungen grundsätzlich nie durch Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG rechtfertigbar (vgl. OLG Brandenburg NJW-RR 2002, 1269, 1270). Insoweit kann für die ebenfalls als solche bereits rechtswidrigen, da gegen das Werbeverbot des § 95a Abs. 3 UrhG verstoßenden Werbeaussagen nichts anderes gelten.

Schließlich bedarf die Allgemeinheit zur Information über das bestehende Problem an sich keinesfalls der detaillierten und mitunter wörtlichen Wiedergabe der Werbeaussagen der Herstellerfirma, insbesondere nicht der namentlichen Benennung der betroffenen Kopierschutzsysteme und der zu ihrer Umgehung erforderlichen Produkte. Denn der Bereich der sachlichen Unterrichtung der Leserschaft wird

„...grundsätzlich dann verlassen, wenn Name, Firma, Ware oder Marke des Herstellers herausgestellt werden, obwohl es dessen Erwähnung zur Erfüllung der Informationsaufgabe nicht bedarf [...]“ (OLG München, Urteil vom 01.02.1996, Az. 6 U 3139/95, zit. nach Wolff, Schleichwerbung in Pressemedien, 1997, S. 84).

Zudem handelt es sich bei den in dem Beitrag vermittelten „Informationen“ nicht um eigene der Antragsgegnerin, sondern um Werbeaussagen von SlySoft, die die Antragsgegnerin lediglich **aus der Pressemitteilung abgeschrieben** hat. Die Antragsgegnerin handelt daher nur als „verlängerter Arm“ von SlySoft, der selbst eine Werbung für „AnyDVD“ in Deutschland rechtlich nicht möglich ist. Die einzige Möglichkeit für SlySoft, ihre illegalen Produkte zu bewerben, ist es, die Berichterstattung der Presse gezielt durch Pressemitteilungen zu beeinflussen und somit die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit für das eigene Produkt hervorzurufen. Aufgrund des europarechtlichen Werbeverbotes dürfte die überwiegende Mehrzahl der „mehr als 10 Millionen Downloads“ (**Anlage AS 27**) der Software „AnyDVD“ auf vergleichbare Berichterstattungen zurückzuführen sein. Eine solche „Pressearbeit“ umgeht daher das in § 95a Abs. 3 UrhG normierte produktbezogene Werbeverbot. Schließlich ist auch **kein** eine Berichterstattung rechtfertigender **Informationszweck** ersichtlich, wenn ein Hersteller von Einbruchswerkzeugen eine Pressemitteilung herausgibt, um seine Kunden über Neuentwicklungen zu unterrichten, damit diese in die Lage versetzt werden, geistiges Eigentum stehlen zu können.

2. **Wörtliche Zitate allein ändern nichts daran, dass die Antragsgegnerin einen entscheidenden Tatbeitrag zur Verbreitung der Werbeaussagen der Herstellerfirma leistet.**

Entgegen der Auffassung der Vorinstanz (S. 19 der Urteilsgründe) kann sich die Antragsgegnerin ihrer Verantwortung auch nicht dadurch entziehen, dass sie die Aussagen von Bettini als wörtliche Zitate wiedergibt. Denn eine als Werbung i.S.d. § 95a UrhG rechtswidrige Aussage kann nicht durch deren Zitierung im Rahmen einer Presseberichterstattung legalisiert werden. Vielmehr ist es im Presserecht ein anerkannter Grundsatz, dass auch in der **Verbreitung einer Äußerung eines Dritten** in Form eines Zitats eine Rechtsverletzung des Betroffenen liegen kann.

Allein die Wiedergabe eines Zitats bringt nicht etwa eine hinreichende Distanz auch gar nicht zum Ausdruck, sondern belegt vielmehr „**regelmäßig [...] eine eigene Darstellung**“ und dient somit nicht lediglich der Unterrichtung darüber, dass ein Dritter die mitgeteilte Äußerung getan hat (OLG Hamburg NJW-RR 1993, 734, 734; Hervorhebungen durch den Unterzeichner).

Im Übrigen wäre, wie der BGH in seiner Ostkontakte-Entscheidung ausgeführt hat (GRUR 1986, 683, 683), die Antragsgegnerin selbst dann, wenn sie sich bei der Wiedergabe des Zitats hinreichend von diesem distanziert hätte, als Störer für die Unterlassung der Verbreitung der Werbeslogans passivlegitimiert und kann daher vorliegend in jedem Fall auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

Dem Unterlassungsanspruch gegen die Wiedergabe eines als solchen gekennzeichneten Zitats stehen auch keine verfassungsrechtlichen Bedenken entgegen: Deshalb konnte es auch nach Auffassung des Bundesverfassungsgerichts, einer Presseagentur zivilrechtlich untersagt werden, ein Zitats aus einem Interview mit einer Imageberaterin zu verbreiten, in dem diese suggerierte, Bundeskanzler Schröder ließe seine Haare tönen (BVerfG ZUM 2004, 65).

3. Das Recht der Antragsgegnerin auf freie Berichterstattung tritt vorliegend aufgrund einer Interessenabwägung hinter das ebenfalls verfassungsrechtlich geschützte geistige Eigentum der Antragstellerinnen zurück.

Entgegen der von der Antragsgegnerin in ihrem erstinstanzlichen Schriftsatz vom 03.03.2005 (S. 8) geäußerten Auffassung geht es vorliegend auch keinesfalls um eine „*Zensur einzelner Gesinnungen*“. Vielmehr ist im Wege der praktischen Konkordanz ein Ausgleich zwischen dem grundrechtlich geschützten geistigen Eigentum der Antragstellerinnen und dem Berichterstattungsinteresse der Antragsgegnerin herzustellen, der der Antragsgegnerin gerade nicht jegliche objektive Berichterstattung über die illegale Umgehung technischer Schutzmaßnahmen untersagen soll.

Es **soll** vielmehr lediglich **verhindert werden**, dass die Verbreitung illegaler Produkte zur Umgehung von Kopierschutzmaßnahmen durch die Wiedergabe von dem Werbeverbot unterliegenden Aussagen der Herstellerfirma erleichtert und somit das grundrechtlich geschützte geistige Eigentum der Antragstellerinnen verletzt wird. Ein auf ein Werbeverbot gestütztes Unterlassungsgebot, das nicht die allgemeine redaktionelle Berichterstattung, sondern nur die Veröffentlichung redaktionell unveränderter Werbetexte verbietet, verstößt aber schon gar nicht gegen die Pressefreiheit (vgl. BVerfG, Beschluss vom 31.07.1989, Az. 1 BvR 53/87 zum Werbeverbot des § 8 Abs. 1 StBerG a.F.). Jedenfalls aber stellt die insoweit beantragte Untersagung lediglich einen geringen Eingriff in das Recht der Antragsgegnerin auf freie Berichterstattung dar.

Aufgrund des Vorrangs der Interessen der Antragstellerinnen tritt daher das Recht der Antragsgegnerin auf freie Berichterstattung, Art. 5 Abs. 1 GG, vorliegend hinter das ebenfalls verfassungsrechtlich geschützte geistige Eigentum der Antragstellerinnen zurück.

Das Grundrecht der Pressefreiheit findet seine Schranken in den allgemeinen Gesetzen, Art. 5 Abs. 2 GG, zu denen auch das UrhG mit dem dort geregelten Schutz des Urhebers sowie der Hersteller von Filmwerken und Tonträgern gehört (BGH GRUR 1987, 34, 34 – Liedtextwiedergabe I; vgl. auch BVerfG ZUM 1999, 633, 635 – Heidemörder).

Einschränkungen der Pressefreiheit bedürfen grundsätzlich einer Rechtfertigung durch hinreichend gewichtige schutzwürdige Rechte und Interessen Dritter (BVerfG GRUR 2001, 170, 173 – Schockwerbung). Dabei ist es aber keineswegs ausge-

schlossen, dass im Einzelfall dem Schutzbedürfnis des Urheberrechtsinhabers der Vorrang vor dem Interesse der Presse eingeräumt wird (vgl. BVerfG ZUM 1999, 633 – Heidemörder). Es bedarf daher einer konkreten Abwägung der widerstreitenden Interessen der Antragsgegnerin und der Antragstellerinnen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Interesse der Antragstellerinnen umso schwerer wiegt, je geringer der Informationswert des Berichts der Antragsgegnerin für die Allgemeinheit ist (vgl. BGH NJW 2004, 762 – Sabine Christiansen).

- a) Auf Seiten der **Antragstellerinnen** als Inhaber ausschließlicher Leistungsschutzrechte steht die **Befugnis zur wirtschaftlichen Verwertung der urheberrechtlich geschützten geistigen Leistungen** im Vordergrund, die als vermögenswertes Recht von der Eigentumsgarantie des Art. 14 GG erfasst wird (BVerfG ZUM 1999, 633 – Heidemörder). Da die urheberrechtlich geschützten Werke und Leistungen aber im digitalen Umfeld in besonderem Maße hinsichtlich ihrer unerlaubten Nutzung gefährdet sind, gewährt das UrhG den Rechteinhabern in den §§ 95a ff wiederum rechtlichen Schutz für die zur Verhinderung unbefugter Nutzung eingesetzten technischen Schutzmechanismen. Somit dienen auch diese Vorschriften dem Schutz des grundrechtlich geschützten geistigen Eigentums.

Der Gesetzgeber hat gerade die **außerordentliche Gefahr rechtswidriger Vorbereitungshandlungen** erkannt und darauf mit dem Verzicht auf subjektive Tatbestandselemente durch Schaffung eines **abstrakten Gefährdungstatbestandes** reagiert (vgl. oben **I. 2. b**).

Die Wiedergabe und Verbreitung von dem Werbeverbot unterliegenden Aussagen durch den verfahrensgegenständlichen Beitrag der Antragsgegnerin, ermöglicht unter dem Deckmantel einer vermeintlich objektiven Berichterstattung der breiten Öffentlichkeit den Zugang zu Mitteln zur Umgehung von Kopierschutzmaßnahmen und fördert deren Verbreitung. Mit Hilfe der von der Antragsgegnerin zumindest mittelbar beworbenen Software „AnyDVD“ können deren Leser im privaten Bereich unkontrolliert digitale Kopien geschützter Medien anfertigen. Dies **führt** nicht nur zu immensen Schäden der Antragstellerinnen, sondern **zur völligen Wirkungslosigkeit des gesetzlich vorgesehenen Schutzes**.

Demgegenüber besteht das Interesse der Antragsgegnerin darin, möglichst umfassend über den Einsatz und die Wirksamkeit von Kopierschutzmechanismen berichten zu können.

- b) Unter Berücksichtigung dieser Interessenlage überwiegen vorliegend die Interessen der Antragstellerinnen.

Den Lesern des verfahrensgegenständlichen Beitrages wird **von der Antragsgegnerin** durch die unkritische Wiedergabe der in der Pressemitteilung

der Herstellerfirma enthaltenen Produktwerbung **alles zur Umgehung der eingesetzten Kopierschutztechnologien erforderliche Wissen vermittelt**. Zudem wird noch mitgeteilt, wo diese in Deutschland nicht erhältliche Software bezogen werden kann.

Damit **überschreitet** die Antragsgegnerin eindeutig die **Grenze einer zulässigen Berichterstattung**. Denn über die Problematik an sich hätte sie ohne das unreflektierte Aufgreifen der Werbeaussagen der Herstellerfirma ohne weiteres abstrakt-generell ohne die konkret-individuelle Angabe der von den verschiedenen Unternehmen verwandten Kopierschutzsysteme und ihrer Umgehungsmöglichkeit berichten können.

Der BGH hat wiederholt klargestellt, dass bei der Interessenabwägung zwischen dem Recht der Presse auf freie Berichterstattung sowie den individuellen verfassungsmäßigen Rechten Einzelner insbesondere auf den konkreten Inhalt der Mitteilung abzustellen ist. So hat er die **Veröffentlichung von Luftbildern des Anwesens** einer Prominenten unter ausdrücklicher Nennung ihres Namens für **zulässig** erachtet (BGH NJW 2004, 762 – Sabine Christianen). Die im gleichen Artikel veröffentlichte **Wegbeschreibung**, mittels derer es den Lesern ohne weitere Recherche möglich war, das Anwesen aufzufinden, wurde jedoch als **unzulässig** angesehen, da die

„Wegbeschreibung allein dem Zweck dient, die Klägerin für die Öffentlichkeit erreichbar zu machen. Die öffentliche Bekanntgabe der genauen Lage der Finca setzt die Klägerin aber gerade einer erhöhten Gefahr des Eindringens Dritter in ihren privaten Bereich aus.“ (BGH, a.a.O.)

Vorliegend hat die Antragsgegnerin nicht lediglich mit distanzierten „Luftbildern“ über die Wirksamkeit der Kopierschutzsysteme an sich berichtet. Vielmehr verbreitet sie durch die wiedergegebenen Zitate des Herrn Bettini dessen illegalen Werbeaussagen und fördert so die rechtswidrige Verbreitung verbotener Software zur Umgehung von Kopierschutzsystemen. Sie bewirbt somit detailliert den Weg zur Umgehung dieser Systeme und setzt damit die Antragsstellerinnen der erhöhten Gefahr der Verletzung ihrer geistigen Eigentumsrechten aus. Insbesondere steht die wörtliche Wiedergabe der Werbeaussagen auch keinesfalls im Darstellungszusammenhang mit einer distanzierten kritischen Berichterstattung.

Durch die tendenziöse Sprache des Beitrages und die Übernahme der reißerischen Werbeaussagen erscheint die Antragsgegnerin mit ihrem Bericht somit eher als Werbe-„Sprachrohr“ im Dienste von Slysoft. Ein über die Bewerbung von „AnyDVD“ hinausgehender Informationswert des Beitrages für die Allgemeinheit, die sich über das Problem an sich informieren will, ist nicht erkennbar, so dass die Interessen der Antragstellerinnen umso schwerer wiegen.

Die Verweisung der Antragsgegnerin auf eine abstrakt-generelle Berichterstattung und kritische Auseinandersetzung ohne werbenden Charakter ist daher zur Wahrung der Interessen der Antragstellerinnen **geeignet** und angesichts der den Schutzrechtsinhabern konkret **drohenden Schäden** auch **angemessen**.

Auch nach antragsgemäßem Erlass des beantragten Unterlassungsgebotes wäre es der Antragsgegnerin ohne weiteres möglich, die berechtigten Informationsbedürfnisse ihre Leser zu befriedigen.

Ergänzend nehmen die Antragstellerinnen Bezug auf die erstinstanzlichen Schriftsätze, insbesondere vom 10., 14. und 16.02., sowie vom 02.03. und vom 18.04.2005.

Johannes Waldorf
Rechtsanwalt