

von Evangelos Krachtis

# OLG Düsseldorf: Sind Produktbeschreibungen urheberrechtlich geschützt oder dürfen Online-Händler fremde Beschreibungen einfach kopieren?

Für einen höchstmöglichen Komfort der Kunden investieren Online-Händler viel Aufwand und Zeit in den Aufbau ihrer Webseiten und der Vorstellung ihrer Produkte. Um möglichst ausreichende Informationen über die Produkte herauszugeben, wird immer größerer Wert auf ausführliche Produktbeschreibungen gelegt. Ob Mitbewerber diese Formulierung für Ihre eigene Webseite kopieren dürfen oder ob diese urheberrechtlichen Schutz genießen, hat das OLG Düsseldorf mit Urteil vom 06.05.2014 entschieden (Az.: 12 O 422/11).

## I. Das Werk nach § 2 UrhG

Zunächst ist einmal zu klären, welche Werke urheberrechtlich geschützt sind. **§ 2 II UrhG** formuliert die eigentlichen Voraussetzungen für das Vorliegen eines Werks. Demnach genießen nur **persönliche geistige Schöpfungen** Schutz. Die Spannweite umfasst hierbei Werke mit **hoher Individualität der Schöpfung** bis hin zu Werken mit **geringer Gestaltungshöhe** (sog. „\*kleine Münze\*“).

Geschützt sind neben Sprachwerken auch Schriftwerke, Werke der Musik, Lichtbildwerke oder Filmwerke. Unerhebliche Faktoren sind u. a. die künstlerische Qualität, die objektive Neuheit, der Aufwand sowie die Kosten des Urhebers.

Produktbeschreibungen dagegen sind keine literarischen Werke. Ähnlich wie für eine Bedienungsanleitung, ist für die Urheberrechtsschutzfähigkeit ein deutliches Übertreten des Alltäglichen, des Handwerksmäßigen, der mechanisch-technischen Aneinanderreihung des Materials erforderlich, so der BGH mit Urteil vom 10.10.1991 (Az.: I ZR 147/89). Die Produktbeschreibung muss eine gewisse urheberrechtliche Schöpfungshöhe erreichen.

## II. Die Entscheidung des Gerichts

Dem Urteil des Gerichts lag ein Sachverhalt zugrunde, in dem die Beklagte für Roben, die sie im Internet verkaufte, die Produktbeschreibung der Klägerin übernommen hatte. Das OLG Düsseldorf sah darin einen Verstoß gegen das Urheberrecht und verurteilte die Beklagte zur Unterlassung und zum Schadensersatz.

Für die Richter weisen die Texte, die für den urheberrechtlichen Schutz, erforderliche Schöpfungshöhe auf. Ein wesentliches Kriterium sei zum einen die Länge des streitgegenständlichen Textes, welche genügend Raum gebe, die Reihenfolge der Darstellung zu schützen. Zum anderen spreche auch die

besondere Gestaltung der Produktbeschreibung für den Anspruch auf urheberrechtlichen Schutz. Die gewählte Sprache sei gezielt auf eine bestimmte Käufer-schicht gerichtet. Zudem werde durch die gehobene Wortwahl deutlich, dass neben der Quali-tät auch auf modische Aspekte sowie eine transparente Preisgestaltung Wert gelegt werde. Der Verfasser habe die Beschreibung mit seiner ausgefallenen Idee individuell geprägt. Somit ist von einer eigenschöpferischen Leistung auszugehen, so das Gericht.

### III. Uneinigkeit in der Rechtsprechung

Die Frage, ob eine Produktbeschreibung die urheberrechtliche Schöpfungshöhe erreicht, ist stets im Einzelfall zu prüfen. In der Rechtsprechung finden sich dazu unterschiedliche Urteile. Während sowohl in einem anderen Fall von Produktbeschreibungen (OLG Köln, Urteil vom 30.09.2011, Az.: 6 U 82/11), als auch für suchmaschinenoptimierte Texte (OLG Rostock, Urteil vom 27.06.2007, Az.: 2 W 12/07) der Urheberrechtsschutz bejaht wurde, gibt es auch Fälle, in denen ein solcher Schutz nicht gewährt wurde. In einem dieser besagten Fälle ging es, ähnlich wie im Ausgangsfall, ebenfalls um die Produktbeschreibung juristischer Roben (LG Stuttgart, Urteil vom 04.11.2010, Az.: 17 O 525/10). Hier sprach das Landgericht der Produktbeschreibung keinen urheberrechtlichen Schutz zu.

### IV. Unser Fazit

Bei der Übernahme von Produktbeschreibungen, für die Verwendung ihrer eigenen Waren, müssen Online-Händler Befürchtungen befürchten, urheberrechtlich belangt zu werden. Das OLG Düsseldorf erkannte einen Verstoß gegen das Urheberrecht, da Produktbeschreibungen sehr wohl als Werk im Sinne des § 2 Abs. 2 UrhG angesehen werden können und somit urheberrechtlichen Schutz genießen können.

Letztendlich ist im Einzelfall zu entscheiden, wie kreativ der jeweilige Produktbeschreibungstext ist. Um Abmahnungen zu vermeiden, ist deshalb dringend anzuraten, stets eigene Bilder, Logos, Videos und Beschreibungstexte beim Vertrieb von Waren zu verwenden, es sei denn, der betreffende Online-Händler verfügt über die wirksam eingeräumten Rechte für die Verwendung fremden Contents. Für weitere Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung!

Autor:

**Evangelos Krachtis**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)