

Ungleichbehandlung von Presseunternehmen durch Google gerechtfertigt

Landgericht Berlin

Urteil vom 19.02.2016

Az.: 92 0 5/14 Kart

Tenor

1. Die Klage wird abgewiesen.
2. Die Klägerinnen tragen die Kosten des Rechtsstreits.
3. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe des jeweils beizutreibenden Betrages zuzüglich 10 % vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Die Klägerinnen sind Presseunternehmen, was die Beklagte hinsichtlich einiger Klägerinnen bestreitet.

Die Beklagte betreibt unter den Domains www.google.de und www.google.com die bekannte Suchmaschine zum Auffinden von Internetseiten. Die Suchmaschine enthält unterschiedliche Funktionen für Such- und Nachrichtendienste, so die Google Suche, Google Bildersuche, Google Videosuche, News Universal, Google Nachrichtensuche und Google News. Nach Eingabe des Suchwortes und Auslösung der Suchfunktion erscheint u.a. ein kurzer Text oder Textausschnitt (Snippet) mit einem Vorschaubild. In der Suchfunktion Bilder erscheinen nur Bilder über deren Anklicken der Nutzer zu der entsprechenden Internetseite gelangt.

Zusätzlich zu den Suchergebnissen erscheinen Werbeanzeigen,

die die Inserenten kostenpflichtig zur Eingabe von ihnen bestimmter Suchworte schalten können.

Die Benutzung der Suchmaschine durch die Suchnutzer ist kostenlos. Die Betreiber, deren Internetseiten in den Suchergebnissen dargestellt werden, erhalten kein Entgelt. Lediglich die Schaltung der gewerblichen Inserate ist kostenpflichtig und trägt im Wesentlichen zur Finanzierung der Suchmaschine bei. Die Beklagte erzielt 2/3 ihrer Einnahmen durch das Programm ..., mit dem sie suchwortabhängige Werbeanzeigen in der Googlesuche vermarktet. 1/3 ihrer Werbeeinnahmen erwirtschaftete sie durch die Vermarktung von Werbeflächen auf Drittseiten.

Suchmaschinen führen ein komplexes Verfahren durch, das softwaregestützt ist. In der ersten Stufe sammeln sie die Informationen durch Crawling, indem sie automatisch bei den Webseitenbetreibern anfragen. Diese können durch ein technisches Verfahren mitteilen, wie mit ihrer Webseite zu verfahren ist. Durch eine sogenannte robots.txt-Datei können sie steuern, ob die Webseite überhaupt und gegebenenfalls in welchem Umfang in den Suchergebnissen dargestellt wird. Derartige Beschränkungen haben die Klägerinnen hinsichtlich ihrer Webseiten nicht vorgenommen.

In einem zweiten Schritt erfolgt die Aufbereitung der Informationen in einer Datenbank. Die Webseiten werden nur eingestellt, soweit die Webseitenbetreiber dies zugelassen hat. Die Indexierung ermöglicht es bei entsprechenden Suchanfragen auf die Internetseiten zuzugreifen. Durch sogenannte No-Index-Metatags können die Webseitenbetreiber verhindern, dass ihre Seite indexiert wird. Davon haben die Klägerinnen keinen Gebrauch gemacht.

In einem dritten Schritt erfolgt der Abgleich der Suchanfrage mit dem Index und die Sortierung der Suchergebnisse durch einen Algorithmus, die zur Darstellung der Suchergebnisse für den Suchnutzer führen. Durch Optimierung können die

Webseitenbetreiber erreichen, dass ihre Webseite an vorderer Stelle als Suchergebnis dargestellt wird und dadurch besser wahrgenommen werden kann.

Die Suchergebnisse bestehen aus drei Teilen. In der ersten Zeile befindet sich ein Link, über den die Internetseite angesteuert wird, die in dem Suchergebnis dargestellt wird. Die zweite Zeile enthält die Quellenangabe, die aus dem Pfad zu der Internetseite besteht. Nimmt das Suchergebnis auf ein Presseerzeugnis Bezug, dann wird als Pfad das Presseorgan bezeichnet, das die Internetseite betreibt. Der dritte Teil besteht aus einem sogenannten Snippet, d.h. einem kurzen Textausriss. In der allgemeinen Suche handelt es sich um eine Wortkombination aus der Internetseite, die aus einigen Worten im Zusammenhang mit dem Suchwort gebildet wird. In der Nachrichtensuche besteht der Snippet aus einem Satz oder einem Satzteil.

Neben den Snippets erscheinen bei der Googlesuche auch Vorschaubilder über die ebenfalls die dazugehörige Internetseite angesteuert werden kann.

Durch ein sogenanntes No-Snippet-Metatag kann die Wiedergabe von Snippets verhindert werden. Davon haben die Klägerinnen keinen Gebrauch gemacht. Sie liefern in ihrem Quellcode vorformulierte Snippets für die Wiedergabe in der Suchmaschine. Einige Presseverlage nutzen auch Verfahren zur Suchmaschinenoptimierung.

Am 1. August 2013 ist das in §§ 87 f ff. UrhG geregelte Leistungsschutzrecht für Presseverleger in Kraft getreten. Dieses Recht räumt den Presseverlegern das ausschließliche Recht ein Presseerzeugnisse oder Teile hiervon zu gewerblichen Zwecken öffentlich zugänglich zu machen. Hiervon ausgenommen sind nur einzelne Wörter oder kleinste Textausschnitte (§ 87 f UrhG). Die Parteien streiten über die Frage, ob Snippets und Vorschaubilder in der Suchmaschine der Beklagten unter dieses Recht fallen.

Die Klägerinnen haben ihre Leistungsschutzrechte zur Wahrnehmung auf die ... übertragen, die aufgrund eines von ihr aufgestellten Tarifes Ansprüche gegenüber der Beklagten geltend machte. Die Beklagte ist nicht bereit für die Darstellung der Suchergebnisse Zahlungen zu leisten. Dies bezeichnet sie als zu ihrem Geschäftsmodell gehörig.

Mit einem E-Mail-Schreiben vom 21. Juni 2013 wies die Klägerin die Beklagten auf die Einführung des Leistungsschutzrechtes für Presseverleger hin und bat die Empfänger durch Anklicken von "Ja" zu erklären, dass sie damit einverstanden sind, dass ihre Inhalte in Google-News unentgeltlich aufgenommen werden dürfen (Opt-in-System Stufe 1). Die Klägerinnen befürchteten, dass aufgrund dieses Schreibens ihre Webseiten in der Suche Google-News eingeschränkt oder sogar ausgelistet würden, wenn sie dieser Nutzung nicht zustimmen. Dieses System verfolgt die Beklagte nicht weiter.

In dem als Anlage K 11 vorgelegten E-Mail-Schreiben vom 30. September 2014, das die Klägerinnen erhielten, äußerte die Beklagte die Ansicht, dass Snippets und Vorschaubilder nicht unter das Leistungsschutzrecht fallen würden und deshalb nicht lizenzpflichtig seien. Gleichzeitig kündigte sie an, auf die Wiedergabe von Snippets und Vorschaubildern zu verzichten, wenn die Verlage sich nicht bis zum 9. Oktober 2014 mit der Wiedergabe einverstanden erklären würden (Opt-in-System Stufe 2). Aus Sorge vor wirtschaftlichen Nachteilen erteilte die Klägerinnen die Einwilligung zur kostenlosen Nutzung der Snippets und Vorschaubilder. Hiervon waren zunächst nur die verlegerischen Online-Angebote von ..., ..., ... und ... der Klägerinnen zu 4), 7), 9) und 10) ausgenommen. Diese gaben am 5. November 2014 über ... auch insoweit die Einwilligung zur kostenlosen Nutzung.

Die ... und einige Klägerinnen führten aufgrund des Opt-in-Verfahrens Stufe 1 ein Beschwerdeverfahren beim Bundeskartellamt durch. Das Bundeskartellamt sah keine Veranlassung zum Tätigwerden auf Grundlage der §§ 19, 20 GWB

sowie Art. 102 AEUV. Wegen Einzelheiten hierzu wird auf den Beschluss vom 8. September 2015 – B 6-126/14 – verwiesen.

... beantragte beim Deutschen Patent- und Markenamt ein Schiedsstellenverfahren zur Anwendbarkeit und Angemessenheit ihres Tarifes. Die Schiedsstelle wies den Antrag zurück und stützte dies im Wesentlichen darauf, dass der Tarif nicht angemessen ist. Wegen Einzelheiten hierzu wird auf die Entscheidung vom 24. September 2015 – SCH-URH 13/14 – Bezug genommen.

Mit der vorliegenden Klage wenden sich die Klägerinnen gegen die von der Beklagten ihnen gegenüber mit dem Schreiben vom 30. September 2014 (Anlage K 11) ausgesprochenen Ankündigung, auf die Wiedergabe von Snippets und Vorschaubildern zu verzichten, wenn sie in deren Nutzung nicht einwilligen. Sie sind der Ansicht, die Beklagte missbrauche damit ihre marktbeherrschende Stellung, insbesondere weil sie dieses Ansinnen gegenüber anderen Presseverlegern, die nicht in der ... organisiert sind, nicht geltend gemacht hat und bei diesen weiterhin Snippets und Vorschaubilder wiedergibt.

Die Klägerinnen behaupten, die fehlende Wiedergabe der Snippets und Vorschaubilder in der Suchmaschine der Beklagten würden die Visits, d.h. die Zahl der Besucher, auf den jeweiligen Webseiten reduzieren. Die hiermit verbundene Verringerung des Traffics hätte erhebliche wirtschaftliche Nachteile für die Klägerinnen zur Folge. Die Umsätze aus der Vermarktung der Websites würden vom Umfang des Traffics abhängen, so dass eine Reduzierung des Traffics das Werbeaufkommen verringern würde. Die geringere Attraktivität der Suchergebnisse wegen fehlender Snippets und Vorschaubilder lasse einen Rückgang des Traffics um 50 % erwarten, denn die Suchnutzer würden nur die Suchergebnisse mit Snippets und Vorschaubildern anklicken und auf die dazugehörigen Internetseiten gelangen.

In dem Zeitraum, für den die Klägerinnen zu 4), 7) 9) und 10)

die Einwilligung zur kostenlosen Nutzung ihrer Internetseiten nicht gegeben hätten, sei auf diesen Seiten der Traffic bei der Google Suche um 40 % und bei Google News sogar um 80 % zurückgegangen. Wegen dieser Reduzierung des Traffics würden erhebliche finanzielle Schäden drohen, denn die Vermarktungsumsätze der Klägerinnen würden im Wesentlichen vom Traffic auf ihren Online-Angeboten abhängen. Mit dem Verlust von Traffic sei auch ein Verlust von Marktanteilen der Klägerinnen und somit eine Wettbewerbsverzerrung zu ihren Lasten verbunden.

Die Klägerinnen meinen, ihnen stünde ein Unterlassungsanspruch gemäß § 33 GWB in Verbindung mit § 19 GWB zu. Denn die Beklagte würde ihre marktbeherrschende Stellung missbrauchen, wenn sie die Klägerinnen auffordere, der kostenlosen Nutzung der Snippets und Vorschaubilder ihrer Webseiten zuzustimmen.

Die Klägerinnen behaupten, die Beklagte sei ein marktbeherrschendes Unternehmen. Die Internetsuche sei ein typischer mehrseitiger Plattformmarkt. Bei der erforderlichen Gesamtbetrachtung seien die Wechselwirkungen der verschiedenen Nutzergruppen zu betrachten und materiell zu würdigen. Bei der Plattform würden relevante Teilmärkte bestehen, die auf der individuellen Austauschbeziehung zwischen Nutzergruppe und Plattform beruhen. Die Existenz eines Marktes erfordere es nicht, dass der Leistungsaustausch entgeltlich sei oder sich die Plattform oder Nutzer zu einer Leistung verpflichten müssten. Die Beklagte würde im Verhältnis zu den Suchnutzern auf dem Markt für die allgemeine Websuche agieren. Hier finde ein marktbezogener Leistungsaustausch statt, für den die Unentgeltlichkeit keine Rolle spielen würde. Die Suchnutzer würden auch durch die Übermittlung wettbewerbsrelevanter kommerzialisierbarer Daten in gewisser Weise für die Nutzung der Suchmaschine bezahlen.

Im Verhältnis zu den Klägerinnen sei die Beklagte auf dem Markt für die Gestattung der Nutzung von Presseerzeugnissen tätig. Hier wolle sie aufgrund ihrer dominanten Stellung im

Plattformmarkt missbräuchlich die Einwilligung zur kostenlosen Nutzung der Presseerzeugnisse erzwingen.

Die Beklagte sei auf dem Plattformteilmarkt für die allgemeine Websuche marktbeherrschend. Die Europäische Kommission habe einen Marktanteil der Beklagten von mehr als 90 % festgestellt.

Mit der Einführung des Leistungsschutzrechtes für Presseverleger sei auch ein neuer Markt für die Gestattung der Nutzung von durch das Leistungsschutzrecht geschützten Presseerzeugnissen entstanden. Auf diesem Markt würden sich die Presseverleger und die Betreiber von Suchmaschinen gegenüberstehen. Dort sei die Beklagte marktbeherrschend, weil sie mit Abstand der größte Nutzer von Presseerzeugnissen im Internet sei.

Die Klägerinnen meinen, es läge eine Diskriminierung gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB vor, wenn die Beklagte nur gegenüber den Mitgliedern der ... die verkürzte Darstellung der Suchergebnisse ohne Snippets und Vorschaubilder angekündigt haben, sofern diese nicht in die Nutzung einwilligen würden. Damit behandle die Beklagte gleichartige Unternehmen ungleich, denn sie habe an andere Presseunternehmen das in dem Schreiben vom 30. September 2014 mitgeteilte Ansinnen (Anlage K 11) nicht gerichtet.

Darüber hinaus liege auch ein Ausbeutungsmisbrauch gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB vor. Denn die unentgeltliche Nutzung der Snippets und Vorschaubilder sei bei Wettbewerb nicht zu erreichen. Eine Saldierung der Leistungen der Beklagten mit den Leistungen der Klägerinnen sei nicht vorzunehmen. Bei Wettbewerb läge die Leistung der Klägerinnen über null.

Schließlich sei auch ein verbotenes Anzapfen gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 5 GWB gegeben. Die Beklagte wolle sich Vorteile ohne sachlich gerechtfertigten Grund gewähren lassen. Über die Androhung erheblicher Nachteile wolle die Beklagte erreichen,

dass sich die Klägerinnen ihres Verbotsrechts nach § 87 f UrhG begeben, ohne von ihr dafür eine Gegenleistung zu erhalten. Damit erzwingen sie aufgrund ihrer monopolistischen Marktstellung einen Vorteil. Dies sei anderen Suchmaschinenbetreibern nicht möglich, die entweder auf die Nutzung von Snippets und Vorschaubildern verzichten oder bei einer Nutzung ohne Einwilligung in die entgeltliche Nutzung mit der Inanspruchnahme durch die ... als Wahrnehmungsgesellschaft rechnen müssten.

Die Klägerinnen beantragen,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für den Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,

1. in den von der Beklagten betriebenen Such- und Nachrichtendiensten Google Suche, Google Bildersuche, Google Videosuche, News Universal, Google Nachrichtensuche und Google News Presseerzeugnisse der Klägerinnen für den Fall einer nicht erteilten Einwilligung in deren kostenlose Nutzung eingeschränkt darzustellen, nämlich

a) in der Google Bildersuche Presseerzeugnisse der Klägerinnen vollständig auszulisten

und/oder

b) in den sonstigen Such- und Nachrichtendiensten keine über die Überschrift

hinaus gehenden Textausschnitte und/oder keine Vorschaubilder anzuzeigen, es sei denn, die eingeschränkte Darstellung erfolgt für alle Presseerzeugnisse aller inländischen Presseverleger gleichermaßen;

und/oder

2. den Klägerinnen eine solche Handlung anzukündigen;

und/oder

3. die Klägerinnen unter Androhung einer solchen Handlung zur Abgabe einer Einwilligung in die kostenlose Nutzung ihrer Presseerzeugnisse aufzufordern.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte bestreitet die Aktivlegitimation der Klägerinnen, weil sie ihre Nutzungsrechte an dem Leistungsschutzrecht für Presseverleger auf die ... übertragen haben.

Die Beklagte meint, die Klage sei unbegründet.

Die Klägerin zu 6) sei nicht aktivlegitimiert, weil sie aufgrund ihres Sitzes in der Schweiz sich nicht auf das Leistungsschutzrecht der Presseverleger gemäß §§ 87 f ff. UrhG berufen könne. Sie sei kein Marktteilnehmer. Im Übrigen hätten die Klägerinnen auch nicht ausreichend vorgetragen, dass ihre Webseiten Presseerzeugnisse seien. Die Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt habe in ihrem Verfahren für eine erhebliche Anzahl der Webseiten die Eigenschaft von Presseerzeugnissen im Sinne des § 87 f UrhG verneint.

Kartellrechtliche Ansprüche seien nicht gegeben. Die Beklagte sei nicht Normadressatin des § 18 GWB. Es fehle bereits an einem abgrenzbaren Markt, weil die Nutzung der Suchmaschine sowohl für die Webseitenbetreiber als auch für die Suchnutzer unentgeltlich sei. Die Entgeltlichkeit könne auch nicht durch die aufgrund der Suchanfragen gewonnenen Nutzerdaten ersetzt werden, weil es hier an einer konkreten synallagmatischen Pflichtenbeziehung zwischen Suchmaschinenbetreiber und Nutzer fehle. Ein Wettbewerb um Geschäftsabschlüsse mit den Nutzern würde nicht stattfinden.

Sollte tatsächlich ein Markt für Suchmaschinen trotz der

Unentgeltlichkeit bestehen, wäre dieser sehr weit abzugrenzen. Hierzu würden jedenfalls klassische Suchmaschinen und Metasuchmaschinen wie Yahoo!, Bing, DuckDuckGo, IxQiuck, Blekko, GoodSearch gehören. Unter Berücksichtigung des Bedarfsmarktkonzeptes seien diffizile Abgrenzungsfragen zu klären. Auch die Abgrenzung des Marktes für Werbedienstleistungen sei komplex, weil zu klären wäre, ob die Werbung im Zusammenhang mit Suchbegriffen zum gleichen Markt gehöre wie die Display-Werbung.

Es läge auch keine marktbeherrschende Stellung auf einem vermeintlichen Markt für die Gestaltung der Nutzung von Presseerzeugnissen vor. Dabei sei zunächst zu berücksichtigen, dass das Leistungsschutzrecht in mehrfacher Hinsicht gegen formelles und materielles Unions- und Verfassungsrecht verstoße. Darüber hinaus würde es bei einem derartigen Markt auch an einem Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage fehlen, so dass ein Marktgeschehen nicht gegeben sei.

Es fehle an einer Marktbeherrschung aufgrund hoher Nutzerzahlen. Den Nutzerzahlen käme geringe Aussagekraft zu. Sie können insbesondere nicht die Vermutung des § 18 Abs. 4 GWB auslösen, weil die dortigen Marktanteile umsatzbezogen verstanden würden. Die Klägerinnen würden lediglich unterstellen und nicht begründen oder belegen, dass die Nutzeranteile der Beklagten über Internetsuchmaschinen auf die Marktstärke auf einem vermeintlichen Werbemarkt der Klägerinnen zu übertragen sei.

Eine Diskriminierung gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB liege nicht vor, weil alle Verlage von der Beklagten gleich behandelt würden. Sie habe die einheitliche Entscheidung getroffen, für alle Verlage die keine Lizenzen erteilen würden, auf die Wiedergabe von Snippets und Vorschaubilder zu verzichten. Verlage, die keine Ansprüche geltend machen würden, seien keine gleichartigen Unternehmen gegenüber denjenigen, die sich auf das Leistungsschutzrecht berufen.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu Vorschaubildern sei von einer konkludenten Einwilligung in die Nutzung der Bilder auf Internetsuchmaschinen auszugehen.

Das Vorgehen der Beklagten sei angemessen, denn sie betreibe ein legitimes Geschäftsmodell. Mit der Anfrage an die Klägerinnen würde es ihr nur um eine Minimierung des Haftungsrisikos gehen.

Ein Preishöhenmissbrauch gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB sei ebenfalls nicht gegeben. Es fehle bereits an einem Vortrag der Klägerinnen zu Wettbewerbspreisen. Die Beklagte würde zugunsten der Klägerinnen durch die Vermittlung von Traffic eine Leistung erbringen. Die Leistungen der Beklagten sei mit der Nutzung der Snippets und Vorschaubilder bei der Wiedergabe von Suchergebnissen zu saldieren, so dass von einem Preis null auszugehen sei. Dieser weiche vom Wettbewerbspreis nicht ab.

Ein verbotenes Anzapfen gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 5 GWB läge nicht vor. Vorteile im Sinne dieser Vorschrift wären nur Begünstigungen, die über die erbrachte Gegenleistung hinaus gehen würden. Derartige Vorteile würde sich die Beklagte nicht gewähren lassen. Sie verschaffe vielmehr den Klägerinnen Vorteile, die über das hinausgingen, was sie im Gegenzug von den Klägerinnen erhalten würde.

Wegen weiterer Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist unbegründet.

Den Klägerinnen steht der gemäß §§ 33 Abs. 1, 19 GWB geltend gemachte Unterlassungsanspruch nicht zu.

Sie sind zwar zur Geltendmachung des kartellrechtlichen Unterlassungsanspruches berechtigt. Ihrer Aktivlegitimation steht nicht entgegen, dass sie die ausschließlichen

Nutzungsrechte an dem Leistungsschutzrecht der Presseverleger auf die ... übertragen habe. Denn sie machen keinen urheberrechtlichen Unterlassungsanspruch gemäß § 97 Urhebergesetz geltend. Sie wenden sich vielmehr gegen eine vermeintliche Diskriminierung durch die Beklagte und wollen damit eigene unmittelbar bei ihnen eintretende Nachteile verhindern. Diese stützen sie auf das Verhalten der Beklagten ihnen gegenüber durch Übersendung des als Anlage K 11 vorgelegten Schreibens vom 30. September 2014. Ansprüche aus dem Leistungsschutzrecht der Presseverleger gemäß §§ 87 f ff. UrhG sind nicht Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits, so dass die Kammer auch nicht darüber zu entscheiden hat, ob und gegebenenfalls unter welchen Voraussetzungen Snippets und/oder Vorschaubilder von diesem Leistungsschutzrecht erfasst werden.

Die Klage ist jedoch unbegründet, weil die mit der Klage geltend gemachten kartellrechtliche Unterlassungsansprüche nicht bestehen.

Die Voraussetzungen einer nach § 19 Abs. 1 Nr. 1 GWB unzulässigen Diskriminierung liegen nicht vor. Die Beklagte hat die Klägerinnen nicht diskriminiert, in dem sie nur ihnen gegenüber und nicht gegenüber anderen Presseverlagen, die das Leistungsschutzrecht nicht von der ... wahrnehmen lassen, angekündigt haben, nur bei Einräumung einer Lizenz, d.h. einer kostenlosen Lizenz, in den Suchergebnissen zu den Webseiten der Klägerinnen die Snippets und Vorschaubilder wiederzugeben.

Der Unterlassungsanspruch wegen Diskriminierung setzt voraus, dass ein marktbeherrschendes Unternehmen ein anderes Unternehmen unbillig behindert oder ohne sachlich gerechtfertigten Grund anders behandelt als gleichartige Unternehmen (§ 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB). Marktbeherrschend ist ein Unternehmen, das u.a. im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern eine überragende Marktstellung hat (§ 18 Abs. 1 Nr. 3 GWB). Bei einem Marktanteil von mindestens 40 % wird vermutet, dass ein Unternehmen marktbeherrschend ist (§ 19 Abs. 4 GWB). Ob die Beklagte ein marktbeherrschendes Unternehmen ist, hängt

davon ab, welches der relevante Markt ist, auf dem sie tätig ist und wie sich die Wettbewerbssituation dort darstellt, wobei für die Marktbeherrschung auf die Kriterien des § 18 GWB abzustellen ist.

Markt ist das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage, das zu einem Leistungsaustausch zwischen Anbieter und Nachfrager führt. Nach dem Bedarfsmarktkonzept gehören zum Markt alle Waren- oder Dienstleistungen, die untereinander austauschbar sind (Bechthold/Bosch, GWB, 8. Aufl. 2015, § 18 Rn. 7). Das Internet führt zu Erscheinungsformen, die dem typischen Marktgeschehen nicht entsprechen, die aber wegen der wirtschaftlichen Bedeutung der stattfindenden Vorgänge von der kartellrechtlichen Betrachtung nicht ausgeschlossen sein können. Entgegen der Ansicht der Beklagten steht die Unentgeltlichkeit der Suchmaschine für die Suchnutzer und die Nichtzahlung eines Entgelts an die Webseitenbetreiber für die Darstellung des Suchergebnisses einem Marktgeschehen nicht entgegen. Hier ist von einem mehrseitigen Plattformmarkt auszugehen, in dessen Zentrum die Beklagte steht, die sternförmig Beziehungen zu drei Marktteilnehmern unterhält. Hierzu gehört zunächst die Beziehung zwischen der Beklagten und den Suchnutzern, die die Suchmaschine ohne Entgelt nutzen können, d.h. sie sind nicht verpflichtet, für den Zugang einen Pauschalbetrag zu entrichten oder pro Suchwort einen bestimmten Betrag. Ob die Überlassung von Daten durch Eingabe des Suchwortes, was ein bestimmtes Interesse des Suchnutzers erkennen lässt und damit für die Übermittlung von Werbung relevant sein kann, Entgeltcharakter hat, soll dahingestellt bleiben.

Eine weitere Beziehung unterhält die Beklagte zum Webseitenbetreiber, dessen Seite von der Suchmaschine indexiert und bei Eingabe eines entsprechenden Suchwortes als Suchergebnis angezeigt wird. Ohne diese Funktion könnte eine Suchmaschine nicht arbeiten.

Schließlich besteht eine Beziehung der Beklagten zu

Werbekunden, die Werbung auf der Suchmaschine schalten und die erscheint, wenn ein bestimmtes Suchwort eingegeben wird, das der Werbekunde vorgegeben hat. Auf diese Weise kann Werbung gezielt an Personen gerichtet werden, die mit der Eingabe des Suchwortes ein bestimmtes Interesse erkennen lassen. Damit reduzieren sich die Streuverluste von Werbung. Für die Aufschaltung der Werbung haben die Werbekunden ein Entgelt zu entrichten, das die Suchmaschine im Wesentlichen finanziert.

Das Marktgeschehen ist nicht auf das Verhältnis zwischen Suchmaschine und Werbekunden beschränkt, wo allein ein finanzieller Austausch stattfindet. Es ist vielmehr von einem mehrseitigen Marktgeschehen auszugehen, bei dem es zunächst dem Suchnutzer auf eine möglichst umfassende Darstellung der Suchergebnisse ankommt. Die Webseitenbetreiber haben an der Darstellung ihrer Seiten als Suchergebnisse ein Interesse, weil der Suchnutzer durch diese Darstellung auf ihre Seite übergeleitet werden kann und sie die Gelegenheit erhalten, entweder Waren konkret anzubieten oder Werbung zu übermitteln, die sich auf der Internetseite befindet und zur Finanzierung der Webseite oder auch des Unternehmens erheblich beiträgt. Es besteht ein besonderes Interesse der Webseitenbetreiber an der Wiedergabe in den Suchergebnissen, was dadurch erkennbar wird, dass viele Unternehmen nicht nur darauf verzichten, durch Verwendung einer robots.txt-Datei von der Suchmaschine nicht erfasst zu werden, sondern sogar eine Optimierung betreiben, um bei den Suchergebnissen möglichst weit vorne zu erscheinen. Dieses besondere wirtschaftliche Interesse besteht auch für die Klägerinnen. Sie verhindern nicht, dass ihre Internetseiten in den Suchergebnissen dargestellt werden und einige Presseverlage betreiben, nach dem nicht bestrittenen Vorbringen der Beklagten, eine Optimierung der Darstellung. Hieraus ergibt sich noch nicht die Einwilligung in die Wiedergabe von eventuell urheberrechtlich oder leistungsschutzrechtlich geschützten Inhalten. Das Verhalten der Klägerinnen und auch ihr Vorbringen zeigt jedoch deutlich, dass die Wiedergabe in den Suchergebnissen für sie erhebliche

wirtschaftliche Bedeutung hat und die Beklagte damit für die Klägerinnen auch eine Leistung in deren Interesse erbringt.

Die Suchmaschine, die in Beziehungen zu den Suchnutzern, den Webseitenbetreibern und den Werbekunden steht, erbringt für alle Beteiligten erhebliche wirtschaftliche Vorteile, weshalb von einem Marktgeschehen auszugehen ist. Letztendlich stellt sich die Suchmaschine als Win-Win-Situation für alle Beteiligten dar.

Der sachliche relevante Markt ist derjenige für Internetsuchmaschinen. Denn nach dem Bedarfmarktkonzept sind die Leistungen der Beklagten austauschbar mit denen anderer Suchmaschinen, wie Yahoo!, Bing, DuckDuckGo, IxQiuck, Blekko, GoodSearch.

Nach § 18 Abs. 4 GWB wird die Marktbeherrschung eines Unternehmen bei einem Marktanteil von 40 % vermutet. Ob das klägerische Vorbringen zutrifft, wonach der Marktanteil der Beklagten in Deutschland zwischen 94,87 % und 95,15 % liegt, kann dahingestellt bleiben, da bereits ein Marktanteil von 40 % für die Vermutung der Marktbeherrschung ausreichend ist. Allen, die mit dem Internet vertraut sind, ist bekannt, dass die von der Beklagten unter der Bezeichnung Google betriebene Internetsuchmaschine einen hohen Marktanteil hat. Ob dieser über 40 % liegt, wofür einiges sprechen dürfte, muss nicht entschieden werden, da die Klage aus anderen Gründen unbegründet ist.

Aus diesen Gründen ist es auch unerheblich, ob, wie die Klägerinnen meinen, ein weiterer Markt für die Gestattung der Nutzung von Presseerzeugnissen besteht. Zu diesem Markt würden nicht nur Suchmaschinen, sondern alle Unternehmen gehören, die Presseerzeugnisse ganz oder teilweise im Internet öffentlich zugänglich machen. Wie auf diesem Markt, sollte er bestehen, die Wettbewerbssituation ist, ist nach dem Parteivorbringen nicht zu erkennen. Der Marktanteil der Beklagten an diesem Markt ist nicht dargelegt.

Die Beklagte hat die Klägerinnen nicht diskriminiert, in dem sie mit dem als Anlage K 11 vorgelegten Schreiben diesen gegenüber angekündigt hat, auf die Wiedergabe von Snippets und Vorschaubildern zu verzichten, wenn diese nicht in die Nutzung einwilligen. Die Diskriminierung setzt voraus, dass die Klägerinnen gegenüber einem gleichartigen Unternehmen ohne sachlich gerechtfertigten Grund anders behandelt wurden.

Presseunternehmen, sind unabhängig davon, ob sie die gem. § 87 f UrhG bestehenden Leistungsschutzrechte auf eine Verwertungsgesellschaft übertragen haben, gleichartige Unternehmen im Sinne des § 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB. An die Gleichartigkeit sind keine hohen Anforderungen zu stellen. Es reicht aus, dass die Unternehmen gegenüber der Marktgegenseite dieselben Aufgaben erfüllen (BGH NJW 2012, 2110 Rn. 12; Loewenheim, Kartellrecht, 3. Aufl. 2016, § 19 GWB Rn. 43). Davon ist im vorliegenden Fall auszugehen, denn für die Marktgegenseite der Presseverlage, zu der die Suchmaschinenbetreiberin aber wohl auch die Suchnutzer gehören, kommt es darauf an, dass die Internetseiten in den Suchergebnissen dargestellt werden. Dabei ist es unerheblich, ob daran eventuell bestehende Leistungsschutzrechte von den Rechtsinhabern selbst wahrgenommen werden oder auf eine Verwertungsgesellschaft übertragen wurden.

Nicht jede unterschiedliche Behandlung gleichartiger Unternehmen verstößt gegen das Diskriminierungsverbot. Ein Verstoß liegt erst dann vor, wenn die Ungleichbehandlung die Wettbewerbschancen gleichartiger Unternehmen betrifft, wobei die Ungleichbehandlung auch in der Bevorzugung einzelner Unternehmen liegen kann (Loewenheim, a.a.O., § 19 GWB Rn. 40). Eine solche Bevorzugung kann sich daraus ergeben, dass die Beklagte bereit ist, in den Suchergebnissen bei den Internetseiten von Presseunternehmen, die die Leistungsschutzrechte nicht auf [] übertragen haben, die Snippets und Vorschaubilder ohne kostenlose Lizenz wiederzugeben, während sie bei den Klägerinnen hierzu nur bei

Überlassung einer solchen Lizenz gewillt ist. Denn der Umfang der Wiedergabe der einzelnen Suchergebnisse hat wegen der Auswirkung auf den Traffic und damit den wirtschaftlichen Erfolg der Internetpräsentation nicht unerhebliche wettbewerbliche Bedeutung.

Ob eine Ungleichbehandlung sich bereits aus dem unterschiedlichen Umfang der Wiedergabe der Suchergebnisse ergibt oder vielleicht erst dann vorliegt, wenn die Beklagte entgegen ihrem Geschäftsmodell nur an bestimmte Presseverlage Zahlungen für die Wiedergabe der Suchergebnisse leistet, kann dahingestellt bleiben. Denn das Verhalten der Beklagten ist sachlich gerechtfertigt.

Für die Beantwortung der Frage, ob ein sachlich gerechtfertigter Grund vorliegt, ist eine Interessenabwägung vorzunehmen. Hierbei sind unter Respektierung des unternehmerischen Freiraums der Beklagten das Schutzrecht der Klägerinnen und das Interesse der Beklagten an der Wiedergabe von Internetseiten in den Suchergebnissen ohne Entrichtung eines Entgeltes gegenüberzustellen (Loewenheim, a.a.O., § 19 Rn. 47; Bechtold/Bosch, GWB, 8. Aufl. 2015, § 19 Rn. 42).

Die Klägerinnen haben deutlich gemacht, dass sie die mit dem Leistungsschutzrecht verbundenen Ansprüche, d.h. Unterlassung bzw. Zahlung einer Nutzungsentschädigung einfordern. Hierzu haben sie ihre Rechte auf die ... übertragen, die einen entsprechenden Tarif aufgestellt hat. Die Schiedsstelle beim Deutschen Patent- und Markenamt hat in seiner Entscheidung zwar festgestellt, dass der Tarif der ... nicht angemessen ist (Beschluss, Seite 24 ff.). Die Klägerinnen bzw. die ... verfolgen die Ansprüche aus dem Leistungsschutzrecht weiter, so dass die Beklagte damit rechnen muss, bei der Wiedergabe von Snippets und Vorschaubildern von der ... gem. §§ 97, 87 f UrhG auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch genommen zu werden.

Derartige Ansprüche sind von anderen Presseunternehmen, die

ihre Nutzungsrechte nicht auf die ... übertragen haben und bisher auch nicht individuell Ansprüche nach dem Leistungsschutzrecht geltend machen, nicht zu erwarten. Diese Unternehmen haben bisher entweder keine Ansprüche erhoben oder sich nach dem Vorbringen der Beklagten mit der kostenlosen Wiedergabe der Snippets und Vorschaubilder einverstanden erklärt. Dies schließt natürlich nicht aus, dass dennoch Ansprüche nach §§ 97, 87 f UrhG erhoben werden. Dies ist jedoch im Augenblick so wenig wahrscheinlich, dass die Beklagte aus Gleichbehandlungsgründen verpflichtet wäre, auch bei diesen Unternehmen die unentgeltliche Nutzung der Snippets und Vorschaubilder zu erfragen und verneinendenfalls anzukündigen, diese nicht mehr in den Suchergebnissen abzubilden.

Die Vorgehensweise der Beklagten entspricht ihrem Geschäftsmodell, generell für die Darstellung von Webseiten in den Suchergebnissen kein Entgelt an die Webseitenbetreiber zu bezahlen. Die Suchmaschine ist ein ausgeglichenes System, aus dem alle Beteiligten ihre Vorteile ziehen. Der Suchnutzer kann sich unentgeltlich im Internet orientieren und erlangt nach der Eingabe von Suchwörtern mit der Darstellung des Suchergebnisses eine bessere Nutzung des Internets. Viele Internetseiten wird er nur mit Hilfe der Suchmaschine auffinden. Der Suchmaschine kommt hier die Funktion eines Inhaltsverzeichnis zu. Die Eingabe von Suchworten lässt aber auch bestimmte Interessen des Suchnutzers erkennen. Diese Information nutzen die Werbekunden der Beklagten, die ihre Werbung an Suchworte koppeln, dadurch zielgenauer werben und auf diesem Wege Streuverluste für die Werbung reduzieren können. Der Webseitenbetreiber kann mit der Darstellung in den Suchergebnissen Traffic auf seine Internetseite leiten und dadurch entweder Umsätze generieren oder zumindest Werbeeinnahmen über seine Internetseite erzielen. Dieser offensichtliche wirtschaftlichen Vorteil zeigt sich auch darin, dass viele Webseitenbetreiber eine Suchmaschinenoptimierung betreiben, um in den Suchergebnissen

weiter vorne dargestellt und dadurch leichter aufgefunden zu werden, oder zumindest auf eine Sperrung ihrer Webseite durch eine robots.txt-Datei verzichten. Die Suchmaschine erweist sich insgesamt als Kombination von Leistungs- und Geldströmen sowie der Erbringung geldwerter Leistungen für alle Beteiligten und entspricht damit für diese einer Win-Win-Situation. Dieses ausballancierte System wird durch das Leistungsschutzrecht aus dem Gleichgewicht gebracht, in dem die Presseverleger nunmehr verlangen, dass die Beklagte als Betreiberin der Suchmaschine etwas vergütet, was diese im wirtschaftlichen Interesse auch der Webseitenbetreiber erbringt. Es begegnet deshalb keinen Bedenken, wenn die Beklagte bemüht ist, an ihrem ursprünglichen Geschäftsmodell, das auf einer Unentgeltlichkeit für die Darstellung der Suchergebnisse beruht, festzuhalten und erforderlichenfalls bei denjenigen, die Rechte geltend machen, anfragt, ob sie mit einer Nutzung einverstanden sind oder verneinendenfalls die entsprechende Nutzung einstellt.

Die Klägerinnen können ihren Unterlassungsanspruch auch nicht auf Ausbeutungsmissbrauch gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB stützen. Nach dieser Vorschrift liegt Missbrauch vor, wenn das Entgelt von demjenigen abweicht, dass sich bei wirksamem Wettbewerb mit hoher Wahrscheinlichkeit ergeben würde. Diese Vorschrift betrifft nicht nur die Forderung eines zu hohen Entgelts durch den Anbieter, sondern auch ein zu niedriges Entgelt durch den Nachfrager. Eine Ausbeutung kann deshalb auch dann vorliegen, wenn eine unentgeltliche Leistung verlangt wird. Maßgebend für einen Ausbeutungsmissbrauch ist jedoch, ob der Preis bei wirksamem Wettbewerb durchgesetzt werden könnte. Hierbei ist eine Saldierung der Leistungen vorzunehmen (Bechtold/Bosch, a.a.O., § 19 Rn. 53).

Auch hier ist für die kartellrechtliche Beurteilung auf die besonderen Gegebenheiten und Interessenlagen bei Suchmaschinen abzustellen, die vorstehend dargestellt wurden. Die Beklagte will ihr bewährtes System fortsetzen, das darauf beruht, dass

die Nutzung für die Suchnutzer kostenlos ist und kein Entgelt an die Webseitenbetreiber für die Darstellung in den Suchergebnissen entrichtet wird. Die Zahlung an einzelne Webseitenbetreiber könnte Ansprüche anderer nach sich ziehen und damit das ganze System aus dem Gleichgewicht bringen.

Allein der Umstand, dass nach dem Vorbringen der Klägerinnen einige von ihnen mit kleineren Suchmaschinen Verträge über die Nutzung des Leistungsschutzrechts abgeschlossen haben, kann die Annahme eines Ausbeutungsmisbrauchs nicht rechtfertigen. Das sich aus einer Saldierung der Vorteile für die Suchmaschine und für die Webseitenbetreiber zugunsten der Wiedergabe der Webseiten mit Snippets und Vorschaubildern in den Suchergebnissen ergebende Übergewicht, rechtfertigt es, einen Ausbeutungsmisbrauch zu verneinen. Dabei darf auch nicht unberücksichtigt bleiben, dass die Beklagte an ihrem bewährten System festhalten möchte. Es kann deshalb auch dahingestellt bleiben, mit welchem Inhalt, aus welchen Gründen und vor welchem Hintergrund einige Klägerinnen mit anderen Suchmaschinenbetreibern Verträge über die Nutzung des Leistungsschutzrechts für Presseerzeugnisse geschlossen haben.

Schließlich beinhaltet die Ankündigung der Beklagten in dem Schreiben vom 30. September 2014 auch kein unzulässiges Anzapfen gemäß § 19 Abs. 2 Nr. 5 GWB. Nach dieser Vorschrift handelt missbräuchlich, wer seine Marktstellung ausnutzt, andere Unternehmen dazu aufzufordern oder zu veranlassen, ihm ohne sachlich gerechtfertigten Grund Vorteile zu gewähren.

Vorteile im Sinne dieser Vorschrift sind nur Vergünstigungen, die nicht leistungsgerecht sind, weil sie nicht auf der Menge abgenommener Waren oder Dienstleistungen oder übernommenen Funktionen oder Serviceleistungen des Nachfragers, sondern allein auf der Marktmacht beruhen (Loewenheim, a.a.O., § 19 Rn. 104).

Für die Beantwortung der Frage, ob die Beklagte sich einen unangemessenen Vorteil verschaffen will, wenn sie ohne

unentgeltliche Lizenz die Snippets und Vorschaubilder in den Suchergebnissen bei den Internetseiten der Klägerinnen nicht wiedergeben will, kommt es zunächst wieder auf die Gegebenheiten und Interessenlagen bei Suchmaschinen an. Die unentgeltliche Wiedergabe der Suchergebnisse mit Snippets und Vorschaubildern ist keine unangemessene Vergünstigung für die Beklagte, sondern entspricht dem bereits vorstehend beschriebenen System von Suchmaschinen und den sich daraus für alle Beteiligten ergebenden Vorteilen. Dieses System will die Beklagte mit ihrer Ankündigung im Schreiben vom 30. September 2014 aufrechterhalten. Das Verhalten der Beklagten ist deshalb keine Frage der Marktmacht, sondern dient der Aufrechterhaltung eines bewährten Systems

Nach alledem sind die geltend gemachten Ansprüche der Klägerinnen nicht gegeben, wobei zwischen den Snippets und Vorschaubildern nicht zu unterscheiden ist.

Da die Klage mangels Verstoßes gegen § 19 Abs. 2 GWB unbegründet ist, kann es dahingestellt bleiben, ob alle Klägerinnen tatsächlich Verlagsunternehmen sind und die Klägerin zu 6) als Schweizer Unternehmen aktiv legitimiert ist.

Die beantragte Erklärungsfrist zu den Schriftsätzen vom 9. Februar 2016 und 15. Februar 2016 war den Klägerinnen nicht zu gewähren, weil die Entscheidung auf Ausführungen in diesen Schriftsätzen nicht gestützt wird.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 ZPO.