



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 158/08

Verkündet am:
19. Mai 2010
Bürk
Justizhauptsekretärin
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BGHR: ja

Markenheftchen

UWG § 4 Nr. 9 lit. b; UrhG § 4 Abs. 1, 2

- a) Der für eine unlautere Rufausbeutung erforderliche Imagetransfer kann nicht allein damit begründet werden, dass ein Wettbewerber in seinem über eine eigenständige Systematik verfügenden Nachschlagewerk für Briefmarken als Referenz die im Verkehr durchgesetzte Systematik aus dem Konkurrenzprodukt des Marktführers übernimmt und jedem Eintrag zuordnet, um es dem Benutzer auf diese Weise zu ermöglichen, im Verkehr mit Dritten auch ohne Erwerb des Konkurrenzprodukts auf dessen als Standard akzeptierte Referenznummern Bezug zu nehmen.
- b) Die Schutzfähigkeit einer Datensammlung als Datenbankwerk kann nicht schon deshalb verneint werden, weil keine individuelle eigenschöpferische Auswahlentscheidung hinsichtlich der aufgenommenen Daten getroffen worden ist.

BGH, Urteil vom 19. Mai 2010 - I ZR 158/08 - OLG München
LG München I

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 19. Mai 2010 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Prof. Dr. Büscher, Dr. Schaffert, Dr. Kirchhoff und Dr. Koch

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 29. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 4. September 2008 aufgehoben.

Die Sache wird zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Der Kläger und die Beklagte zu 1 (nachfolgend: die Beklagte) sind Verlage, in denen Briefmarkenkataloge für Briefmarkensammler, Händler und Auktionshäuser erscheinen. Sie verwenden in ihren Katalogen jeweils ein Nummernsystem, das es den Sammlern ermöglicht, die einzelnen Briefmarken allein anhand einer individuellen Nummer zuzuordnen. Der Beklagte zu 2 ist im Unternehmen der Beklagten für den Vertrieb der Kataloge verantwortlich.

- 2 Im Verlag des Klägers erscheinen die Briefmarkenkataloge "M. ". Diese Kataloge sind unter Philatelisten sehr bekannt und erreichen für die deutschsprachigen Sammelgebiete nach den Behauptungen des Klägers einen Marktanteil von 60% bis 70%. Das Nummernsystem der Kataloge wurde bereits in dem ersten, 1910 publizierten M. -Katalog verwendet, der wiederum - in zwischen den Parteien streitigem Umfang - auf Vorarbeiten vom Ende des 19. Jahrhunderts zurückgriff. Der Kläger hat sein Nummernsystem laufend ergänzt und nach seinem Vortrag stetig fortentwickelt.

- 3 Im M. -Nummernsystem wird eine Hauptnummer aus einer für jedes Sammelgebiet fortlaufenden arabischen Ziffer gebildet, der gegebenenfalls weitere Unternummern aus Groß- und Kleinbuchstaben sowie aus römischen Ziffern zur Bezeichnung von Trennungsarten, Farbtonungsunterschieden, Wasserzeichenarten, Papier- und Gummierungsunterschieden, Druckarten, Typenarten etc. zugeordnet werden. Auf dem Sammelgebiet der Markenheftchen aus der Bundesrepublik Deutschland verwendet der Kläger ein abweichendes Nummernsystem, das mit den Buchstaben "MH" beginnt. Bis Mitte 2006 wurde das Sammelgebiet Markenheftchen in den allgemeinen Katalogen des Klägers mitbehandelt.

- 4 Die Beklagte verwendet ein abweichendes Nummernsystem, bei dem eine Buchstabenfolge für das herausgebende Land vorangestellt wird und sich eine fortlaufende Nummer aus arabischen Ziffern anschließt. Teilweise folgen für Unterarten weitere Nummern aus arabischen Ziffern, die durch einen Bindestrich getrennt werden. Weitere Unterarten werden durch einen Großbuchstaben ergänzt.

- 5 Im Juli 2006 veröffentlichte die Beklagte in erster Auflage ihren "Markenheftchen-Spezial-Katalog BUND 2006". In diesem Katalog findet sich hinter ih-

rer Klassifizierungsnummer für das jeweilige Markenheftchen (z.B. "H082" auf S. 270) die in Klammern gesetzte Markenheftchennummer aus dem im Frühsommer 2006 erstmals vom Kläger veröffentlichten "M. Handbuch-Katalog Markenheftchen Bundesrepublik und Berlin 2006/2007 (im Folgenden: M. Markenheftchen-Katalog)" (im Beispiel: "MH 63"). Für die in den Markenheftchen enthaltenen Briefmarken gibt die Beklagte nach ihrer Klassifizierungsnummer (im Beispiel: "10 x DE 2405") ebenfalls jeweils die Nummer des Klägers an (im Beispiel: "2537").

- 6 Auf der dritten Innenseite des Katalogs der Beklagten findet sich folgender Text:

Quellenhinweis: Referenz Nummer in Klammer aufgeführt stammt aus der Veröffentlichung des S. Verlag GmbH,
Tel. .

- 7 Der Kläger hält die Klammerzusätze mit seinen Nummern in dem Markenheftchen-Katalog der Beklagten für urheber- und wettbewerbsrechtlich unzulässig. Er hat beantragt,

den Beklagten zu untersagen, die Briefmarkennummerierung der M. - Deutschland-Kataloge und die Nummerierung der Markenheftchen im M. - Handbuch Katalog Markenheftchen Bundesrepublik und Berlin 2006/2007 im geschäftlichen Verkehr zu verwenden, insbesondere durch Wiedergabe und Vervielfältigung in dem von ihr neu herausgegebenen "Philotax, Markenheftchen-Spezialkatalog Bund 2006, 1. Auflage".

- 8 Der Kläger begehrt ferner die Erstattung von Abmahnkosten. Vom Beklagten zu 2 verlangt er darüber hinaus im Wege der Stufenklage Auskunft, eidesstattliche Versicherung der Richtigkeit und Vollständigkeit der zu erteilenden Auskunft sowie Schadensersatz.

9 Das Landgericht hat durch Teil- und Endurteil den Unterlassungsanspruch unter Beschränkung auf die konkrete Verletzungsform zuerkannt, den Auskunftsanspruch auf die Angabe gewerblicher Empfänger beschränkt und die Abmahnkosten zugesprochen. Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben.

10 Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision verfolgen die Beklagten ihre Klageabweisungsanträge weiter. Der Kläger tritt dem Rechtsmittel entgegen.

Entscheidungsgründe:

11 I. Das Berufungsgericht hat seine Entscheidung wie folgt begründet:

12 Dem Kläger stehe kein Unterlassungsanspruch aus Urheberrecht nach § 97 Abs. 1 UrhG zu. Das Nummernsystem des Klägers weise keine für einen Schutz als Sprachwerk erforderliche Gestaltungshöhe auf (§ 2 Abs. 2 UrhG). Es sei auch kein Datenbankwerk i.S. von § 4 Abs. 2 UrhG, weil es nicht das Ergebnis einer individuellen, eigenschöpferischen Auswahlentscheidung sei, sondern die von den einzelnen Ländern amtlich herausgegebenen Briefmarken vollständig erfasse.

13 Hinsichtlich der Übernahme der Nummern aus dem "M. Markenheftchen-Katalog" sei der Unterlassungsanspruch des Klägers aber aus § 87a Abs. 1 Satz 1, § 87b Abs. 1 Satz 1, § 97 Abs. 1 Satz 1 UrhG begründet. Die Beklagte habe insoweit in das Recht des Klägers als Datenbankhersteller eingegriffen. Das Nummernsystem der Markenheftchen in diesem Katalog sei eine

nach § 87a Abs. 1 UrhG schutzfähige Datenbank, da es weit über eine schlichte fortlaufende Nummerierung hinausgehe. Die Beklagte habe in das Schutzrecht des Klägers als Datenbankhersteller eingegriffen, indem sie die kompletten Nummern des "M. Markenheftchen-Katalog" in den angegriffenen "Markenheftchen-Spezial-Katalog Bund 2006" in Form von Klammerzusätzen übernommen habe. Hingegen könne nicht festgestellt werden, dass die Beklagte auch das Nummernsystem des Klägers für Briefmarken rechtswidrig entnommen habe. Die M. -Briefmarkendatenbank beziehe sich nach dem Vortrag des Klägers auf mehrere hunderttausend Briefmarken. Davon sei unstreitig nur ein geringer Teil von der Beklagten übernommen worden, ohne dass dessen qualitative Wesentlichkeit oder eine Gefährdung langjähriger Investitionen des Klägers erkennbar sei.

14 Die Klammerzusätze im Katalog der Beklagten seien aber, auch soweit sie sich auf Briefmarken bezögen, eine unlautere Rufausbeutung i.S. von §§ 3, 4 Nr. 9 lit. b UWG. Die Nummernsysteme für die Briefmarken und die Markenheftchen besäßen wettbewerbliche Eigenart. Die Beklagten hätten die Nummern des Klägers durch unveränderte Übernahme in ihren Katalog zum Gegenstand ihrer eigenen Leistung gemacht und dadurch nachgeahmt. Für die unlautere Rufausbeutung reiche ein Imagetransfer aus. Entscheidend sei dabei, dass im Streitfall dem angesprochenen Verkehr vermittelt werde, aufgrund der Klammerzusätze in dem Katalog der Beklagten in gewohnter Weise "arbeiten" zu können, ohne das teurere Produkt des Klägers erwerben zu müssen.

15 Der Beklagte zu 2 sei als verantwortlicher Vertriebsleiter selbst Täter eines Wettbewerbsverstoßes. Auch die Verurteilung zur Auskunftserteilung und zur Zahlung vorgerichtlicher Abmahnkosten sei zu Recht erfolgt.

- 16 II. Diese Beurteilung hält revisionsgerichtlicher Nachprüfung nicht stand. Auf der Grundlage der Feststellungen des Berufungsgerichts kann dem Kläger der geltend gemachte Unterlassungsanspruch weder wegen Verletzung eines Datenbankherstellerrechts (§§ 87a, 87b, 97 Abs. 1 Satz 1 UrhG) noch aufgrund unlauterer Rufausbeutung (§ 8 Abs. 1, § 3 Abs. 1, § 4 Nr. 9 lit. b UWG) zugesprochen werden. Das Berufungsurteil kann ohne weitere Feststellungen auch nicht wegen Verletzung des Rechts an einem Datenbankwerk (§ 4 Abs. 2, §§ 16, 17, 97 Abs. 1 Satz 1 UrhG) bestätigt werden.
- 17 1. Das Berufungsgericht hat dem Kläger den Unterlassungsanspruch hinsichtlich des Nummernsystems für die Markenheftchen nach § 97 Abs. 1 Satz 1 UrhG gewährt, weil die Beklagte in das Recht des Klägers als Datenbankhersteller (§ 87a Abs. 1 Satz 1, § 87b Abs. 1 Satz 1 UrhG) eingegriffen habe. Dies hält revisionsgerichtlicher Nachprüfung nicht stand. Die Feststellungen des Berufungsgerichts tragen seine Annahme nicht, bei dem Nummernsystem des Klägers handele es sich um eine schutzfähige Datenbank i.S. von § 87a Abs. 1 UrhG.
- 18 a) Datenbankhersteller können für Datenbanken, die vor dem 1. Januar 1983 hergestellt worden sind, keinen Schutz beanspruchen. Das folgt aus der Bestimmung des § 137g UrhG, nach der die am 1. Januar 1998 in Kraft getretenen Vorschriften zum Schutz des Datenbankherstellers auch auf Datenbanken Anwendung finden, die zwischen dem 1. Januar 1983 und dem 31. Dezember 1997 hergestellt worden sind. Diese Regelung ist im Streitfall entscheidungserheblich. Entgegen der Auffassung des Klägers kommt es für die Frage, wann sein Nummernsystem für Markenheftchen als Datenbank hergestellt worden ist, nicht darauf an, dass er einen eigenständigen Markenheftchen-Katalog erstmals im Jahr 2006 veröffentlichte. Denn er hat sein Nummernsystem für Markenheftchen bereits lange Zeit zuvor entwickelt.

19 Nach den vom Berufungsgericht in Bezug genommenen Feststellungen des Landgerichts, das wiederum auf den schriftsätzlichen Vortrag des Klägers verwiesen hat, entstand das Nummernsystem des Klägers für Markenheftchen ab Ende der 60er/Anfang der 70er Jahre des vorigen Jahrhunderts. Das auf diese Weise gesondert katalogisierte Sammelgebiet der Markenheftchen wurde vom Kläger in die üblichen allgemeinen Kataloge eingeordnet, bis im Frühsommer 2006 erstmals der M. Markenheftchen-Katalog erschien. Dieser vom Berufungsgericht in Bezug genommene Katalog des Klägers befasst sich überwiegend mit vor 1983 erschienenen Markenheftchen. Auch solange das Sammelgebiet der Markenheftchen in die üblichen allgemeinen Kataloge eingeordnet wurde, lag dieser Einordnung bereits das Nummernsystem des Klägers zugrunde. Das Nummernsystem für Markenheftchen als Datenbank war damit bereits lange vor dem Jahr 2006 etabliert.

20 b) Unter diesen Umständen hat der Kläger nur dann nach § 87a Abs. 1 Satz 2 UrhG Schutz für sein schon vor 1983 hergestelltes Nummernsystem für Markenheftchen erlangt, wenn es in seinem Inhalt nach Art oder Umfang nach dem 31. Dezember 1982 wesentlich verändert worden ist und die Änderung eine wesentliche Investition erfordert hat. Dazu hat das Berufungsgericht keine Feststellungen getroffen.

21 Die Art des Inhalts der Datenbank des Klägers, ein Nummernsystem für Markenheftchen, ist unverändert geblieben. Ob diese bis Ende 1982 schon über viele Jahre entwickelte Datenbank nach diesem Zeitpunkt in ihrem Umfang unter Einsatz wesentlicher Investitionen erheblich geändert wurde, hat das Berufungsgericht nicht festgestellt. Die Ergänzung der Datenbank um später erschienene Markenheftchen und darin enthaltene Briefmarken reicht dafür nicht ohne weiteres aus. Es kommt vielmehr darauf an, ob diese Ergänzung im Ver-

hältnis zu den bereits Ende 1982 vorhandenen Daten quantitativ wesentlich war und erhebliche Investitionen des Klägers erforderte. Um ein gesondertes Recht des Datenbankherstellers an den Markenheftchennummern zu begründen, ist nach 1982 entstandener Aufwand des Klägers zudem nur erheblich, soweit er sich speziell auf die Markenheftchennummern bezieht. Auf Investitionen zur Fortführung des M. -Nummernsystems für Briefmarken kommt es in diesem Zusammenhang nicht an.

22 2. Zu Unrecht hat das Berufungsgericht dem Kläger den Unterlassungsanspruch wegen unlauterer Rufausbeutung (§ 4 Nr. 9 lit. b UWG) gewährt. Der angegriffene Katalog der Beklagten enthält zwar eine Nachahmung des Nummernsystems des Klägers, dem auch wettbewerbliche Eigenart zukommt. Es fehlt aber an zusätzlichen Umständen, die erforderlich sind, um dieses Verhalten als unlauter anzusehen.

23 a) Auf das in die Zukunft gerichtete Unterlassungsbegehren sind die Bestimmungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung des am 30. Dezember 2008 in Kraft getretenen Ersten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 22. Dezember 2008 (BGBl. I S. 2949; im Folgenden: UWG 2008) anzuwenden. Der auf Wiederholungsgefahr gestützte Unterlassungsanspruch besteht allerdings nur, wenn das beanstandete Verhalten auch schon zur Zeit der Begehung im Juli 2006 nach der am 8. Juli 2004 in Kraft getretenen Fassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 3. Juli 2004 (BGBl. I S. 1414; im Folgenden: UWG 2004) wettbewerbswidrig war. Eine für die Beurteilung des Streitfalls maßgebliche Änderung der Rechtslage ist jedoch nicht eingetreten, so dass im Folgenden zwischen dem alten und dem neuen Recht nicht unterschieden zu werden braucht.

- 24 Die Änderungen in § 2 Abs. 1 Nr. 1 und § 3 UWG sind für den Streitfall ohne Bedeutung. Die Veröffentlichung des beanstandeten Katalogs der Beklagten erfüllt sowohl die Voraussetzungen einer Wettbewerbshandlung nach § 2 Abs. 1 Nr. 1, § 3 UWG 2004 als auch einer geschäftlichen Handlung nach § 2 Abs. 1 Nr. 1, § 3 Abs. 1 UWG 2008. Die Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs (§ 8 Abs. 1 UWG) und des Schadensersatzanspruchs (§ 9 Satz 1 UWG) sind gleich geblieben. Die Vorschrift des § 4 Nr. 9 UWG über den ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz gilt ebenfalls unverändert fort. Die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken steht einer Anwendung des § 4 Nr. 9 UWG nicht entgegen (vgl. BGH, Urt. v. 15.4.2010 - I ZR 145/08, BeckRS 24535 Tz. 18 - Femur-Teil, m.w.N.).
- 25 b) Zutreffend hat das Berufungsgericht den Nummernsystemen des Klägers für Briefmarken und Markenheftchen wettbewerbliche Eigenart zuerkannt. Seine Beurteilung, beim Briefmarken-Nummernsystem des Klägers handele es sich um ein in Philatelisten-Kreisen durchgesetztes Nummernsystem, mit dem der angesprochene Verkehr eine besondere Gütevorstellung verbinde und das ihm aus dem Hause der Rechtsvorgänger des Klägers bekannt sei, lässt keinen Rechtsfehler erkennen. Wie das Berufungsgericht weiter festgestellt hat, lehnt sich das Nummernsystem des Klägers für Markenheftchen an sein allseits bekanntes Nummernsystem für Briefmarken an, so dass es aufgrund seiner konkreten Ausgestaltung und seiner damit verbundenen typischen Merkmalsstruktur auf die Herkunft aus dem Unternehmen der Klägerin hinweist.
- 26 c) Die Beklagten haben das Nummernsystem des Klägers für Markenheftchen durch die Klammerzusätze in den angegriffenen Katalog vollständig und unverändert übernommen und damit die Nachahmung der Leistung eines Mitbewerbers als Teil einer eigenen Ware angeboten.

27 aa) Die Nummernsysteme des Klägers für Briefmarken und Markenheftchen sind gegenüber den von ihm herausgegebenen Briefmarkenkatalogen eigenständige, marktfähige Leistungen.

28 bb) Die Beklagte hat diese Leistung vollständig übernommen, indem sie das gesamte Nummernsystem des Klägers für Markenheftchen in dem angegriffenen Katalog verwendet hat.

29 Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts brachte die Beklagte die erste Auflage dieses Katalogs im Juli 2006 auf den Markt. In dem Katalog befand sich hinter der jeweiligen Klassifizierungsnummer der Beklagten jeweils in Klammern die Markenheftchen-Nummer des im Frühsommer 2006 erstmals vom Kläger veröffentlichten M. Markenheftchen-Katalogs, wobei diese Übernahme das komplette Nummernsystem des M. Markenheftchen-Katalogs betraf.

30 cc) Ohne Erfolg macht die Revision hiergegen geltend, der M. Markenheftchen-Katalog habe bei Herstellung des angegriffenen Katalogs der Beklagten noch nicht existiert. Darauf kommt es für die Entscheidung des Streitfalls nicht an. Der Unterlassungsantrag des Klägers bezieht sich nicht auf eine Nachahmung seines Markenheftchen-Katalogs, sondern auf die Verwendung seines Nummernsystems für Markenheftchen durch die Beklagte. Dieses Nummernsystem hatte der Kläger unstreitig schon vor dem Juli 2006 entwickelt.

31 dd) Entgegen der Ansicht der Revision ist eine Nachahmung im Streitfall auch nicht deswegen zu verneinen, weil die Beklagte nicht die Leistung eines Dritten vermarktet, sondern eine andersartige eigene Leistung angeboten hat (vgl. BGHZ 156, 1, 18 - Paperboy; BGHZ 181, 77 Tz. 43 - DAX). Im vorliegenden Fall verwendet die Beklagte das von dem Kläger geschaffene Leistungser-

gebnis unmittelbar und unverändert bei der Vermarktung ihres eigenen Markenheftchen-Nummernsystems und ihres eigenen Katalogs, die in Konkurrenz zu den entsprechenden Produkten des Klägers stehen. In der von der Beklagten angebotenen Leistung ist damit zugleich die Leistung des Klägers enthalten. Die Käufer des Produkts der Beklagten benötigen nicht mehr den Katalog des Klägers, um mit dessen Nummernsystem arbeiten zu können.

32 d) Die Klammerzusätze mit den Markenheftchen-Nummern des Klägers in den Katalogen der Beklagten stellen jedoch keine unlautere Ausnutzung der Wertschätzung des Nummernsystems des Klägers für Markenheftchen dar.

33 aa) Die Annahme einer unlauteren Rufausnutzung ist allerdings nicht schon deshalb ausgeschlossen, weil die Klammerzusätze nach der Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung zulässig sind (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm, UWG, 28. Aufl., § 4 Rdn. 9.5). Eine vergleichende Werbung liegt nicht vor. Der Streitfall ist nicht mit den Fällen der Bestellnummernübernahme vergleichbar, in denen das Angebot des Werbenden dem Angebot eines anderen Unternehmens als gleichwertig gegenübergestellt wird und zu diesem Zweck die Bestellnummer des anderen Unternehmens in Formularen, Katalogen und Ähnlichem der eigenen Bestellnummer des Werbenden hinzugefügt wird (vgl. EuGH, Urt. v. 25.10.2001 - C-112/99, Slg. 2001, I-7945 = GRUR 2002, 354 Tz. 35 ff. - Toshiba/Katun; Urt. v. 23.2.2006 - C-59/05, Slg. 2006, I-2147 = GRUR 2006, 345 Tz. 17 ff.; BGH, Urt. v. 2.12.2004 - I ZR 273/01, GRUR 2005, 348 - Bestellnummernübernahme). Vielmehr ist die Markenheftchen-Nummer des Klägers als solche wesentlicher Bestandteil der von der Beklagten angebotenen Leistung. Sie dient nicht einem Vergleich zwischen den Leistungen der Parteien.

34 bb) Die Ausführungen, mit denen das Berufungsgericht den für eine Rufausbeutung erforderlichen Imagetransfer begründet, sind jedoch nicht frei von Rechtsfehlern. Es trifft zwar zu, dass insofern eine offene oder verdeckte Anlehnung an die fremde Leistung genügt. Anders als das Berufungsgericht meint, kommt dabei aber dem Umstand keine Bedeutung zu, dass dem Verkehr aufgrund der Klammerzusätze im angegriffenen Katalog vermittelt wird, er könne mit ihm weiterhin in der aus dem M. -Katalog gewohnten Weise "arbeiten", so dass es nicht erforderlich sei, das teurere Produkt des Klägers zu erwerben.

35 Der Senat hat in der Entscheidung "Tele-Info-CD" (BGHZ 141, 329, 342 f.) zwar ausgeführt, dass es ein weiterer für eine unlautere Behinderung sprechender Gesichtspunkt ist, wenn ein Unternehmen aufgrund der systematischen Übernahme seiner Leistung dem Preiswettbewerb eines Konkurrenzprodukts ausgesetzt ist, das ohne entsprechenden Herstellungsaufwand auf der unmittelbar übernommenen Leistung aufbaut. Die für den Tatbestand des § 4 Nr. 9 lit. b UWG erforderliche Rufausbeutung hat der Senat jedoch nicht aufgrund dieser Erwägung angenommen. Vielmehr war dafür entscheidend, dass das Angebot der dortigen Beklagten auf den Gütevorstellungen des Verkehrs von der übernommenen Leistung beruhte, weil der Verkehr mit Recht erwartete, dass sich die Verzeichnisse der dortigen Beklagten nicht auf eigene Recherchen stützen konnten, sondern auf die "amtlichen" Daten der seinerzeitigen Klägerin. Damit ist der Streitfall indes nicht vergleichbar. Denn die Beklagte hat selbst ein Nummernsystem entwickelt, das sie in einem eigenen, gegenüber dem Katalog des Klägers deutlich abweichend gestalteten Katalog vertreibt. Sie hat zudem ein berechtigtes Interesse, aufgrund der Referenzen auf die Nummern des Klägers ihr eigenes Nummernsystem überhaupt erst verkehrsfähig zu machen (vgl. EuGH GRUR 2002, 354 Tz. 54 - Toshiba/Katun).

36 cc) Auf andere Umstände, aus denen sich ein Imagetransfer vom Kläger auf die Beklagte ergeben könnte, stützt sich das Berufungsgericht nicht. Sie sind auch nicht ersichtlich. Der mündige, von dem Angebot der Beklagten angesprochene Verbraucher, also der Philatelist, Briefmarkenhändler und Auktionator, wird die Klammerzusätze im Katalog der Beklagten als Arbeitshilfe auffassen, die ihm die Kommunikation in den Fachkreisen aufgrund der dort weiterhin durchgesetzten M. -Nummern erst ermöglicht oder jedenfalls deutlich erleichtert. Auch vor dem Hintergrund des in dem angegriffenen Katalog enthaltenen Quellenhinweises wird der Verbraucher die Nummernsysteme der Parteien weiterhin als nebeneinanderstehend und eigenständig begreifen, ohne die Gütevorstellungen, die sich mit dem System des Klägers verbinden, auf das Nummernsystem der Beklagten zu übertragen.

37 3. Die Entscheidung des Berufungsgerichts erweist sich auch nicht im Ergebnis aus anderen Gründen als richtig (§ 561 ZPO). Es kommt zwar ein Unterlassungsanspruch des Klägers wegen Verletzung von Rechten an einem Datenbankwerk (§ 4 Abs. 1, 2, §§ 16, 17 UrhG) in Betracht, weil die Beklagte mit dem angegriffenen Katalog das gesamte Nummernsystem des Klägers für Markenheftchen vervielfältigt und der Öffentlichkeit angeboten hat. Die dafür erforderlichen Feststellungen hat das Berufungsgericht aber nicht getroffen.

38 a) Das Berufungsgericht durfte dem Nummernsystem des Klägers für Markenheftchen die Schutzfähigkeit als Datenbankwerk nicht allein mit der Erwägung versagen, für die auf Vollständigkeit ausgerichteten Datenbanken des Klägers werde keine individuelle, eigenschöpferische Auswahlentscheidung getroffen. Bei der Auslegung von § 4 Abs. 1, 2 UrhG ist, wie das Berufungsgericht zutreffend erkannt hat, Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 96/9/EG über den rechtlichen Schutz von Datenbanken maßgeblich zu berücksichtigen. Nach dieser Vorschrift sind Datenbanken, die aufgrund der Auswahl oder Anordnung des

Stoffes eine eigene geistige Schöpfung ihres Urhebers darstellen, als solche urheberrechtlich geschützt, wobei für die Bestimmung, ob sie für diesen Schutz in Betracht kommen, keine anderen Kriterien anzuwenden sind. Daraus folgt aber, dass sich die Schutzfähigkeit alternativ aus der Auswahl oder der Anordnung des Stoffes ergeben kann. Die Schutzfähigkeit der Nummernsysteme des Klägers als Datenbankwerk konnte deshalb nicht schon mit der Begründung verneint werden, es werde keine individuelle, eigenschöpferische Auswahlentscheidung getroffen. Das Berufungsgericht hätte vielmehr noch prüfen müssen, ob sich die Schutzfähigkeit nicht aus der Anordnung des Stoffes in dem Nummernsystem des Klägers ergibt (vgl. BGH, Urt. v. 24.5.2007 - I ZR 130/04, GRUR 2007, 685 Tz. 16, 21 = WRP 2007, 989 - Gedichttitelliste I).

- 39 b) Das Berufungsgericht hat im Übrigen - aus seiner Sicht folgerichtig - noch keine Feststellungen dazu getroffen, ob der klagende Verlag berechtigt ist, die etwa für den Urheber aus § 4 Abs. 1, 2, §§ 16, 17 UrhG entstandenen Rechte an dem Nummernsystem für Markenheftchen geltend zu machen.

40 4. Die Sache ist daher zur Nachholung der erforderlichen Feststellungen
an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Bornkamm

Büscher

Schaffert

Kirchhoff

Koch

Vorinstanzen:

LG München I, Entscheidung vom 02.08.2007 - 7 O 19314/06 -

OLG München, Entscheidung vom 04.09.2008 - 29 U 4480/07 -