

/ BGH: Werbung für Designermöbel verletzt Urheberrecht

13.11.2015

[Gewerblicher Rechtsschutz](#) | [Gewerblicher Rechtsschutz](#)

Mit Urteil vom 5. November 2015 hat der Bundesgerichtshof (BGH) entschieden, dass bereits Werbung für urheberrechtlich geschützte Werke das Verbreitungsrecht des Urheberrechtsinhabers verletzen kann (Az. I ZR, 91/11, I ZR 76/11, I ZR 88/13).

Konkret ging es in zwei der drei parallel entschiedenen Verfahren um Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche gegen ein in Italien ansässiges Unternehmen, das Nachbildungen von Designermöbeln und -lampen aus der Feder von Marcel Breuer, Mies van der Rohe und Prof. Wilhelm Wagenfeld auf der in deutscher Sprache abrufbaren Internetseite des Unternehmens sowie in Deutschland erscheinenden Tageszeitungen, Zeitschriften und Werbeprospekten anbot. Die Kläger sahen aufgrund der Werbung ihr Recht aus § 17 Abs. 1 UrhG verletzt, Vervielfältigungsstücke urheberrechtlich geschützter Werke der Öffentlichkeit anzubieten. Im dritten, ähnlich gelagerten Verfahren bewarb der Beklagte auf seinem Internettonträgerhandel eine nicht autorisierte Aufnahme des Künstlers Al Di Meola auf einer DVD und wurde hierfür im Auftrag des Künstlers abgemahnt und auf Ersatz der Abmahnkosten in Anspruch genommen.

Die streitentscheidenden Fragen, ob das Verbreitungsrecht des § 17 Abs. 1 UrhG das Recht umfasst, das Original oder Vervielfältigungsstücke des Werkes der Öffentlichkeit zum Erwerb anzubieten, ob dies auch für Werbemaßnahmen und nicht nur Vertragsangebote gilt und ob dieses Recht auch dann verletzt ist, wenn es nicht zu einem tatsächlichen Erwerb des Originals oder Vervielfältigungsstücks des Werkes kommt, legte der BGH dem EuGH in einem Vorabentscheidungsverfahren vor, da § 17 Abs. 1 UrhG der Umsetzung des Art. 4 der Richtlinie 2001/29/EG (InfoSoc-RL) dient. Nach Ansicht des EuGH umfasst das Verbreitungsrecht des Urhebers das Recht Angebote zum Erwerb oder gezielte Werbung in Bezug auf das Original oder auf Vervielfältigungsstücke des Werkes auch dann zu verbieten, falls nicht erwiesen sein sollte, dass die Werbung tatsächlich zu einem Erwerb des geschützten Werkes geführt habe (Urt. v. 13. Mai 2015 – Rs. C-516/13, [wir berichteten](#)). Der EuGH bestätigte damit die bisherige Linie der Rechtsprechung des BGH, der bereits zuvor Prospekte und Werbeanzeigen vom Schutzzumfang des Verbreitungsrechts des § 17 Abs. 1 UrhG erfasst sah.

Dementsprechend stellte der BGH nun ausdrücklich klar, dass das urheberrechtliche Verbreitungsrecht weiterhin das ausschließliche Recht umfasse, das Original oder Vervielfältigungsstücke eines Werkes der Öffentlichkeit zum Erwerb anzubieten und bestätigte so die den Klagen stattgebenden Instanzurteile. Unerheblich sei insbesondere, ob dem Angebot ein tatsächlicher Erwerb folge. Allein die zum Kauf anregende Werbung verletze bereits das Verbreitungsrecht des Urheberrechtsinhabers nach § 17 Abs. 1 UrhG.

Haben Sie Fragen? Kontaktieren Sie gerne: [Cornelia Härtl](#)

Practice Group: [Medien, Sport & Unterhaltung](#) ; [Gewerblicher Rechtsschutz: Marken & Patente](#)

Weitere Artikel: [Plagiate: Alleine das Anbieten von Designermöbeln kann urheberrechtliches Verbreitungsrecht verletzen](#)

Contact Person

www.noerr.com twitter.com/NoerrLLP [xing.com/companies/NoerrLLP](https://www.xing.com/companies/NoerrLLP)