



BUNDESGERICHTSHOF

BESCHLUSS

I ZR 154/16

vom

21. November 2018

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat am 21. November 2018 durch den Richter am Bundesgerichtshof Prof. Dr. Schaffert als Vorsitzenden, den Richter Dr. Löffler, die Richterin Dr. Schwonke, den Richter Feddersen und die Richterin Dr. Schmaltz

beschlossen:

Die Anhörungsrüge gegen das Senatsurteil vom 19. April 2018 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Gründe:

- 1 I. Die gemäß § 321a ZPO statthafte und auch im Übrigen zulässige Anhörungsrüge ist nicht begründet. Das rechtliche Gehör der Klägerin ist im Streitfall nicht verletzt.
- 2 1. Die Klägerin rügt vergeblich, der Senat habe sich mit dem Vortrag der Klägerin zum Schutzbereich des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG nicht auseinandergesetzt. Der Senat hat ausgeführt, Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG schütze die Eigenständigkeit der Presse von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung der Nachricht unter Einschluss des Anzeigenteils eines Presseorgans (Senatsurteil Rn. 37). Die Beanstandung der Klägerin, der Senat habe nicht berücksichtigt, dass sich der Schutzbereich des Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG auch auf den Inhalt einer Anzeige beziehe und diese Vorschrift zugleich die Institution der Presse schütze, ist danach gegenstandslos.

- 3 2. Ohne Erfolg macht die Anhörungsrüge geltend, der Senat habe ein Interesse der Internetnutzer, von aufdringlicher Werbung verschont zu bleiben, zu Unrecht in die Abwägung eingestellt, weil die Vornahme solcher Werbung durch die Klägerin nicht festgestellt sei und zudem sämtliche Werbung unabhängig davon blockiert werde, ob sie den von der Beklagten zu 1 aufgestellten Kriterien entspreche. Die Schaltung aufdringlicher Werbung habe die Klägerin durchgängig in Abrede gestellt.
- 4 Der Senat hat - entsprechend den im Revisionsverfahren nicht angegriffenen Feststellungen des Berufungsgerichts, gegen deren Berücksichtigung auch die Anhörungsrüge nichts vorbringt - zugrunde gelegt, dass die Beklagte zu 1 Unternehmen die Möglichkeit anbietet, ihre Werbung von der Blockade durch Aufnahme in eine sogenannte Whitelist ausnehmen zu lassen, sofern diese Werbung die von der Beklagten zu 1 gestellten Anforderungen an eine "akzeptable Werbung" erfüllt und die Unternehmen die Beklagte zu 1 am Umsatz beteiligen (Senatsurteil Rn. 4). Der Senat hat weiter die Feststellungen des Berufungsgerichts zugrunde gelegt, die Klägerin und ihre Tochtergesellschaften hätten mit der Beklagten zu 1 keine Whitelisting-Vereinbarung getroffen, weshalb sämtliche Werbung auf ihren Internetseiten durch den Einsatz des Werbeblockers blockiert werde (Senatsurteil Rn. 5).
- 5 Mit diesen Feststellungen stehen die weiteren Erwägungen des Senats im Einklang. Im Rahmen der Abwägung hat der Senat das Interesse der Internetnutzer berücksichtigt, von - zumal aufdringlicher - Werbung verschont zu bleiben (Senatsurteil Rn. 38). Mit dieser Formulierung ist zum Ausdruck gebracht, dass sich dieses Interesse nicht allein auf die Fernhaltung aufdringlicher Werbung beschränkt, sondern jegliche Werbung erfassen kann. Zugleich hat der Senat offengelassen, ob dieses Interesse grundrechtlichen Schutz genießt (Senatsurteil Rn. 38). Wenn der Senat sodann im Rahmen der Gesamtabwägung ausführt, dass ein Nutzer keinen Anspruch darauf habe, von vornherein vor aufdringlicher Werbung verschont zu werden, wenn er freiwillig ein werbefi-

nanziertes Angebot in Anspruch nimmt (Senatsurteil Rn. 41), ist offenkundig, dass diese Erwägung erst recht für den Fall gilt, dass Werbung - wie von der Klägerin geltend gemacht - nicht aufdringlich ist.

6 3. Die Anhörungsrüge macht vergeblich geltend, der Senat habe Vortrag der Klägerin übergangen, nach dem es keine technischen Abwehrmöglichkeiten gegen die Verwendung eines Internet-Werbeblockers gebe.

7 Nach den im Revisionsverfahren nicht angegriffenen Feststellungen des Berufungsgerichts verfügt die Klägerin über eine technische Funktion, mit deren Hilfe Nutzer, die Werbeblocker einsetzen, von der Wahrnehmung kostenloser redaktioneller Inhalte ausgeschlossen werden können, sowie über die Möglichkeit, durch Einführung von Bezahlangeboten für Einnahmen zu sorgen (Senatsurteil Rn. 39). Auf diese Umstände beziehen sich die Aussagen des Senats, die Klägerin müsse sich der Herausforderung stellen, Maßnahmen zu entwickeln, mit deren Hilfe Medienunternehmen den negativen Auswirkungen der Handlungen eines Wettbewerbers entgegenwirken können (Senatsurteil Rn. 39) und die Klägerin sei auch als grundrechtlich nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG privilegiertes Medienunternehmen gehalten, sich zur Abwehr der vom Einsatz des Programms der Beklagten zu 1 ausgehenden wettbewerblichen Beeinträchtigung eigener wettbewerblicher Mittel zu bedienen (Senatsurteil Rn. 41).

8 4. Mit ihrem Vorbringen, eine Bezahlschranke sowie das Aussperren von Nutzern eines Werbeblockers seien nicht geeignet, die Bereitstellung kostenloser werbefinanzierter Inhalte zu erhalten, zeigt die Anhörungsrüge keine Verletzung rechtlichen Gehörs auf.

9 II. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Schaffert

Löffler

Schwonke

Feddersen

Schmaltz

Vorinstanzen:

LG Köln, Entscheidung vom 29.09.2015 - 33 O 132/14 -

OLG Köln, Entscheidung vom 24.06.2016 - 6 U 149/15 -