LG Nürnberg-Fürth, Endurteil v. 30.10.2025 – 19 O 141/25

Titel:

Wettbewerbsrechtlicher Charakter von nicht als Anzeige gekennzeichneten redaktionellen Beiträgen

Normenketten:

ZPO § 253 Abs. 2
UrhG § 2, § 15, § 19a, § 23, § 24, § 97
UWG § 3, § 4, § 8

Leitsätze:

1. Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sind – anders als Presseberichte und kurze Nachrichten – grundsätzlich als persönliche geistige Schöpfungen anzusehen; eine Grenze der Schutzfähigkeit ist jedoch dort zu ziehen, wo es sich um kurze Artikel rein tatsächlichen Inhalts handelt, etwa um kurze Meldungen oder Informationen. Hier wird es in der Regel so sein, dass die Darstellung im Bereich des Routinemäßigen bleibt. (Rn. 30 – 31) (redaktioneller Leitsatz)
2. Bei Zusammenfassungen von Sprachwerken handelt es sich um von § 23 Abs. 1 S. 2 UrhG gestattete Handlungen, wenn sie eine gedankliche Durchdringung, Bewertung und Auswahl voraussetzen und eigene Worte verwenden. (Rn. 41) (redaktioneller Leitsatz)
3. Die Züge eines Werkes, das eher am unteren Rand des urheberrechtlichen Schutzes angesiedelt ist, verblassen leichter als ein im hohen Grade eigenständiges, komplexes Werk. (Rn. 42) (redaktioneller Leitsatz)
4. Soweit im Rahmen der angegriffenen Veröffentlichungen Restaurants, Shops und Cafés ohne einen konkreten Anlass für eine redaktionelle Berichterstattung beschrieben wurden, ist von einem werblichen Überschuß auszugehen. (Rn. 74 – 82) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

Werblicher Überschuss, Urheberrechtlicher Werkbegriff, Schleichwerbung, Wiederholungsgefahr

Rechtsmittelinstanz:

OLG Nürnberg, Endurteil vom 07.05.2026 – 3 U 2063/25

Tenor

1. Der Beklagten wird es bei Meldung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, untersagt, geschäftlich handelnd werbliche Veröffentlichungen in Gestalt redaktioneller Beiträge zu tätigen, ohne diese als „Anzeige“ zu kennzeichnen, wenn dies wie in den Anlagen K 30, und/oder K 31, und/oder 32, und/oder K33, und/oder K 34 geschieht.

2. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

3. Die Klägerin wird verurteilt, an die Beklagte 1.295,43 € zu zahlen.

4. Von den Kosten des Rechtsstreits haben die Klägerin 92 % und die Beklagte 8 % zu tragen.

5. Das Urteil ist hinsichtlich des Tenors zu 1.) gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 10.000 € vorläufig vollstreckbar. Im Übrigen ist das Urteil gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags vorläufig vollstreckbar.

Beschluss

Der Streitwert wird auf 121.295,43 € festgesetzt.

Tatbestand

1

Im Verlag der Klägerin erscheinen unter anderem Tageszeitungen, wie die …, sowie Online-Medien-Angebote. Die Beklagte betreibt Nachrichtenportale für das Netzwerk der …, unter anderem die Nachrichtenportale …, und „…“.

2
Die Beklagte hat im Rahmen ihrer Nachrichtenportale im Zeitraum Mai 2024 – November 2024 Artikel zu Themen veröffentlicht, welche bereits zuvor Thema der Berichterstattung durch die Klägerin gewesen ist. Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf die Anlagen K 10 – K 27 Bezug genommen.

3
Weiter veröffentliche die Beklagte Artikel, im Rahmen derer regionale Unternehmen vorgestellt und beschrieben werden. Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf die Anlagen K 28, 30-24 Bezug genommen.

4
Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Anwaltsschreiben vom 03.12.2024 ab und forderte die Beklagte zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf. Hinsichtlich der Einzelheiten wird auf die Anlage K 2 Bezug genommen. Die geforderte Unterlassungserklärung wurde durch die Beklagte nicht abgegeben.

5
Die Klägerin behauptet, die Beklagte bearbeite Artikel aus den Medien der Klägerin in der Weise, dass deren Inhalte zeitversetzt und inhaltlich verkürzt auf den Portalen der Beklagten erscheinen würden. Weiter behauptet die Klägerin, die Beklagte finanziere ihre kostenlosen Nachrichtenportale über Werbung.

6
Die Klägerin ist der Ansicht, die streitgegenständlichen Artikel, welche im Verlagswerk … erschienen sind, seien urheberrechtlich geschützt. Die systematische Übernahme urheberrechtlich geschützte redaktionelle Artikel aus den Medien der Klägerin stelle eine Urheberrechtsverletzung dar und sei darüber hinaus auch nach § 3 Abs. 1 UWG wettbewerbsrechtlich unzulässig. Insbesondere sei kein Fall der freien Benutzung nach § 24 UrhG gegeben. Auch verbreite die Beklagte redaktionell verbrämte Wirtschaftswerbung, ohne diese als Anzeige zu kennzeichnen.

7
Die Klägerin hat zunächst die folgenden Anträge angekündigt:

1. Der Beklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, untersagt,

a. Artikel aus Medien der Klägerin in Internetangeboten der Beklagten in der Weise öffentlich zugänglich zu machen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen, dass der Inhalt der Artikel in überarbeiteter Form wiedergegeben werden, wie dies in den Anlagen K 8 und K 26/K 27 geschieht,

b. nicht als Anzeige gekennzeichnete Inserate und/oder Schleichwerbung zu verbreiten und/oder verbreiten zu lassen, wie dies in den Anlagen K 28 geschieht.

8
Nachdem von Seiten des Gerichts mit Verfügung vom 26.02.2025 auf Bedenken hinsichtlich der Bestimmtheit der Klageanträge hingewiesen wurde, hat die Klägerin zuletzt die folgenden Anträge gestellt:

1. Der Beklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, untersagt,

a. Artikel aus Medien der Klägerin in Internetangeboten der Beklagten in der Weise öffentlich zugänglich zu machen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen, dass der Inhalt der Artikel in überarbeiteter Form wiedergegeben werden, wie dies in den Anlagen K 9 und K 26/K 27 geschieht,

hilfsweise

Der Beklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu f 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, untersagt, Artikel aus Medien der Klägerin in Internetangeboten der Beklagten in der Weise

öffentlich zugänglich zu machen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen, dass der Inhalt der Artikel in überarbeiteter Form wiedergegeben wird, wenn dies wie in den Anlagen K 11, und/oder K 13, und/oder K 15, und/oder K 17, und/oder K 19, und/oder K 21, und/oder K 22, und/oder K 25, und/oder K 27 geschieht.

b. nicht als Anzeige gekennzeichnete Inserate und/oder Schleichwerbung zu verbreiten und/oder verbreiten zu lassen, wie dies in den Anlagen K 28 geschieht.

für den Fall des Unterliegens nach dem Antrag 1 b. wird hilfsweise beantragt:

Der Beklagten wird es bei Meldung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, untersagt, geschäftlich handelnd werbliche Veröffentlichungen in Gestalt redaktioneller Beiträge zu tätigen, ohne diese als „Anzeige“ zu kennzeichnen, wenn dies wie in den Anlagen K 30, und/oder K 31, und/oder 32, und/oder K 33, und/oder K 34 geschieht.

9
Für den Fall des Unterliegens des ersten Hilfsantrages wird weiter hilfsweise beantragt:

Der Beklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, untersagt, geschäftlich handelnd werbliche Veröffentlichungen in Gestalt redaktioneller Beiträge zu tätigen, wenn dies wie in den Anlagen K 30, und/oder K 31, und/oder 32, und/oder K 33, und/oder K 34 geschieht.

10
Die Beklagte beantragt:

die Klage abzuweisen

11
Weiter beantragt die Beklagte im Rahmen der Widerklage zuletzt:

die Klägerin zu verurteilen an die Beklagte 1.295,43 EUR zu zahlen.

12
Die Klägerin beantragt hinsichtlich der Widerklage zuletzt

Die Widerklage abzuweisen

13
Die Beklagte behauptet, sie habe lediglich die Themen, nicht aber die Texte der Klägerin übernommen, auch nicht in abgewandelter Form. Die Texte der Klägerin seien allenfalls thematisch und im Hinblick auf die Idee des Inhalts als Grundlage genutzt worden. Da sie auch kein Abonnement bei der Klägerin besitze, habe sie im Übrigen auf die Artikel, welche hinter einer Paywall veröffentlicht worden seien, überhaupt nicht zugreifen können. Weiter behauptet die Beklagte, es sei keine Werbung geschaltet und es würden auch keine sonstigen unmittelbare Einnahmen durch die streitgegenständlichen Webseiten generiert.

14
Die Beklagte ist der Ansicht, es fehle bereits an einer Urheberverletzung, jedenfalls sei die Schrankenregelung des § 49 UrhG einschlägig. Auch finde keine „kaschierte Wirtschaftswerbung“ statt. Vielmehr erfolge eine objektive und nicht werbliche Information zu regionalen Themen und Unternehmen, mithin um sachliche, redaktionelle Beiträge, die im Informationsinteresse der Öffentlichkeit liegen und nicht die Grenze zur unzulässigen Werbung überschreiten. Weiter sei die Klage im Klageantrag 1a.) mangels ausreichender Bestimmtheit unzulässig, da nicht klar erkennbar sei, welcher Artikel von welcher der Parteien stamme und welche konkreten Artikel unter den Unterlassungsantrag fallen sollen. Auch der Antrag 1b) sei unbestimmt, da nicht deutlich werde, was unter dem Begriff „Schleichwerbung“ zu verstehen sei. Weiter ist die Klägerin der Ansicht, die erfolgte Abmahnung halte nicht die Formerfordernisse nach § 13 Abs. 2 UWG ein, sodass ein Anspruch auf Ersatz der für die Rechtsverteidigung erforderlichen Aufwendungen nach § 13 Abs. 5 UWG bestehe, wobei ein Gegenstandswert in Höhe von 20.000,00 € zugrundezulegen sei.

15
Die Klage vom 21.01.2025 wurde der Beklagten am 29.01.2025 zugestellt, die Widerklage vom 26.02.2025 wurde der Klägerin am 28.02.2025 zugestellt. Das Gericht hat am 18.09.2025 mündlich verhandelt, förmlicher Beweis wurde dabei nicht erhoben. Zur Ergänzung des Tatbestandes wird auf den Inhalt der Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie auf das Verhandlungsprotokoll Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

A.

16
Die Klage ist hinsichtlich der Klageanträge 1a) und 1b) unzulässig, hinsichtlich des Hilfsantrages zu 1a) zulässig, aber unbegründet und hinsichtlich des Hilfsantrages zu 1b) zulässig und begründet. Die Wiederklage ist zulässig und begründet.

17
I. Der Klageantrag zu 1a) in der als Hauptantrag gestellten Fassung ist mangels ausreichender Bestimmtheit des Klageantrages als unzulässig abzuweisen.

18
Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO muss die Klageschrift die bestimmte Angabe des Gegenstandes und des Grundes des erhobenen Anspruchs, sowie einen bestimmten Antrag enthalten. Ein Antrag ist dabei hinreichend bestimmt, wenn der Gegenstand und der Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts klar umrissen sind, sich der Beklagte erschöpfend verteidigen kann und nicht dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung überlassen bleibt, was dem Beklagten aufgegeben oder verboten ist (BGH, Urteil vom 12.12.2019 -- I ZR 173/16, GRUR 2020, 401 – ÖKO-TEST I; BGH, Urteil vom 01.03.2013 – V ZR 14/12, NJW 2013, 1809 – Preußische Gärten und Parkanlagen II; BeckOK ZPO/Bacher, 58. Ed. 1.9.2025, ZPO § 253 Rn. 57). Welche Anforderungen sich daraus ergeben, hängt von den Besonderheiten des einschlägigen materiellen Rechts und von den Umständen des Einzelfalles ab. Zu berücksichtigen sind einerseits das Interesse des Beklagten an Rechtsklarheit und Rechtssicherheit hinsichtlich der Entscheidungswirkungen sowie an der Möglichkeit, sich gegen die Klage erschöpfend verteidigen zu können, andererseits das Interesse des Klägers an einem wirksamen Rechtsschutz (BGH, Versäumnisurteil vom 28.11.2002 – I ZR 168/00, NJW 2003, 668 – P-Vermerk). Dabei kann sich die Bestimmtheit auch aus der Bezugnahme auf die konkreten Verletzungsformen im Rahmen des Antrages ergeben (BGH, Urteil vom 12.12.2019 – I ZR 173/16, GRUR 2020, 401 – ÖKO-TEST I; BGH, Urteil vom 13.10.2015 – VI ZR 271/14, NJW 2016, 1094).

19
Unter Berücksichtigung dieser Anforderungen ist der als Hauptantrag gestellte Klageantrag gemäß Ziffer 1a) nicht als hinreichend bestimmt anzusehen, worauf bereits mit Verfügung vom 26.02.2025 hingewiesen wurde. Denn die Klägerin nimmt im Rahmen des Antrages als Konkretisierung des Verhaltens, welches von der Beklagten unterlassen werden soll, Bezug auf die Anlagen K 9 und K 26/27. Dabei sind im Rahmen der Anlage K 9 neben Artikeln der Beklagten auch Artikel der Klägerin enthalten und auch die Anlage 26 enthält einen Artikel der Klägerin selbst. Es ist mithin nicht hinreichend deutlich, auch unter Berücksichtigung des klägerischen Vortrages im Rahmen der Klage, welche konkreten Artikel unter dem Unterlassungsantrag fallen sollen, mithin ob die Beklagte nur zur Unterlassung hinsichtlich der öffentlichen Zugänglichmachung ihrer eigenen Artikel verpflichtet sein soll oder aber auch verpflichtet sein soll, Artikel der Klägerin selbst nicht öffentlich zugänglich zu machen.

20
II. Der Hilfsantrag zu 1a) ist zulässig, aber unbegründet.

21
1. Der Hilfsantrag zu 1a) ist zulässig.

22
a. Da der ursprünglich als Hauptantrag gestellte Antrag zu 1a) als unzulässig abgewiesen wurde, ist die innerprozessuale Bedingung für die Entscheidung über den Hilfsantrag eingetreten (vgl. Zur Zulässigkeit einer solchen innerprozessualen Bedingung: BGH, Beschluss vom 20.11.2019 – VII ZR 204/17, NJW 2020, 1141; BeckOK ZPO/Bacher, 58. Ed. 1.9.2025, ZPO § 260, Rn. 6).

23
b. Das Landgericht Nürnberg-Fürth ist hinsichtlich des Klageantrages zu 1a) örtlich und sachlich zuständig gemäß §§ 32 ZPO i.V.m. § 105 Abs. 1 UrhG i.V.m. § 45 Abs. 2 Nr. 2 BayGZVJu, §§ 23 Nr. 1, 71 Abs. 1 GVG beziehungsweise § 14 UWG.

24
c. Der Klageantrag zu 1a) ist in hilfsweise gestellten Fassung auch hinreichend bestimmt.

25
i. Die Kammer legt den Hilfsantrag dabei dergestellt aus, dass neben dem dort formulierten allgemeinen Verbot von Urheberrechtsverletzungen auch eine konkrete Untersagung der Veröffentlichung der einzelnen spezifisch genannten Artikel verlangt wird. Soweit die Klägerin hier ein allgemeines Verbot von Veröffentlichungen ihrer Artikel begehrt, kann dies nicht auf das Urheberrecht gestützt werden, da diesbezüglich keine konkreten Verletzungshandlungen und Werke dargelegt wurden. Die Frage der Verletzung kann jeweils nur werksbezogen geprüft werden. Soweit die Unterlassung bestimmter Artikel gefordert wird, ist der Klageantrag zu 1a) in der hilfsweise gestellten Fassung nunmehr hinreichend bestimmt. Durch den Klageantrag, wonach die Beklagte es unterlassen soll, Artikel aus Medien der Klägerin in Internetangeboten der Beklagten in der Weise öffentlich zugänglich zu machen und/oder öffentlich zugänglich machen zu lassen, dass der Inhalt der Artikel in überarbeiteter Form wiedergegeben wird sowie der konkreten Bezugnahme auf die von der Beklagten öffentlich zugänglich gemachte Artikel, deren Unterlassung begehrt wird, wird hinreichend deutlich, hinsichtlich welchen Verhaltens konkret von Seiten der Klägerin Unterlassung begehrt wird.

26
ii. Auch ist, nachdem von Seiten des Klägers im Rahmen der mündlichen Verhandlung vom 18.09.2025 klargestellt wurde, dass der mit Klageantrag Ziffer 1 geltend gemachte Anspruch zunächst auf das Urheberrecht gestützt wird und nur im Fall, dass dies nicht zum Erfolg führt, hilfsweise auf das UWG, nicht mehr von der fehlenden Bestimmtheit des Klagegrundes auszugehen. Denn hiermit wurde von Seiten der Klägerin nunmehr eine Reihenfolge beziehungsweise das Verhältnis bestimmt, in welchem die verschiedenen prozessualen Ansprüche geltend gemacht werden sollen (BGH, Hinweisbeschluss vom 24.03.2011 – I ZR 108/09, GRUR 2011, 521 – TÜV).

27
2. Der Antrag zu 1a) ist in der hilfsweise gestellten Fassung jedoch unbegründet, da der Klägerin gegenüber der Beklagten der begehrte Unterlassungsanspruch weder nach § 97 UrhG noch nach §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 3, 8 UWG zusteht.

28
a. Der Klägerin steht gegenüber der Beklagten kein Unterlassungsanspruch gemäß § 97 UrhG zu.

29
i. Es stellen schon nicht alle Passagen der streitgegenständlichen Artikel, welche in den Verlagsprodukten der Klägerin veröffentlicht wurden, persönliche geistige Schöpfungen (§ 2 Abs. 2 UrhG) und damit geschützte Sprachwerke (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UrhG) dar.

30
(1) Zeitungs- und Zeitschriftenartikel sind – anders als Presseberichte und kurze Nachrichten – grundsätzlich als persönliche geistige Schöpfungen anzusehen (Dreier/Schulze/Raue, 8. Aufl. 2025, UrhG § 2 Rn. 135 m.w.N.). Die vielfältigen Möglichkeiten, ein Thema darzustellen und die fast unerschöpfliche Vielzahl der Ausdrucksmöglichkeiten führen dazu, dass ein solcher Artikel nahezu unvermeidlich die Individualprägung seines Autors erhält. Dies gilt nicht nur für Artikel, in die die eigene Meinung des Autors einfließt, wie etwa Kommentare, sondern auch für die reine Berichterstattung. Auch dort wird die Darstellung regelmäßig durch die individuelle Gedankenformung und -führung des Verfassers geprägt sein. Aber selbst soweit das nicht der Fall ist, kann sich eine individuelle Prägung immer noch aus der besonders geistvollen Form der Sammlung, Einteilung und Anordnung des dargebotenen Stoffs ergeben (KG, Urteil vom 30.04.2004 – 5 U 98/02, GRUR-RR 2004, 228 – Ausschnittdienst).

31
Eine Grenze der Schutzfähigkeit ist jedoch dort zu ziehen, wo es sich um kurze Artikel rein tatsächlichen Inhalts handelt, etwa um kurze Meldungen oder Informationen. Hier wird es in der Regel so sein, dass die

Darstellung im Bereich des Routinemäßigen bleibt (KG, Urteil vom 30.04.2004 – 5 U 98/02, GRUR-RR 2004, 228 – Ausschnittdienst).

32
(2) Vorliegend weisen die klägerischen Artikel mit Ausnahme des Artikels zum Themenkomplex …, wie sie in der Anlage K 09 vorgelegt wurden, hinsichtlich des geistig-ästhetischen Gesamteindrucks ihrer konkreten Gestaltung durchaus einen schöpferischen Eigentümlichkeitsgrad auf, der über rein handwerksmäßiges Tätigwerden hinausgeht, auch wenn sich die Artikel sicherlich eher am unteren Rand einer hinreichenden Werkhöhe bewegen. Denn im Rahmen der jeweiligen Artikel werden Lokalereignisse kurz und kompakt, gleichwohl unter Zurverfügungstellung der relevanten Informationen dargestellt und teilweise auch durch wörtliche Zitate von Betroffenen und Beteiligten untermauert. Gerade diese kurzen und leicht verständlichen Darstellungen von Vorgängen des Tagesgeschehens, teilweise vor einem durchaus komplexen Hintergrund, sowie die Auswahl geeigneter Zitate zur Untermauerung sowie Erzeugung einer besonderen Nähe der Leser zum Geschehen, zeigen eine hinreichende eigenschöpferische Formgestaltung.

33
(3) Hingegen werden im Rahmen des Artikels zu dem Themenkomplex …, wie er im Rahmen der Anlage K 09 vorgelegt wurden, in sehr kompakter Art und Weise lediglich allgemeine Informationen wie Flugverbindung und Flugpreis aneinandergereiht, ohne dass darüber hinaus eine Auseinandersetzung mit dem Thema erfolgen würde, insoweit fehlt es mithin bereits an einem urheberrechtlich geschützten Sprachwerk.

34
(4) Soweit von Seiten der Beklagten einzelne Sätze oder Wortfolgen wörtlich übernommen wurden, wie beispielsweise …, „…“ und „…“ sowie, … (vgl. Anlage K 09), fehlt es insoweit bereits an einem urheberrechtlich geschützten Sprachwerk. Die entsprechenden Passagen, welche wörtlich übernommen wurden, weisen keine besondere Individualität auf, vielmehr werden entweder bloß der Inhalt des Artikels abstrakt wiedergegeben oder es handelt sich um völlig naheliegende Satz- und Wortschöpfungen. Sollte man das anders sehen, könnten knappe und knappste Wortfolgen, die – wie hier teilweise der Fall – mitunter nur aus zwei bis drei Begriffen bestünden, monopolisiert werden. Jeder Autor müsste befürchten, bei Verwendung dieser Wortfolgen auf Unterlassung in Anspruch genommen zu werden.

35
ii. Auch wenn der entsprechende Vortrag der Klägerin hierzu trotz der entsprechenden Rüge der Beklagten grenzwertig ist, ist davon auszugehen, dass die Autoren der in Rede stehenden Originalartikel der Klägerin die ausschließlichen urheberrechtlichen Nutzungsrechte eingeräumt haben. Denn die Klägerin hat – nicht bestritten – vorgetragen, dass es sich bei den Autoren der Artikel jeweils um bei der Klägerin festangestellte Redakteure handelt, sodass zu unterstellen sein dürfte, da diese, wie im Rahmen von Arbeitsverhältnissen allgemein üblich, ihren Arbeitgeber die Nutzungsrechte an anlässlich des Anstellungsverhältnisses erstellten Artikeln eingeräumt haben.

36
Die Klägerin ist daher berechtigt, die von ihr behauptete Verletzung des ausschließlichen Rechts zur öffentlichen Zugänglichmachung (§§ 15 Abs. 2 S. 2 Nr. 2, 19a UrhG) der Originalartikel geltend zu machen.

37
iii. Gleichwohl fehlt es aber an einer Urheberrechtsverletzung durch die Beklagte, vielmehr weisen die angegriffenen Artikel der Beklagten einen hinreichenden Abstand zu den Artikeln der Klägerin auf.

38
(1) Dabei ist zunächst zu berücksichtigen, dass die Beklagte unstreitig die Originalartikel der Klägerin, mit Ausnahme weniger Sätze, bezüglich derer – wie bereits ausgeführt – allein kein urheberrechtlich geschütztes Werk vorliegt, nicht wortgleich und unverändert auf ihren eigenen Nachrichtenseiten veröffentlicht hat, sodass es entscheidend darauf ankommt, ob die Artikel der Beklagten eine Bearbeitung oder andere Umgestaltung der klägerischen Werke im Sinne des § 23 Abs. 1 S. 1 UrhG darstellen, welche nur mit Zustimmung des Urhebers zulässig ist, oder ob die neu geschaffenen Artikel der Beklagten einen hinreichenden Abstand wahren, mit der Folge, dass eine Urheberrechtsverletzung ausscheiden würde.

39

Soweit in diesem Zusammenhang von Seiten der Klägerin im Rahmen der Klageschrift vorgetragen wurde, dass vorliegend kein Fall einer freien Benutzung gemäß § 24 Abs. 1 UrhG gegeben sei, wird verkannt, dass § 24 UrhG durch das Gesetz zur Anpassung des Urheberrechts an die Erfordernisse des digitalen Binnenmarktes vom 31.05.2021 mit Wirkung vom 07.06.2021 aufgehoben wurde und mithin für die Beurteilung, ob durch das streitgegenständliche Verhalten der Beklagten der Klägerin zustehende Urheberrechte verletzt werden, keine Rolle mehr spielen kann.

40
(2) Nach § 23 Abs. 1 S. 1 UrhG dürfen Bearbeitungen oder andere Umgestaltungen eines Werkes, insbesondere auch einer Melodie, nur mit Zustimmung des Urhebers veröffentlicht oder verwertet werden. Nach Satz 2 liegt keine Bearbeitung oder Umgestaltung im Sinne des Satzes 1 vor, wenn das neu geschaffene Werk einen hinreichenden Abstand zum benutzten Werk wahrt.

41
Dabei kann von einem hinreichenden Abstand ausgegangen werden, wenn die aus dem vorbestehenden Werk entlehnten eigenpersönlichen Züge entsprechend der bisherigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs dem Gesamteindruck nach gegenüber der Eigenart des neuen Werks so stark verblassen, dass das vorbestehende Werk nicht mehr oder nur noch rudimentär zu erkennen ist (BT-Drs. 19/27426, 78). Mithin sind Zusammenfassungen von Sprachwerken, wenn sie eine gedankliche Durchdringung, Bewertung und Auswahl voraussetzen und eigene Worte verwenden, von § 23 Abs. 1 S. 2 UrhG gestattete Handlungen (vgl. OLG Nürnberg Endurteil vom 26.8.2025 – 3 U 1451/24, GRUR-RS 2025, 24150).

42
Dabei spielt bei der Abgrenzung zwischen einer Nutzung, die in die Urheberrechte des älteren Werkes eingreift, und einer Nutzung außerhalb des Schutzbereichs des älteren Werkes der Grad der Individualität des Ausgangswerkes eine erhebliche Rolle. So ist der für § 23 Abs. 1 S. 2 UrhG notwendige Abstand in dem neuen Werk schneller erreicht, wenn das Originalwerk nur einen geringeren Grad an Individualität aufweist. Die Züge eines Werkes, das eher am unteren Rand des urheberrechtlichen Schutzes angesiedelt ist, verblassen leichter als ein im hohen Grade eigenständiges, komplexes Werk (Wandtke/Bullinger/Bullinger, 6. Aufl. 2022, UrhG § 23 Rn. 39).

43
(3) Unter Berücksichtigung der vorgenannten Umstände wahren die Artikel der Beklagten jeweils einen solchen hinreichenden Abstand zu den jeweiligen Artikeln der Klägerin.

44
Vorliegend behandeln zwar die angegriffenen Artikel der Beklagten die gleichen Themen wie die Artikel der Klägerin, gleichwohl weisen sie einen deutlich verringerten Umfang auf, verzichten – anders als die Artikel der Klägerin – insgesamt auf die Wiedergabe von wörtlichen oder indirekten Zitaten und weisen – mit geringen Ausnahmen, welche für sich genommen keinen urheberrechtlichen Schutz genießen – völlig andere und mithin eigenständige Formulierungen auf. Wenn überhaupt, wurden die Artikel der Klägerin mithin in eigenen Worten und deutlich verkürzt wiedergegeben, sodass die jeweiligen Artikel abgesehen vom Thema/den Inhalt und – teilweise – der Überschriften, keine Gemeinsamkeiten in Aufbau, Formulierung und Artikelgestaltung aufweisen. Dies stellt auch einen gewichten Unterschied zur Entscheidung des BGH, Urteil vom 01.12.2010 – I ZR 12/08, GRUR 2011, 134 – Perlentaucher dar, auf welche klägerseits Bezug genommen wurde. Denn in dem dieser Entscheidung zugrundeliegenden Sachverhalt fassten die Abstracts die Originalrezensionen oft nicht in eigenen Worten zusammenfassen, sondern verkürzten diese schlicht dadurch, dass sie einerseits ganze Abschnitte und Sätze der Originalrezensionen weggelassen haben (vorwiegend solche, die den Inhalt des rezensierten Werkes wiedergeben) und andererseits besonders aussagekräftige und markante Formulierungen wörtlich stehengelassen haben (überwiegend solche, die eine Bewertung des besprochenen Buches enthalten).

45
Auch muss berücksichtigt werden, dass sich die klägerischen Artikel, wie bereits ausgeführt, am unteren Rand des urheberrechtlichen Schutzes befinden, sodass diese Abweichungen ausreichen, um von einem Verblassen der Züge der klägerischen Werke auszugehen.

46

(4) Soweit sich die Beklagte, wofür bei Betrachtung der jeweiligen Artikel einiges sprechen dürfte, inhaltlich an den klägerischen Artikeln dergestalt orientiert haben sollte, als der Inhalt beziehungsweise die Informationen der klägerischen Artikel mehr oder weniger vollständig übernommen wurde und sodann in eine neue Form gebracht wurde, welche sodann – wie vorliegend der Fall – einen hinreichenden Abstand zu den klägerischen Werken gewahrt hat, wäre dies nicht geeignet, eine Urheberrechtsverletzung zu begründen. Denn eine bloße Idee kann grundsätzlich nicht Gegenstand urheberrechtlichen Schutzes sein, solange sie noch keine konkrete Form gefunden hat (Dreier/Schulze/Raue, 8. Aufl. 2025, UrhG § 2 Rn. 56; Loewenheim UrhR-HdB/Loewenheim/Leistner, 3. Aufl. 2021, § 7 Rn. 5). Mithin greift die Behandlung desselben Themas als solches beziehungsweise die Übernahme der Fakten und Nachrichten nicht in den urheberrechtlichen Schutzbereich ein (Dreier/Schulze/Raue, 8. Aufl. 2025, UrhG § 23 Rn. 75), vielmehr sind solche Inhalten und Nachrichten urheberrechtliches Gemeingut, welches ohne Zustimmung übernommen werden kann (OLG Hamburg, Urteil vom 15.12.1977 – 3 U 97/77, GRUR 1978, 307).

47
b. Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch folgt auch nicht aus dem UWG, wobei die innerprozessuale Bedingung eingetreten ist und das Gericht mithin hierüber zu entscheiden hatte. Denn klägerseits wurden die Ansprüche aus dem UWG hilfsweise für den Fall gestellt, dass die Ansprüche, welche auf das Urheberrecht gestützt wurden, nicht zum Erfolg führen.

48
Denn unabhängig davon, ob es sich bei den Parteien um Mitbewerber handelt und auf Seiten der Beklagten eine geschäftliche Handlung gegeben ist, fehlt es jedenfalls an der Verwirklichung eines Unlauterkeitstatbestandes.

49
i. Es liegt kein Fall des § 4 Nr. 3 UWG vor. Danach kann das Angebot eines nachahmenden Erzeugnisses wettbewerbswidrig sein, wenn das nachgeahmte Produkt über wettbewerbliche Eigenart verfügt und besondere Umstände hinzutreten, die die Nachahmung unlauter erscheinen lassen. So verhält es sich, wenn die Nachahmung zu einer vermeidbaren Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft führt, die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt oder Mitbewerber unlauter behindert. Im Streitfall scheiterten Ansprüche aus diesem so genannten „ergänzendem wettbewerbsrechtlichem Leistungsschutz“, unabhängig davon, ob überhaupt eine entsprechende Nachahmung gegeben ist, bereits daran, dass die Originalartikel keine wettbewerbliche Eigenart haben. Denn ein Erzeugnis besitzt nur dann wettbewerbliche Eigenart, wenn dessen konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale geeignet sind, die interessierten Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen. Dies ist nicht Fall, da der Leser nur anhand des Inhalts nicht erkennen konnte, aus welcher Tageszeitung der entsprechende Artikel stammt (vgl. hierzu auch BGH, Urteil vom 01.12.2010 – I ZR 12/08, GRUR 2011, 134 – Perlentaucher zu § 4 Nr. 9 UWG).

50
(1) Die Annahme einer gezielten Behinderung im Sinne des § 4 Nr. 4 UWG scheitert jedenfalls daran, dass die Beklagte nach § 23 UrhG befugt ist, ihre Artikel als selbstständige Werke ohne Zustimmung der Klägerin zu verwerten. Ein Verhalten, was urheberrechtlich zulässig ist, kann nicht zugleich eine gezielte Behinderung eines Mitbewerbers darstellen.

51
(2) Die Unlauterkeit des Verhaltens der Beklagten folgt auch nicht aus § 3 Abs. 1 UWG unter dem Gesichtspunkt eines unmittelbaren Leistungsschutzes auf der Grundlage der Generalklausel.

52
Denn im Interesse der Wettbewerbsfreiheit ist vom Grundsatz der Nachahmungsfreiheit auszugehen (BGH, Urteil vom 19.11.2015 – I ZR 149/14, GRUR 2016, 725 – Pippi-Langstrumpf-Kostüm II). Es ist daher grundsätzlich nicht unzulässig, sich Leistungen Dritter ohne Erlaubnis anzueignen und kostenlos zur Förderung des eigenen gewerblichen Gewinnstrebens auszunutzen (BGH, Urteil vom 28.10.2010 – I ZR 60/09, GRUR 2011, 436 – Hartplatzhelden.de). Ein unmittelbarer Leistungsschutz ist wegen der damit verbundenen Einschränkung der Wettbewerbsfreiheit nur bei einem überwiegenden Interesse des Betroffenen gerechtfertigt (BGH, Urteil vom 19.11.2015 – I ZR 149/14, GRUR 2016, 725 – Pippi-Langstrumpf-Kostüm II; BGH, Urteil vom 28.10.2010 – I ZR 60/09, GRUR 2011, 436 – Hartplatzhelden.de). Ein ergänzender Schutz über § 3 Abs. 1 UWG kommt somit unter strikter Beachtung der Subsidiarität

gegenüber den Immaterialgüterrechten allenfalls in engen Ausnahmefällen in Betracht (Ohly/Sosnitza/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 3 Rn. 53).

53
Ein solcher Ausnahmefall ist vorliegend jedoch weder durch die Klagepartei vorgetragen noch sonst aus dem Akteninhalt ersichtlich. Es ist insbesondere nicht ersichtlich, dass ohne die Anwendung der Generalklausel gemäß § 3 Abs. 1 UWG eine Schutzlücke entsteht, die geschlossen werden müsste, um die Klägerin in der wirtschaftlichen Verwertung ihrer Leistung nicht rechtlos zu stellen. Die Artikel der Klägerin sind gegen Nachahmungen unter den Voraussetzungen des Urheberrechts oder aber des § 4 Nr. 3 UWG ausreichend geschützt.

54
III. Der Klageantrag zu 1b) in der als Hauptantrag gestellten Fassung ist mangels ausreichender Bestimmtheit des Klageantrages als unzulässig abzuweisen.

55
Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO muss die Klageschrift die bestimmte Angabe des Gegenstandes und des Grundes des erhobenen Anspruchs, sowie einen bestimmten Antrag enthalten. Ein Antrag ist dabei hinreichend bestimmt, wenn der Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts klar umrissen sind, sich der Beklagte erschöpfend verteidigen kann und nicht dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung überlassen bleibt, was dem Beklagten aufgegeben oder verboten ist (BGH, Urteil vom 12.12.2019 – I ZR 173/16, GRUR 2020, 401 – ÖKO-TEST I; BGH, Urteil vom 01.03.2013 – V ZR 14/12, NJW 2013, 1809 – Preußische Gärten und Parkanlagen II; BeckOK ZPO/Bacher, 58. Ed. 1.9.2025, ZPO § 253 Rn. 57).

56
Der Klageantrag ist dabei insbesondere unbestimmt, wenn es bei Verwendung eines allgemeinen Begriffs keine objektiven Kriterien gibt, die eine Abgrenzung zwischen rechtmäßigen und rechtswidrigen Handlungen ermöglichen. Streiten die Parteien im konkreten Fall gerade darüber, ob das beanstandete Verhalten des Beklagten etwa als „werben“ oder als „markenmäßig“ anzusehen ist, können solche Begriffe nicht verwendet werden. Vielmehr ist das Verhalten im Antrag konkret zu beschreiben (Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Brüning, 5. Aufl. 2021, UWG vor § 12 Rn. 90).

57
Vorliegend beantragt die Klägerin, dass der Beklagten untersagt werden soll, nicht als Anzeige gekennzeichnete Inserate und/oder Schleichwerbung zu verbreiten und/oder verbreiten zu lassen. Dabei wird bereits nicht hinreichend deutlich, was unter die Begriffen „Inserate“ und „Schleichwerbung“ gefasst werden soll, insbesondere da in den Klagegründen sodann davon die Rede ist, bei den beanstandeten Veröffentlichungen handele es sich entweder um nicht kennzeichnete, redaktionell gestaltete Anzeigen, oder aber um redaktionell verbrämte Wirtschaftswerbung. Auch streiten die Parteien vorliegend gerade darüber, ob die angegriffenen Veröffentlichungen der Beklagten als „werbend“ anzusehen sind. Hieran ändert auch der Umstand nichts, dass klägerseits im Rahmen der Anträge auf die Anlage K 28 Bezug genommen wurde.

58
IV. Hingegen ist der erste Hilfsantrag zu 1b) zulässig und begründet. 1. Der erste Hilfsantrag zu 1b) ist zulässig.

59
a. Da der ursprünglich als Hauptantrag gestellte Antrag zu 1b) als unzulässig abgewiesen wurde, ist die innerprozessuale Bedingung für die Entscheidung über den Hilfsantrag eingetreten (vgl. Zur Zulässigkeit einer solchen innerprozessualen Bedingung: BGH, Beschluss vom 20.11.2019 – VII ZR 204/17, NJW 2020, 1141; BeckOK ZPO/Bacher, 58. Ed. 1.9.2025, ZPO § 260, Rn. 6).

60
b. Das Landgericht Nürnberg-Fürth ist hinsichtlich des Klageantrages zu 1b) örtlich und sachlich zuständig gemäß § 14 UWG.

61
c. Der Klageantrag zu 1b) ist in der als erste hilfsweise gestellten Fassung auch hinreichend bestimmt.

62
Durch den Klageantrag, wonach die Beklagte es unterlassen soll, geschäftlich handelnd werbliche Veröffentlichungen in Gestalt redaktioneller Beiträge zu tätigen, ohne diese als „Anzeige“ zu kennzeichnen, wenn dies wie in den Anlagen K 30, und/oder K 31, und/oder 32, und/oder K 33, und/oder K 34 geschieht, wird nunmehr hinreichend deutlich, hinsichtlich welchen Verhaltens konkret von Seiten der Klägerin Unterlassung begehrt wird.

63
2. Der hilfsweise gestellte Klageantrag zu 1b) ist auch begründet.

64
a. Die Klägerin ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG als Mitbewerberin aktivlegitimiert. Die Beklagte ist als Betreiberin der jeweiligen Nachrichtenportale, auf welchen die angegriffenen Veröffentlichungen erfolgt sind, passivlegitimiert.

65
b. Die Veröffentlichung der streitgegenständlichen Artikel erfolgte im Rahmen von geschäftlichen Handlungen der Beklagten im Sinne des § 2 I Nr. 1 UWG. Gemäß § 2 I Nr. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt.

66
i. Es ist zunächst von einem Handeln zu Gunsten des eigenen Unternehmens auszugehen.

67
Die Beklagte veröffentlicht die entsprechenden Artikel auf ihren Nachrichtenportalen, um neue Leser zu generieren beziehungsweise bestehende Leser zu erhalten, was jedenfalls auch zu einer Steigerung des Werbewertes ihrer Nachrichtenportale für potentielle Werbekunden führt (vgl. Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5a, Rn. 4.53). Auch ist davon auszugehen, dass die Beklagte als Unternehmen die entsprechenden Nachrichtenportale auch zum Zweck der Erzielung von Einnahmen betreibt. Zwar hat die Beklagte insoweit vorgetragen, keinerlei Gegenleistung für die angegriffenen Veröffentlichungen zu erhalten sowie unmittelbar mit der Website keine Einnahmen zu generieren. Dies schließt gleichwohl die Generierung mittelbarer Einnahmen, was explizit nicht verneint wurde, nicht aus. Zudem hat die Beklagte im Rahmen einer an die Klägerin gerichteten E-Mail (Anlage K 3) selbst vorgetragen, dass derzeit (noch) keine Monetarisierung stattfinde, zu einem späteren Zeitpunkt, wenn eine ausreichend große Leserschaft aufgebaut wurde, gleichwohl eine Finanzierung über eine Banner-Werbung beabsichtigt ist.

68
Diese Annahme steht nicht in Widerspruch zu den Grundsätzen, die für die Veröffentlichung von Presseerzeugnissen gelten. Der Umstand, dass ein Presseunternehmen mit der Veröffentlichung redaktioneller Beiträge das Ziel verfolgt, die eigene Wettbewerbslage im Verhältnis zu anderen Presseunternehmen zu verbessern oder zu behaupten, führt zwar grundsätzlich nicht zur Einordnung dieser Veröffentlichung als geschäftliche Handlung zur Förderung des eigenen Unternehmens, weil eine solche Wirkung die notwendige Begleiterscheinung funktionsgerechten Pressehandelns ist; anderes gilt jedoch, wenn – wie hier – die Förderung eigenen Wettbewerbs im Vordergrund steht (BGH, Urteil vom. 9.9.2021 – I ZR 90/20, GRUR 2021, 1400 – Influencer I) oder es sich – wie noch ausgeführt werden wird – gerade nicht um redaktionelle Beiträge im klassischen Sinne handelt.

69
ii. Es liegt jedoch auch ein Handeln zugunsten fremder Unternehmen vor, unabhängig davon, ob die Beklagte eine Gegenleistung erhalten hat.

70
Die angegriffenen Veröffentlichungen, im Rahmen derer Geschäftsbetriebe wie Restaurants, und Nagelstudios vorgestellt werden, fördert deren Absatz zumindest in Gestalt einer § 2 Nr. 1 UWG unterfallenden „Aufmerksamkeitswerbung“, durch die die betreffenden Unternehmen bekannter werden und damit deren Absatz mittelbar gefördert wird (LG Köln GRUR-RS 2020, 17906 – Kommerzieller Post).

71
Dies gilt auch dann, wenn die Beklagte – was umstritten ist – für die Veröffentlichungen keine Gegenleistungen der Unternehmen erhalten hat, wenn der Beitrag nach seinem Gesamteindruck übertrieben werblich ist, also einen werblichen Überschuss enthält, so dass die Förderung fremden Wettbewerbs eine größere als nur eine notwendigerweise ist (BGH, Urteil vom. 9.9.2021 – I ZR 90/20, GRUR 2021, 1400 – Influencer I). Dies entscheidet sich anhand einer objektiven Beurteilung des äußeren Erscheinungsbilds der Publikation aus Sicht eines durchschnittlichen Adressaten (Köhler/Feddersen/Köhler, 43. Aufl. 2025, UWG § 2 Rn. 2.70).

72
(1) Danach ist zu berücksichtigen, ob der Beitrag ohne jede kritische Distanz allein die Vorzüge in einer Weise lobend hervorhebt, die bei dem Verkehr den Eindruck erweckt, dass das Produkt oder die Dienstleistung geradezu anempfohlen werde (vgl. BGH, Urteil vom 03.02.1994 – I ZR 321/91, GRUR 1994, 441 – Kosmetikstudio; Köhler/Feddersen/Köhler, 43. Aufl. 2025, UWG § 2 Rn. 2.70), oder ob die fremden Produkte oder Dienstleistungen namentlich genannt und angepriesen werden und die Darstellung damit den Rahmen einer sachlich veranlassten Information verlässt (BGH, Urteil vom 09.02.2006 – I ZR 124/03, GRUR 2006, 875 – Rechtsanwalts-Ranglisten). Ein werblicher Überschuss kann deshalb etwa vorliegen, wenn in dem Text ein Produkt in werbetypisch euphorischer Weise angepriesen wird (vgl. LG Köln GRUR-RS 2020, 17906 – Kommerzieller Post).

73
Bei redaktionellen Beiträgen eines Medienunternehmens, die unter den besonderen Schutz des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG fallen, ist ein objektiver Zusammenhang iSd § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG mit der Förderung des Absatzes eines fremden Unternehmens zwar zu verneinen, wenn der Beitrag allein der Information und Meinungsbildung seiner Adressaten dient (BGH, Urteil vom 19.5.2011 – I ZR 147/09, GRUR 2012, 74 – Coaching-Newsletter). Im Falle eines werblichen Überschusses im vorstehend dargestellten Sinne ist diese Voraussetzung jedoch nicht gegeben (BGH, Urteil vom 9.9.2021 – I ZR 90/20, GRUR 2021, 1400 – Influencer I).

74
(2) Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze ist vorliegend von einem solchen werblichen Überschuss auszugehen:

75
So werden im Rahmen der Veröffentlichung gemäß der Anlage K 30 zunächst allgemeine Informationen zu Nagelstudios in Erlangen zur Verfügung gestellt. Sodann wird jedoch lediglich ein Nagelstudio namentlich genannt, nämlich das Studio … ohne dass es hierfür einen sachlichen Grund geben würde, wie beispielsweise eine Neueröffnung oder die Gewährung einer besonderen Auszeichnung, obwohl es – was die Kammer aus eigener Sachkunde beurteilen kann – in Erlangen eine Vielzahl weiterer Studios mit vergleichbaren Leistungsangebot gibt, welche ebenfalls genannt werden könnten.

76
Soweit im Rahmen der weiteren angegriffenen Veröffentlichungen diverse Restaurants, Shops und Cafés beschrieben wurden, erfolgt dies jeweils ohne einen konkreten Anlass für eine redaktionelle Berichterstattung, wie beispielsweise eine Neueröffnung, einen Inhaberwechsel oder beispielsweise den Erhalt einer besonderen Auszeichnung. Auch haben alle insoweit angegriffenen Veröffentlichungen gemeinsam, dass sie deutlich über eine sachliche Darstellung der für einen Besuch relevanten Informationen hinausgehen, sondern vielmehr geradezu werbend die Vorzüge der jeweiligen Unternehmen hervorheben, mithin die jeweiligen Unternehmen und deren angebotene Produkte geradezu anpreisen, ohne auch auf Kritikpunkte einzugehen. Dies gilt umso mehr, als die Geschäftsführer der Beklagten im Rahmen ihrer informatorischen Anhörung angegeben haben, die relevanten Informationen einzig aufgrund einer Internetrecherche sowie veröffentlichten Rezensionen von Besuchern der Unternehmen bezogen zu haben und mithin gerade keine eigenen Eindrücke und Bewertungen wiedergegeben werden konnten.

77
c. Durch die Veröffentlichung der angegriffenen Artikel verstößt die Beklagte auch gegen § 5a Abs. 4 UWG.

78

Danach handelt unlauter, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Grundlage des Verbots ist die damit regelmäßig einhergehende Irreführung des Lesers, der dem Beitrag aufgrund seines redaktionellen Charakters unkritischer gegenübertritt und ihm auch größere Bedeutung und Beachtung beimisst (BGH, Urteil vom 9.9.2021 – I ZR 90/20, GRUR 2021, 1400 – Influencer I).

79
Wie bereits ausgeführt, handelt es sich bei den angegriffenen Veröffentlichungen gerade nicht um redaktionelle Beiträge, sodass von einem werblichen Charakter und mithin einen kommerziellen Zweck auszugehen ist.

80
Der werbliche Charakter ergibt sich auch nicht unmittelbar aus den Umständen. Insoweit kommt es nicht allein darauf an, ob der durchschnittliche Leser erst nach einer – analysierenden – Lektüre der betreffenden Veröffentlichung dessen werbliche Wirkung erkennt. Dies schließt es nämlich nicht aus, dass der Betrachter dem Post überhaupt erst eine eingehendere Beachtung schenkt, weil er der irrigen Annahme unterliegt, es handele sich um einen unabhängigen redaktionellen Beitrag. Aus diesem Grund muss für den Betrachter bereits auf den ersten Blick und ohne jeden Zweifel erkennbar sein, dass es sich der Sache nach um Werbung handelt (OLG Koblenz, Urteil vom 16.12.2020 – 9 U 595/20, GRUR-RR 2021, 318). Dies ist vorliegend der Fall. Die Nachrichtenportale der Beklagten erwecken den Eindruck eines unabhängigen Nachrichtenportals und nicht eines Anzeigenblattes und die angegriffenen Beiträge befinden sich im redaktionellen Bereich und gerade nicht in einem separaten Anzeige-Bereich.

81
Weiter ist auch die Eignung der hier fehlenden Kenntlichmachung des sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergebenden kommerziellen Zwecks der angegriffenen geschäftlichen Handlung zur Veranlassung des Verbrauchers zu andernfalls nicht getroffenen geschäftlichen Entscheidungen zu bejahen. Denn es kann gerade nicht ausgeschlossen werden, dass sich Leser der angegriffenen Veröffentlichungen entscheiden, die entsprechenden Unternehmen aufzusuchen oder – was bereits ausreichend ist – sich näher mit diesen zu befassen, beispielsweise durch den Besuch der jeweiligen Internetseiten der Unternehmen (vgl. BGH, Urteil vom 9.9.2021 – I ZR 125/20, GRUR 2021, 1414 – Influencer II).

82
Auch folgt das Vorliegen des kommerziellen Zwecks der Förderung des eigenen Unternehmens aus der Annahme einer entsprechenden geschäftlichen Handlung, sodass es auf die Frage, ob die Beklagte eine Gegenleistung erhalten hat, im Ergebnis nicht ankommt. Denn derartige Beiträge, wie die klägerseits angegriffenen, dienen – wie bereits ausgeführt – auch dem Nutzen der Beklagten selbst, welche im Rahmen des vorgerichtlichen Schriftverkehrs mit der Klägerin selbst eingeräumt hat, zu einem späteren Zeitpunkt, wenn eine ausreichend große Leserschaft aufgebaut wurde, eine Finanzierung über eine Banner-Werbung zu beabsichtigen. Mithin kommt es auf die Frage, ob die Sätze 2 und 3 des § 5a IV UWG auf redaktionelle Beiträge überhaupt anwendbar sind oder aber aufgrund einer entsprechend teleologisch Reduktion, eine Anwendung der Vorschriften auf Presseerzeugnisse abzulehnen ist, weil ihnen für die Verbraucherinformation eine ganz andere Bedeutung zukommt als für Influencer-Posts (vgl. Hierzu Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5a Rn. 4.53), nicht an.

83
d. Die von § 8 Abs. 1 UWG für einen Unterlassungsanspruch vorausgesetzte Wiederholungsgefahr ist infolge der gegebenen Verstöße indiziert.

B.

84
Die zulässige Widerklage vom 26.02.2025 ist begründet.

85
I. Die mit Schriftsatz vom 26.02.2025 erhobene Widerklage ist zulässig. Die allgemeinen Prozessvoraussetzungen sind ebenso gegeben wie die besonderen Prozessvoraussetzungen der

Widerklage. Die Hauptsache war vorliegend rechtshängig, die erforderliche Parteiidentität ist gegeben und die Widerklage ist nicht ausgeschlossen. Auch ist die Konnexität des § 33 ZPO gegeben, sodass die Frage, ob es sich insoweit um eine besondere Prozessvoraussetzung handelt, keiner Entscheidung bedarf.

86
II. Die Widerklage ist auch begründet, der Beklagten steht gegenüber der Klägerin ein Anspruch gemäß § 13 Abs. 5 S. 1 UWG auf Ersatz der für seine Rechtsverteidigung erforderlichen Aufwendungen zu.

87
1. Die Abmahnung vom 03.12.2024 genügt vorliegend nicht den Anforderungen des § 8 Abs. 2 UWG.

88
a) So wurde im Rahmen der Abmahnung entgegen § 13 Abs. 2 Nr. 4 die Rechtsverletzung nicht klar und verständlich unter Angabe der tatsächlichen Umstände angegeben.

89
Danach wäre erforderlich gewesen, dass die Klägerin mit Blick auf den geltend gemachten Rechtsverstoß die Beklagte in die Lage versetzt, das als wettbewerbswidrig bezeichnete Verhalten unter den in Betracht kommenden rechtlichen Gesichtspunkten zu würdigen und daraus die nötigen Folgerungen zu ziehen, auch wenn der Wettbewerbsverstoß in rechtlicher Hinsicht nicht richtig und umfassend beurteilt zu werden brauchte (Köhler/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 13 Rn. 16). Unzureichend ist eine schlampig abgefasste Abmahnung, mit der der Schuldner nur pauschal und ohne konkretes Eingehen auf das angegriffene Verhalten abgemahnt wird (LG Freiburg, Urteil vom 30.11.2015 – 12 O 46/15 KfH, GRUR-RR 2016, 360).

90
Unter Berücksichtigung dieser Voraussetzungen genügt die Abmahnung der Klägerin den Anforderungen des § 13 Abs. 2 Nr. 4 UWG nicht. Soweit von Seiten der Klägerin Verstöße gegen das UWG abgemahnt wurden, beschränken sich die Ausführungen auf die folgenden zwei Passagen:

„Neben der Verletzung der Urheberrechte unserer Mandantin ist Ihr Verhalten auch wettbewerbsrechtlich unter dem Aspekt des Schmarotzens an fremden Leistungen als unzulässig zu unterlassen.“

„Die von Ihnen verantworteten Portale …, sind kostenlos zugänglich. Online-Anzeigen finden sich in den Portalen nicht. Diese Umstände lassen nur den Schluss zu, dass sich der Betrieb der Portale durch die Verbreitung redaktionell verbrämter werblicher Berichterstattung finanziert (Beispiele Anlagen 3). Die entsprechenden Veröffentlichungen sind weder als Werbung gekennzeichnet noch von dem redaktionell verantworteten Texten getrennt.“

91
Diese Passagen stellen keine klare und verständliche Darstellung der gerügten Rechtsverletzung dar. Es wurde weder dargestellt, warum das angegriffene Verhalten unter dem Aspekt des „Schmarotzens“, was auch immer darunter zu verstehen sein soll, unlauter sein soll, noch, warum hinsichtlich der angegriffenen Veröffentlichungen von einer „verbrämten werblichen Berichterstattung“ auszugehen ist. Auch wurden die relevanten Normen an keiner Stelle genannt. Hieran ändert auch der Umstand nichts, dass die jeweiligen Veröffentlichungen beigefügt waren. Es ist nicht die Aufgabe der Beklagten als Abgemahnte, ihre eigenen Veröffentlichungen auf mögliche UWG-Verstöße zu überprüfen.

92
b) Auf die Frage, ob § 174 Satz 1 BGB auf die wettbewerbsrechtliche Abmahnung Anwendung findet, kommt es mithin nicht mehr an.

93
2. Soweit die Abmahnung danach den Anforderungen des § 13 Abs. 2 UWG nicht entspricht, hat der Abgemahnte gegen den Abmahnenden gemäß § 13 Abs. 5 UWG einen Anspruch auf Ersatz der für seine Rechtsverteidigung erforderlichen Aufwendungen. Dieser Anspruch ist beschränkt auf die Höhe des Aufwendungsersatzanspruchs, die der Abmahnende geltend macht.

94
Demnach steht der Beklagten ein Aufwendungsersatzanspruch für die Kosten der erforderlichen und zweckmäßigen Verteidigung in dem gegenständlichen Fall i.H.v. 1.295,43 EUR ausgehend von einem

Streitwert von 20.000 € unter Berücksichtigung einer 1,3 Gebühr nebst MwSt. und Auslagenpauschale, zu. Dabei bemisst das Gericht den Streitwert für die beiden geltend gemachten UWG-Verstöße auf jeweils 10.000,00 €.

C.

95
Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 1 ZPO.

96
Die Klägerin unterliegt hinsichtlich des Hauptantrages zu 1a), dem Hilfsantrag zu 1a), soweit er auf eine Verletzung von Urheberrechten gestützt wurde sowie hinsichtlich der hilfsweise geltend gemachten Ansprüche aus dem UWG. Der Streitwert wird hinsichtlich jedes Artikels, welcher Urheberrechte der Klägerin verletzten soll, auf 5.000,00 €, mithin insgesamt auf 45.000,00 € festgesetzt. Der Streitwert hinsichtlich des geltend gemachten UWG-Verstoßes wird auf 10.000,00 € festgesetzt. Hinsichtlich des Klageantrages zu 1b.) unterliegt die Klägerin bezüglich des Hauptantrages und obsiegt bezüglich des Hilfsantrages, wobei der Streitwert jeweils auf 10.000,00 € festzusetzen ist. Der Streitwert hinsichtlich der Widerklage wird auf 1.295,43 € festgesetzt.

D.

97
Die Entscheidung hinsichtlich der Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 ZPO.

E.

98
Der Streitwert war auf 121.295,43 € festzusetzen.