

Vertrieb eines Werbeblockers kann gezielte unlautere Behinderung von Mitbewerbern darstellen

Landgericht Hamburg

Urteil vom 03.05.2016

Az.: 308 0 46/16

Tenor

1. Der Antragsgegnerin wird im Wege der einstweiligen Verfügung unter Androhung eines Ordnungsgeldes bis zu zweihundertfünfzigtausend Euro oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten – Ordnungshaft auch für den Fall, dass das Ordnungsgeld nicht beigetrieben werden kann – wegen jeder Zuwiderhandlung

untersagt,

ein Softwareprogramm anzubieten, zu bewerben, zu pflegen oder zu vertreiben oder anbieten, bewerben, pflegen oder vertreiben zu lassen, das Werbeinhalte auf den Seiten [www. w..de](http://www.w..de) einschließlich deren mobiler Ausgabe unterdrückt.

2. Im Übrigen wird der Antrag zurückgewiesen.

3. Die Kosten des Rechtsstreits werden gegeneinander aufgehoben.

4. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Antragstellerin kann die Vollstreckung der Antragsgegnerin im Hinblick auf den Kostenausspruch durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 %

des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Antragsgegnerin vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrags leistet.

Tatbestand

Die Antragstellerin begehrt mit dem vorliegenden Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung das Verbot, die von der Antragsgegnerin angebotene Software mit der Bezeichnung „A.“ zu vertreiben, solange diese es ermöglicht, Werbeinhalte auf den unter der Domain www.w.de abrufbaren Internetseiten zu unterdrücken.

Die Antragstellerin ist eine Tochtergesellschaft des Verlagshauses A. S. SE, die unter der Domain www.w.de das online-Angebot der Tageszeitung „D. W.“ betreibt. Dieses Angebot hält aktuelle Nachrichten und Berichte unter anderem aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Finanzen, Sport, Kultur, Wissenschaft bereit und wird monatlich von über 13 Millionen Lesern besucht. Unter der URL m.w.de hält die Antragstellerin ein für mobile Endgeräte optimiertes Angebot bereit. Die Nutzung dieses online-Angebots ist für die Leser unentgeltlich. Die Antragstellerin bietet darüber hinaus auch eine entgeltpflichtige Abonnementsversion an, wobei der Preis zwischen monatlich 4,99 € und 12,99 € liegt. Von den Erlösen, die die Antragstellerin mit dem Vertrieb ihrer Inhalte über die Browser-Version erzielt, entfallen weniger als 5 % auf den Verkauf von Abonnements. Die übrigen Erlöse werden überwiegend durch die Vermarktung von Werbeflächen erzielt. Die Höhe der von der Antragstellerin durch Online-Werbung erzielten Werbeerlöse richtet sich zum einen, wie im klassischen Anzeigengeschäft, nach der Reichweite des Mediums. Diese wird in 1.000-Kontakt-Preisen (TKP) bemessen. Ein Kontakt, der auch „AdImpression“ genannt wird, wird dabei erst dann erzielt, wenn die Werbung auf der Webseite des Nutzers geladen und dadurch für den Seitenbesucher wahrnehmbar gemacht wird. Das bedeutet, dass die Antragstellerin erst dann eine Vergütung

erhält, wenn die Werbefläche auf dem Endgerät des Nutzers angezeigt wird. Jeder einzelne Abruf einer Werbung wird dabei gezählt und vergütet. Daneben kann die Antragstellerin über so genannte Affiliate-Werbung weitere Erlöse generieren. In diesen Fällen erhält sie eine Vergütung dafür, dass ein potentieller Käufer über einen auf ihrer Seite befindlichen Link zu dem beworbenen Verkaufsangebot gelangt. Die Vergütung erfolgt dann entweder in Form einer Umsatzbeteiligung oder als fixer Werbekontakt.

Die von der Antragstellerin angebotenen redaktionellen Inhalte bestehen aus einer Vielzahl von urheberrechtlich geschützten Bild- und Textdateien, die von unterschiedlichen Content-Servern stammen können und die von dem vom Nutzer verwendeten Browser zu einer einheitlichen Website zusammengefügt werden. Werbung auf Webseiten der Antragstellerin wird nahezu ausnahmslos von sogenannten Ad-Servern „ausgespielt“, welche eine andere Adresse haben als die Content-Server und anhand derer sie zumeist problemlos als Ad-Server erkannt werden können. Diese Ad-Server stellen eine vom Content-Server des Webseitenbetreibers unabhängige Quelle dar. Für das Zusammenfügen der unterschiedlichen Inhalte nutzt die Antragstellerin eine JavaScript-Programmierung, die Mitarbeiter der Antragsteller entwickelt haben.

Die Antragsgegnerin vertreibt unter der Bezeichnung „A.“ eine Software, die es den Nutzern von (mobilen) Endgeräten der Marke Apple ermöglicht, die Darstellung von Werbeinhalten im mobilen Apple-Browser („Safari“) zu blockieren. Daneben ermöglicht das Programm auch Tracking-, Bilder- und Social-Media-Blockaden. Die Antragsgegnerin bietet ihre Software über den von Apple betriebenen „AppStore“ zu einem Preis von 1,99 € zum Download an. In der Produktbeschreibung heißt es: „Surf without Ads – Browse without Ads with the simplest and most efficient ad blocker in the App Store“. Die von der Antragsgegnerin vertriebene Software bedient sich spezieller Schnittstellen, welche der Safari-Browser von Apple

bereitstellt. Eine Blockier-Funktion enthält der Browser allerdings selbst nicht. Die von der Antragsgegnerin angebotene Software verändert den Zugriff des Browsers auf einzelne Elemente einer Webseite, wobei das Programm verhindert, dass werbebezogene Dateien von den jeweiligen Servern heruntergeladen und beim Nutzer angezeigt werden. Die Software greift dabei auf sogenannten Filterregeln zu, welche in umfangreichen Sammlungen (Filterlisten, auch Black-Lists genannt) im Netz verfügbar sind und dauerhaft – zum Teil als open-source-Projekt von Nutzern – gepflegt werden. Die verbreitetste und umfassendste solcher Listen ist die sogenannte Easylist, die vom Anbieter des weltweit marktführenden Internet-Werbeblocker AdBlockPlus gehostet und gepflegt wird. Die Software der Antragsgegnerin greift auf eine für das Apple-Betriebssystem abgewandelte Form der sogenannten Easy-List Germany zu. Diese Sammlung enthält zum einen spezifische Serverpfade bestimmter online-Anbieter, darunter auch die Angebote der Antragstellerin. Zum anderen enthalten die Filterlisten globale Dateimerkmale, mit denen eine Vielzahl von Werbeinhalten aufgrund von Gemeinsamkeiten im Pfad- und Dateinamen blockiert werden können. So unterdrückt beispielsweise die Regel „.de/ads“ sämtliche Inhalte, die von einer deutschen Top-Level-Domain mit dem Unterordner „Ads“ abgerufen werden sollen. Die Software der Antragsgegnerin verhindert auf diese Weise, dass das in dem Angebot der Antragstellerin implementierte und im jeweiligen Browser des Lesers zur Anwendung gelangende JavaScript bestimmte und für jede Situation individuell generierte Abrufbefehle an den jeweiligen AdServer ausführt. Ein Vergleich der Darstellung des Angebots der Antragstellerin ohne Werbeblocker (links) und mit aktivierter Software der Antragsgegnerin (rechts) ist den nachfolgenden Abbildungen zu entnehmen:

[Abbildung]

Die Software der Antragsgegnerin verhindert, dass die Seite

der Antragstellerin so geladen wird, wie sie die Antragstellerin programmiert hat. Daraus folgt, dass die Zahl an sogenannten Ad-Impressions auf diesen Seiten sinkt. Da die Werbung durch Unterdrücken der entsprechenden Steuerbefehle gar nicht erst abgerufen wird, erhält die Antragstellerin dafür auch keine Vergütung. Gleiches gilt für die sogenannte Affiliate-Werbung. Zudem blendet die Software der Antragsgegnerin auch die Eigenwerbung der Antragstellerin (hier für ihr kostenpflichtiges digitales Angebot) aus. Allerdings enthält die beanstandete Software auch eine sogenannte White-List, die es ihren Nutzern ermöglicht, bestimmte Internetangebote von der Werbeblockade durch manuelle Eingabe auszunehmen. Diese White-List ist nicht voreingestellt, sondern muss vom Nutzer erst durch mehrere Schritte aktiviert und manuell konfiguriert werden.

Derzeit verwenden ca. 25 % der Internetnutzer Werbeblocker. Dabei sind deutliche Zuwachsraten, insbesondere bei jüngeren Nutzern, zu verzeichnen. Im Jahr 2015 wurden 28,94 % der auf dem Angebot der Antragstellerin geschalteten Werbung auf diese Weise blockiert. Um die Funktionen der Software der Antragsgegnerin zu umgehen, kann die Antragstellerin die Nutzer dieser Software durch Hinweise dazu bewegen, die Werbeblocker auszuschalten oder das eigene Angebot in die verfügbare Whitelist aufzunehmen. Darüber hinaus hat sie die Möglichkeit, ihren Lesern, die die Software der Antragsgegnerin verwenden, den kostenlosen Zugang zu verwehren. Sobald ein Nutzer allerdings erst einmal den Zugriff zum Angebot der Antragstellerin erhalten hat, besteht technische keine Möglichkeit mehr, die der von der beanstandeten Software aktivierten Blockierregeln zu umgehen. Eine Schwestergesellschaft der Antragstellerin, die das Angebot bild.de betreibt, gewährt den Lesern, die eine Werbeblocker-Software nutzen, den kostenlosen Zugang nur unter Bedingung, dass sie den Werbeblocker ausschalteten. Sind sie dazu nicht bereit, müssen sie entweder das kostenpflichtige Abonnement erwerben oder vom Besuch des

Angebots Abstand nehmen. 50 % der Leser von bild.de, die den gängigsten Werbeblockers AdBlockPlus nutzten, schalteten nach Einführung dieser Maßnahme ihren Werbeblocker jedoch nicht aus.

Die Antragstellerin macht geltend, ihr unter w..de abrufbares Produkt bestehe aus redaktionellen Inhalten und Werbung. Es könne nicht auf das Angebot redaktioneller Inhalte reduziert werden. Es sei nicht der Nutzer, sondern die Software des Seitenbetreibers im Zusammenspiel mit dem Browser, die den Aufbau und die Inhalte der besuchten Seite steuere. Kein gewöhnlicher Nutzer sei in der Lage, die Funktionalitäten der von der Antragsgegnerin vertriebenen Software durch eigene Programmierung zu erreichen. Den Nutzern fehlten die dafür erforderlichen Kenntnisse. Dies gelte insbesondere für die Identifizierung von Blockadebefehlen für bestimmte Ad-Server oder allgemeine Filterregeln. Durch den Einsatz von Werbeblockern seien den Verlagen im Jahr 2015 Verluste in Höhe von 22 Mill. US-\$ entstanden, für das Jahr 2016 werde mit Einbußen in Höhe von rund 41 Mill. US-\$ gerechnet. Es sei für die Antragstellerin faktisch keine Option, die Nutzer von Werbeblockern vom Besuch ihrer Seite auszuschließen. Folge eines solchen Ausschlusses wäre, dass diese Nutzer die Werbung erst recht nicht sähen, was zu einem Verlust von Reichweite und in der Folge von Werbeeinnahmen führe. Durch den Einsatz von Werbeblockern seien der Antragstellerin Millionenverlusten entstanden. Der Einsatz des Modells „Bild Smart“ habe bei einer Schwestergesellschaft der Antragstellerin zu massiven Reichweiteverlusten geführt. Bezahlshranken oder Registrierungsvorgänge würden im Bereich redaktioneller Inhalte nur von sehr wenigen Nutzern akzeptiert. Auch andere Möglichkeiten stünden der Antragstellerin nicht zur Verfügung: Das Angebot etwa des Dienstleisters Pagefair arbeite nur mit kleinen Werbepools zusammen mit, die sehr viel niedrigere TKP als die gängigen wie Google AdSense garantierten.

Der Umstand, dass die Funktionalität der beanstandeten

Software erst dadurch ermöglicht werde, dass Apple für den Safari-Browser eine entsprechende Schnittstelle bereitstellt, beseitige die Verantwortung der Antragsgegnerin für das von ihr vertriebene Produkt nicht. Webseitenbetreiber wie die Antragstellerin hätten keine Möglichkeit, die Blockier-Regeln der beanstandeten Software zu umgehen. Demgegenüber habe die Antragsgegnerin jederzeit die Möglichkeit, auf Veränderung des Angebots zu reagieren und die Filterlisten entsprechend zu ergänzen. Es sei im Übrigen jedem Leser zumutbar, die redaktionellen Inhalte der Antragstellerin nur in Verbindung mit der Werbung zu betrachten. Kostenlose Angebote beeinträchtigten die Verbraucherrechte nicht. Jeder Leser habe es selbst in Hand, das Angebot der Antragstellerin wahrzunehmen und, wenn es ihm nicht gefalle, die Seite zu verlassen. Die durch die Software unverfälschte Nutzerakzeptanz sei das maßgebliche Regulativ auf dem Markt. Die von der Antragsgegnerin angebotene White-List-Funktion sei kompliziert und unbequem; es finde sich insbesondere keine spezielle Schaltfläche mit der Bezeichnung „White-List“. Diese Funktion spiele auch keine praktische Rolle.

Die Antragstellerin, die ihren Antrag in erster Linie auf die Verletzung urheberrechtlicher Nutzungsrechte an einem Computerprogramm, einem Datenbankwerk und einem Multimediawerk, in zweiter Linie auf einen Verstoß gegen §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG wegen gezielter Behinderung stützt, ist der Auffassung, ihre Webseite genieße Urheberrechtsschutz als Computerprogramm im Sinne des § 69a UrhG, weil sie zahlreiche und komplexe Steuerbefehle in JavaScript enthalte. Der Eingriff in den Programmablauf, der nicht für eine individuelle Anpassung durch die Nutzer vorgesehen sei, stelle eine Umarbeitung dar. Diese Umarbeitung entspreche auch nicht der bestimmungsgemäßen Nutzung und sei daher nicht gemäß § 69d UrhG erlaubt. Für diese Rechtsverletzung hafte die Antragsgegnerin als Teilnehmerin. Zudem liege eine rechtswidrige Vervielfältigung des Programms durch den Nutzer im Arbeitsspeicher des Nutzers vor, weil die Nutzung des

Programms unter Einsatz von Werbeblockern nicht von der Zustimmung der Antragstellerin gedeckt sei. Die Schrankenbestimmung des § 44a UrhG sei im Rahmen des § 69a ff. UrhG nicht anwendbar, jedenfalls setze das Veränderungsverbot des § 62 UrhG der Privilegierung nach § 44a UrhG die Grenze.

Darüber hinaus genieße die Webseite der Antragstellerin Schutz als Datenbankwerk nach § 4 Abs. 2 UrhG, weil die Auswahl und Anordnung der einzelnen Inhalte einem inhaltlichen Gesamtkonzept folge. Diese Elemente seien auch einzeln über eine Suchfunktion abrufbar. Durch das Unterdrücken der Werbeinhalte werde das Werk unerlaubt im Sinne von §§ 23, 16 UrhG umgestaltet und vervielfältigt, weil die Antragstellerin eine Vervielfältigung unter Verwendung von A. nicht zugestimmt habe. Die Webseite der Antragstellerin sei auch als Multimediawerk geschützt, dessen Vervielfältigung im Arbeitsspeicher des Nutzers unter Verwendung der streitgegenständlichen Software unrechtmäßig sei.

Hilfsweise stehe der Antragstellerin ein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch wegen gezielter Behinderung nach §§ 8, 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG zu. Es liege nicht nur ein mittelbarer Eingriff vor. Vielmehr greife die Software unmittelbar in die Integrität des Online-Angebots der Antragstellerin und damit in die ihres Produkts ein. Die Handlungen ihrer Nutzer seien der Antragsgegnerin als eigene zuzurechnen, weil diese handelten, wie die Antragsgegnerin es beabsichtige. Der Umstand, dass die Nutzer diese Dienstleistungen nachfragten, unterbreche die Kausalität nicht. Jedenfalls sei aber bei Annahme eines nur mittelbaren Eingriffs im Rahmen einer umfassenden Interessenabwägung zu berücksichtigen, dass die Software der Antragstellerin das Produkt direkt beeinträchtige. Die Aussperrung der Nutzer von Werbeblockern verkürze die Reichweite des eigenen Angebots. Alternative Bezahlmodelle würden die dadurch hervorgerufenen Verluste nicht kompensieren. Die Software sei zudem sehr preiswert und leicht zu installieren und führe auf der anderen

Seite zu massiven Einnahmeverlusten. Kein Nutzer habe einen Anspruch darauf, die redaktionellen Inhalte ohne die Werbung wahrzunehmen; ebenso wie kein Leser Anspruch darauf habe, eine Werbezeitung ohne Werbebeilage zugestellt zu bekommen. Das verlegerische Geschäftsmodell der Antragstellerin – kostenloses Angebot gegen Wahrnehmung der ausgespielten Werbung – sei von der Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 GG geschützt, weil der Bestand der Presse dessen finanzielle Unabhängigkeit voraussetze. Die negative Kommunikationsfreiheit des Nutzers gebe ihm lediglich das Recht, bestimmte Kommunikationswege und –mittel nicht zu nutzen, mithin sich mit unverlangter Werbung nicht auseinandersetzen zu müssen. Es sei der Nutzer selbst, der sich entscheide, die Webseiten der Antragstellerin zu besuchen, bei der er damit rechnen müsse, werblichen Inhalten ausgesetzt zu sein.

Die Antragstellerin beantragt,

es der Antragsgegnerin im Wege der einstweiligen Verfügung bei Meidung von Ordnungsmitteln zu untersagen, ein Softwareprogramm anzubieten, zu bewerben, zu pflegen oder zu vertreiben oder an, bewerben, pflegen oder vertreiben zu lassen, dass Werbeinhalte auf den Seiten [www. w..de](http://www.w..de) einschließlich deren mobiler Ausgabe unterdrückt.

Die Antragsgegnerin beantragt,

den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückzuweisen.

Sie ist der Auffassung, dass Vertrieb und Anwendung der Software keine Urheberrechtsverletzungen begründeten. Die maßgebliche Programmierung erfülle nicht die Schutzanforderungen des § 69a UrhG. A. nehme auch keine Umarbeitung von Programmen der Antragstellerin im Sinne des § 69c Nr. 2 UrhG vor. Ein Eingriff in die Programmsubstanz liege nicht vor. Der bloße Eingriff in den Programmablauf stelle

keine Umarbeitung dar. Jedenfalls aber handele es sich um eine zulässige Nutzung im Sinne des § 69 d Abs. 1 UrhG, weil auch die Wahrnehmung der redaktionellen Inhalte ohne Werbung als bestimmungsgemäße Verwendung des Programms der Antragsgegnerin anzusehen sei. Es liege auch keine Vervielfältigung im Sinne des § 69 c Abs. 1 UrhG vor. Eine Verletzung von Rechten an einem Datenbankwerk sei ebenfalls nicht gegeben, weil die Webseite der Antragstellerin bereits kein Datenbankwerk sei. Die erforderliche Schöpfungshöhe sei nicht erreicht. Zudem seien die Werbeelemente auf der Webseite der Antragstellerin gerade nicht einzeln zugänglich. Die Unterdrückung der Werbeinhalte sei auch keine Bearbeitung im Sinne des § 23 UrhG, weil dadurch nicht die Struktur der Datenbank berührt werde. Im Übrigen fehle es an einer eigenen Handlung der Antragsgegnerin. Ein Fall der mittelbaren Täterschaft liege ebenso wenig vor wie eine Teilnahme an einer fremden Urheberrechtsverletzung.

Wettbewerbsrechtliche Ansprüche stünden der Antragstellerin ebenfalls nicht zu. Es sei bereits in der Struktur des Internets angelegt, dass der Nutzer den abrufbaren Content verändere. Damit habe er es mit Hilfe seiner Browsereinstellungen in der Hand, wie der abgerufene Inhalt auf seinem Bildschirm dargestellt werde. Zudem konfiguriere A. nur die bereits von Apple vorgehaltene Schnittstelle zur Blockierung von Inhalten. Insofern sei zu berücksichtigen, dass die Software nicht durch die Antragsgegnerin, sondern durch die jeweiligen Nutzer zur Anwendung gebracht werde. Der Nutzer müsse das Programm erst selbst durch Veränderung der Einstellungen im Betriebssystem iOS aktivieren. Auch ohne das Programm der Antragstellerin könne man über eine individuelle Veränderung der Einstellungen im Betriebssystem bestimmte Inhalte blockieren.

Die Software der Antragsgegnerin greife im Übrigen nicht in die redaktionellen Inhalte der Antragstellerin ein. Nur diese Inhalte stellten das Produkt dar. Die mit den redaktionellen

Angeboten ausgespielten Werbeinhalte könnten hingegen nicht dazu gezählt werden, da die Antragstellerin lediglich Dritten erlaube, Werbung als deren Produkt auf ihrer eigenen Internetpräsenz zu präsentieren. Insofern liege auch kein Substanzeingriff in das Produkt der Antragstellerin vor.

Den Nutzern sei im Übrigen die freie Wahlmöglichkeit zuzugestehen, die von der Antragstellerin angebotenen Inhalte auch ohne die Werbung zu rezipieren. Ein Zwang, die Inhalte samt Werbung anzuschauen, bestehe nicht. Diese freie Wahlmöglichkeit entspreche dem Grundprinzip und der Architektur des freien Internets. Die Einstellungen der beanstandeten Software ließen dem Nutzer im Übrigen auch die freie Wahl, über die sogenannte White-List das redaktionelle Angebot der Antragstellerin auch mit Werbung wahrzunehmen. Der Antragstellerin stünden im Übrigen zahlreiche Reaktionsmöglichkeiten zur Verfügung. Sie könne, wie bereits beim Angebot bild.de geschehen, Nutzer aussperren, die einen Werbeblocker verwenden. Solche Werbeblockersperren nutzten auch viele andere Internetseitenbetreiber. Mittlerweile existierten bereits zahlreiche Unternehmen, die darauf spezialisiert seien, Techniken zu entwickeln, um Werbeblock zu blockieren oder sogar umgehen. Die Antragstellerin könne ihre Nutzer wie andere Anbieter auch durch einen Hinweis über die Auswirkungen von Werbeblockern sensibilisieren, um Abschaltung derselben bitten und danach freien Zugang zum Angebot gewähren. Darüber hinaus stehe es ihr frei, die Art und Weise der Werbung so verändern, dass sie auf eine Akzeptanz der Nutzer stößt. Schließlich könne die Antragstellerin auch ein Bezahlungssystem einführen. Eine damit möglicherweise einhergehende Schmälerung der Werbeeinnahmen der Antragstellerin entspreche dem marktwirtschaftlichen Prinzip. Die Antragstellerin müsse akzeptieren, dass bestimmte Nutzer nicht bereit sein, die von ihr ausgespielte Werbung wahrzunehmen.

Die von der Antragstellerin ausgespielte Werbung gehöre

schließlich zu den aggressivsten in der Bundesrepublik. Diese Werbung sei nicht nur visuell eine Belästigung für die Nutzer, sondern beeinträchtigt diese auch in datenschutzrechtlicher Perspektive. Mithilfe des sogenannten Tracking würde das Verhalten der Nutzer umfassend überwacht, verfolgt und dokumentiert, um es anschließend in entsprechend individualisierten Angeboten umzuformen. Die Antragstellerin nutze 26 verschiedene Tracker, mehr als jeder andere Anbieter. Es stelle insofern ein legitimes Interesse der Nutzer dar, sich gegen aufdringliche und datenschutzrechtlich problematische Werbung zu schützen. Dieses Bedürfnis bediene die Software der Antragsgegnerin.

Wegen des weiteren Vorbringens der Parteien wird auf die zu den Akten gereichten Schriftsätze und Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Der zulässige Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist nur nach dem Hilfsantrag begründet. Es liegt sowohl ein Verfügungsanspruch (dazu A.) als auch ein Verfügungsgrund (dazu B.) vor.

A. Ein Verfügungsanspruch ist gegeben. Er folgt zwar nicht aus § 97 Abs. 1 UrhG (dazu I.), jedoch aus §§ 8, 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG (dazu II.).

I. Der Antragstellerin steht der vorrangig geltend gemachte Anspruch auf Unterlassung nach § 97 Abs. 1 UrhG nicht zu. Mit dem Vertrieb ihrer Software verletzt die Antragsgegnerin weder die Rechte der Antragstellerin aus § 69c UrhG an einem Computerprogramm (dazu 1.), aus §§ 23, 16 UrhG an einem Datenbankwerk (dazu 2.), noch die Rechte der Antragstellerin aus § 16 UrhG an einem Multimediawerk (dazu 3.)

1. Der Antragstellerin steht kein Anspruch aus §§ 97 Abs.1, 69c UrhG zu.

a) Es dürfte es sich bei der von der Antragstellerin für den

Aufbau ihrer Webseite verwendeten Software um ein Computerprogramm im Sinne des § 69a UrhG handeln. Ein Computerprogramm ist eine Folge von Befehlen, die nach Aufnahme in einen maschinenlesbaren Träger fähig sind zu bewirken, dass eine Maschine mit informationsverarbeitenden Fähigkeiten eine bestimmte Funktion oder Aufgabe oder ein bestimmtes Ergebnis anzeigt, ausführt oder erzielt (vgl. § 1 (i) Mustervorschriften WIPO, in diesem Sinne auch Hans. OLG CR 1998, 332, 333; Dreier in Dreier/Schulze § 69a Rn. 12, Grützmacher in Wandte/Bullinger, § 69a Rn. 3; ähnlich auch der Wortlaut der DIN 44300: „eine nach den Regeln der verwendeten Sprache festgelegte syntaktische Einheit aus Anweisungen und Vereinbarungen, welche die zur Lösung einer Aufgabe notwendigen Elemente umfasst“). Es liegt nahe, dass es sich bei der dynamischen html-Programmierung unter Verwendung von JavaScripts, die den bei jedem Abruf individuell erstellten Aufbau der Webseite der Antragstellerin bestimmen, um ablauffähige und interpretierbare Steuerbefehle handelt, die auch hinreichend komplex sind und insofern die nach § 69a Abs. 3 UrhG erforderliche Individualität erreichen (BGH GRUR 2013, 509 Rn. 24 – UniBasic-IDOS). Dies kann jedoch vorliegend dahinstehen.

b) Die Antragstellerin hat nicht dargelegt, dass die angegriffene Software das Computerprogramm der Antragstellerin umarbeitet im Sinne des § 69c Nr. 2 UrhG.

aa) Nach dieser Vorschrift hat der Rechteinhaber das ausschließliche Recht, die Übersetzung, die Bearbeitung, das Arrangement und andere Umarbeitungen eines Computerprogramms sowie die Vervielfältigung der erzielten Ergebnisse zu gestatten. Der Begriff der Umarbeitung ist weit zu verstehen und umfasst jede Abänderung eines Computerprogramms; es ist keine schöpferische Leistung erforderlich. Auch Änderungen zur Anpassung an individuelle Benutzerwünsche, Programmverbesserungen und Erweiterungen des Funktionsumfangs sind Umarbeitungen im Sinn des § 69 c Nr. 2 UrhG, denn

hierdurch soll dem Urheber das Recht zur Fortentwicklung und Anpassung seiner Software an unterschiedliche Nachfragerwünsche gegeben werden (Hans. OLG GRUR-RR 2013, 13 – Replay PSP). Allerdings erfordert der Begriff der Umarbeitung einen Eingriff in die Programmsubstanz, mithin eine Einwirkung auf den Code (vgl. Grützmacher in Wandtke/Bullinger § 69c Rn. 20; Czychowski in Fromm/Nordemann § 69c Rn. 21; Kotthoff in Dreyer/Kotthoff/Meckel, § 69c Rn. 11; Spindler CR 2012, 417, 418 ff; LG München MMR 2015, 660, 668; a.A. Hans. OLG GRUR-RR 2013, 13, 15 – Replay PSP). Dies folgt aus dem Umstand, dass Schutzgegenstand des § 69a UrhG die im Quellcode verkörperte Folge von Befehlen ist, während die bloße Funktion des Programms als Idee nach dem eindeutigen Wortlaut des § 69a Abs. 2 UrhG hingegen außerhalb des Urheberrechtsschutzes steht. Insofern wird in dem Programmablauf in aller Regel auch keine Vervielfältigung des Programms erblickt (vgl. Grützmacher in Wandtke/Bullinger, § 69c Rn. 7 mwN; Loewenheim in Schricker/Loewenheim § 69c Rn. 8). Wäre die bloße Veränderung des Programmablaufs als Umarbeitung zu bewerten, so würde die Anwendung der Weiterentwicklung von Programmen auf der Grundlage von offenen Schnittstellen, die keinen Eingriff in die Programmsubstanz erfordern, den Tatbestand der Umarbeitung erfüllen. Ein solches Verständnis widerspräche jedoch dem in Erwägungsgrund 15 niedergelegten Ziel der Richtlinie 2009/24/EG über den Rechtsschutz von Computerprogrammen, der Interoperabilität zwischen selbständigen Programmen Rechnung zu tragen.

bb) Einen Eingriff in die Substanz des Programms hat die Antragstellerin weder dargelegt noch glaubhaft gemacht. Zwar erscheint es durchaus möglich, dass die hier streitgegenständliche Veränderung im Programmablauf des JavaScripts auf einer Veränderung des Programmcode beruht. Nähere Erläuterung dazu lässt der Vortrag der Antragstellerin jedoch nicht erkennen. Vielmehr legt sie, möglicherweise aufgrund fehlender Kenntnisse über die genaue Funktionsweise der Software der Antragsgegnerin, lediglich pauschal dar, dass

letztere in die Steuerbefehle des Programms eingreife. Daraus ergibt sich indes nicht, inwieweit dies zu einer Substanzveränderung des Programmcodes führt.

2. Die Antragsgegnerin ist auch nicht Teilnehmerin einer unerlaubten Vervielfältigung der Software der Antragstellerin im Sinne des § 69c Nr. 1 UrhG.

a) Die von den Kunden der Antragsgegnerin beim Abruf der Webseite der Antragstellerin erstellte Kopie im Arbeitsspeicher ihrer Rechner sind Vervielfältigungen im Sinne des § 69a Nr. 1 UrhG. Der Begriff der Vervielfältigung des § 69a Nr. 1 UrhG entspricht dem des § 16 UrhG (vgl. Czychowski in Fromm/Nordemann, § 69c Rn. 7). Es genügt damit jede körperliche Festlegung ungeachtet der Frage, ob sie dauerhaft oder nur vorübergehender Natur ist. Auch die Vervielfältigung im Arbeitsspeicher eines Rechners fällt darunter (vgl. BGH GRUR 2011, 418 Rn. 13 – Used Soft; Grützmacher in Wandtke/Bullinger, § 69c Rn. 15; Dreier in Dreier/Schulze, § 69c Rn. 8).

b) Die Vervielfältigung ist jedoch nicht rechtswidrig. Es kann vorliegend dahinstehen, ob die Schrankenbestimmung des § 44a UrhG auf die Rechte des Softwareherstellers aus § 69c UrhG anwendbar ist und, wenn ja, ob der durch die Software der Antragsgegnerin veränderte Programmablauf des JavaScripts eine Änderung im Sinne des § 62 UrhG darstellt. Jedenfalls ist davon auszugehen, dass die Antragstellerin die Vervielfältigung im Arbeitsspeicher ihrer Nutzer durch das Angebot ihrer Webseite ohne weitere Einschränkungen gestattet hat. Ihren möglicherweise entgegenstehenden Willen, mit einem Abruf ihrer Seite und der damit verbundenen Software bei eingeschaltetem Werbeblocker nicht einverstanden zu sein, hat die Antragstellerin jedenfalls nicht hinreichend zum Ausdruck gebracht (ebenso LG München MMR 2015, 660, 666).

3. Es liegt auch keine Verletzung von Rechten der Antragstellerin an einem Datenbankwerk im Sinne des § 4 Abs. 2

UrhG vor. Gegenstand des Schutzrechts an einem Datenbankwerk, einem Unterfall des Sammelwerks (§ 4 I UrhG), ist die Struktur der Datenbank als persönliche geistige Schöpfung, die auch in der Auswahl oder Anordnung der in der Datenbank enthaltenen Elemente bestehen kann (BGH GRUR 2007, 685 Rn. 16 – Gedichttitelliste mwN). Die Antragstellerin hat schon nicht dargelegt, inwiefern die Auswahl und Anordnung der Webseite der Antragstellerin eine persönlich-geistige Schöpfung darstellt. Insofern trägt sie lediglich abstrakt vor, die Auswahl der einzelnen Inhalte folge einem inhaltlichen Gesamtkonzept (bspw. der Relevanz tagesaktueller Informationen), die Anordnung ergebe sich nach von der Antragstellerin frei gewählten Schwerpunkten. Diese Ausführungen lassen eine schöpferische Leistung von Mitarbeitern der Antragsteller nicht hinreichend konkret erkennen.

4. Schließlich liegt auch kein Eingriff in die Rechte der Antragstellerin an einem Multimedia-Werk im Sinne eines Sammelwerkes gemäß § 4 Abs. 1 UrhG vor. Auch insoweit lässt sich dem Vortrag der Antragstellerin nicht mit der hinreichenden Deutlichkeit entnehmen, inwiefern die Kombination von Texten, Bildern, Grafiken und Videos eine persönlich-geistige Schöpfung darstellt. Soweit die Antragstellerin auf die intuitive Benutzbarkeit der Seite abstellt, handelt es sich im Ansatz um eine funktionsbedingte Vorgabe, die als solche einem Urheberrechtsschutz nicht zugänglich ist. Aus dem als Anlage K 14 vorgelegten Screenshot lässt sich, ohne dass der schöpferische Abstand zu durchschnittlich gestalteten Angeboten und der entsprechende Gestaltungsspielraum dargelegt wird, eine über handwerklich gut aufbereitete Art der Informationsvermittlung hinausgehende schöpferische Gestaltung nicht entnehmen.

Aber selbst wenn das Angebot der Antragstellerin als Sammelwerk urheberrechtlichen Schutz beanspruchen könnte, fehlt es vorliegend an einem rechtswidrigen Eingriff. Wie

bereits oben ausgeführt, gestattet die Antragstellerin ihren Nutzern uneingeschränkt die durch den Abruf hervorgerufene Vervielfältigung der von ihr angebotenen Inhalte. Einen Vorbehalt oder eine Bedingung dergestalt, dass die Antragstellerin den Abruf nur ohne Verwendung eines Werbeblocker gestattet, lässt sich dem Angebot der Antragstellerin nicht entnehmen (ebenso LG München MMR 2015, 660, 667). Im Übrigen unterfällt die kurzzeitige Zwischenspeicherung auch der Schrankenregelung des § 44a UrhG. Wie sich aus Art. 5 Abs. 1 der Richtlinie 2001/29, den § 44a UrhG in das nationale Recht umsetzt, sind die Vervielfältigungsvorgänge beim Betrachten einer Webseite lediglich flüchtig und begleitend und stellen auch einen integralen und wesentlichen Bestandteil eines technischen Verfahrens dar, dessen alleiniger Zweck es ist eine rechtmäßige Nutzung zu ermöglichen (vgl. EuGH GRUR 2014, 654 Rn. 25 ff. – PRACA/NLA).

Der Privilegierung dieser Vervielfältigungshandlungen durch § 44a UrhG steht auch nicht das Änderungsverbot des § 62 Abs.1 UrhG entgegen. Nach dieser Vorschrift dürfen bei einer aufgrund einer Schrankenbestimmung erlaubten Nutzung Änderungen am Werk nicht vorgenommen werden. Das Unterdrücken der Werbung durch die Software der Antragstellerin führt zu keiner Änderung an dem Werk, da die werblichen Elemente für sich genommen sowie deren Kombination mit den übrigen Elementen nicht am Schutz des Sammelwerks gemäß § 4 Abs. 1 UrhG teilhaben. Wie die Antragstellerin selbst vorträgt, wird die Werbung in aller Regel von Dritten und nicht von der Antragstellerin selbst „ausgespielt“. Die Antragsteller stellt lediglich die Werbefläche zur Verfügung. Insoweit fehlt es mithin an einer eigenen schöpferischen Leistung der Antragstellerin in Bezug auf die blockierten Elemente.

II. Der Antragstellerin steht gegen die Antragsgegnerin jedoch der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 4 UWG zu. Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer

Mitbewerber gezielt behindert. Dies ist vorliegend der Fall. Es liegt eine geschäftliche Handlung (dazu 1.), ein konkretes Wettbewerbsverhältnis (dazu 2.) sowie eine gezielte unlautere Behinderung (dazu 3.) vor.

1. Der Vertrieb der angegriffenen Programms stellt eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar. Von einer geschäftlichen Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist dann auszugehen, wenn die Handlung bei der gebotenen objektiven Betrachtung dem Ziel der Förderung des Absatzes oder Bezugs von Waren oder Dienstleistungen dient (vgl. BGH, GRUR 2013, 945 Rn. 17 – Standardisierte Mandatsbearbeitung; GRUR 2015, 694 Rn. 21 f. – Bezugsquellen für Bachblüten; GRUR 2016, 710 Rn. 12 – Im Immobiliensumpf, mwN). Bei den beanstandeten Handlungen handelt es sich ohne Zweifel um eine geschäftliche Handlung, da sie darauf gerichtet sind, den entgeltlichen Absatz des eigenen Produkts der Antragsgegnerin zu fördern (ebenso Köhler WRP 2014, 1017, 1020; LG München MMR 2015, 660, 662; LG Hamburg CR 2016, 122 jeweils zum unentgeltlichen Absatz eines Werbeblockers mit entgeltlicher White-List-Funktion).

2. Die beanstandete Handlung richtet sich auch gegen einen Mitbewerber. Zwischen den Parteien besteht ein konkretes Wettbewerbsverhältnis, auch wenn die Parteien keine gleichartigen Waren und Dienstleistungen vertreiben.

a) Mitbewerber ist nach § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht. Dieser Begriff ist im weitesten Sinne und funktional in Bezug auf den jeweils betroffenen Verbotstatbestand auszulegen. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs besteht ein konkretes Wettbewerbsverhältnis im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG, wenn beide Parteien gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen mit der Folge, dass das konkret beanstandete

Wettbewerbsverhalten des einen Wettbewerbers den anderen beeinträchtigen, das heißt im Absatz behindern oder stören kann (vgl. nur BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 24 – nickelfrei mwN). Es setzt zwar nicht voraus, dass die Parteien auf der gleichen Vertriebsstufe tätig sind. Voraussetzung eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses ist aber auch bei auf unterschiedlichen Vertriebsstufen tätigen Parteien im Regelfall, dass diese versuchen, gleichartige Waren oder Dienstleistungen (letztlich) innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen (BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 27 – nickelfrei). Da es für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung regelmäßig nur um die konkret beanstandete Wettbewerbshandlung geht, genügt es, dass das Wettbewerbsverhältnis erst durch diese Wettbewerbshandlung begründet worden ist, auch wenn die Parteien unterschiedlichen Branchen angehören. Auch wenn nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs in solchen Fällen erforderlich ist, dass die unterschiedlichen Branchen angehörenden Parteien mit der konkret beanstandeten Wettbewerbshandlung versuchen, gleichartige Waren oder Dienstleistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen (BGH, GRUR 2012, 1053 Rn. 12 – Marktführer Sport), so gelten für den Behinderungstatbestand allerdings Besonderheiten. In diesen Fällen reicht es aus, wenn sich der Verletzer durch seine Verletzungshandlung im konkreten Fall in irgendeiner Weise in Wettbewerb zu dem Betroffenen stellt (BGH GRUR 1985, 550 – DIMPLE; GRUR 2014, 1114, Rn. 32 – nickelfrei). Es genügt mithin, wenn zwischen den Vorteilen, die die eine Partei durch eine Maßnahme für ihr Unternehmen oder das eines Dritten zu erreichen sucht, und den Nachteilen, die die andere Partei dadurch erleidet, eine Wechselwirkung in dem Sinne besteht, dass der eigene Wettbewerb gefördert und der fremde Wettbewerb beeinträchtigt werden kann (vgl. BGH, GRUR 2014, 1114 Rn. 32 – nickelfrei). Nicht ausreichend ist es allerdings, wenn die Maßnahme den anderen nur irgendwie in seinem Marktstreben betrifft (vgl. BGH, GRUR 2014, 573 Rn. 21 – Werbung für Fremdprodukte).

b) Nach diesen Grundsätzen handelt es sich bei den Parteien um Mitbewerber. Zwischen dem Produkt der Antragstellerin und dem der Antragsgegnerin besteht zwar keine Gleichartigkeit, offensichtlich jedoch eine die Antragstellerin beeinträchtigende Wechselwirkung. Dadurch, dass ein Browser mit aktivierter Software der Antragsgegnerin die Werbung, die sich im Angebot der Antragstellerin befindet, nicht mehr abrufen, verringert die Antragsgegnerin unmittelbar die Reichweite der von der Antragsgegnerin vertriebenen Werbung. Folge dessen ist, dass das Angebot der Antragstellerin eine geringere Zahl an sogenannten AdImpressions erreicht und die Antragstellerin mithin geringere Werbeeinnahmen erzielt (vgl. ähnlich BGH GRUR 2004, 877, 878 f. – Werbeblocker). Je größer der Absatz des Produkts der Antragsgegnerin ist, desto geringer fällt die Reichweite der von der Antragstellerin vertriebenen Werbung aus. Zwischen dem wirtschaftlichen Erfolg der Antragsgegnerin und dem Wert der von der Antragstellerin für Werbung vorbehaltenen Flächen besteht mithin eine für die Annahme eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses ausreichende Korrelation. Diese Korrelation reflektiert die Überschneidungen zwischen dem Lesermarkt der Antragstellerin und dem Absatzmarkt der Antragsgegnerin.

3. Der Vertrieb der beanstandeten Software durch die Antragsgegnerin stellt auch eine unlautere gezielte Behinderung im Sinne des § 4 Nr. 4 UWG dar. Eine solche nach § 3 Abs. 1 UWG verbotene Behinderung von Mitbewerbern setzt eine Beeinträchtigung der wettbewerblichen Entfaltungsmöglichkeiten der Mitbewerber voraus, die über die mit jedem Wettbewerb verbundene Beeinträchtigung hinausgeht und bestimmte Unlauterkeitsmerkmale aufweist. Unlauter ist die Beeinträchtigung im Allgemeinen dann, wenn gezielt der Zweck verfolgt wird, Mitbewerber an ihrer Entfaltung zu hindern und sie dadurch zu verdrängen, oder wenn die Behinderung dazu führt, dass die beeinträchtigten Mitbewerber ihre Leistung am Markt durch eigene Anstrengung nicht mehr in angemessener Weise zur Geltung bringen können. Ob diese Voraussetzungen

erfüllt sind, lässt sich nur aufgrund einer Gesamtwürdigung der Umstände des Einzelfalls unter Berücksichtigung der Interessen der Mitbewerber, Verbraucher und sonstiger Marktteilnehmer sowie der Allgemeinheit beurteilen (vgl. nur BGH GRUR 2015, 607 Rn. 16 – Uhrenkauf im Internet; GRUR 2014, 393 Rn. 28 – wetteronline.de, jeweils mwN). Dabei hat sich die Bewertung an den von der Rechtsprechung entwickelten Fallgruppen zu orientieren (BGH GRUR 2010, 346 Rn. 12 – Rufumleitung).

a) Die Software der Antragsgegnerin behindert unmittelbar den Absatz des Angebots der Antragstellerin, indem sie den von der Antragstellerin intendierten Seitenaufbau technisch so verändert, dass nur redaktionelle Inhalte abgerufen werden. Es liegt mithin ein Fall der produktbezogenen Absatzbehinderung vor. Entgegen der Auffassung der Antragstellerin besteht das Produkt der Antragstellerin nicht allein aus den von ihr verbreiteten redaktionellen Elementen, sondern vielmehr aus der Kombination dieser Inhalte mit der über die Domain ausgespielte Werbung. Dabei spielt es keine Rolle, dass die Werbeinhalte von Dritten „ausgeliefert“ werden. Die Antragstellerin ist es, die die Verfügungsmacht über die bereitgestellten Werbeflächen besitzt und insofern auch unmittelbar von deren Vermarktung profitiert. Insoweit ist kein wesentlicher Unterschied zu physischen Presseprodukten gegeben. Dass es sich auch bei den werblichen Elementen um das Produkt der Antragstellerin handelt, wird im Übrigen schon daran deutlich, dass die Antragstellerin auch Eigenwerbung in ihrem Angebot platziert, die von der Beklagten ebenfalls blockiert wird. Die Behinderung der Antragstellerin beim Absatz ihres Produkts liegt angesichts des von der Antragstellerin gewählten Geschäftsmodells auf der Hand. Ihren Lesern stellt sie die redaktionellen Inhalte – ganz überwiegend – unentgeltlich zum Abruf zur Verfügung. Einnahmen erzielt sie hingegen ganz überwiegend mit der Vermarktung von freien Werbeflächen, die sich auf ihren Webseiten befinden.

Zwar greift die von dem Programm der Antragsgegnerin hervorgerufene Blockade nicht in die Programmsubstanz der von der Antragstellerin verwendeten Software, wohl aber in den von der Antragstellerin geplanten Ablauf des Programms und damit in die inhaltliche Zusammensetzung des Produkts ein. Ein solcher Eingriff in die Integrität des Produktes genügt für die Annahme eines im Sinne des Behinderungstagbestandes erheblichen Eingriffs (a.A. OLG Köln WRP 2016, 1022 Rn. 40 ff.). Dass der Herstellungsprozess erst im Browser des Nutzers durch den Abruf und Aufbau einzelner Dateien und insofern räumlich außerhalb der Verfügungsmacht der Antragstellerin erfolgt, ist den technischen Voraussetzungen des online-Vertriebs geschuldet. Dies ändert jedoch nichts daran, dass durch die Software der Antragsgegnerin eine gegenüber dem Normalbetrieb des Safari-Browsers ohne die Software der Antragstellerin veränderte, um die Werbeinhalte amputierte Darstellung der Webseite der Antragstellerin hervorgerufen wird. Die Software der Antragstellerin löst die von der Antragstellerin vorgenommene technische Verknüpfung des Abrufs ihrer redaktionellen Inhalte mit dem der werblichen Inhalte auf. Eine solche technische Einwirkung auf den Herstellungsprozess steht einer physischen Einwirkung auf das Produkt eines Mitbewerbers gleich.

b) Die Behinderung ist nach den vorstehend dargestellten Grundsätzen auch gezielt. Das Tatbestandsmerkmal der Zielgerichtetheit einer Behinderung dient der Beschränkung des Verbotstatbestandes auf solche Wettbewerbshandlungen, die besondere Unlauterkeitsmerkmale aufweisen. Dies ist erforderlich, weil dem System des Wettbewerbs Wirkungen immanent sind, die die Marktstellung eines Marktteilnehmers behindern. Insofern stellt es für sich genommen kein unlauteres Verhalten dar, mit wettbewerbseigenen Marktanteile auf Kosten eines Wettbewerbers zu gewinnen. Aus diesem Grund unterfällt eine Behinderung dann nicht dem Verbotstatbestand des § 4 Nr. 4 UWG, wenn sie sich als bloße Folge der Förderung des eigenen Wettbewerbs darstellt. Unlauter kann eine

Wettbewerbshandlung hingegen sein, wenn sie sich zwar auch als Entfaltung eigenen Wettbewerbs darstellt, aber das Eigeninteresse des Handelnden unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wettbewerbsfreiheit weniger schutzwürdig ist als die Interessen der übrigen Beteiligten und der Allgemeinheit (BGH GRUR 2015, 607 Rn. 29 – Uhrenankauf im Internet; BGH GRUR 2007, 800 Rn. 22 – Außendienstmitarbeiter mwN). Dies ist auf Grund einer Gesamtwürdigung aller Umstände des Einzelfalls unter Berücksichtigung der Interessen der Mitbewerber, Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer sowie der Allgemeinheit zu prüfen. Nach diesen Grundsätzen kann der Vertrieb eines behindernden Produkts nur bei Vorliegen besonderer unlauterer Umstände den Tatbestand einer unlauteren Mitbewerberbehinderung erfüllen. Eine auf die Behinderung gerichtete Absicht ist allerdings in keinem Fall erforderlich (BGH GRUR 2007, 800 Rn. 22 – Außendienstmitarbeiter; GRUR 2009, 685 Rn. 41 – ahd.de). Bei der danach vorzunehmenden umfassenden Abwägung sind die gesetzlichen Wertungen, insbesondere der Schutz eines unverfälschten Wettbewerbs sowie die Grundrechte der Beteiligten zu berücksichtigen (GRUR 2004, 877, 879 – Werbeblocker). Dabei ist auch prüfen, welche alternative Handlungsmöglichkeiten den Beteiligten zur Verfügung stehen. Eine unlautere produktbezogene Behinderung kommt beispielsweise bei einer unmittelbaren Einwirkung auf das Produkt des Mitbewerbers – etwa dadurch, dass dieses vernichtet oder beschädigt wird – in Betracht. In diesen Fällen wird die Unlauterkeit in aller Regel gegeben sein (Köhler in Köhler/Bornkamm, 34. Aufl., § 4 Rn. 4.48; a:A. Ohly in Ohly/Sosnitzka § 4 Rn. 4/59). Darüber hinaus können auch mittelbare Einwirkungen auf die Ware oder Dienstleistung eines Mitbewerbers unlauter sein (vgl. BGH GRUR 2004, 877, 879 – Werbeblocker).

aa) Es kann vorliegend offen bleiben, ob die Antragsgegnerin mit dem Vertrieb ihres Produkts eine allgemeine Verdrängungsabsicht verfolgt. Jedenfalls aber besteht eine Verdrängungsabsicht der Antragsgegnerin im Hinblick auf das

Angebot einer werbefinanzierten Verbreitung redaktioneller Inhalte im Internet. Die von der Antragsgegnerin vertriebene Software richtet sich unmittelbar gegen sämtliche werbefinanzierten Produkte im Internet und damit auch gegen das Produkt der Antragstellerin. Zwar handelt es sich bei der angegriffenen Software im Ausgangspunkt um ein neutrales Produkt, das sich nicht gegen bestimmte Marktteilnehmer richtet, sondern um ein allgemeines Handwerkszeug für das Unterdrücken von Werbung und anderen Inhalten im Internet. Eine gezielte Behinderung gerade des Angebots der Antragsgegnerin folgt aber daraus, dass die Software eine für das Apple-Betriebssystem bearbeitete Form der Easylist als Referenz für die abzurufenden Filterbefehle verwendet. Diese Liste enthält Befehle, die das Ausspielen von Werbung gerade auf der Webseite der Antragstellerin verhindert. Insofern dient die Software unmittelbar einer inhaltlich beschränkten Blockade gerade auch des Produkts der Antragstellerin. Auch wenn der Vertrieb der Software der Förderung des eigenen Absatzes dient und das Angebot desselben insofern zweifelsohne die Wahrnehmung eigener Wettbewerbschancen der Antragsgegnerin darstellt, handelt es sich doch nicht um eine bloß mittelbare, reflexartige Nebenfolge ihres eigenen geschäftlichen Handelns. Das Produkt der Antragsgegnerin ist vielmehr gerade dazu bestimmt, die Integrität des Produkts der Antragsteller und anderer Anbietern von Online-Werbeflächen zu beeinträchtigen. Insofern stehen Behinderung des fremden und Förderung des eigenen Absatzes in einem untrennbaren und direkten Zusammenhang. Auch wenn die Antragsgegnerin möglicherweise nicht die vollständige Verdrängung von Anbietern redaktioneller Inhalte beabsichtigt, so ist die Behinderung einer bestimmten Finanzierungsform redaktioneller Inhalte zwingende und unmittelbare Folge ihres Handelns, die das Kerngeschäft der Antragstellerin im Online-Vertrieb bildet.

bb) Diese Behinderung ist auch unlauter. Bei Abwägung der widerstreitenden Interessen überwiegt im vorliegenden Fall das durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützte Interesse der

Antragsteller an der Integrität ihres Produkts. Dem sind das Interesse der Antragsgegnerin an der Freiheit ihrer wirtschaftlichen Betätigung sowie das Interesse der Nutzer, Werbung nicht wahrnehmen zu müssen, das die Antragsgegnerin mit ihrem Produkt bedient, unterzuordnen.

(1) Sinn und Zweck des lauterkeitsrechtlichen Mitbewerberschutzes ist der Schutz der wettbewerblichen Entfaltungsfreiheit. Dieser Schutz verwirklicht sich in erster Linie darin, das eigene Angebot am Markt – ungehindert durch wettbewerbsfremde Mittel der Mitbewerber – zur Geltung bringen zu können (vgl. BGH GRUR 2004, 877, 879 – Werbeblocker). Die Frage, wie weit dieser Schutz reicht, kann nicht abstrakt beantwortet werden, sondern hängt von den im Einzelfall betroffenen Interessen ab. Einerseits müssen sich Medienunternehmen alle anderen Wettbewerber, den Herausforderungen des Marktes stellen, der von der Freiheit der wirtschaftlichen Betätigung und von der Kraft der Innovation lebt (ebd.). Andererseits kann meinungsbildenden Organen nicht ohne Weiteres zugemutet werden, durch den Einsatz von Mitteln, die Integrität des angebotenen Produkt berühren, auf Geschäftsmodelle auszuweichen, die nur möglicherweise eine wirtschaftlich tragbare Alternative darstellen.

(2) Die Antragstellerin verfolgt ein Geschäftsmodell, das unter einem besonderen Schutz der Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG steht. Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts entspricht der Funktion der freien Presse im demokratischen Staat ihre Rechtsstellung nach der Verfassung. Wird mit der Pressefreiheit nach Art. 5 GG zunächst ein subjektives Grundrecht für die im Pressewesen tätigen Personen und Unternehmen gewährt, das seinen Trägern Freiheit gegenüber staatlichem Zwang verbürgt und ihnen in gewissen Zusammenhängen eine bevorzugte Rechtsstellung sichert und insoweit keine drittschützende Dimension hat (vgl. Sachs/Bethge, GG, 6. Aufl., Art. 5 Rn. 74), so hat die

Bestimmung zugleich auch eine objektiv-rechtliche Seite. Sie garantiert das Institut der „Freie Presse“. Der Staat ist unabhängig von subjektiven Berechtigungen einzelner verpflichtet, in seiner Rechtsordnung überall dort, wo der Geltungsbereich einer Norm die Presse berührt, dem Postulat ihrer Freiheit Rechnung zu tragen. Freie Gründung von Presseorganen, freier Zugang zu den Presseberufen, Auskunftspflichten der öffentlichen Behörden sind prinzipielle Folgerungen daraus. Auch kann Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG eine Pflicht des Staates begründen, Gefahren abzuwehren, die einem freien Pressewesen aus der Bildung von Meinungsmonopolen erwachsen könnten (vgl. BVerfG NJW 1966, 1603, 1604). Eine solche aus der institutionellen Garantie der Pressefreiheit erwachsende Schutzpflicht des Staates muss ihren Niederschlag deshalb auch in der Anwendung und Auslegung von lauterkeitsrechtlichen Generalklauseln finden, die dem Schutz des unverfälschten Wettbewerbs dienen (vgl. BVerfG NJW 2001, 3403, 3404 f.; BVerfG NJW 2003, 1303; BGH GRUR 2004, 877, 879 – Werbeblocker). Auf diese Weise wird der konstitutiven Bedeutung der Pressefreiheit für die demokratische Gesellschaft im Lichte der privatrechtlichen Organisation und der privatwirtschaftlichen Arbeitsweise der Presse (vgl. BVerfG NJW 1966, 1603, 1604) Rechnung getragen. Die privatwirtschaftliche Arbeitsweise konkretisiert sich vorliegend darin, dass die Antragstellerin ihr für die Leser unentgeltliches Angebot durch den Verkauf von Werbeflächen finanziert. Darüber hinaus umfasst die Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG die wirtschaftliche Betätigung der Presseunternehmen auf dem Anzeigenmarkt aber auch deshalb, weil die Einnahmen aus dem Anzeigenteil die unentbehrliche wirtschaftliche Voraussetzung für das Bestehen einer vom Staat unabhängigen Presse sind und auch aus diesem Grunde unter der besonderen Schutzpflicht des Staates stehen (offen gelassen von BVerfGE 21, 271, 278 f.). Insofern ist der Anzeigenteil eines Pressemediums auch unabhängig davon geschützt, dass in der Veröffentlichung von Anzeigen auch die Verbreitung von Nachrichten, insbesondere bei Eigenwerbung, liegen kann.

Darüber hinaus ist in den Grundrechtsschutz nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG auch der Akt der Verbreitung der Presseprodukte einbezogen, auch wenn es sich dabei im Kern nicht um eine inhaltsbezogene Tätigkeit handelt (vgl. BVerfGE 77, 346 = NJW 1983, 1833, zum Presse-Grosso). Dieser Schutz tritt neben die Grundrechtsgewährleistung aus Art. 12 Abs. 1 GG.

Auch die Antragsgegnerin kann sich auf ihre von Art. 12 Abs. 1 GG geschützte Position berufen. Mit dem Vertrieb ihrer Software macht sie allerdings nicht nur von ihrer eigenen wirtschaftlichen Betätigungsfreiheit Gebrauch. Sie bedient damit zudem ein Interesse ihrer Kunden, bestimmte Inhalte, insbesondere Werbung, nicht wahrnehmen zu wollen. Dieses Interesse ist unter dem Gesichtspunkt einer negativen Kommunikationsfreiheit gemäß Art. 5 GG allerdings bereits deshalb nicht schutzwürdig, weil es sich beim Angebot der Antragstellerin von vornherein nicht um eine aufgedrängte Form von Werbung handelt. Der Leser entscheidet selbst, ob er das Angebot der Antragstellerin wahrnimmt oder nicht. In keinem Fall schutzwürdig ist vor dem Hintergrund der zentralen Funktion der Presse für ein demokratisch verfasstes Gemeinwesen jedenfalls das Interesse des Nutzers, einerseits die (hochwertigen) redaktionellen Inhalte der Antragstellerin aufzurufen, hingegen die der Finanzierung dieser Inhalte dienenden Werbung auszublenden. Auf diese Weise wird der Antragstellerin und der privatwirtschaftlich organisierten Presse schlechthin in erheblichem Umfang eine ihrer maßgeblichen wirtschaftlichen Grundlagen entzogen, diese jedenfalls mit unabsehbaren Folgen für die Qualität der Presseberichterstattung erheblich geschwächt. Wie die Antragstellerin unbestritten vorgetragen hat, nutzten 28,94 % der monatlich mehr als 13 Mio. Leser von w..de einen Werbeblocker. Berücksichtigt man, dass die Antragstellerin von ihren Umsätzen, die sie mit dem unter w..de abrufbaren Angebot erzielt, nur 5 % auf kostenpflichtige Abonnements, der Rest ganz überwiegend auf Werbeerlöse entfällt, wird deutlich, dass eine Blockierrate von fast 30 % nicht nur gravierende

wirtschaftliche Verluste nach sich zieht – die die Antragstellerin mit mehreren Millionen beziffert und glaubhaft gemacht hat – sondern auch den Bestand des Angebots hochwertiger meinungsbildender Angebote im Netz gefährdet. Berücksichtigt man zudem die Zuwachsraten beim Absatz von Werbeblockern, insbesondere unter jungen Internetnutzern, sowie die gerichtsbekannt sinkenden Auflagezahlen der Pressorgane im klassischen Printbereich und die damit verbundenen Einnahmeverluste, so erschließt sich ohne weiteres, dass eine erhebliche und vorliegend hinreichend konkrete Gefahr besteht, dass die Antragstellerin ihre Leistung am Markt, jedenfalls im Bereich des online-Vertriebs, nicht mehr in angemessener Weise mit eigenen Anstrengungen zur Geltung bringen kann. Angesichts des mit 5 % äußerst geringen Deckungsbeitrags der zahlungspflichtigen Abonnements, stellt es jedenfalls zurzeit keine wirtschaftlich tragbare Alternative dar, das Angebot ausschließlich entgeltpflichtig anzubieten. Dies folgt schon aus dem Umstand, dass im Internet entgeltpflichtige Angebote nur schwer durchsetzbar sind, weil Zahlungsschranken und Registriervorgänge im Internet jedenfalls im Hinblick auf redaktionelle Inhalte, wie die Antragstellerin unbestritten vorgetragen hat, nur von sehr wenigen Nutzern akzeptiert werden. Ungeachtet der damit verbundenen wirtschaftlichen Folgen würde die Einführung von Bezahlschranken die unter dem Blickwinkel des Art. 5 Abs. 1 GG bedenkliche Konsequenz nach sich ziehen, den durch das Internet erst ermöglichten grenzen- und schrankenlosen und damit niederschweligen Zugang zu redaktionellen Inhalten in sein Gegenteil zu verkehren. Die Antragstellerin braucht sich vor diesem Hintergrund auch nicht darauf verweisen zu lassen, ihre Leser zunächst durch eine technisch mögliche Werbeblocker-Sperre auszusperrern, sie sodann darauf hinzuweisen, dass sie nur mit ausgeschaltetem Werbeblocker Zugriff auf die redaktionellen Inhalte erhalten und den Zugang erst dann zu gewähren, wenn der Leser tatsächlich seinen Werbeblocker ausschaltet. Wie die Antragstellerin unwidersprochen vorgetragen hat, schalteten trotz dieses

bedingten Zugriffsrechts bei einer Schwestergesellschaft der Antragstellerin, die das Angebot bild.de betreibt, 50 % der Benutzer eines beliebigen Werbeblockers ihre Software nicht aus, sondern verließen die Seite. Zwar werden die Nutzer auf diese Weise gezwungen, ihre Nutzenpräferenzen in Bezug auf das Verhältnis zwischen unentgeltlichen verbreiteten redaktionellen Inhalten und Online-Werbung offenzulegen. Allerdings erfolgt dies nur um den Preis einer Zugangsbeschränkung, die Leser möglicherweise auch deswegen von einem Besuch der Seite abhält, weil sie anderenfalls zusätzliche Einstellungen an ihrer Software vornehmen müssen, die nach dem Besuch des Angebots der Antragsgegnerin wieder rückgängig gemacht werden müssen und daher allein aufgrund der dadurch verursachten Unbequemlichkeit abschreckend wirkt.

Im Übrigen besteht auch kein Bedürfnis, den Nutzerpräferenzen der Leser durch zusätzliche technische Maßnahmen zur Durchsetzung zu verhelfen. Jedem Nutzer steht es von vornherein frei, ein werbefinanziertes Angebot zu besuchen oder freiwillig deshalb davon Abstand zu nehmen, weil ihn die dort geschaltete Werbung belästigt. Solange er das werbefinanzierte, unentgeltliche Angebot wahrnimmt, handelt es sich nicht um einen Akt aufgedrängter Werbung seitens des Inhalteanbieters, sondern um eine aktive Entscheidung gegen die bei der Antragstellerin auch verfügbare Abonnementsversion. Diese Wahlmöglichkeit zwischen einer werbefinanzierten und einer entgeltspflichtigen Abonnementversion auf der einen Seite und der Ausweichmöglichkeit auf konkurrierende, weniger aufdringliche Angebote auf der anderen Seite reflektiert für den Nutzer bereits erkennbar den Umstand, dass die gewünschten Inhalte zwar unentgeltlich, aber keineswegs kostenlos sind. Dagegen spiegelt die Software der Antragsgegnerin den Lesern entgegen allen ökonomischen Prinzipien vor, hochwertige redaktionelle Inhalte seien kostenlos und ohne jegliche Gegenleistung zu haben. Die Antragstellerin kann angesichts der von einem solchen Zerrbild ausgehenden Sogwirkung auch nicht darauf

verwiesen werden, zu hoffen, dass ihre Leser dieses Zerrbild erkennen und allein aufgrund schlichter Appelle den Werblocker abschalten oder die in der angegriffenen Software befindliche White-List-Funktion für das Angebot der Antragstellerin nutzen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in den Standardeinstellungen die White-List deaktiviert ist und erst in mehreren, nicht ohne weiteres selbsterklärenden Schritten aktiviert werden muss.

Die langfristigen Kosten einer durch die Funktion der angegriffenen Software hervorgerufenen Störung des marktlichen Austauschprozesses bei fehlenden wirtschaftlich gleichwertigen Alternativen liegen auf der Hand. In Funktion und Wirkung weist die Software der Antragsgegnerin zudem keinen wesentlichen Unterschied zu Angeboten auf, die eine Bezahlschranke umgehen und die nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ohne Weiteres als unlauter zu bewerten sind (vgl. BGH GRUR 2004, 877, 879 – Werblocker). In beiden Fällen wird die Gegenleistung (in einem Fall die Zahlung eines Entgelt, im anderen Fall die Aufmerksamkeit des Lesers für Werbung) durch Einsatz technischer Mittel unter unmittelbarer Einwirkung auf das Produkt umgangen. Eine solche technische Einwirkung auf die Verknüpfung von redaktionellen und werblichen Inhalt stellt kein marktgerechtes Mittel dar.

(3) Das Interesse der Nutzer, von besonders aufdringlicher Werbung nicht behelligt zu werden, ist aber nicht nur deswegen nicht schutzwürdig, weil ein Besuch des Angebots der Antragstellerin nicht verpflichtend ist, sondern vorliegend bereits deswegen, weil schon nicht ersichtlich ist, dass das Angebot der Antragstellerin – wie die Antragsgegnerin geltend macht – eine besonders aggressive Werbung enthält. Dass die von der Antragstellerin ausgespielte Werbung datenschutzrechtlich unzulässig ist, hat die Antragsgegnerin ebenfalls nicht dargelegt. Insofern sind datenschutzrechtlichen Belange der Nutzer vorliegend nicht berührt. Auch der Umstand, dass die Software der

Antragsgegnerin Schutz gegen das sogenannte Tracking bietet, steht dem Anspruch der Antragstellerin nicht entgegen. Der Tracking-Schutz kann in der Software der Antragsgegnerin unabhängig von der Werbeblocker-Funktion aktiviert werden. Dem sehr wohl berechtigten, datenschutzrechtlich relevanten Interesse der Nutzer, sich vor der Nachverfolgung ihrer Aktivitäten im Netz zu schützen, kann daher auch ohne die Werbeblocker-Funktion Rechnung getragen werden. Dass auch Werbung existiert, die das Verhalten der Leser im Netz aufzeichnet, mag zutreffen. Dass die Antragstellerin solche Werbung ausspielt oder ausspielen lässt, legt die Antragsgegnerin jedoch nicht dar.

(4) Bei Abwägung der widerstreitenden Interessen überwiegt vor dem Hintergrund des besonderen grundrechtlichen Schutzes der Pressefreiheit aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG das Interesse der Antragstellerin an der Aufrechterhaltung ihres bestehenden Geschäftsmodells. Die der Antragstellerin zur Verfügung stehenden wettbewerblichen Reaktionsmöglichkeiten können die von der Funktion der angegriffenen Software ausgehende hinreichend konkrete Gefahr, dass die Antragstellerin ihre Leistung nicht mehr angemessen am Markt erbringen kann, nicht mit der erforderlichen Sicherheit entgegenwirken. Demgegenüber wirkt sich das ausgesprochene Verbot für das Geschäftsmodell der Antragsgegnerin auch deutlich weniger einschneidend aus als eine uneingeschränkte Werbeblocker-Funktion für das Geschäftsmodell der Antragstellerin. Die Antragsgegnerin kann der Verfügung durch Aufnahme des Angebots der Antragstellerin in eine voreingestellte White-List entsprechen, ohne dabei Werbung bei anderen Anbietern passieren zu lassen. Auf diese Weise kann dem gerade durch den besonderen Schutz der Pressefreiheit begründeten Interesse der Antragstellerin und vergleichbarer Anbieter individuell Rechnung getragen werden. Andererseits verbleibt der Software der Antragsgegnerin ein weitreichender Anwendungsbereich gegenüber Werbung von Anbietern, die nicht im gleichen Maße wie die Antragstellerin schutzwürdige und verfassungsrechtlich besonders abgesicherte

Interessen für sich geltend machen können. Auch die Leser haben geeignete Ausweichmöglichkeiten, indem sie entweder von einem Besuch des Angebots der Antragstellerin Abstand nehmen und auf kostenpflichtige Angebote mit weniger oder gar keiner Werbung ausweichen.

Dies führt im Ergebnis zwar zu einem Schutz eines konkreten Geschäftsmodells. Das ist vorliegend aber deshalb hinzunehmen, weil es sich bei den sich gegenüber stehenden Angeboten nicht um unmittelbare Konkurrenzprodukte handelt und insofern der Wettbewerb um das bessere redaktionelle Angebot nicht unmittelbar berührt ist. In einer solchen Situation kann die Garantie der Pressefreiheit aus Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG, anders als bei dem Wettbewerb zweier Presseorgane mit unterschiedlichen Geschäftsmodellen untereinander (vgl. BGH GRUR 2004, 602, 603 f. – Anzeigenblätter), bereits in einem Stadium einsetzen, in dem eine hinreichend konkrete Gefahr besteht, dass ein meinungsbildendes Blatt, das sich redaktionell vor allem mit allgemein interessierenden politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Gegenständen befasst und dabei informierend und kommentierend an der Bildung der öffentlichen Meinung mitwirkt (vgl. BGH GRUR 1985, 881, 882 – Bliestal-Spiegel) seine Leistung am Markt nicht mehr angemessen erbringen kann (vgl. in diesem Sinne Ladeur in Hamburger Kommentar zum Medienrecht, 3. Aufl., 4 Abschnitt Rn. 56). Eine Gefährdung des Bestandes ist dann nicht erforderlich. Vor dem Hintergrund der besonderen Bedeutung eines (hochwertigen) redaktionellen online-Angebots einer Tageszeitung und den bestehenden Schwierigkeiten, entgeltpflichtige Angebote mit (hochwertigen) redaktionellen Angeboten am Markt durchzusetzen, erweist es sich als unverhältnismäßig, ein Presseorgan wie das vorliegende auf ein anderes, wirtschaftlich unsicheres Geschäftsmodell zu verweisen.

(5) Diesem aufgrund der Interessenabwägung gewonnenen Ergebnis steht auch nicht entgegen, dass es zunächst einer Entscheidung

des Nutzers bedarf, die angegriffene Software auf seinem Endgerät zu installieren. Darin verwirklicht sich lediglich der bestimmungsgemäße, von der Antragsgegnerin intendierte Gebrauch ihres Produktes. Insofern ist es auch unerheblich, dass der Nutzer die Software nach der Installation auf dem eigenen Rechner selbständig, unter Umständen durch eine Veränderung der Einstellung im Betriebssystem, aktivieren muss. Soweit dieser Umstand in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs bei der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung von Werbeblockern für Fernsehsender eine maßgebliche Rolle spielte (BGH GRUR 2004, 877, 879 – Werbeblocker), können diese Erwägungen auf den vorliegenden Fall nicht übertragen werden. Während bei der sogenannten Fernsehfee die ohnehin für jeden Nutzer gegebene Möglichkeit des Umschaltens von einem auf das andere Programm automatisiert wurde, kann schon ein durchschnittlicher Internetnutzer seinen Browser nicht ohne technische Hilfsmittel so programmieren, dass er zwar redaktionelle Inhalte, aber keine Werbung aufruft. Dies gelingt schon deshalb nicht, weil jeder einzelne durchschnittliche Nutzer für sich nicht über die Summe der in der Easylist hinterlegten Filterbefehle verfügt, jedenfalls aber nicht in der Lage ist, diese Filterbefehle in den eigenen Browser zu integrieren. Anderes legt auch die Antragsgegnerin nicht dar. Insoweit sind die Wirkungen dieser unterschiedlichen Arten von Werbeblockern qualitativ nicht vergleichbar. Zum anderen besteht zu dem Sachverhalt, der der angeführten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zugrunde lag, auch der gravierende Unterschied, dass die Software der Antragsgegnerin im Gegensatz zur Fernsehfee unmittelbar die Integrität des Angebots der Antragstellerin beeinträchtigt. Dies stellt kein wettbewerbseigenes Mittel dar.

(6) Eine Spürbarkeit setzt der Behinderungstatbestand nicht voraus (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm, § 4 Rn. 4.1). Die nach den vorstehenden Erwägungen gegebene Eignung zur Beeinträchtigung der Interessen der Antragsgegnerin genügt. Insofern kommt es vorliegend nicht darauf an, dass die

Software der Antragsgegnerin bislang nur über einen geringen Marktanteil verfügt.

III. Das Verbot war auch auf die Pflege und Wartung von bereits ausgelieferten Produkten zu erstrecken, da nur auf diese Weise die Fortdauer der von diesen Produkten ausgehenden Blockade-Wirkungen erfasst werden kann (vgl. im Ergebnis ebenso OLG Köln WRP 2016, 1022).

B. Es liegt auch ein Verfügungsgrund vor. Nach § 12 Abs. 2 UWG wird die Dringlichkeit der Sache vermutet.

C. Die Entscheidung über die Kosten folgt aus § 92 Abs. 1 ZPO. Da die Antragstellerin mit dem vorrangig geltend gemachten urheberrechtlichen Anspruch unterliegt, war ihr die Hälfte der Kosten aufzuerlegen. Die urheberrechtlichen und die wettbewerbsrechtlichen Ansprüche sind gleichwertig.