

Zur wettbewerbs- und urheberrechtlichen Schutzfähigkeit von Webseiten

Eigener Leitsatz:

Bei einer Eins-Zu-Eins-Übernahme des Layouts einer Internet-Webseite ist es möglich, dass zwar die schöpferischen Höhe nicht vorliegt, jedoch aus wettbewerbsrechtlicher Sicht ein Ausnutzen fremder Leistung und damit ergänzender Leistungsschutz besteht.

Landgericht Köln

Urteil vom 20.06.2007

Az.: 28 O 798/04

In dem Rechtstreit

...

Für R e c h t erkannt:

Die Beklagte wird verurteilt,

es unter Androhung eines Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 € und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, der Ordnungshaft oder der Ordnungshaft bis zu sechs Monaten für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen,

zur ausschließlichen Nutzung der Klägerin überlassene Werbetexte oder Werbegrafiken im geschäftlichen Verkehr zu verwenden und/oder verwenden zu lassen, wie nachstehend wiedergegeben:

a)

die Textpassagen

“Soll ich in der gesetzlichen Krankenversicherung bleiben oder mich privat versichern?“

Diese Frage quält über sechs Millionen Bundesbürger, für die die Möglichkeit besteht, sich selbst und Familienangehörige privat zu versichern. Grund: ihr Einkommen liegt über der Jahresentgeltgrenze. Als Hauptkriterium für eine Entscheidung sollte die Familienplanung dienen – bei geplanter Heirat und Kinderwunsch ist unter Kostengesichtspunkten die private Krankenversicherung zu präferieren. Wird auf bessere Leistung Wert gelegt, können diese über eine private Zusatzversicherung eingekauft werden.

Die private Krankenversicherung bietet Ihnen u.a.:

- Freie Wahl des Arztes und des Krankenhauses, Status des Privatpatienten bei Ärzten und in Krankenhäusern (optimale Behandlung, da keine Restriktion durch Budgets),
- Erstattung der Kosten für Zahnersatz von mindestens 60 % (je nach Tarifwahl bis zu 100 % steigerbar),

aber auch:

Wie viel könnten Sie sparen? Wir benötigen nur wenige Minuten für einen konkreten Vorschlag! Unser Vergleich ist kostenlos und unverbindlich, sparen Sie jetzt. Infos zur privaten PKV hier. Jetzt absichern/Vorsorgen und für ein paar Euro im Monat ein sicheres Gefühl genießen und Kapital bilden!

„Frühzeitig selber Vorsorgen!“ Jetzt Absichern/Vorsorgen und für ein paar Euro im Monat ein sicheres Gefühl genießen!

Berufsunfähigkeit

Vergleichen und Angebot anfordern

Die Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) erbringt Versicherungsleistungen für den Fall, dass Sie berufsunfähig im Sinne der Versicherungsbedingungen werden. Berufsunfähigkeitsversicherung: „Wer nicht am Hungertuch nagen will, muss zwangsläufig selbst vorsorgen“ Zitat aus der Zeitschrift Finanztest

b) Werbebanner

-Es folgt eine Aufstellung der Werbebanner-

Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten auferlegt mit Ausnahme der Kosten der Nebenintervention, die der Nebenintervenient selbst trägt.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 10.000,00 €.

Tatbestand:

Die Klägerin bietet seit Jahren im Internet u.a. unter der Domain „anonymisiert1“ ein umfangreiches Informationsportal zum Thema Versicherungen. Hier besteht die Möglichkeit, diverse Versicherungsleistungen verschiedener Anbieter individuell und kostenlos zu vergleichen. Diese Internetpräsenz erforderte erheblichen redaktionellen sowie programmiertechnischen Aufwand zur Erstellung der Vergleichsmöglichkeiten. Durch die Webseite wurden gleichzeitig Adressen von Interessenten für konkrete Versicherungsdienstleistungen gesammelt, die gegen ein nicht unerhebliches Entgelt weitergegeben werden können. Weiterhin gab es einen Werbebanner für die Webseite „anonymisiert1“, der wie folgt aussah:

– Es folgt eine Darstellung der Werbebanner –

Weiterhin fanden sich unter anderem dort die im Antrag zu Ziffer 1 a) wiedergegebenen Texte, die über Jahre verbessert und angepasst worden waren. Die Klägerin stellt Texte und Logi

als Werbemittel gegen Entgelt ihren Partnern zur Verfügung.

Auf der seit ca. Anfang November 2004 erreichbaren Internetadresse der Beklagten („anonymisiert2“), die deren Streithelfer – so viel ist zwischen der Beklagten und dem Streithelfer unstreitig – technisch gestaltet hatte, stellte die Klägerin alsbald fest, dass dort – wie sie behauptet – Textpassagen ihrer Internetseite nur geringfügig abgeändert, die Textpassagen aus dem Klageantrag zu 100 % übernommen worden waren. Darüber hinaus fanden sich dort die Werbebanner wie unter Zf. 1 b des Klageantrages aufgeführt. Die Klägerin ließ die Beklagte mit Schreiben vom 05.11.2004 abmahnen, woraufhin die Beklagte mit Schreiben vom 10.11.2004 (Anlage K 3) reagierte und die Website vom Netz nahm. Auf Antrag der Klägerin hat das Landgericht Köln (31 0 786/04) gegen die Beklagte eine einstweilige Verfügung erlassen; vor dem auf Widerspruch der Beklagten stattfindenden Termin hat die Klägerin den Verfügungsantrag „aus formellen Gründen“ zurückgenommen.

Mit der vorliegenden Klage macht die Klägerin Unterlassungsansprüche aus urheber- und wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten geltend. Sie behauptet, ihre Geschäftsleitung habe sich die Textpassagen in den konkreten Formulierungen selbst erdacht. Die Beklagte habe mittels des Streithelfers das Werbebanner 1 : 1 – insbesondere hinsichtlich der Farbe und der konkreten Größe – kopiert, nur das Logo durch den Namen der Beklagten ersetzt. Sie ist der Ansicht, das Werbebanner sei urheberrechtlich geschützt; die geringen Anforderungen an die „kleine Münze“ seien insoweit erfüllt. Sie behauptet, die Datenstrukturen des Werbebanners der Beklagten entsprächen denjenigen des Werbebanners der Klägerin. Die Werbebanner und ihre Internetseite seien aber auch als Grafiken geschützt. Insbesondere sei aber auch der Internetauftritt der Beklagten hochgradig verwechslungsfähig mit demjenigen der Klägerin, an deren Präsentation er orientiert sei. Sie macht geltend, sie sei Wettbewerber der

Beklagten und behauptet hierzu, dass sie auch Versicherungen verkaufe, Beratung und online-Abschluss biete. Es liege eine Herkunftstäuschung vor, da die Klägerin Texte und Werbebanner massiv bewerbe. Sie betreibe ein Partnerprogramm mit über 30.000 Partnerwebseiten; insofern sei auch die farbliche Gestaltung des Banners, das bereits über 20.000.000 Mal im Internet eingeblendet worden sei, den entsprechenden Verkehrskreisen hinreichend bekannt sei. Diejenigen, die ihre Texte und Banner nutzten, seien ihre Partner und von ihr autorisiert, den Text zu verwenden. Durch die konkrete Einbindung von Texten und Werbebannern und den auf sie selbst lautenden Urhebernachweis habe die Beklagte über die Urheberschaft dieses Materials getäuscht.

Sie behauptet, vor dem Rechtsstreit habe der Streithelfer der Beklagten in einem Telefonat bestätigt, dass er von der Beklagten den Auftrag erhalten habe, die Webseite der Klägerin ebenso wie den Werbebanner nachzubauen.

Die Klägerin beantragt, die Beklagte zu verurteilen,

es unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen,

zur Ausschließlichen Nutzung der Klägerin überlassene Werbetexte oder Werbegrafiken im geschäftlichen Verkehr zu verwenden und/oder verwenden zu lassen, wie nachstehend wiedergegeben:

a) die Textpassagen

„Informationen zur privaten Krankenversicherung PRV

„Soll ich in der gesetzlichen Krankenversicherung bleiben oder mich privat versichern?“

Diese Frage quält über sechs Millionen Bundesbürger, für die die Möglichkeit besteht, sich selbst und Familienangehörige privat zu versichern. Grund: ihr Einkommen liegt über der

Jahresentgeltgrenze. Als Hauptkriterium für eine Entscheidung sollte die Familienplanung dienen – bei geplanter Heirat und Kinderwunsch ist unter Kostengesichtspunkten die private Krankenversicherung zu präferieren. Wird auf bessere Leistung Wert gelegt, können diese über eine private Zusatzversicherung eingekauft werden.

Die private Krankenversicherung bietet Ihnen u.a.:

- Freie Wahl des Arztes und des Krankenhauses, Status des Privatpatienten bei Ärzten und in Krankenhäusern (optimale Behandlung, da keine Restriktion durch Budgets),
- Erstattung der Kosten für Zahnersatz von mindestens 60 % (je nach Tarifwahl bis zu 100 % steigerbar),

aber auch:

Wie viel könnten Sie sparen? Wir benötigen nur wenige Minuten für einen konkreten Vorschlag! Unser Vergleich ist kostenlos und unverbindlich, sparen Sie jetzt. Infos zur privaten PKV hier.

Jetzt absichern/Vorsorgen und für ein paar Euro im Monat ein sicheres Gefühl genießen und Kapital bilden!

„Frühzeitig selber Vorsorgen!“ Jetzt Absichern/Vorsorgen und für ein paar Euro im Monat ein sicheres Gefühl genießen!

Berufsunfähigkeit

Vergleichen und Angebot anfordern

Die Berufsunfähigkeitsversicherung (BU) erbringt Versicherungsleistungen für den Fall, dass Sie berufsunfähig im Sinne der Versicherungsbedingungen werden. Berufsunfähigkeitsversicherung: „Wer nicht am Hungertuch nagen will, muss zwangsläufig selbst vorsorgen“ Zitat aus der Zeitschrift Finanztest

b) Werbebanner

-Es folgt eine Aufstellung der Werbebanner-

Die Beklagte beantragt, die Klage abzuweisen. Der Streithelfer schließt sich dem Klageabweisungsantrag an.

Die Beklagte behauptet – wie dies ihr Ehemann bereits in einer E-Mail vom 03.11.2004 dem Geschäftsführer der Klägerin mitgeteilt habe – dass sie die beanstandete Webseite von dem Streithelfer habe herstellen lassen und dieser ihr mitgeteilt habe, dass es sich bei den beanstandeten Grafiken keinesfalls um eine Kopie handele, sondern dass dieser Techniker den Banner selbst erstellt habe. Weder sie noch ihr Ehemann hätten den Auftrag erteilt, identische Leistungen der Klägerin zu übernehmen, noch hätten sie dies beabsichtigt. Die Beklagte habe auch keine entsprechenden Inhalte veröffentlicht. Die Internetauftritte unterschieden sich signifikant; Screenshot, Menüführung und Programmierung des Werbebanners entsprächen nicht den Programmen der Klägerin. Auch die Programmierung der Werbebanner sei unterschiedlich; auf das äußere Erscheinungsbild abzustellen reiche nicht aus. Sie ist der Ansicht, auch die Grafiken seien nicht schutzfähig, weil die Schöpfungshöhe fehle. Es ergebe sich allenfalls die Übernahme der Farbkombination blau/orange; dies reiche aber nicht aus, um die notwendige Schöpfungshöhe anzunehmen. Zuletzt am 03.11.2004 habe sie unter der Rubrik „Krankenversicherung“ – „Information PKV“ einen deutlich unterschiedlichen Text im Internet veröffentlicht. Wegen der Einzelheiten wird auf die Klageerwiderung vom 08.02.2005, Bl. 3 unten bis 5 oben (Bl. 33 unten bis Bl. 35 oben der GA) verwiesen.

Die Beklagte macht geltend, es bestehe zu der Klägerin kein konkretes Wettbewerbsverhältnis, da die Klägerin nur Versicherungsbeiträge vergleiche, die Beklagte aber mit Versicherungen handele. Sie bestreitet mit Nichtwissen, dass auch die Klägerin Versicherungen verkaufe. Sie macht ferner geltend, es liege keine wettbewerbswidrige Verhaltensweise

vor; insoweit bestehe Nachahmungsfreiheit, soweit – wie hier – nicht in Sonderschutzrechte eingegriffen werde. Urheberrechtsschutzfähig seien im übrigen aber weder die Texte noch das Werbebanner.

Der Streithelfer behauptet, der Werbebanner sei von ihm selbst erdacht, und zwar unter Benutzung eines GIF-Animators. Die Programmierung der Seiten sei unterschiedlich erfolgt, auch die Farbcodes seien nur oberflächlich ähnlich. Insbesondere sei er von der Beklagten nicht beauftragt worden, die identischen Leistungen der Klägerin zu übernehmen, sondern vielmehr, die technischen Voraussetzungen für eine Internetseite zu schaffen. Er habe nur den Banner ohne Inhalt erstellt, die von der Beklagten zur Verfügung gestellten Texte (Anlage S 1, Bl. 131 d.A.) eingestellt und das Formular erstellt. Er behauptet, er habe bei dem Telefongespräch nicht geäußert, er habe den Auftrag von der Beklagten erhalten, die Webseite so wie bei der Klägerin nachzubauen. Er macht weiter geltend, eine Irreführung liege nicht vor, da der Aufbau der Internetseite anders sei. Die Texte seien nur auf einer Unterseite der Homepage verwandt worden. Das Gericht hat Beweis erhoben durch Vernehmung der Zeugen L, W, M, I, E und X. Wegen des Ergebnisses der Beweisaufnahme wird auf die Sitzungsniederschrift vom 11.04.2007 Bezug genommen sowie auf die schriftlichen Aussagen der Zeugen W, M, I, E und X.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird Bezug genommen auf den vorgetragenen Inhalt der von den Parteien gewechselten Schriftsätze und auf die von ihnen eingereichten Urkunden, die Gegenstand der mündlichen Verhandlung gewesen sind.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist begründet.

Nach dem Ergebnis der Beweisaufnahme steht der Klägerin der streitgegenständliche Unterlassungsanspruch aus

Wettbewerbsrecht zu, weil die streitgegenständlichen Texte und Werbebanner der Klägerin über die notwendige wettbewerbliche Eigenart verfügen und diese von der Beklagten in unlauterer Weise übernommen worden sind. Demgegenüber fußt der Anspruch nicht auf § 97 UrhG. Im Einzelnen gilt folgendes:

I. So weit sich die Klägerin auf Urheberrecht berufen hat, scheidet der Anspruch aus § 97 UrhG daran, dass zwar die Texte über die erforderliche Schöpfungshöhe für ein Sprachwerk im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UrhG – jedenfalls in Form der kleinen Münze – verfügen dürften. Für die Schutzfähigkeit eines Sprachwerks kommt es sowohl auf seine Art als auch auf seinen Umfang an; ist der Stoff des Sprachwerks frei erfunden, so erlangt es eher Urheberschutz als solche Texte, bei denen der Stoff – wie vorliegend – durch organisatorische Zwecke oder wissenschaftliche und andere Themen vorgegeben ist, denn dort fehlt der im fraglichen wissenschaftlichen oder sonstigen Fachbereich üblichen Ausdrucksweise vielfach die urheberrechtsschutzfähige eigenschöpferische Prägung (BGH GRUR 1984, 659, 661 – Ausschreibungsunterlagen). Allerdings ist insoweit immer auch die „kleine Münze“ geschützt (Schulze in Dreier/Schulze, UrhG, § 2 Rn. 84, 85). Bei der Mitteilung vorgegebener Tatsachen bzw. Gebrauchsschriften wie hier gilt, dass, je mehr sich die Texte auf die exakte und vollständige Wiedergabe von vorgegebenen Tatsachen beschränken, desto enger wird der Gestaltungsspielraum für einen individuell formulierten Text. Dabei kann sich die erforderliche Individualität auch durch Auswahl und Anordnung sowie durch wechselseitige Aufgabenzuweisung von Text und Bildinformation oder auch durch Fallbeispiele oder einen leicht verständlichen Text ergeben (Schulze a.a.O., Rn. 98). Unter Berücksichtigung insbesondere auch des zuletzt genannten Umstandes geht die Kammer davon aus, dass die streitgegenständlichen Texte jedenfalls unter dem Gesichtspunkt der kleinen Münze Urheberrechtsschutz genießen, weil hier komplexe Fragestellungen übersichtlich und leicht verständlich vorgestellt werden.

Jedoch hat die Klägerin trotz des Hinweises insoweit die Urheberschaft und die auf sie als ausschließlicher Nutzungsberechtigte weisende Rechtekette nicht dargetan. Zwar geht die Kammer davon aus, dass die Internetseite der Klägerin hinsichtlich der Texte durch die Beklagte unberechtigt übernommen wurde, jedoch handelt es sich bei der Klägerin nicht um eine natürliche Person, in deren Gestalt Urheberrechte durch persönliche Leistung erworben werden können. Dass die Klägerin indes ausschließliche Nutzungsberechtigte an den aus ihrem Bereich stammenden Texten ist – was Voraussetzung für ihre Aktivlegitimation wäre (vgl. Dreier in Dreier/Schulze, UrhG, § 97, Rn. 18) – ist nicht hinreichend dargetan.

Hinsichtlich der Grafik der Werbebanner ergibt sich auch unter Berücksichtigung der besonderen farblichen Gestaltung keine hinreichende Schöpfungshöhe. Soweit diese allenfalls als Werk der angewandten Kunst verstanden werden könnte, erreicht sie nicht die erforderliche Werkqualität. Im Bereich der angewandten Kunst werden strenge Anforderungen an die Schöpfungshöhe gelegt. Im Hinblick auf den parallel möglichen Geschmacksmusterschutz muss es sich um eine Schöpfung individueller Prägung handeln, deren ästhetischer Gehalt einen solchen Grad erreicht, dass nach den im Leben herrschenden Anschauungen noch von Kunst gesprochen werden kann (BGH GRUR 1981, 517, 519 – Rollhocker). Diese vom BVerfG bestätigte (GRUR 2005, 410 ff.) Differenzierung bringt es mit sich, dass die vorliegende gebrauchsgrafische Gestaltung der Werbebanner, auch unter Berücksichtigung ihrer markanten Farbgestaltung, nicht als Werk der angewandten Kunst bewertet werden kann. Soweit die Grafik als Computerprogramm geschützt sein könnte ist seitens der Klägerin nicht hinreichend zur Programmierung vorgetragen worden, insbesondere im Hinblick auf eine Übernahme des Programms durch die Beklagte. Auch die Webseite als solche genießt keinen Schutz. Soweit sie im Hinblick auf die Auswahl und Anordnung der Texte als Sprachwerk gewertet werden könnte, gilt das oben Gesagte. Zwar geht die Kammer

davon aus, dass Gestaltung, Design und Gesamtstruktur der Internetseite der Klägerin von der Beklagten fast identisch übernommen worden sind. Eine sogenannte freie Benutzung im Sinne von § 24 UrhG kommt ersichtlich nicht in Betracht, da eine Eigenständigkeit des Internetauftritts der Beklagten im streitgegenständlichen Bereich offenkundig nicht besteht und dieser vielmehr so eng an die Präsentation der Klägerin angelehnt ist, dass der erforderliche Abstand dazu nicht gewahrt ist (dazu Schricker/Loewenheim, UrhG, 2. Aufl. 1999, § 24 Rn. 9).

Die Webseite insgesamt genießt auch nicht den Schutz der Werke der bildenden Künste gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG. Zur Ableitung eines Urheberschutzes unter diesem Gesichtspunkt fehlt es ebenfalls an hinreichenden Anknüpfungspunkten. Im Einzelfall ist es zwar denkbar, Multi-Media-Produkte und/oder Benutzeroberflächen als Werk der angewandten Kunst einzuordnen (Schulze, in: Dreier/Schulze, § 2 Rn. 101; Schricker/Loewenheim, § 2 Rn. 201; eher zurückhaltend Wiebke/Funat, MMR 1998, 69, 70: „vereinzelt“). Allein ein einheitliches Design und eine alltägliche grafische Gestaltung der Benutzeroberfläche genügt indes nach Auffassung der Kammer nicht für das Erreichen der erforderlichen Schöpfungshöhe. Kann auch etwa das „look and feel“ einer Benutzeroberfläche nicht über § 69a UrhG geschützt werden (Grützmaker, in: Wandtke/ Bullinger, § 69 a Rn. 14 a.E.), darf – wenn wie hier besondere Umstände fehlen, die für eine schöpferische Eigenart der Gestaltung sprechen – auch ein Schutz des Designs und der Gestaltung nicht fast „automatisch“ als „kleine Münze“ über § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG erreicht werden (vgl. ähnlich Schack, MMR 2001, 9, 10 f.).

II. Demgegenüber ist die Klage nach dem Ergebnis der Beweisaufnahme aber aus § 8 Abs. 1 UWG iVm §§ 3, 4 Abs. 1 Nr. 9 UWG begründet. Die Beklagte hat auf ihrer Internetseite ein Angebot eingestellt, die im streitgegenständlichen Bereich eine Nachahmung des Angebots der Klägerin darstellt, die die

Wertschätzung der nachgeahmten Leistung der Klägerin unangemessen ausnutzt.

Insoweit steht auch nicht entgegen, dass jedenfalls für Teile des Auftritts – etwa den Text – ein Schutz als Sprachwerk nach dem UrhG in Betracht kommt; der Unterlassungsanspruch leitet sich jedenfalls aus ergänzendem wettbewerblichen Leistungsschutz her, und zwar unter dem Gesichtspunkt der vermeidbaren Herkunftstäuschung.

Der u.a. aus Text und Werbebannern bestehende Auftritt der Klägerin genießt wettbewerbsrechtliche Eigenart. Gegenstand des den Immaterialgüterrechtsschutz ergänzenden Wettbewerbsschutzes sind nur Erzeugnisse von einer gewissen wettbewerblichen Eigenart. Nur derartige Leistungsergebnisse sind schutzwürdig. Allerweltserzeugnisse, deren Herkunft und Besonderheiten den interessierten Verkehrskreisen gleichgültig sind und die demgemäß unter den wettbewerbsrechtlich relevanten Gesichtspunkten der Herkunftstäuschung, Rufausnutzung und Behinderung keine Rolle spielen, sind einem ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz nicht zugänglich (BGHZ 21, 266, 272 = GRUR 57, 37, 38 – Uhrenrohwerke; GRUR 68, 698, 702 – Rekordspritzen; GRUR 88, 385, 386 – Wäsche-Kennzeichnungsbänder). Die für den Wettbewerbsschutz danach erforderliche Eigenart setzt ein Erzeugnis voraus, dessen konkrete Ausgestaltung oder bestimmte einzelne Merkmale geeignet sind, die angesprochenen Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder auf seine Besonderheiten hinzuweisen (BGH GRUR 73, 478, 479 f – Modeneuheit; GRUR 84, 453, 454 – Hemdblusenkleid; GRUR 86, 673, 675 – Beschlagprogramm; GRUR 88, 690, 693 – Kristallfiguren; GRUR 95, 581, 583 – Silberdistel; GRUR 96, 210, 211 – Vakuumpumpen; BGHZ 138, 143, 148 = GRUR 98, 830, 832 – Les-Paul-Gitarren; GRUR 99, 751, 752 – Güllepumpen; GRUR 99, 1106, 1108 – Rollstuhlnachbau; GRUR 00, 521, 523 – Modulgerüst; GRUR 02, 86, 89 – Laubhefter). Die wettbewerbliche Eigenart drückt sich regelmäßig im Produkt –

in seiner Gestaltung – selbst aus. Die Eignung, herkunftshinweisend zu wirken oder Besonderheiten des Erzeugnisses deutlich zu machen, fehlt solchen Merkmalen, die allgemein üblich sind oder von Mitbewerbern in gleicher oder ähnlicher Form oder Funktion verwendet werden und deshalb für den Verkehr keine Hinweiswirkung haben (BGH GRUR 68, 698, 702 – Rekordspritzen; GRUR 92, 329, 334 – AjS-Schriftenreihe; GRUR 01, 251, 254 – Messerkennzeichnung).

Die von Klägerseite im Verhandlungstermin vom 29.06.2005 vorgelegte Gegenüberstellung der Auftritte der Webseiten, die ihr spezielles Gepräge insbesondere durch die ungewöhnliche Kombination der Farben blau und orange, dies insbesondere in ihrem Wechsel, wobei die Verwendung der einzelnen Farben im Text sich entspricht, zeigt zum einen die wettbewerbliche Eigenart des Angebots der Klägerin, zum anderen die getreue Nachahmung durch die Beklagte. So ist die Bezeichnung der Klägerin in blau und orange oben links auf der Seite aufgeführt, oben rechts sind die Werbebanner, die ebenfalls die ungewöhnliche Farbkombination hinsichtlich der Bezeichnung der Klägerin tragen. Der Hinweis „kostenlosen Vergleich anfordern“ ist inmitten des Textes in orange abgesetzt. Das wiederholt sich hinsichtlich der privaten Krankenversicherung, der Lebensversicherung und der Rentenversicherung.

Die Einzelsequenzen des Werbebanners geben die verschiedenen Versicherungssparten wieder, immer ist das farbige Logo der Klägerin daneben gesetzt. Es handelt sich insgesamt um eine auffallende, sehr prägnante Art der Darstellung, die insbesondere im Hinblick auf die farbliche Gestaltung besonders auffallend ist.

Die Webseite der Klägerin weist nach dem Ergebnis der Beweisaufnahme auch eine wettbewerbliche Eigenart auf, ist also gegen Nachahmung geschützt. Wettbewerbliche Eigenart liegt vor, wenn die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale des Erzeugnisses geeignet sind, die angesprochenen Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine

Besonderheiten hinzuweisen (vgl. BGH GRUR 2000, 521, 523 – Modulgerüst; BGH GRUR 2002, 86, 89 – Laubhefter; BGH GRUR 2002, 275, 276 – Noppenbahnen; BGH GRUR 2002, 629, 631 – Blendsegel; BGH GRUR 2003, 359, 360 – Pflegebett; BGH GRUR 2003, 973, 974 – Tupperwareparty). Die Funktion des (ungeschriebenen) Tatbestandsmerkmals der wettbewerblichen Eigenart besteht darin, den Schutz vor Nachahmung auf solche Leistungsergebnisse zu beschränken, die unter Berücksichtigung der Interessen der Mitbewerber, der Verbraucher, der sonstigen Marktteilnehmer und der Allgemeinheit schutzwürdig sind. Das ist bei „Allerweltserzeugnissen“ oder „Dutzendware“ nicht der Fall (BGH GRUR 1986, 673, 675 – Beschlagprogramm; OLG Köln GRUR-RR 2004, 21, 22). Es ist nach dem Ergebnis der Beweisaufnahme davon auszugehen, dass der streitgegenständliche Internetauftritt der Klägerin in seiner Ausgestaltung auf die Klägerin hinweist und dass diese wettbewerbliche Eigenart jedenfalls auch zum Zeitpunkt der Nachahmung durch die Klägerin noch fortbestanden hat; sie ist also insbesondere nicht durch eine Vielzahl von Nachahmungen zum Allgemeingut geworden. Nach der Aussage des Zeugen L, die in sich widerspruchsfrei und schlüssig war, verfügt die Klägerin derzeit über sicherlich 20.000 Einblendungen im Internet bzw. über „viele zigtausend Partner“, wobei die Zahlen in den Anfängen im Jahr 2003 allerdings noch geringer waren. Die Partner der Klägerin erwerben von ihr die Berechtigung, die Banner der Klägerin in ihrem Internetauftritt zu nutzen. Die Klägerin stellt ihren Partnern ihre Darstellung einschließlich der Texte zur Verfügung. Diese Darstellung wird bestätigt von den Zeugen I, Vollmer, Libuda und Wirths, die alle Partner der Klägerin waren und deren Internetauftritte die Beklagte dafür angeführt hatte, dass es sich hier um Allgemeingut handelt, das im Verkehr jedenfalls nicht mehr der Klägerin zugeordnet wird. Eine Ladung der Zeugen, auf deren Glaubwürdigkeit es nicht ankam, war nicht geboten. Da es nur auf den Umstand ankam, ob die Zeugen Partner der Klägerin sind, war deren Ladung zur weiteren Klärung der Sachfrage auch nicht geboten, § 377 Abs. 3 ZPO.

Insbesondere ergeben sich auch keine Glaubwürdigkeitsprobleme, zumal die Beklagte auch keine Anhaltspunkte dafür genannt hat, dass die Internetauftritte dieser Zeugen, die sie aus dem Internet aufgefunden hat, entgegen deren Aussage nicht als Partnerseiten zu bewerten sein könnten.

Diese wesentlichen Elemente hat die Beklagte in einer Weise übernommen, dass der Verbraucher über die Herkunft getäuscht wird. Dies geschieht durch dieselbe Gestaltung der Seite, die identische farbliche Gestaltung, die gleichen Texte und die identischen Werbebanner, die exakt dieselben Sparten in der gleichen Reihenfolge wie bei der Klägerin nennen. Hier ist von einer Nachahmung auszugehen. Dass die Beklagte den Text zu einem späteren Zeitpunkt abgeändert hat, besagt insoweit nichts Entscheidendes. Die Parteien sind Wettbewerber, jedenfalls auf dem Teilbereich, in dem beide dem Verbraucher Informationen über die genannten Versicherungssparten geben. Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis ist immer dann gegeben, wenn beide Parteien gleichartige Waren oder gewerbliche Leistungen innerhalb desselben Endverbraucherkreises abzusetzen versuchen und das Wettbewerbsverhalten des einen daher den anderen beeinträchtigen, d.h. im Absatz behindern oder stören kann (vgl. BGH, GRUR 1999, 69 [70] = NJW 1998, 3561 = WRP 1998, 1065 – Preisvergleichsliste II; GRUR 2001, 258 = NJW 2001, 522 – Immobilienpreisangaben; GRUR 2001, 260 = NJW 2001, 371 – Vielfachabmahner; GRUR 2002, 902 [903] – Vanity-Nummer). Im Interesse eines wirksamen wettbewerbsrechtlichen Individualschutzes sind an das Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses allerdings keine hohen Anforderungen zu stellen; es wird daher insbesondere keine Branchengleichheit vorausgesetzt. Da es für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung regelmäßig nur um die konkret beanstandete Wettbewerbshandlung geht, genügt es, dass die Parteien durch eine Handlung miteinander in Wettbewerb getreten sind, auch wenn ihre Unternehmen im Übrigen unterschiedlichen Branchen angehören (vgl. BGH; GRUR 2004, 877, 878 – TV-Werbeblocker; BGH, GRUR 1972, 553 – Statt Blumen

ONKO-Kaffee; BGHZ 93, 96 [97f.] – DIMPLE; BGH, GRUR 1988, 453 [454] – Ein Champagner unter den Mineralwässern; GRUR 1990, 375 [376] – Steuersparmodell). Die Kammer folgt dem insoweit ausweislich des Internetauftritts auch nachvollziehbaren Vortrag der Klägerin, wonach beide Parteien Versicherungsdienstleistungen erbringen. Ausweislich des fast identischen Internetauftritts der Beklagten im Verhältnis zur Klägerin ist dies geeignet, im Absatz zu behindern oder zu stören.

Die Voraussetzungen dafür, dass Ansprüche aus ergänzendem wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz gegen die Verwertung eines fremden Leistungsergebnisses unabhängig vom Bestehen eines Schutzes aus – hier – dem Urheberrecht gegeben sind, liegen vor. Dies ist dann der Fall, wenn besondere Begleitumstände vorliegen, die außerhalb des sondergesetzlichen Tatbestands liegen (BGH GRUR 2002, 629, 631 – Nachahmung einer Straßenleuchte; BGHZ 134, 250 [267] – CB-infobank I; BGHZ 140, 183 [189] – Elektronische Pressearchive). Diese besonderen Umstände ergeben sich vorliegend daraus, dass der Grad der Übernahme der Leistung der Klägerin besonders hoch ist und sich die Beklagte ersichtlich die Bekanntheit und die Verbreitung des Auftritts der Klägerin im Internet zunutze gemacht hat, um auf ihre eigenen Produkte aufmerksam zu machen. Der Vertrieb von Nachahmungen eines Erzeugnisses, das wettbewerbsrechtliche Eigenart besitzt und bei den angesprochenen Verkehrskreisen eine gewisse Bekanntheit erlangt hat, ist wettbewerbswidrig, wenn dadurch die Gefahr einer betrieblichen Herkunftstäuschung begründet wird. Zwischen dem Grad der wettbewerbsrechtlichen Eigenart, der Art und Weise und der Intensität der Übernahme sowie den besonderen wettbewerbsrechtlichen Umständen besteht dabei eine Wechselwirkung. Je größer die wettbewerbsrechtliche Eigenart und je höher der Grad der Übernahme ist, desto geringer sind die Anforderungen an die besonderen Umstände, die die Wettbewerbswidrigkeit begründen (vgl. BGH, GRUR 2001, 251 [253] – Messerkennzeichnung, m.w. Nachw.; Köhler in

Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. A., § 4 UWG, Rn. 9.36).

III. Die prozessualen Nebenentscheidungen folgen aus §§ 91, 101, 709 ZPO.

Streitwert: 50.000,00 €