



LANDGERICHT MÜNCHEN I

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Entscheidung vom 12. November 2008

Aktenzeichen: 21 O 3262/08

In dem Rechtsstreit

...

gegen

...

wegen Forderung

erlässt das Landgericht München I, 21. Zivilkammer, durch den Richter am Landgericht ... als Einzelrichter folgendes

ENDURTEIL:

Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin ? 1 790,70 nebst Zinsen zu 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 13. September 2005 zu bezahlen.

Im übrigen wird die Klage abgewiesen.

Von den Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin 35 % und die Beklagte 65 %.

Das Urteil ist durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

TATBESTAND

Die Klägerin nimmt die Beklagte wegen Abmahnkosten in Anspruch.

Die Parteien sind auf dem Gebiet der Eheanbahnung tätig. Die Beklagte ist Mehrheitsgesellschafterin und Namensgeberin der C. GmbH, die ebenfalls als Partnervermittlerin mit Geschäftssitz in der Bundesrepublik Deutschland tätig ist.

Gegenstand des Rechtsstreits sind Partnerschaftsannoncen, die in der "International Herald Tribune" (IHT) abgedruckt waren:

Die Klägerin veröffentlichte dort am 18. August 2007 und am 25. August 2007 folgenden von ihr verfassten Text:

"WESTERN EUROPE ? U.S.A. ? MULTIMILLIONAIRE & ONE OF THE LEADING WORLD ECONOMISTS
This splendid gentleman and genuine world citizen disposes of the wisdom & aristocratic class, the impeccable integrity and a precise understanding for an emotionally enriching and mutually rewarding lifestyle, which you request-! Slim and athletic 192 cm tall, of flawless elegance, appearance and courtesy, in his dynamic sixties he is determined to again create a happy marriage."

In den Ausgaben der IHT vom 25. August 2007, 1. September 2007, 8. September 2007, 15. September 2007, 6. Oktober 2007 und 13. Oktober 2007 fand sich dann eine Annonce der Beklagten mit folgendem Text:

"Europe ? USA? Multimillionaire and one of the prominent world entrepreneur? this splendid gentleman and genuine world citizen disposes of the wisdom and aristocratic class, the impeccable integrity and a precise understanding for an emotionally enriching and rewarding lifestyle: slim and athletic 191 tall, of flawless elegance, appearance and courtesy, in his dynamic sixties, he determined to again create a happy marriage."

In der Veröffentlichung vom 25. August 2007 war die Anzeige der Beklagten direkt unter der entsprechenden Anzeige der Klägerin platziert.

Ferner veröffentlichte die Klägerin am 22. April 2007 in der IHT folgenden von ihr verfassten Text:

"WEALTHY INDUSTRIALIST'S DAUGHTER FORMER ENTREPRENEUR Today devoted to her two children as caring mother? 37, slender, WTRP; tall, long blond hair, absolutely beautiful, active in many sports and presenting the appearance of 28. She disposes of that natural, stylish sophistication and personality which an aesthetically demanding man expects from his future wife. She speaks three languages, leads a luxurious, stress free and harmonious family life and is the ideal complement and social representative for a world focused gentleman who considers his family life as primary priority."

Die Annonce der Beklagten in der IHT vom 27. Oktober 2007 las sich wie folgt:

"WEALTHY INDUSTRIALIST'S DAUGHTER, former ENTREPRENEUR today devoted to her two children as caring mother? 37, slender, WTRP tall, long blond hair, absolutely beautiful, active in many sport activities and presenting the natural, stylish sophistication and personality which an aesthetically demanding man expects from his future wife ? she speaks three languages, leads a luxurious, stress free and harmonious family life and is the ideal complement and social representative for a world focused gentleman who considers his family life as primary priority?"

Aus den von der Klägerin vorgelegten Anlagen (K 2, 3, 4, 7, 17) ergibt sich mit Blick auf die Annoncen der Beklagten Folgendes:

Die in den Anzeigen angegebenen Telefonnummern (Düsseldorf, Berlin, Frankfurt, Schweiz) sind dieselben, wie die der C. GmbH auf deren Homepage (www?.-for-you.de; Anlage K 7). In der Annonce der Beklagten vom 27. Oktober 2007 (Anlage K 3) war unter dem Foto der Beklagten deren Namensschriftzug sowie die Internetadresse der C. GmbH (www?.-for-you.de) angegeben.

Nachdem die Klägerin die Zeitungsanzeigen der Beklagten entdeckt hatte, mahnte sie mit Schreiben vom 2. November 2007 die C. GmbH wegen der Verletzung ihrer Urheberrechte und Verstößen gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ab. Die C. GmbH antwortete mit Telefax vom 8. November 2007, dass sie für diese Zeitungsanzeigen nicht verantwortlich sei.

Daraufhin mahnte die Klägerin die Beklagte mit Schreiben vom 12. November 2007 persönlich ab. Eine Reaktion erfolgte nicht.

Die Klägerin fordert von der Beklagten den Ersatz der ihr entstandenen Abmahnkosten, die sie mit ? 2 770,10 angibt.

Für die Abmahnung der C. GmbH und für die Abmahnung der Beklagten seien Kosten in Höhe von jeweils ? 1 379,80 entstanden. Da die Anzeigen der Beklagten weltweit, insbesondere auch deutschlandweit Verbreitung finden, sei ein Gegenstandswert in Höhe von ? 50 000,? und der Ansatz einer 1,3-Gebühr angemessen. Zudem seien der Klägerin Kosten für eine Auskunft beim Registergericht in Höhe von ? 10,50 entstanden, die auch die Beklagte zu ersetzen habe.

Die Abmahnungen seien auch berechtigt gewesen, da die Beklagte das Urheberrecht der Klägerin an den von ihr gestalteten Texten verletzt habe, indem sie die Texte der Klägerin so gut wie unverändert kopiert habe. Zudem habe die Beklagte durch die Verwendung der Texte der Klägerin auch das Gesetz über den unlauteren Wettbewerb verletzt. Gemäß § 4 Nr. 10 UWG stellt die Verwendung der Texte der Klägerin eine gezielte Behinderung der Werbung der Klägerin dar. Durch die Anzeigen werbe die Klägerin nämlich nicht nur neue Klienten, sie werbe auch Interessenten für ihre vorhandenen Klienten an.

Die Beklagte hafte auch als Repräsentantin der C. GmbH. Die Beklagte übe nämlich selbstständig und eigenverantwortlich wesentliche Funktionen innerhalb der Organisation der C. GmbH aus und hafte somit persönlich.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin ? 2 770,10, nebst Zinsen in Höhe von 8 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte meint, die Texte seien zwar möglicherweise in einer branchenüblichen Art ähnlich, aber eben gerade nicht identisch sind. Außerdem fänden sich entsprechend ähnliche Formulierungen und Anzeigen jedes Wochenende von den unterschiedlichsten Instituten in den unterschiedlichsten europäischen Zeitungen. In der Branche, in der die Parteien tätig sind, habe sich im Laufe der Jahre ein eigener Sprachstil entwickelt, der durch eine schlagwortartige Aneinanderreihung von Adjektiven und Umschreibungen der dargestellten Personen gekennzeichnet sei. Eine solche schlagwortartige Aneinanderreihung von Adjektiven zur Umschreibung einer Person sei indes keine urheberrechtlich bedeutsame persönliche geistige Schöpfung. Die Reihenfolge der Gedankenführung und Darlegungsart ergebe sich aus der Natur der Sache und durch die Gesetze der Zweckmäßigkeit. Die Qualität der Anzeigen der Klägerin unterscheide sich nicht von der in der Branche üblichen Qualität.

Die Beklagte verwahrt sich mit Nachdruck gegenüber der Behauptung, sie habe die Anzeige der Klägerin kopiert und verwendet. Richtig sei vielmehr, dass die Beklagte eben einen Kunden hatte, auf den die Beschreibung in ihren eigenen Anzeigen gepasst habe, so dass der ähnlich klingende Text der Anzeigen mit konkreten Sachinformationen zusammenhänge, die durch die beiden offensichtlich ähnlichen oder gar identischen Kunden der Parteien vorgegeben waren. Bei den Anzeigen handele es sich also lediglich um die sprachliche Umsetzung vorgegebener, in der Person des zu beschreibenden Kunden bestehender Attribute und Eigenschaften.

Es sei auch eine unverschämte Unterstellung, dass die Beklagte potentielle Kunden der Klägerin habe abschrecken wollen. Das habe die Beklagte nicht nötig.

Selbst wenn sich ? wider Erwarten ? im vorliegenden Fall herausstellen sollte, dass die Beklagte eine Urheberrechtsverletzung begangen habe, wären selbstverständlich nur die Kosten für die anwaltliche Inanspruchnahme zur Abmahnung der Beklagten erstattungsfähig. Nicht erstattungsfähig wären dagegen die Kosten für die Abmahnung gegenüber der C. GmbH, da diese für die streitgegenständlichen Zeitungsanzeigen nicht verantwortlich gewesen sei. Wenn die Klägerin wegen fehlerhafter Recherche die Abmahnung zunächst gegen eine falsche, mit der Sache nicht befasste Person richte, so sei das ihr Problem. In den Anzeigen tauche weder die Firmenbezeichnung C. GmbH auf, noch werde die Homepage der C. GmbH genannt. Letztere habe die Adresse www?.-for-you.de und werde in den Anzeigen gerade nicht genannt. Es entspreche einem wettbewerbsrechtlichen Grundsatz, dass bei der Abmahnung zunächst beim betreffenden Verlag der Auftraggeber erfragt wird. Hätte die Klägerin dies getan, so hätte sie nicht zunächst fälschlicherweise die C. GmbH in Anspruch genommen, obwohl

diese in den Anzeigen weder namentlich benannt sei

noch deren Homepage www?.-for-you.de dort genannt werde

noch deren Adresse in Worms dort genannt werde

noch deren Telefonnummer (06241 / ?.) dort genannt werde

noch deren E-Mail-Adresse genannt werde.

Zudem müsse bestritten werden, dass die Prozessbevollmächtigten der Klägerin dieser tatsächlich die Kosten für die beiden Abmahnung gesondert in Rechnung gestellt haben und dass die Klägerin insoweit auch tatsächlich Zahlung geleistet hat.

Im übrigen ? so die Beklagte ? dürfte der von der Klägerin veranschlagte Gegenstandswert überzogen sein; ein Gegenstandswert von ? 25 000,? dürfte hier angemessen und auch ausreichend sein.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE

Die Klage hat überwiegend Erfolg.

I.

Die Klägerin hat einen Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten in Höhe von ? 1 790,70.

1. Die Beklagte hat durch die streitgegenständlichen Annoncen Urheberrechte der Klägerin verletzt. Die Klägerin hat deshalb gegenüber der Beklagten einen Unterlassungsanspruch. Daher war sie berechtigt, die Beklagte abzumahnern.

Die von der Klägerin inserierten Texte hat die Klägerin unstreitig selbst verfasst.

Diese Texte sind auch urheberrechtlich geschützt.

Zwar kann im Falle von Partnerschaftsanzeigen nicht ohne weiteres von einem urheberrechtlichen Schutz als Schriftwerk gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UrhG ausgegangen werden. Denn in vielen Fällen bestehen diese Annoncen in der Tat in einer schlichten Aufzählung von Attributen des Suchenden (?weiblich, ledig, jung sucht ??) und des Gesuchten (?? großen, behaarten Schmusekater??) und lassen eine individuelle Prägung vermissen. Mit anderen Worten: Man trifft auf so manchen ?Schmusekater?, wenn man sich in der Zeitung auf die Suche nach einem Partner begibt. Besonders originell sind die Annoncen nicht immer. Gleichwohl ist die Bandbreite der Möglichkeiten, sich oder einen Dritten im Rahmen einer solchen Annonce darzustellen, groß und reicht bis hin zu Annoncen, die aufgrund ihrer individuellen Prägung urheberrechtlichen Schutz

verdienen.

Die Beklagte hat ihre Behauptung, den klägerischen Annoncen entsprechende Anzeigen fänden sich jedes Wochenende von den unterschiedlichsten Instituten in den unterschiedlichsten europäischen Zeitungen ? trotz eines entsprechenden Hinweises des Gerichts in der mündlichen Verhandlung (Vorlage solcher Anzeigen) ? ebensowenig belegt wie die Behauptung, die Klägerin nutze lediglich den Sprachstil, der sich in der Branche im Laufe der Jahre entwickelt habe.

Die Partnerschaftsanzeigen der Klägerin stellen durchaus ? wenn auch an der unteren Grenze der Schutzzfähigkeit ? eine persönliche geistige Schöpfung im Sinne des § 2 Abs. 2 UrhG dar. Sie heben sich sprachlich schon dadurch aus der Masse des Alltäglichen ab, dass sie in einem vollständigen Satz abgefasst sind ? wenngleich dies für sich genommen den Schutz natürlich nicht zu begründen vermag. In Inhalt und Duktus setzen sie sich auch insofern von herkömmlichen Annoncen ab, als sie in die Nähe von Charakterisierungen kommen, wie man sie etwa in Romanen findet, wenngleich die Annoncen unzweifelhaft kein großer Romancier verfasst hat. Die literarische Qualität ist aber auch nicht maßgeblich, sondern allein die Frage, ob die Texte eine individuell-schöpferische Leistung darstellen. Und das ist der Fall: Die Annoncen der Klägerin sind in Wortwahl und Stil gekonnt auf den angesprochenen (elitären) Personenkreis zugeschnitten; schon darin ist eine individuell-schöpferische Leistung zu sehen. Es ist auch ? entgegen der Ansicht der Beklagten ? nicht etwa so, dass die Texte durch die zu beschreibenden Personen weitgehend vorgegeben sind ? wie das etwa für die Beschreibung eines Staubsaugers zutreffen mag. Bei der Beschreibung und Charakterisierung einer Person lässt sich nicht nur die nahezu unerschöpfliche Vielfalt der Sprache, sondern insbesondere auch die ganze Bandbreite der menschlichen Wahrnehmung zur Geltung bringen. So leistet in den Annoncen der Klägerin auch die Auswahl der Charaktereigenschaften ebenso wie deren sprachliche Umsetzung einen Beitrag zur individuell-schöpferische Leistung.

c. Zwar ist der Schutzbereich der Annoncen eng. Er ist aber nicht so eng, dass man ? wie die Beklagte dies offensichtlich versucht hat ? durch die Ersetzung einzelner Worte durch Synonyme, Weglassungen oder gar eine Änderung von Maßangaben (191 cm statt 192 cm) außerhalb dieses geschützten Bereichs gelangt.

d. Es besteht auch nicht der geringste Zweifel daran, dass die Beklagte abgeschrieben hat. Angesichts der geradezu unerschöpflichen Vielfalt der Möglichkeiten, ein- und dieselbe Person in einer solchen Annonce darzustellen, kann die Beklagte dem Gericht nicht weißmachen, dass sie den Text der Klägerin nicht ? unter Vornahme geringfügiger Änderungen ? abgeschrieben hat. Der Versuch der Beklagten und ihres Prozeßvertreters, dem Gericht diesen Bären aufbinden zu wollen, ist nichts anderes als dreist.

2. Aufgrund der berechtigten Abmahnung hat die Klägerin Anspruch auf Erstattung ihrer Abmahnkosten. Unerheblich ist, welche Rechtsgrundlage man zur Begründung dieses Anspruches hier heranziehen möchte: Sowohl die Voraussetzungen eines Schadensersatzanspruches aus § 97 Abs. 1 UrhG (für seit dem 1. September 2008 erfolgte Verletzungen wird die Erstattung der Abmahnkosten als Schadensersatz jetzt sogar ausdrücklich in § 97a Abs. 1 S. 2 UrhG geregelt), als auch die Voraussetzungen der Geschäftsführung ohne Auftrag (siehe dazu nur BGHZ 115, 210 [212] ? Abmahnkostenverjährung; BGH, NJW-RR 1994, 302 ? Finanzkaufpreis ?ohne Mehrkosten?; NJW-RR 2000, 704 ? Preisknaller) sind erfüllt.

Unerheblich ist auch, ob die Prozessbevollmächtigten der Klägerin dieser tatsächlich die Kosten für die beiden Abmahnungen in Rechnung gestellt haben und ob die Klägerin auch tatsächlich Zahlung geleistet hat. Ein Befreiungsanspruch der Klägerin ist jedenfalls dadurch in einen Zahlungsanspruch übergegangen, dass die Beklagte überhaupt jede Zahlung ernsthaft und endgültig verweigert. In diesem Fall wandelt sich der Freistellungs- in einen Zahlungsanspruch um, sofern der Geschädigte ? wie hier ? Geldersatz fordert (vgl. dazu nur BGH in NJW 2004, 1868 unter Hinweis auf die ständige Rechtsprechung).

3. Zu beanstanden ist allerdings die Kostenberechnung der Klägerin.

a. Zwar hat die die Klägerin die Geschäftsgebühr entsprechend Nr. 2400 des Vergütungsverzeichnisses (Anlage 1 zu § 2 Abs. 2 RVG ? VV RVG) zutreffend ? und von der Beklagten unbeanstandet ? mit 1,3

angesetzt. Dies ist im Hinblick auf die hier gegebenen rechtlichen Schwierigkeiten der Verletzung des betreffenden Textes gerechtfertigt.

b. Auch der Ansatz eines Gegenstandswertes von ? 50 000,00 je Abmahnung begegnet keinen Bedenken. Die Beklagte selbst hält einen Gegenstandswert von ? 25 000,00 für angemessen. Mit Blick auf die weite Verbreitung der ?IHT?, die sprachliche, zeitliche sowie teilweise räumliche Nähe der Annoncen, die Zahl der Verletzungen und den mit den Annoncen angesprochenen Personenkreis ist ein Gegenstandswert von jeweils ? 50 000,00 nicht zu beanstanden.

c. Recht zu geben ist der Klägerin im Grundsatz auch darin, dass die Beklagte der Klägerin die Kosten für beide Abmahnungen zu erstatten hat.

Die Beklagte hat in zumindest einer Annonce ? nämlich der vom 27. Oktober 2007 ? auch die Internetseite der C. GmbH angegeben. Der Vortrag der Beklagten, diese Homepage werde nicht genannt, ist daher schlicht unwahr. Die Klägerin durfte bereits wegen dieses Umstands annehmen, die C. GmbH sei für die Annoncen verantwortlich, zumal sich auch die in den Annoncen genannten Telefonnummern auf der Homepage der C. GmbH wiederfinden (siehe Anlage K 7); auch insoweit trägt die Beklagte falsch vor. Wenn die Beklagte also meint, die aus der Gestaltung der Anzeigen resultierenden Unklarheiten über den Inserenten der Annoncen zu einem Katz- und Maus-Spiel mit der Klägerin nutzen zu können, war und ist sie im Irrtum.

d. Die Klägerin hat allerdings nicht beachtet, dass das Vorgehen gegen die streitgegenständlichen Annoncen durch die beiden Abmahnungen zwar verschiedene Gegenstände (§ 22 RVG), aber dieselbe Angelegenheit (§ 15 Abs. 2 RVG) betrifft. Der Rechtsanwalt der Klägerin kann die Gebühren für diese eine Angelegenheit deshalb nach § 15 Abs. 2 RVG nur einmal fordern; der Wert beider Gegenstände (jeweils ? 50 000,00) wird allerdings zur Ermittlung der Gebührenhöhe zusammengerechnet, so dass für die Gebührenberechnung von einem Gegenstandswert von ? 100 000,00 auszugehen war (§ 22 RVG). Daraus ergibt sich nach dem RVG ? einschließlich der Kosten für die Registerauskunft ? eine Gebührenforderung von ? 1 790,70.

II.

1. Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 1 ZPO.

2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf § 709 ZPO.

(Unterschriften)