

WALDORF  
RECHTSANWÄLTE

WALDORF RECHTSANWÄLTE: [REDACTED]

Landgericht München I  
**21. Zivilkammer**  
Lenbachplatz 7  
  
80316 München

RECHTSANWÄLTE  
JOHANNES WALDORF  
BJÖRN FROMMER

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED]  
  
02.03.2005

Aktennummer:  
00193/2005 JW/FB

**EILT SEHR – Bitte sofort vorlegen!**  
**Termin zur mündlichen Verhandlung am heutigen Mittwoch, 02.03.2005**  
**um 13:30 Uhr**

**Az.: 21 O 3220/05**

In Sachen

**BMG Records GmbH u. a.**

gegen

**Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co. KG**

ergänzen wir unsere Ausführungen zum bereits vorliegenden Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung wie folgt:

Zunächst ist klarzustellen, dass das Angebot der Herstellerfirma SlySoft Inc. auf die Erzielung erheblicher Gewinne mit dem **Verkauf** der illegalen Umgehungssoftware „AnyDVD“ ausgerichtet ist, da die dauerhafte Nutzung die Zahlung einer Lizenzgebühr voraussetzt (**A.I.**). Zu der von SlySoft angebotenen Software „AnyDVD“ liegt den Antragstellerinnen zwischenzeitlich auch die Pressemitteilung der Fa. SlySoft Inc. vom 17.01.2005 vor, die

[REDACTED]

der Antragsgegnerin als Vorlage des verfahrensgegenständlichen Beitrags diene (**A.II.**).

Der verfahrensgegenständliche Beitrag ist nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen als „getarnte Werbung“ für die illegale Umgehungssoftware „AnyDVD“ gem. § 95a Abs. 3 UrhG verboten, da er den Rahmen einer sachlich veranlassten Information verlässt (**B.I.**). Zudem ist er nach dieser Vorschrift auch als rechtswidrige Anleitung zur Umgehung von Kopierschutzmaßnahmen verboten (**B.II.**).

Die vorliegenden Verstöße gegen § 95a UrhG sind keinesfalls als rein redaktionelle Berichterstattung gerechtfertigt (**B.III.**).

## A. Sachverhalt

### I.

Das Angebot von SlySoft ist eindeutig auf die **Erzielung erheblicher Gewinne mit dem Verkauf** der illegalen Umgehungssoftware „AnyDVD“ ausgerichtet.

Wie bereits dargestellt ermöglicht die Herstellerfirma jedem Besucher ihres Internetauftritts, die Software „AnyDVD“ zwar zunächst kostenlos auf den eigenen Rechner herunter zu laden (A. III. 1. b) des Antrags vom 10.02.2005, S. 6ff). Nach der Installation kann die Software dann auch für eine so genannte „*Testperiode*“ von 21 Tagen in vollem Umfang genutzt werden. Nach Ablauf dieser „*Testperiode*“ lässt sich die Software nur nach Registrierung mittels eines **kostenpflichtigen Lizenzschlüssels** starten.

**Glaubhaftmachung:** Screenshot der Rubrik „Download“, bereits vorgelegt mit

- Anlagenkonvolut AS 4 -

Die **Kaufabwicklung** erfolgt dann über die Rubrik „Kaufen“ auf der Internetseite von SlySoft. Neben der Möglichkeit der Freischaltung der Software werden dem Nutzer mit dem Erwerb des Lizenzschlüssels zum Preis von EUR 30,92 auch „*technische Unterstützung für ein Jahr*“ sowie „**kostenlose Updates auf Lebenszeit**“ versprochen. Die Zahlung des Kaufpreises kann per Kreditkarte, Überweisung, Scheck oder in Bar erfolgen.

Die Herstellerfirma **fordert** ihre „*Kunden aus Deutschland*“ zudem unverhohlen **zur Umgehung des Vertriebsverbotes** auf. Nach Anklicken der Schaltfläche „*Jetzt kaufen!*“ werden Zugriffe aus Deutschland automatisch erkannt. **Deutschen Kunden** wird dann als „**Workaround**“ **empfohlen**, im folgenden Bestellformular die **Schweiz fälschlich als „Heimatland“ einzugeben:**



Produkte	Download	Kaufen	Support	Kontakt
----------	----------	--------	---------	---------

**Wichtiger Hinweis für Kunden aus Deutschland!**

Durch die veränderte Rechtslage in Deutschland können wir deutsche Kunden momentan nicht ohne Weiteres beliefern. Bis wir durch die zu erwartenden Gerichtsurteile wieder 'offiziell' nach Deutschland liefern dürfen, haben wir für Sie einen kleinen 'Workaround':

Tragen Sie bitte einfach beim Kauf auf dem auf der nächsten Seite folgenden Bestellformular als Heimatland 'Schweiz' (statt Deutschland) ein - die restlichen Daten sollten aber korrekt eingegeben werden. Sie erhalten dann den Lizenzschlüssel ganz normal per E-Mail ausgeliefert - auch wenn Sie in Deutschland wohnen sollten.

Die Auslieferung des Lizenzschlüssels erfolgt schließlich per E-Mail.

**Glaubhaftmachung:** diverse Internetprintouts

- Anlagenkonvolut AS 26 -

Der gesamte **Vorgang** des Erwerbs wird auf diese Weise **elektronisch abgewickelt** und erfolgt gleichsam im Verborgenen. Dadurch haben weder die durch Vertrieb und Nutzung der Software in ihren Rechten verletzten Antragsstellerinnen noch die zuständigen Strafverfolgungsbehörden die Möglichkeit, diese rechtswidrigen Handlungen zu unterbinden.

## II.

Der Antragsgegnerin liegt zwischenzeitlich die Pressemitteilung der Fa. SlySoft Inc. vom 17.01.2005 vor. Diese Pressemitteilung wurde offenbar von der Antragsgegnerin nahezu wortwörtlich als Grundlage für den verfahrensgegenständlichen Beitrag verwendet:

„Von: tom.xiang@slysoft.com [<mailto:tom.xiang@slysoft.com>]  
Gesendet: Montag, 17. Januar 2005 23:58  
An: [pressrelease@slysoft.com](mailto:pressrelease@slysoft.com)  
Betreff: Pressemitteilung: Kopierschutzknacker von heute knackt Filme von morgen

*Pressemitteilung zur sofortigen Veröffentlichung Antigua, 17. Januar 2005*

*Kopierschutzknacker von heute knackt Filme von morgen*

-----  
*Eine neue Variante des DVD Kopierschutzes "ARccOS" von SONY (<http://www.sonydadc.com/products.copy.arccos.go>), der **erstmalig auf dem am 18. Januar** in den USA erscheinenden Film "The Forgotten" mit Julianne Moore eingesetzt wird, wurde **bereits am 17. Januar** von einer neuen Version des bekannten Tools "AnyDVD" der antiguanischen Softwareschmiede "Slysoft" ausgehebelt.*

*"Wir knacken den Kopierschutz schneller, als die Filmindustrie ihn unter die Leute bringen kann" freut sich SlySoft's CEO Giancarlo Bettini.*

"Vielleicht sieht die Filmindustrie ja dadurch ein, wie sinnlos so ein Kopierschutz eigentlich ist. Er ist kostspielig und führt oft zu Kompatibilitätsproblemen beim Kunden"

"Settec ALPHA-DVD" ([http://www.settec.co.kr/eng/pro\\_alphadvd.htm](http://www.settec.co.kr/eng/pro_alphadvd.htm)) heisst ein weiterer neuer DVD-Kopierschutz. Er wurde entwickelt von einem Ableger des koreanischen Elektronikriesen "LG".

Dieser Kopierschutz basiert ebenso wie die Sony-Varianten auf einer Veränderung der DVD Struktur sowie unlesbaren Sektoren. Auch der neue koreanische Kopierschutz ist kein Problem für SlySoft's neues AnyDVD.

"Puppetlock" hatte SlySoft einen dritten Kopierschutz getauft, der ebenfalls nach einem ähnlichen Prinzip arbeitet. Der etwas eigenartige Name kommt daher, weil dieser Kopierschutz zuerst auf deutschen DVDs der Augsburger Puppenkiste verwendet wurde.

Über AnyDVD:

AnyDVD ist ein Treiber, der im Hintergrund automatisch und unbemerkt eingelegte DVD-Filme entschlüsselt. Für das Betriebssystem und alle Programme scheint diese DVD niemals einen Kopierschutz oder Regionalcode-Beschränkungen gehabt zu haben. Mit Hilfe von AnyDVD sind somit auch DVD-Kopierprogramme wie CloneDVD, Pinnacle InstantCopy, Intervideo DVDCopy u.a. in der Lage, kopiergeschützte DVD-Filme zu verarbeiten. AnyDVD entschlüsselt aber nicht nur DVDs:

AnyDVD ermöglicht auch das abspielen, kopieren und rippen kopiergeschützter Audio CDs!

Ursprünglich entwickelt von Elaborate Bytes wurde AnyDVD 2003 an SlySoft verkauft und verzeichnet bis heute mehr als **10 Millionen Downloads**.

About SlySoft, Inc.:

SlySoft wurde 2002 von Giancarlo Bettini gegründet und hat seinen Sitz auf der schönen Karibikinsel Antigua.

Unser Ziel bei SlySoft ist es, eine hochqualitative Palette an benutzerfreundlichen Software-Tools und Treiber für Multimedia-Applikationen und -Hardware zu produzieren. Wir sind bestrebt unsere Produkte auf dem neuesten Stand der Technik zu halten und somit auch die neuesten Entwicklungen in der Multimedia-Industrie zu berücksichtigen.

Links:

<http://www.lysoft.com/de/>

<http://www.lysoft.com/de/download.html>

[http://www.lysoft.com/download/changes\\_anydvd.txt](http://www.lysoft.com/download/changes_anydvd.txt)

Weitere Auskünfte erhalten Sie bei:

SlySoft Inc.  
Tom Xiang  
Dickenson Bay Street  
John Henry Bldg.  
Saint John's

Antigua (West Indies)  
tom.xiang@slysoft.com

**Glaubhaftmachung:** Pressemitteilung der Fa. SlySoft Inc. vom 17.01.2005 (Hervorhebungen durch den Unterzeichner)

- Anlage AS 27 -

Diese Beschreibung deckt sich insoweit mit der auch über die Eingangsseite von SlySoft erreichbaren Produktbeschreibung von „AnyDVD“ (**Anlagenkonvolut AS 4**). Die Antragsgegnerin musste also keinerlei weitere Recherche betreiben, insbesondere auch nicht die verlinkte Internetseite untersuchen, um sich über die Rechtswidrigkeit der Software zu informieren.

## B. Rechtliche Würdigung

### I.

Der verfahrensgegenständliche Beitrag ist als Werbung für die illegale Software „AnyDVD“ gem. § 95a Abs. 3 UrhG verboten. Die Antragsgegnerin bewirbt selbst „AnyDVD“ in ihrer als Beitrag getarnten Werbung und ist für diese Vorbereitungshandlung unmittelbar verantwortlich (1.). Sie wäre aber auch als mittelbarer Störer für die Verbreitung der durch die Pressemitteilung von SlySoft verbreiteten illegalen Werbung bzw. Maßnahme der Verkaufsförderung i.S.d. § 95a Abs. 3 UrhG verantwortlich. Insbesondere hat sie auch ihre Prüfungspflichten verletzt, da ihr positiv bekannt war, dass „AnyDVD“ illegal ist und folglich auch eine Bewerbung dieser Software unzulässig ist (2.).

1. Indem die Antragsgegnerin die Pressemitteilung von SlySoft nahezu vollständig übernommen hat, wirbt sie für die gem. § 95a Abs. 3 UrhG rechtswidrige Software „AnyDVD“. Entscheidend ist dabei allein, dass der Beitrag der Antragsgegnerin **objektiv** zur Absatzförderung **geeignet** ist. Auf eine subjektive Förderungsabsicht kommt es aufgrund der gebotenen europarechtlichen Auslegung nicht an (dazu ausführlich I. 3. des Schriftsatzes vom 14.02.2005, S. 7f).

Unabhängig davon wäre der „Beitrag“ auch nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen als so genannte **„getarnte Werbung“** einzustufen. Wie die Antragsgegnerin selbst den verfahrensgegenständlichen Beitrag kennzeichnet, spielt demgegenüber keine Rolle (a). Die Antragsgegnerin bewirbt selbst die illegale Software „AnyDVD“, indem sie unverändert, kritiklos und tendenziös die Werbeaussagen von SlySoft übernimmt und teilweise sogar wörtlich zitiert (b).

Die Antragsgegnerin unterstützt – insbesondere durch die wörtlich wiedergegebenen Werbeaussagen von Bettini – die illegalen Vorbereitungshandlungen von SlySoft (c) und liegt damit auf einer Linie mit ihrer bisherigen Berichterstattung zum Einsatz von Kopierschutzmechanismen (d). Sie verstößt mit dieser getarnten Werbung zudem gegen anerkannte journalistische Grundsätze i.S.d. § 11 Abs. 2 MDStV (e): Der Beitrag übernimmt in weiten Teilen die in der Pressemitteilung enthaltenen Produktinformationen ohne diese kritisch zu hinterfragen. Die Antragsgegnerin un-

terstützt die nach deutschem Recht illegalen Vorbereitungshandlungen von SlySoft zudem durch zusätzliche „Informationen“ ihrer Leser.

- a) Keinesfalls kann sich die Antragsgegnerin zu ihrer Rechtfertigung insoweit pauschal darauf berufen, sie halte sich an das presserechtliche Trennungsgesetz (**Anlage AS 15**, S. 3) und daher könne der Beitrag keine Werbung im Rechtssinne sein. Vielmehr ist insoweit nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen der getarnten Werbung abzugrenzen:

Danach kann im Einzelfall auch eine vorgebliche redaktionelle Berichterstattung Werbung sein (BGH GRUR 1993, 565, 566 - Faltenglätter), wenn aufgrund konkreter Umstände feststeht, dass durch die „**übermäßig werbende Darstellung**“ der „**Rahmen einer sachlich veranlassten Information**“ **verlassen** wird (BGH GRUR 1997, 912, 913 – Die Besten I und GRUR 1997, 914, 915 – Die Besten II).

Im Einzelfall liegt insbesondere dann eine getarnte Werbung vor, wenn in redaktionellen Beiträgen die **Hersteller** von Produkten bzw. Erbringer von Dienstleistungen **namentlich genannt** werden und ihre **Leistungen unkritisch hervorgehoben** werden. Eine derart pauschal lobende Berichterstattung geht weit über eine sachliche Information hinaus (BGH GRUR 1998, 489, 492f – Unbestimmter Unterlassungsantrag III; BGH GRUR 1993, 561, 562 – Produktinformation; vgl. auch BGH GRUR 1998, 947, 948 – AZUBI '94). Dies gilt insbesondere dann, wenn **von einer Vielzahl von** entsprechenden **Produkten nur ein einziges namentlich genannt** wird (BGH GRUR 1993, 561, 562 – Produktinformation). Weitere Indizien sind ferner die **Übernahme zahlreicher Werbeaussagen**, insbesondere dann, wenn **keine Stellungnahme zu deren Richtigkeit** abgegeben wird, 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).

- b) Indem die Antragsgegnerin die Pressemitteilung von SlySoft weitestgehend und kritiklos übernommen hat, bewirbt sie selbst die Software „AnyDVD“.

Der verfahrensgegenständliche Beitrag **übernimmt wörtlich und vollständig die in der Pressemitteilung enthaltenen Zitate** des „Slysoft-Chefs“ Bettini, der sich mit seiner Aussage rühmt, nach deutschem Recht rechtswidrige Handlungen vorgenommen zu haben. Insbesondere muss SlySoft den Film „The Forgotten“ offenbar aus illegalen Quellen bezogen haben, da SlySoft bereits einen Tag vor dessen Veröffentlichung die Umgehung seines Kopierschutzes gemeldet hat.

Der Beitrag wiederholt in seinen **ersten drei Absätzen nahezu wörtlich** die ihm vorausgehende **Pressemitteilung von SlySoft** und übernimmt damit alle

in der Pressemitteilung enthaltenen zentralen Werbeaussagen. Ferner findet sich im Beitrag sogar das **Vokabular der Pressemitteilung** wieder: so werden Kopierschutzsysteme etwa „ausgeholt“.

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“**.

Schließlich werden auch die in der Pressemitteilung enthaltenen Hyperlinks, etwa auf [www.sonydadc.com/products.copy.arccos.go](http://www.sonydadc.com/products.copy.arccos.go), exakt übernommen.

- c) Der verfahrensgegenständliche Beitrag lässt nicht nur jegliche kritische Distanzierung zu den Werbeaussagen der Pressemitteilung von SlySoft vermissen. Vielmehr unterstützt die Antragsgegnerin die illegalen Vorbereitungs-handlungen von SlySoft.

Diese Unterstützung wird insbesondere durch die wörtlich wiedergegebenen Werbeaussagen von Bettini deutlich, die die Antragsgegnerin einer Wiedergabe in indirekter Rede vorgezogen hat. Auch die Diktion des Beitrages lässt eine deutliche Sympathie für die illegalen Produkte von SlySoft erkennen, etwa wenn sich „*SlySoft-Chef Bettini geradezu schelmisch über die*

#### **wenig effektiven Schutzverfahren**

*[freut]*“ (Hervorhebungen durch den Unterzeichner), und ist typisch für werbende Texte. Insbesondere wird auch nur ein einziges Produkt eines einzigen Herstellers benannt, obwohl eine Vielzahl weiterer vergleichbarer Programme existiert. Für die Nennung nur eines bestimmten 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)

- d) Diese Unterstützung bzw. Billigung der Verbreitung der illegalen Software „AnyDVD“ entspricht auch der mit der **bisherigen Berichterstattung** der Antragsgegnerin **zum Einsatz von Kopierschutzmechanismen** zum Ausdruck gebrachten Einstellung.

aa) 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 solchen, **kopiergeschützten Medien** um „**Un**“ - **Medien**. Diese Einstellung bringt die Antragsgegnerin insbesondere durch den von ihr geprägten und bis heute verwendeten **Begriff der „Un-CD“** zum Ausdruck.

In dem ersten über ihren Newsticker verbreiteten Bericht zum Einsatz von Kopierschutzmechanismen mit dem bezeichnenden Titel

**„Un-CDs, nein danke!“**

werden mit Kopierschutz versehene CDs als „**normwidrige Un-CDs**“ bezeichnet. Nach Auffassung der Antragsgegnerin handelt es sich bei kopiergeschützten CDs

**„überhaupt nicht um Audio-CDs, sondern eben nur um Silberscheiben“.**

(Artikel „CD-Schutz kontra Verbraucherschutz“, veröffentlicht in c't 7/2003, S.136, Hervorhebungen durch den Unterzeichner)

Die Antragsgegnerin bezeichnet Kopierschutztechnologien schließlich wiederholt irreführend als „**PC-Abspielsperren**“, ohne auf ihren eigentlichen Schutzzweck, die Unterbindung einer unkontrollierten Vervielfältigung, hinzuweisen.

**Glaubhaftmachung:** Diverse Internetprintouts verschiedener Beiträge der Antragsgegnerin

**- Anlagenkonvolut AS 28 -**

- bb)** Die Antragsgegnerin lässt 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:

**„Bis dieser Tag gekommen ist, ist der Verbraucher auf sich allein gestellt:**

*Er kann CDs meiden, die nicht auf den heimischen Geräten abspielbar sind und den Händler freundlich bitten, die nicht kompatiblen CDs in einem separaten Regal auszustellen – unter dem CD-DA-Logo haben sie eigentlich nichts zu suchen – oder **versuchen die Sperren mit geeigneter Hard- und Software im Alleingang zu umgehen (...)**“*

(Artikel „CD-Schutz kontra Verbraucherschutz“, veröffentlicht in c't 7/2003, S.136, als Internetprintout vorgelegt mit **Anlagenkonvolut AS 28**, Hervorhebungen durch den Unterzeichner)

Die Berichterstattung der Antragsgegnerin enthält wiederholt den ausdrücklichen Hinweis, dass die für den Käufer störenden Begleiterscheinungen der technischen Schutzmaßnahmen durch die Vervielfältigung der betreffenden Medien einfach zu umgehen sind:



„Das neue Urheberrechtsgesetz könnte die Problematik der Abspielsperren noch verschärfen“, **prognostiziert die Redaktion**. Bisher konnten die Nutzer **mit Clone-Tools die Abspielsperren umgehen**, um am PC private Kopien zu erstellen, was nach der alten wie der neuen Rechtslage eigentlich erlaubt ist. **Die selbst gebrannten CDs lassen sich auf allen Laufwerken problemlos abspielen.**“

(Beitrag „Das neue Urheberrecht, die „Un-CD“ und die Privatkopie“ vom 20.04.2003, als Internetprintout vorgelegt mit **Anlagenkonvolut AS 28**, Hervorhebungen durch den Unterzeichner)

- e) Mit dieser getarnten Werbung **verstößt** die Antragsgegnerin auch **gegen anerkannte journalistische Grundsätze**, zu deren Beachtung die Antragsgegnerin gem. § 11 Abs. 2 MDSStV verpflichtet ist. Diese Grundsätze kommen etwa in den Richtlinien für redaktionelle Hinweise in Zeitungen und Zeitschriften des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) zum Ausdruck:

„15. *Berichterstattung über Neuheiten*

*Bei Neuheiten und neuen Verwendungszwecken ist die Nennung der Hersteller (aber nicht der Wiederverkäufer) zulässig. **Als Neuheiten gelten** solche Erzeugnisse oder Verwendungsarten, die für den Leserkreis des Blattes **wichtig und bisher in dem Blatte noch nicht besprochen** worden sind.*

**Allgemeine Neuerungen, wie sie alltäglich durch wirtschaftlichen Wettbewerb und Fortschritt laufend entwickelt und angeboten werden, sind keine wirklichen Neuheiten im Sinne des vorstehenden Absatzes.**

*Die Nennung des Preises, der Marke und der Herstellerfirma (nicht des Wiederverkäufers) ist zulässig bei Erfindungen, die ein öffentliches Interesse beanspruchen. Das gilt auch dann, wenn Neuschöpfungen zweifelsfrei als Sonderleistungen anzusprechen bzw. für das jeweilige Fachgebiet von ganz besonderer Bedeutung sind und der Redakteur zu der Überzeugung kommt, daß die Erwähnung des Preises und Herstellers in einem solchen Falle überragender Leistungen den allgemeinen binnen- und exportwirtschaftlichen Interessen dient. **In allen anderen Fällen ist die Beschreibung eines Fabrikates unter Nennung der Herstellerfirma und des Preises oder beider Angaben stets einer Textanzeige gleichzuachten.** Dasselbe gilt für die Wiederholung einer Neuheitenbesprechung sowie für Veröffentlichungen von Schaufensterbildern, die den Zweck haben, für namentlich gekennzeichnete und schon bekannte Verkaufserzeugnisse zu werben.“ (Hervorhebungen durch den Unterzeichner).*

**Glaubhaftmachung:** Richtlinie für redaktionelle Hinweise in Zeitungen und Zeitschriften

Dem ZAW gehört der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ) an, dessen Mitglied wiederum die Antragsgegnerin ist.

**Glaubhaftmachung:** Internetprintouts der Mitgliederlisten des ZAW und des VDZ

- Anlage AS 30 –

Der Beitrag verstößt auch gegen Art. 7 der Publizistischen Grundsätze des Deutschen Presserates (Pressekodex).

**Glaubhaftmachung:** Pressekodex des Deutschen Presserates in Auszügen

- Anlage AS 31 –

Der Beitrag übernimmt daher in weiten Teilen die in der Pressemitteilung enthaltene Produktwertung ohne diese kritisch zu hinterfragen. Die Unterstützung der Vorbereitungshandlungen von SlySoft durch die tendenziöse und sichtlich sympathisierende Berichterstattung wird auch daran deutlich, dass die Antragsgegnerin ihren Leser zusätzlich noch über die Versionsnummer der Software „AnyDVD“ aufgeklärt, die diese illegalen Funktionalitäten aufweist. Auch wird er über den in der Pressemitteilung von SlySoft genannten Film hinaus noch auf einen weiteren Film hingewiesen, der sich ebenfalls eines mit Hilfe von „AnyDVD“ umgeharen Kopierschutzsystems bedient.

Es handelt sich mithin um eine getarnte Werbung im Sinne der Rechtsprechung und damit auch um eine illegale Werbung gem. § 95a Abs. 3 UrhG

2. Die Antragsgegnerin wäre aber auch als mittelbarer Störer für die Verbreitung der durch die Pressemitteilung von SlySoft verbreiteten illegalen Werbung bzw. Maßnahme der Verkaufsförderung i.S.d. § 95a Abs. 3 UrhG verantwortlich:

Durch die Verbreitung der Werbeaussagen von SlySoft, insbesondere des markt-schreierischen 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. Ihr war es auch rechtlich möglich und zumutbar, dies durch eine objektive Berichterstattung ohne Nennung spezifischer Umgehungswerkzeuge und deren Hersteller, 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).

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

## II.

Zudem stellt der verfahrensgegenständliche Beitrag selbst eine rechtswidrige Anleitung zur Umgehung von Kopierschutzmaßnahmen dar, da es allein aufgrund der in dem Beitrag vermittelten Informationen möglich ist, eine DVD zu „knacken“.

Insbesondere wusste die Antragsgegnerin spätestens aus der Pressemitteilung, dass „AnyDVD [...] im Hintergrund automatisch und unbemerkt“ läuft. Die Antragsgegnerin konnte sich daher auf die Benennung der Software beschränken, da diese derart einfach zu bedienen ist, dass es einer weitere Information zum Umgehen der Kopierschutzmechanismen nicht bedarf (dazu bereits B. II. 1. c) des Antrags vom 10.02.2005, S. 17f).

Zusätzlich zu diesen Informationen klärt die Antragsgegnerin ihre Leser auch darüber auf, **welche Version** von „AnyDVD“ für die Umgehung der neuen Kopierschutzsysteme erforderlich ist, indem sie ihnen deren **Versionsnummer** mitteilt. Mit dieser „Information“ geht die Antragsgegnerin über die Verbreitung der werbenden Inhalte der Pressemitteilung deutlich hinaus und gibt ihren Lesern eine konkrete Hilfestellung zur Umgehung der Kopierschutzsysteme. Auch **benennt** sie ausdrücklich zusätzlich zu dem in der Pressemitteilung genannten Film „The Forgotten“ mit „Gothika“ eine **weitere Film-DVD**, deren Kopierschutz mit Hilfe von „AnyDVD“ umgangen werden kann.

Im Übrigen wäre die Antragsgegnerin auch als Störer für die Wiedergabe der durch die Pressemitteilung von SlySoft verbreiteten illegalen Umgehungsanleitung verantwortlich (vgl. oben I. 2.).

### III.

Der vorliegende Verstoß gegen § 95a UrhG ist keinesfalls als rein redaktionelle Berichterstattung gerechtfertigt (dazu bereits ausführlich II. des Schriftsatzes vom 14.02.2005, S. 9ff).

Im Gegenteil handelt die Antragsgegnerin vielmehr nur als „verlängerter Arm“ von SlySoft, der eine Werbung für „AnyDVD“ in Deutschland rechtlich nicht möglich ist. Die einzige Möglichkeit für SlySoft, ihre illegalen Produkte zu bewerben, ist es daher, 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 produktbezogenen Werbeverbot.

Zudem handelt es sich bei den in dem Beitrag vermittelten „Informationen“ nicht um eigene der Antragsgegnerin, sondern um solche von SlySoft, die die Antragsgegnerin lediglich aus der Pressemitteilung abgeschrieben hat. Die Antragsgegnerin wird daher lediglich als „Sprachrohr“ von SlySoft tätig. Es 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.

Schließlich kann sich die Antragsgegnerin ihrer Verantwortung auch nicht dadurch entziehen, dass sie die Aussagen von Bettini als 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, und zwar insbesondere dann, wenn es an einer eigenen und ernsthaften Distanzierung desjenigen, der die Äußerung wiedergibt, fehlt (BGH NJW 1996, 1131, 1132 m.w.N.). So hat es etwa das Bundesverfassungsgericht als zulässig erachtet, einer Presseagentur die Verbreitung eines Zitats aus einem Interview mit einer Imageberaterin, in dem diese suggerierte, Bundeskanzler Schröder ließe seine Haare tönen, zivilrechtlich zu untersagen (BVerfG ZUM 2004, 65). Allein die Wiedergabe eines Zitats bringt eine hinreichende Distanz nicht zum Ausdruck. Denn ein wiedergegebenes Zitat hat „*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).

Im Übrigen wäre 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. Denn 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 sie als Verleger an der Verbreitung der Werbeaussagen mitgewirkt hat, kann sie jedenfalls als Störer auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (BGH a.a.O., ebd.).

Dem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist daher stattzugeben.

Johannes Waldorf  
Rechtsanwalt