



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 122/08

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

in dem Rechtsstreit

Berichtigter Leitsatz

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BGHR: ja

Werbung des Nachrichtensenders

UrhG § 94 Abs. 1 Satz 1, § 95; UrhG 1995 § 97 Abs. 1; BGB § 242 D

Wird das ausschließliche Recht des Herstellers von Laufbildern, die Bildfolge öffentlich zugänglich zu machen, dadurch schuldhaft verletzt, dass ein Nachrichtensender die Bildfolge ausstrahlt, kann der Verletzte nach den Grundsätzen der Herausgabe des Verletzergewinns einen Bruchteil der Werbeeinnahmen beanspruchen, die der Betreiber des Nachrichtensenders dadurch erzielt, dass er Werbung im Umfeld der Nachrichtensendung platziert.

BGH, Urteil vom 25. März 2010 - I ZR 122/08 - OLG Hamm
LG Bochum

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 unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als das Berufungsgericht die Beklagte nach den Klageanträgen zu 3 und 4 (Nr. 2 und 3 der Urteilsformel) verurteilt hat.

Im Umfang der Aufhebung des Berufungsurteils wird die Berufung des Klägers gegen das Urteil der 8. Zivilkammer des Landgerichts Bochum vom 31. Januar 2008 zurückgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits werden gegeneinander aufgehoben.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Der Kläger filmte am 5. Juni 2003 den tödlichen Fallschirmsprung des Politikers Jürgen Möllemann.
- 2 Die Beklagte, die einen Nachrichtensender betreibt, strahlte den Videofilm am 29. Juni 2007 mehrfach aus. Den Film hatte sie von einer Gesellschaft des S.-Konzerns erworben.

3 Der Kläger hat geltend gemacht, für die am 29. Juni 2007 von der Beklagten erzielten Werbeeinnahmen sei die Ausstrahlung seines Videofilms zumindest teilweise ursächlich gewesen. Die Beklagte habe das ihm an der Bildfolge zustehende Schutzrecht schuldhaft verletzt und sei deshalb zur Auskunft im verlangten Umfang verpflichtet. Diese benötige er, um seinen Schadensersatzanspruch berechnen zu können.

4 Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

1. ...
2. ihm Auskunft zu erteilen über die am 29. Juni 2007 in Deutschland generierten Werbeerlöse des TV-Senders und diese durch eine dezidierte Gegenüberstellung der Einnahmen und Ausgaben zu belegen;
3. ihm Auskunft zu erteilen über die in Deutschland im Juni 2007 an den einzelnen Wochentagen (Montag bis Freitag) generierten Werbeerlöse und diese durch eine dezidierte Gegenüberstellung der Einnahmen und Ausgaben zu belegen;
4. ihm Auskunft zu erteilen über die entsprechenden Vergleichszahlen aus dem Monat Juni der Jahre 2005 und 2006.

5 Den Klageantrag zu 1 haben die Parteien in der Hauptsache für erledigt erklärt, nachdem die Beklagte über die Anzahl der Ausstrahlungen und die Sendezeiten am 29. Juni 2007 Auskunft erteilt hatte.

6 Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten und hat geltend gemacht, zwischen den an einem Tag erzielten Werbeeinnahmen und dem Inhalt der Nachrichtensendungen bestehe kein Zusammenhang. Die Werbung für einen bestimmten Tag werde von den Kunden Monate zuvor gebucht.

7 Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Auf die Berufung des Klägers hat das Berufungsgericht die Beklagte antragsgemäß verurteilt.

8 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:

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

10 Dem Kläger stehe dem Grunde nach ein Schadensersatzanspruch gegen die Beklagte zu, weil sie dessen Recht an den auf dem Videofilm aufgenommenen Laufbildern i.S. von § 95 UrhG schuldhaft verletzt habe. Die Aktivlegitimation des Klägers sei unstrittig. Die Beklagte habe die Laufbilder am 29. Juni 2007 im Fernsehen ausgestrahlt, ohne mit der nötigen Sorgfalt zu prüfen, ob die Gesellschaft des S.-Konzerns, von der sie die Rechte herleite, zu deren Einräumung imstande gewesen sei. Dem Kläger sei durch die Verletzung seines Schutzrechts an den Laufbildern ein Schaden entstanden. Zu dessen Berechnung benötige er die verlangten Angaben über die Werbeeinnahmen. Die Werbeerlöse am 29. Juni 2007 seien mittelbar auf die rechtswidrige Nutzung des Schutzrechts des Klägers an den Laufbildern zurückzuführen. Auch ein nur mittelbar erzielter Gewinn könne bei der Schadensbemessung nach den Grundsätzen der Herausgabe des Verletzergewinns berücksichtigt werden. Un- erheblich sei, dass der Kläger die Vermarktung des Videofilms nicht beabsichtigt habe.

11 II. Die Revision hat keinen Erfolg, soweit sie gegen die Verurteilung zur Auskunft nach dem Klageantrag zu 2 gerichtet ist. Dagegen ist die gegen die Verurteilung nach den Klageanträgen zu 3 und 4 gerichtete Revision begründet.

- 12 1. Das Berufungsgericht hat zu Recht den mit dem Klageantrag zu 2 verfolgten Auskunftsanspruch 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 ein-

gegriffen hat (§ 97 Abs. 1 Satz 1 UrhG a.F. i.V. mit § 94 Abs. 1 Satz 1, § 95 UrhG). Zwischen den Parteien ist nicht umstritten, dass der Kläger den Videofilm hergestellt hat. Dieser genießt als Bildfolge i.S. von § 95 UrhG Laufbildschutz. Das dem Kläger als Hersteller nach § 94 Abs. 1 Satz 1, § 95 UrhG zustehende ausschließliche Recht, die Bildfolge für eine Fernsehsendung zu benutzen, hat die Beklagte am 29. Juni 2007 durch viermalige Ausstrahlung des Videofilms über ihren Nachrichtensender verletzt.

16 Die Beklagte hat die Verletzungshandlungen schuldhaft, und zwar fahrlässig begangen. Sie war verpflichtet, sich Klarheit darüber zu verschaffen, dass sie durch die Ausstrahlung 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. Das zieht die Revision auch nicht in Zweifel.

17 bb) Aufgrund der schuldhaften Verletzung seines ausschließlichen Schutzrechts an den Laufbildern steht dem Kläger als Hersteller nach § 97 Abs. 1 Satz 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 (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).

- 18 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. so weit 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).
- 19 cc) Die mit dem Klageantrag zu 2 verlangte Auskunft über die am 29. Juni 2007 in Deutschland erzielten Werbeerlöse des TV-Senders anhand einer Gegenüberstellung der Einnahmen und Ausgaben ist 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.

20 (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).

21 (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.

22 (3) Die Revision setzt dem ohne Erfolg entgegen, für die Erzielung der Werbeerlöse am 29. Juni 2007 sei die Ausstrahlung des fraglichen Videofilms an diesem Tag nicht kausal, weil die Werbekunden die Werbeaufträge bereits mehrere Wochen vor der Ausstrahlung des Videos gebucht hätten. Zu diesem Zeitpunkt sei nicht bekannt gewesen, ob und wann das Video gesendet würde.

23 Für die Beurteilung, ob die Ausstrahlung des Videofilms ursächlich für die Werbeeinnahmen geworden ist, kommt es nicht darauf an, ob die Werbekunden

den Inhalt der Nachrichtensendungen vorhersehen konnten. Für einen ursächlichen Zusammenhang zwischen den Werbeeinnahmen und der Ausstrahlung des Videofilms reicht es vielmehr aus, dass die Kunden der Beklagten ihre Werbung im Umfeld einer Nachrichtensendung platzieren. Das folgt aus der Gestaltung der Sendung der Beklagten, bei der Nachrichten und Werbung gesendet werden und bei der nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die von der Aktualität der Nachrichteninhalte ausgehende Aufmerksamkeit des Publikums dazu benutzt wird, das dadurch geweckte Zuschauerinteresse auf die bezahlte Werbung umzulenken. Mit diesem Ziel platzieren die Kunden der Beklagten ihre Werbung im Umfeld einer Nachrichtensendung. Es ist zwischen den Parteien unstreitig, dass den Werbeaufragern der Kunden der Beklagten die Einbindung der Werbung in ein Nachrichtenumfeld zugrunde liegt. Das liegt bei einem Auftrag, der eine Ausstrahlung von Werbung auf einem Nachrichtensender zum Gegenstand hat, auch auf der Hand. Damit sind die ausgestrahlten Nachrichtensendungen mitursächlich für die Werbeeinnahmen. Da am 29. Juni 2007 zu den Nachrichten auch die vom Kläger hergestellte Bildfolge zählte, ist diese mitursächlich für die Werbeeinnahmen der Beklagten geworden.

24 Dieser ursächliche Zusammenhang zwischen den ausgestrahlten 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 der Nachrichtensendung 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 Verletzererfolg lediglich zu einem Bruchteil auf der

Urheberrechtsverletzung der Beklagten beruht und nur in diesem Umfang herauszugeben ist.

25 Entgegen der Ansicht der Revision kommt es nicht darauf an, ob die Beklagte die Nachrichtensendungen am 29. Juni 2007 mit anderen Nachrichten als dem Inhalt des Videofilms hätte füllen können. Mit diesem Einwand ist die Beklagte nach Sinn und Zweck der Schadensberechnung anhand des Verletzergewinns ausgeschlossen.

26 Der Anspruch auf Herausgabe des Verletzergewinns ist kein Anspruch auf Ersatz des konkret entstandenen Schadens, sondern zielt in anderer Weise auf einen billigen Ausgleich des Vermögensnachteils, den der verletzte Rechtsinhaber erlitten hat. Es wäre unbillig, dem Verletzer einen Gewinn zu belassen, der auf der unbefugten Benutzung des Ausschließlichkeitsrechts beruht. Die Abschöpfung 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, weil er von der Möglichkeit andere Nachrichteninhalte zu senden, gerade keinen Gebrauch gemacht hat, sondern schuldhaft das Schutzrecht des Klägers verletzt hat. Dies wird im vorliegenden Fall besonders dadurch deutlich, dass die Beklagte die Ausstrahlung des Videofilms trotz der durch den Kläger ausgesprochenen Abmahnung vorgenommen hat.

27 (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. Gegenteiliges macht auch die Revision nicht geltend.

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

29 Die Revision macht in diesem Zusammenhang ohne Erfolg geltend, die
Verpflichtung zur Offenlegung der Werbeeinnahmen zur Berechnung des Ver-
letzergewinns stelle einen unzulässigen Eingriff in die durch Art. 5 Abs. 1 Satz 2
GG geschützte Rundfunkfreiheit und das durch Art. 12 Abs. 1 GG verfassungs-
rechtlich geschützte Interesse an der Geheimhaltung der Geschäftsdaten dar
und sei unverhältnismäßig.

30 (1) Der Anspruch des Klägers auf die begehrte Auskunft braucht nicht
hinter der grundgesetzlich geschützten Rundfunkfreiheit der Beklagten zurück-
zutreten.

31 Die in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG verbürgte Rundfunkfreiheit schützt die Ei-
genständigkeit des Rundfunks von der Beschaffung der Information bis zur
Verbreitung der Nachricht (BVerfGE 66, 116, 133). Der Rundfunkfreiheit kommt
ein besonders hoher Rang zu (BVerfGE 35, 202, 221 f.). Die 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 Aus-
kunftsanspruchs sind. Die Vorschriften dienen der wirksamen Durchsetzung
von Ansprüchen nach einer Verletzung der im Urheberrechtsgesetz begründe-
ten ausschließlichen Schutzrechte. Die aus den allgemeinen Gesetzen sich er-
gebenden Grenzen der Grundrechte des Art. 5 Abs. 1 GG müssen nach ständi-
ger Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts ihrerseits im Licht dieser

Grundrechte gesehen und selbst wieder eingeschränkt werden (BVerfGE 7, 198, 208 f.).

32 Die danach grundsätzlich erforderliche Abwägung zwischen der Rundfunkfreiheit, auf die die Beklagte sich berufen kann, und dem Anspruch des Klägers auf effektive Verfolgung seines Schadensersatzanspruchs wegen der Verletzung seines Schutzrechts geht zugunsten des Klägers aus. Die durch Art. 5 Abs. 1 GG gewährleistete Rundfunkfreiheit wird durch die begehrte Auskunft in einem allenfalls geringen Ausmaß betroffen, weil die begehrte Auskunft sich nur auf die mit der Ausstrahlung der Rundfunksendungen verbundenen Werbeerlöse unter Angabe der Einnahmen und Ausgaben bezieht. Demgegenüber dient die 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.

33 (2) 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 keine Feststellungen getroffen, ohne dass die Revision Vortrag der Beklagten als übergangen rügt.

34 2. Die Revision hat dagegen Erfolg, soweit sie sich gegen die Verurteilung zur Auskunftserteilung nach den Klageanträgen zu 3 und 4 richtet.

35 Mit diesen Klageanträgen verlangt der Kläger Auskunft über die an den einzelnen Wochentagen (Montag bis Freitag) jeweils im Juni 2005, 2006 und 2007 generierten Werbeerlöse durch eine Gegenüberstellung der Einnahmen

und Ausgaben. Der Kläger kann die Erteilung einer Auskunft mit diesem Inhalt von der Beklagten nicht verlangen, weil sie ohne Einfluss auf die Berechnung seines Schadensersatzanspruchs ist. Die Beklagte hat vorgetragen, dass die Werbeeinnahmen auf Werbeaufträgen beruhen, die regelmäßig Monate im Voraus vor dem Sendetermin erteilt worden sind. Davon ist ersichtlich auch das Berufungsgericht ausgegangen. Gegenteiliges hat es jedenfalls nicht festgestellt, ohne dass die Revisionserwiderung insoweit eine Gegenrüge erhebt. Bei diesem Auftragsverhalten der Werbekunden beeinflusst die Ausstrahlung des in Rede stehenden Videos am 29. Juni 2007 nicht die Höhe der Werbeeinnahmen in diesem Monat, über die der Kläger gleichwohl mit dem Klageantrag zu 3 Auskunft begehrt.

36 Ohne Belang für die Berechnung des Schadensersatzanspruchs sind ebenfalls die mit dem Klageantrag zu 4 verlangten Angaben über die Werbeeinnahmen der Monate Juni 2005 und 2006. Aus einem Vergleich dieser Angaben mit den Werbeerlösen aus Juni 2007 können sich keine Erkenntnisse für die Berechnung des Schadensersatzanspruchs des Klägers ergeben, weil die Ausstrahlung des Videos am 29. Juni 2007 keinen Einfluss auf die Werbeeinnahmen im Juni 2007 hatte.

37

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

Bornkamm

Büscher

Herr Schaffert ist wegen Urlaubs
an der Unterschrift gehindert.
Kirchhoff

Kirchhoff

Koch

Vorinstanzen:

LG Bochum, Entscheidung vom 31.01.2008 - 8 O 312/07 -

OLG Hamm, Entscheidung vom 24.06.2008 - I-4 U 43/08 -