



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 130/08

Verkündet am:
25. März 2010
Bürk
Justizhauptsekretärin
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 25. März 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 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 24. Juni 2008 teilweise aufgehoben und insgesamt wie folgt neu gefasst:

Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil der 8. Zivilkammer des Landgerichts Bochum vom 13. Dezember 2007 teilweise abgeändert:

Die Beklagte wird verurteilt, dem Kläger Auskunft zu erteilen über die am 29. Juni 2007 auf der Webpräsenz generierten Werbeerlöse sowie die erteilten Auskünfte durch Abrechnungen zu belegen.

Von den Kosten des Rechtsstreits trägt der Kläger 1/5 und die Beklagte 4/5.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Die Beklagte betreibt unter ein Internetportal, auf dem sie Nachrichten und Werbung verbreitet. Auf diesem Internetportal veröffentlichte sie am 29. Juni 2007 ein Video, das den tödlichen Fallschirmsprung des Politikers Jürgen Möllemann am 5. Juni 2003 zeigte.

2 Der Kläger hat behauptet, er habe sich an Bord des Flugzeugs befunden, aus dem Jürgen Möllemann am 5. Juni 2003 abgesprungen sei und habe den Videofilm hergestellt. Für die am 29. Juni 2007 von der Beklagten erzielten Werbeeinnahmen sei die öffentliche Wiedergabe des Videofilms an diesem Tag mitursächlich gewesen. Der Kläger hat die Ansicht vertreten, die Beklagte habe das ihm an der Bildfolge zustehende Schutzrecht schuldhaft verletzt und sei deshalb zur Auskunft über die von ihr erzielten Werbeeinnahmen verpflichtet. Die Auskunft benötige er, um seinen Schadensersatzanspruch zu berechnen.

3 Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, dem Kläger Auskunft zu erteilen über die am 29. Juni 2007 auf der Webpräsenz in den einzelnen Werbeformen (ContentAd in Artikel, Content klein auf Bühne, ContentAd groß auf Bühne, LayerAd, PopUp, PopUnder, Fullbanner, XXL-Banner, Interstitial/Superstitial, Skyscraper, Wallpaper, TandemAd, Sonderwerbeformen) generierten Werbeerlöse sowie die erteilten Auskünfte durch Abrechnungen zu belegen.

4 Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten und hat geltend gemacht, ihr seien die Rechte, die Bildfolge öffentlich zugänglich zu machen, von einer konzernangehörigen Gesellschaft eingeräumt worden, die die Nutzungsrechte von Rainer L. erworben habe. Zwischen der an einem bestimmten Tag geschalteten Werbung und dem Sendeinhalt bestehe kein Zusammenhang.

5 Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Auf die Berufung des Klägers hat das Berufungsgericht die Beklagte antragsgemäß verurteilt (OLG Hamm ZUM 2009, 159).

6 Dagegen richtet sich die vom Berufungsgericht zugelassene Revision der Beklagten, mit der sie die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils begehrt. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

7 I. Das Berufungsgericht hat den Auskunftsanspruch nach § 97 Abs. 1
Satz 2 UrhG a.F. i.V. mit § 242 für begründet erachtet. Dazu hat es ausgeführt:

8 Dem Kläger stehe dem Grunde nach ein Schadensersatzanspruch ge-
gen die Beklagte zu, weil sie dessen Recht an den auf dem Videofilm aufge-
nommenen Laufbildern i.S. von § 95 UrhG verletzt habe. Die Beklagte habe
zwar die Aktivlegitimation des Klägers bestritten, dies sei aber nicht substanti-
iert geschehen.

9 Die Beklagte habe die Laufbilder am 29. Juni 2007 öffentlich zugänglich
gemacht, ohne mit der nötigen Sorgfalt zu prüfen, ob die Person, von der sie
Rechte herleitete, zu deren Einräumung imstande gewesen sei.

10 Dem Kläger sei durch die Verletzung seines Schutzrechts an den Lauf-
bildern ein Schaden entstanden. Zu dessen Berechnung benötige er die ver-
langten Angaben über die Werbeerträge. Diese seien mittelbar auf die rechts-
widrige Nutzung des Schutzrechts des Klägers an den Laufbildern zurückzufüh-
ren. Auch ein nur mittelbar erzielter Gewinn könne bei der Schadensbemes-
sung nach den Grundsätzen der Herausgabe des Verletzergewinns berücksich-
tigt werden. Eine Einschränkung des Auskunftsanspruchs durch die Aufnahme
eines Wirtschaftsprüfervorbehalts sei nicht vorzusehen. Die Beklagte habe nicht
dargelegt, dass die begehrte Auskunft ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis
betreffe.

11 II. Die Revision hat nur zum Teil Erfolg. Dem Kläger steht gegen die Be-
klagte ein Anspruch auf Mitteilung der auf der Webpräsenz
am 29. Juni 2007 generierten Werbeerlöse zu. Der Kläger kann auch

verlangen, dass die Beklagte die erteilte Auskunft durch Abrechnungen belegt. Dagegen kann der Kläger eine Aufgliederung der Werbeeinnahmen nach den einzelnen Werbeformen nicht beanspruchen.

- 12 1. Das Berufungsgericht hat zu Recht den Anspruch des Klägers auf Erteilung der Auskunft über die am 29. Juni 2007 unter dem angegebenen Webaufttritt der Beklagten erzielten Werbeerlöse nach § 97 Abs. 1 Satz 2 UrhG a.F. i.V. mit § 242 BGB bejaht.
- 13 a) Die Frage, inwieweit dem Kläger ein Schadensersatzanspruch und zur Vorbereitung der Berechnung des Schadensersatzanspruchs ein unselbständiger Auskunftsanspruch zustehen, richtet sich nach dem zur Zeit der beanstandeten Handlung geltenden Recht. Das vorliegende Verfahren hat rechtsverletzende Handlungen am 29. Juni 2007 zum Gegenstand. Auf den in Rede stehenden Schadensersatzanspruch und den seiner Durchsetzung dienenden Auskunftsanspruch ist danach § 97 Abs. 1 UrhG a.F. anwendbar.
- 14 b) Der aus § 97 Abs. 1 Satz 2 UrhG a.F. und § 242 BGB abgeleitete unselbständige Anspruch auf Auskunftserteilung zur Vorbereitung der Berechnung eines Schadensersatzanspruchs setzt voraus, dass die Beklagte widerrechtlich und schuldhaft ein dem Kläger nach dem Urheberrechtsgesetz zustehendes Recht verletzt hat (dazu unter II 1 b aa), dem Kläger aufgrund dieser Rechtsverletzung ein Schadensersatzanspruch zusteht (dazu unter II 1 b bb), zu dessen Berechnung die Auskunft erforderlich ist und der Kläger in entschuldbarer Weise über den Umfang des Anspruchs im Unklaren ist (dazu unter II 1 b cc), während die Beklagte unschwer Aufklärung geben kann (dazu unter II 1 b dd; allgemein hierzu BGH, Urt. v. 7.12.1979 - I ZR 157/77, GRUR 1980, 227, 232 f. - Monumenta Germaniae Historica; Urt. v. 13.12.2001 - I ZR 44/99, GRUR

2002, 602, 603 = WRP 2002, 715 - Musikfragmente). Diese Voraussetzungen sind vorliegend erfüllt.

15 aa) Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, dass die Beklagte in das dem Kläger zustehende Recht an den Laufbildern über den Fallschirmabsturz des Politikers Möllemann widerrechtlich und schuldhaft eingegriffen hat (§ 97 Abs. 1 Satz 1 UrhG a.F. i.V. mit § 94 Abs. 1 Satz 1, § 95 UrhG).

16 (1) Der Kläger ist Hersteller der Laufbilder. Davon ist auch das Berufungsgericht ausgegangen. Es hat den Vortrag des Klägers hierzu seiner Entscheidung als unstreitig zugrunde gelegt, weil es angenommen hat, das Bestreiten der Beklagten mit Nichtwissen sei entgegen § 138 Abs. 4 ZPO erfolgt und deshalb unzulässig gewesen. Darüber, ob diese Beurteilung des Berufungsgerichts einer revisionsrechtlichen Nachprüfung standhält, braucht nicht entschieden zu werden. Die Frage, ob das Berufungsgericht den Vortrag des Klägers als unstreitig behandeln durfte, ist nur auf eine Verfahrensrüge der Revision hin überprüfbar (§ 551 Abs. 3 Nr. 2 lit. b ZPO). Die entsprechende Verfahrensrüge hat die Revision jedoch fallengelassen.

17 (2) Ohne Erfolg bleibt die Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe den angebotenen Beweis nicht erhoben, dass Rainer L., von dem die zum Konzern der Beklagten gehörige S. AG das Recht zur öffentlichen Zugänglichmachung der Laufbilder ableitete, die Nutzungsrechte hieran erworben habe.

18 Zu Recht ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, dass die Beklagte keinen ausreichenden Vortrag zu einem rechtsgültigen Erwerb des Rechts zur öffentlichen Zugänglichmachung der auf dem fraglichen Videofilm enthaltenen Bildfolge gehalten hat. Der Kläger hat bestritten, dass er Rainer L. Nut-

zungsrechte an den Laufbildern eingeräumt hat. Danach war es Sache der Beklagten, dazu vorzutragen, von wem Rainer L. die auf die Beklagte übertragenen Nutzungsrechte ableitete. Verfügte die Beklagte hierzu über keine eigenen Kenntnisse, hätte sie sich bei der S. AG oder Rainer L. erkundigen müssen. Dass dies geschehen ist und zu keinem Ergebnis geführt hat, hat die Beklagte nicht geltend gemacht. Ohne Vortrag hierzu war das Berufungsgericht nicht gehalten, Rainer L. als Zeugen dazu zu vernehmen, ob er eine Erlaubnis des von der Beklagten namentlich nicht bezeichneten Herstellers der Laufbilder zu deren Veröffentlichung eingeholt hatte oder von wem er eine Berechtigung hierzu ableitete.

19 (3) Der Videofilm genießt als Bildfolge i.S. von § 95 UrhG Laufbildschutz. Das dem Hersteller nach § 94 Abs. 1 Satz 1, § 95 UrhG ausschließlich zustehende Recht, die Bildfolge i.S. von § 19a UrhG öffentlich zugänglich zu machen, hat die Beklagte dadurch verletzt, dass sie den Videofilm am 29. Juni 2007 auf ihrem Internetportal zeigte.

20 Die Beklagte hat die Verletzungshandlung schuldhaft, und zwar fahrlässig begangen. Sie war verpflichtet, sich Klarheit darüber zu verschaffen, dass sie durch das öffentliche Zugänglichmachen des Videofilms nicht in die Rechte des Klägers als Hersteller der Laufbilder eingreift (vgl. BGH, Urt. v. 28.10.1987 - I ZR 164/85, GRUR 1988, 373, 375 - Schallplattenimport III; Urt. v. 10.10.1991 - I ZR 147/89, GRUR 1993, 34, 36 f. - Bedienungsanweisung). Dieser Verpflichtung ist die Beklagte nach den rechtsfehlerfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts nicht nachgekommen. Anders als die Revision meint, durfte sich die Beklagte nicht auf eine Zusicherung der konzernangehörigen Gesellschaft verlassen, der Betroffene habe der beabsichtigten Art der Bildverwendung zugestimmt. Sie musste sich vielmehr in ausreichender Weise selbst Klarheit darüber verschaffen, dass ein entsprechendes Einverständnis des Her-

stellers der Laufbilder vorlag (vgl. BGH GRUR 1988, 373, 375 - Schallplattenimport III). Dazu reichte die Vorlage des Vertrags mit Rainer L. nicht aus. Diesem ist nichts über die Herleitung der Nutzungsrechte an den Laufbildern zu entnehmen.

21 bb) Aufgrund der schuldhaften Verletzung des ausschließlichen Rechts an den Laufbildern steht dem Kläger nach § 97 Abs. 1 UrhG a.F. ein Schadensersatzanspruch zu. Hierfür stehen die drei Berechnungsarten zur Verfügung: die konkrete Schadensberechnung einschließlich des entgangenen Gewinns, Schadensersatz in Höhe der angemessenen Lizenzgebühr oder Herausgabe des Verletzergewinns (vgl. BGHZ 57, 116, 118 - Wandsteckdose II; 181, 98 Tz. 41 f. - Tripp-Trapp-Stuhl; BGH, Urt. v. 2.10.2008 - I ZR 6/06, GRUR 2009, 407 Tz. 22 = WRP 2009, 319 - Whistling for a train).

22 Die Verletzungshandlung liegt nach dem 29. April 2006 und damit nach dem Zeitpunkt, bis zu dem die Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums (ABl. Nr. L 195, S. 16) nach ihrem Art. 20 Abs. 1 Satz 1 spätestens von den Mitgliedstaaten umzusetzen war. Deshalb ist auch die Auslegung des vor diesem Zeitpunkt in Kraft getretenen § 97 Abs. 1 UrhG a.F. soweit wie möglich am Wortlaut und Zweck der Richtlinie auszurichten (vgl. EuGH, Urt. v. 14.7.1994 - C-91/92, Slg. 1994, I-3325 = NJW 1994, 2473 Tz. 26 - Dori/Recreb). Für die hier interessierende Frage der Möglichkeit der Berechnung des Schadensersatzes auf dreierlei Weise hat sich durch die Richtlinie 2004/48/EG nichts geändert. Art. 13 Abs. 1 Satz 2 lit. a und b der Richtlinie 2004/48/EG sieht die Möglichkeit der Berechnung des Schadensersatzanspruchs anhand des konkreten, dem Verletzten entstandenen Schadens, des vom Verletzer erzielten Gewinns oder der Lizenzanalogie vor (hierzu auch Erwägungsgrund 26 der Richtlinie).

23 cc) Die mit dem Klageantrag verlangte Auskunft über die am 29. Juni 2007 erzielten Werbeerlöse auf dem Internetportal der Beklagten sind zur Berechnung des Schadensersatzanspruchs erforderlich. Allerdings kann ein aus § 97 Abs. 1 Satz 2 UrhG a.F. und § 242 BGB abgeleiteter unselbständiger Anspruch auf Auskunftserteilung zur Vorbereitung der Berechnung des Schadensersatzanspruchs nur in dem Umfang bestehen, in dem eine Verpflichtung der Beklagten zum Schadensersatz festgestellt werden kann (vgl. BGHZ 166, 233 Tz. 45 - Parfümtestkäufe). Das Berufungsgericht ist davon ausgegangen, dass der Kläger die begehrte Auskunft über die Werbeeinnahmen der Beklagten vom 29. Juni 2007 für die Berechnung des Schadensersatzanspruchs nach den Grundsätzen der Herausgabe des Verletzergewinns benötigt. Gegen diese Beurteilung wendet sich die Revision ohne Erfolg.

24 (1) Der Kläger kann die Herausgabe des Verletzergewinns insoweit verlangen, als dieser auf der Rechtsverletzung beruht (vgl. BGHZ 181, 98 Tz. 41 - Tripp-Trapp-Stuhl; BGH, Urt. v. 29.7.2009 - I ZR 87/07, GRUR 2010, 237 Tz. 20 = WRP 2010, 390 - Zoladex). Der herauszugebende Gewinn muss aus der Schutzrechtsverletzung gezogen worden sein. Jeder ursächliche Zusammenhang zwischen der Schutzrechtsverletzung und dem erlangten Gewinn reicht grundsätzlich aus (BGH, Urt. v. 29.5.1962 - I ZR 132/60, GRUR 1962, 509, 512 - Dia-Rähmchen II). Dagegen ist der Gewinn nicht herauszugeben, soweit ein ursächlicher Zusammenhang zwischen der Verletzungshandlung und dem vom Verletzer erzielten Gewinn ganz oder teilweise fehlt (BGH, Urt. v. 30.1.1959 - I ZR 82/57, GRUR 1959, 379, 380 - Gasparone I).

25 (2) Von diesen Maßstäben ist auch das Berufungsgericht ausgegangen. Es hat zu Recht angenommen, ein Zusammenhang zwischen der Rechtsverletzung und dem von der Beklagten erzielten Gewinn sei im Streitfall gegeben, weil die Werbeerlöse auf die rechtswidrige Nutzung des ausschließlichen

Schutzrechts des Klägers zurückzuführen seien. Bei einer mittelbaren Medienfinanzierung komme es nicht darauf an, wie hoch die Zahlungsbereitschaft der Werbeinteressenten für das tatsächlich benutzte Gut sei. Es genüge die Zahlungsbereitschaft für vergleichbare Inhalte.

26 (3) Die Revision setzt dem ohne Erfolg entgegen, für die Erzielung der Werbeerlöse am 29. Juni 2007 sei die öffentliche Zugänglichmachung des fraglichen Videofilms an diesem Tag auf dem Internetportal der Beklagten nicht kausal, weil die Werbekunden die Werbeaufträge bereits geraume Zeit vor der Verbreitung des Videos gebucht hätten. Zu diesem Zeitpunkt sei nicht bekannt gewesen, ob und wann das Video öffentlich zugänglich gemacht würde.

27 Für die Beurteilung, ob die Ausstrahlung des Videofilms ursächlich für die Werbeeinnahmen geworden ist, kommt es nicht darauf an, ob die Werbekunden die von der Beklagten auf ihrem Internetportal eingestellten Nachrichten vorhersehen konnten. Für einen ursächlichen Zusammenhang zwischen den Werbeeinnahmen und der Sendung des Videofilms reicht es vielmehr aus, dass die Kunden der Beklagten ihre Werbung im Umfeld der Nachrichteninhalte des Internetportals platzieren. Das folgt aus der Gestaltung des Internetportals der Beklagten, bei der Nachrichten und Werbung gezeigt werden und bei der nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die von der Aktualität der Nachrichteninhalte ausgehende Aufmerksamkeit des Publikums genutzt wird, das dadurch geweckte Zuschauerinteresse auf die bezahlte Werbung umzulenken. Mit diesem Ziel platzieren die Kunden der Beklagten ihre Werbung im Umfeld der Nachrichteninhalte des Internetportals der Beklagten. Es ist zwischen den Parteien unstreitig, dass den Werbeaufträgen der Kunden die Einbindung in ein Nachrichtenumfeld zugrunde liegt. Das liegt bei einem Auftrag zur Werbung auf einem Internetportal mit Nachrichteninhalten auch auf der Hand. Damit sind die Nachrichteninhalte des Internetportals der Beklagten für ihre Werbeeinnahmen

mitursächlich. Da am 29. Juni 2007 zu den Inhalten des Internetportals der Beklagten auch die fragliche Bildfolge zählte, ist diese mitursächlich für die Werbeeinnahmen geworden.

28 Dieser ursächliche Zusammenhang zwischen den auf dem Internetportal der Beklagten veröffentlichten Nachrichten und den Werbeeinnahmen wird nicht dadurch in Frage gestellt, dass die Höhe der Werbeeinnahmen von einer Vielzahl von Faktoren abhängig ist, zu denen nicht ausschließlich die tagesaktuellen Nachrichten, sondern weitere Umstände zählen, zu denen etwa das allgemeine Zuschauerinteresse, das dem Internetportal der Beklagten entgegengebracht wird, die Stellung der Beklagten im Markt und ihre Akquisitionsbemühungen im Hinblick auf Werbeaufträge zu rechnen sind. Diese für die erzielten Werbeeinnahmen ebenfalls mitbestimmenden Faktoren schließen den ursächlichen Zusammenhang zwischen den jeweiligen Nachrichten und den Werbeeinnahmen nicht aus. Daraus ergibt sich nur, dass der Verletzererwerb lediglich zu einem Bruchteil auf der Urheberrechtsverletzung der Beklagten beruht und nur in diesem Umfang herauszugeben ist.

29 Es kommt in diesem Zusammenhang auch nicht darauf an, ob die Beklagte ihr Internetportal am 29. Juni 2007 mit anderen Inhalten als dem Videofilm hätte füllen können. Mit diesem Einwand ist die Beklagte nach Sinn und Zweck der Schadensberechnung anhand des Verletzererwerbs ausgeschlossen.

30 Der Anspruch auf Herausgabe des Verletzererwerbs ist kein Anspruch auf Ersatz des konkret entstandenen Schadens, sondern zielt in anderer Weise auf einen billigen Ausgleich des Vermögensnachteils, den der verletzte Rechteinhaber erlitten hat. Es wäre unbillig, dem Verletzer einen Gewinn zu belassen, der auf der unbefugten Nutzung des Ausschließlichkeitsrechts beruht. Die Ab-

schöpfung des Verletzergewinns dient zudem der Sanktionierung des schädigenden Verhaltens und auf diese Weise der Prävention gegen eine Verletzung der besonders schutzbedürftigen Immaterialgüterrechte (vgl. BGHZ 145, 366, 371 - Gemeinkostenanteil; 181, 98 Tz. 76 - Tripp-Trapp-Stuhl). Mit diesem Rechtsgedanken stünde es in Widerspruch, wenn der Verletzer den auf einer Rechtsverletzung beruhenden Gewinn behalten könnte, obwohl er von der Möglichkeit einen anderen Nachrichteninhalt zu zeigen, gerade keinen Gebrauch gemacht hat, sondern das Immaterialgüterrecht schuldhaft verletzt hat.

31 (4) Der Kläger ist auch in entschuldbarer Weise über den Umfang des
Anspruchs im Unklaren. Er hat keine andere Möglichkeit, sich die für die Be-
rechnung des Verletzergewinns erforderlichen Kenntnisse zu verschaffen. Ge-
genteiliges macht auch die Revision nicht geltend.

32 dd) Schließlich kann die Beklagte unschwer über ihre Werbeerlöse am
29. Juni 2007 Auskunft erteilen.

33 (1) Die Revision macht in diesem Zusammenhang ohne Erfolg geltend,
der Beklagten sei die Ausweisung der Tageserlöse nicht möglich; sie rügt einen
entsprechenden Vortrag der Beklagten als übergangen.

34 In der Berufungsinstanz hat die Beklagte nur vorgetragen, sie verfüge
nicht über die Funktionen, die eine solche Auswertung unproblematisch ermög-
lichten, sondern müsse zu diesem Zweck zunächst ein Computerprogramm
entwickeln. Daraus folgt aber nicht, dass die Erteilung der begehrten Auskunft
die Beklagte unbillig belastet. Ihr nur sehr allgemein gehaltener Vortrag ist nicht
hinreichend substantiiert. Es fehlen konkrete Angaben der Beklagten zur Aus-

gestaltung der einzelnen Werbeaufträge und der temporären und quantitativen Erfassung der Werbeleistungen sowie ihrer Berechnung.

35 (2) Die Auskunft über die am 29. Juni 2007 erzielten Werbeerlöse stellt auch keinen unzulässigen Eingriff in die durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG geschützte Presse- und Rundfunkfreiheit und das durch Art. 12 Abs. 1 GG verfassungsrechtlich geschützte Interesse an der Geheimhaltung der Geschäftsdaten dar.

36 Der Anspruch des Klägers auf die begehrte Auskunft braucht nicht hinter der grundgesetzlich geschützten Presse- und Rundfunkfreiheit der Beklagten zurückzutreten.

37 Die in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verbürgte Presse- und Rundfunkfreiheit schützt die Eigenständigkeit des Rundfunks von der Beschaffung der Information bis zur Verbreitung der Nachricht (BVerfGE 66, 116, 133). Der Presse- und Rundfunkfreiheit kommt ein besonders hoher Rang zu (BVerfGE 35, 202, 221 f.). Die Presse- und Rundfunkfreiheit ist allerdings nicht vorbehaltlos gewährleistet. Sie findet nach Art. 5 Abs. 2 GG ihre Schranken unter anderem in den allgemeinen Gesetzen. Hierzu gehören § 97 Abs. 1 Satz 2 UrhG a.F. und § 242 BGB, die Rechtsgrundlage des Auskunftsanspruchs sind. Die Vorschriften dienen der wirksamen Durchsetzung von Ansprüchen nach einer Verletzung der im Urheberrechtsgesetz begründeten ausschließlichen Rechte. Die aus den allgemeinen Gesetzen sich ergebenden Grenzen der Grundrechte des Art. 5 Abs. 1 GG müssen nach ständiger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts ihrerseits im Lichte dieser Grundrechte gesehen und selbst wieder eingeschränkt werden (BVerfGE 7, 198, 208 f.).

- 38 Die danach grundsätzlich erforderliche Abwägung zwischen der Presse- und Rundfunkfreiheit, auf die die Beklagte sich berufen kann, und dem Anspruch des Klägers auf effektive Verfolgung seines Schadensersatzanspruchs aus der Verletzung seines Rechts an den Laufbildern geht zugunsten des Klägers aus. Die durch Art. 5 Abs. 1 GG gewährleistete Presse- und Rundfunkfreiheit wird durch die begehrte Auskunft in einem allenfalls geringen Ausmaß betroffen, weil die begehrte Auskunft sich nur auf die mit der öffentlichen Zugänglichmachung verbundenen Werbeerlöse unter Angabe der Einnahmen und Ausgaben bezieht. Demgegenüber dient die Presse- und Rundfunkfreiheit nicht dazu, dass sich die Beklagte durch rechtswidrige und schuldhafte Eingriffe in ein ausschließliches Schutzrecht des Klägers in unzulässiger Weise Vorteile im wirtschaftlichen Wettbewerb verschafft.
- 39 Das durch die Berufsfreiheit nach Art. 12 Abs. 1 GG geschützte Geheimhaltungsinteresse der Beklagten überwiegt das Interesse des Klägers an einer effektiven Rechtsdurchsetzung ebenfalls nicht. Das Berufungsgericht hat zu einem konkreten Geheimhaltungsinteresse der Beklagten an den Werbeerlösen keine Feststellungen getroffen. Ein solches Interesse ist auch nicht ersichtlich.
- 40 2. Die vom Kläger begehrte Auskunft geht jedoch über dasjenige hinaus, was zur Berechnung eines Schadensersatzanspruchs erforderlich ist. Dazu reicht die Angabe der Werbeerlöse aus, die die Beklagte am 29. Juni 2007 auf ihrem Internetportal erzielt hat. Eine Aufgliederung nach den einzelnen Werbeformen, wie sie im Klageantrag in der Klammer angeführt sind, kann der Kläger nicht beanspruchen. Er hat nichts dazu vorgetragen, und das Berufungsgericht hat dementsprechend auch keine Feststellungen dazu getroffen, warum für die Berechnung des Schadensersatzes diese Aufgliederung nach den einzelnen Werbeformen erforderlich ist. Das Verlangen nach einer derartigen Aufgliederung

rung erweist sich auch im Hinblick auf die berechtigten Interessen der Beklagten an der Geheimhaltung ihrer Geschäftsinterna als unverhältnismäßig.

41 3. Der dem Kläger nach § 97 Abs. 1 Satz 2 UrhG a.F. zustehende Rechnungslegungsanspruch umfasst auch die begehrte Vorlage von Abrechnungen (§ 259 Abs. 1 BGB). Die in den Abrechnungen enthaltenen Kundenangaben kann die Beklagte unkenntlich machen, weil sie zu deren Offenlegung nicht verpflichtet ist. Die Kenntnis der Werbekunden der Beklagten benötigt der Kläger für die Berechnung seines Schadensersatzanspruchs nicht.

42 4. Ohne Erfolg macht die Revision geltend, das Berufungsgericht hätte einen Wirtschaftsprüfervorbehalt vorsehen müssen. Die Auskunft und Belegvorlage umfasst in dem Umfang, in dem sie der Kläger beanspruchen kann, keine geheimhaltungsbedürftigen Informationen der Beklagten, die die Aufnahme eines Wirtschaftsprüfervorbehalts rechtfertigen könnte.

43

III. Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1, § 97 Abs. 1 ZPO.

Bornkamm

Büscher

Richter am Bundesgerichtshof
Dr. Schaffert ist wegen Urlaubs
an der Unterschrift gehindert.

Kirchhoff

Kirchhoff

Koch

Vorinstanzen:

LG Bochum, Entscheidung vom 13.12.2007 - 8 O 311/07 -

OLG Hamm, Entscheidung vom 24.06.2008 - 4 U 25/08 -