

---

**Datum:** 13.12.2022  
**Gericht:** Amtsgericht Düsseldorf  
**Spruchkörper:** Abteilung 13  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** 13 C 64/22  
**ECLI:** ECLI:DE:AGD:2022:1213.13C64.22.00

---

**Vorinstanz:** Landgericht Düsseldorf, 12 S 25/22  
**Nachinstanz:** Bundesgerichtshof, I ZR 141/23  
**Rechtskraft:** rechtskräftig

---

**Tenor:**

In dem Rechtsstreit

hat das Amtsgericht Düsseldorf

im schriftlichen Verfahren mit einer Schriftsatzeinreichungsfrist bis zum 24.11.2022

durch den Richter am Amtsgericht U.

für Recht erkannt:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Klägerin hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung i.H.v. 110% des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit i.H.v. 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags leistet.

---

**Tatbestand:**

1

2

Die Parteien streiten über Ansprüche im Zusammenhang mit einem Lichtbild, das eine Steinwand zeigt (Abbildung auf Seite 2 der Klageschrift, Blatt 3 der Akte).

Der Beklagte erwarb eine Fototapete mit diesem Lichtbild im Jahr 2014 von der J. GmbH und verwendete sie als Wandtapete in einem Zimmer des von ihm betriebenen Hotels. Diese Wandtapete ist auf zumindest einem Foto abgebildet, welche über die Websites W, Y und Z abrufbar waren, auf denen der Beklagte seine Dienstleistungen bewirbt. 3

Die Klägerin mahnte den Beklagten unter dem 30.11.2021 wegen (aus ihrer Sicht) urheberrechtswidriger Nutzung des streitgegenständlichen Lichtbilds ab. Der Beklagte gab eine Unterlassungserklärung ab. Weitergehende Ansprüche wies er zurück. Die Klägerin verfolgt mit der Klage Ansprüche auf Auskunftserteilung über den Umfang der Bildnutzung, auf Schadensersatz als Mindestschaden wegen Urheberrechtsverletzung sowie auf Erstattung von Rechtsanwaltskosten. 4

Die Klägerin behauptet, der Fotograf W. habe das streitgegenständliche Lichtbild professionell und mit erheblichem Aufwand erstellt und bearbeitet, weshalb es nach ihrer Auffassung die Voraussetzungen eines Lichtbildwerks erfülle, und habe die erforderlichen Nutzungsrechte hieran auf die Klägerin übertragen. Die J. GmbH, deren Gesellschafter und Geschäftsführer der Fotograf W. und dessen jetzige Ehefrau waren, habe lediglich über nicht ausschließliche Nutzungsrechte bezüglich der Verwendung als Fototapete verfügt. 5

Sie ist der Auffassung, durch die Abbildung der Fototapete auf der Website des vom Beklagten betriebenen Hotels sowie weiteren Internetseiten verletze dieser die auf die Klägerin übertragenen Urheberrechte des Fotografen W.. Sie sei berechtigt, einen Lizenzschaden sowie vorgerichtliche Abmahnkosten geltend zu machen. 6

Die Klägerin beantragt, 7

1. den Beklagten zu verurteilen, der Klägerin Auskunft zu erteilen über den Umfang der Verwendung des folgenden Lichtbildes: 8

*„Bilddarstellung wurde entfernt“* 9

, insbesondere unter Angabe darüber, auf welchen Internetseiten das Lichtbild durch den Beklagten öffentlich zugänglich gemacht wurde und in welchem Zeitraum dieses durch den Beklagten öffentlich zugänglich gemacht wurde; 10

2. den Beklagten zu verurteilen, Schadensersatz in Höhe von 2.606,18 EUR zuzüglich Zinsen hieraus in Höhe von 9 %-Punkten über dem Basiszinssatz seit 08.03.2017 an die Klägerin zu zahlen; 11

3. den Beklagten zu verurteilen, der Klägerin Rechtsanwaltskosten in Höhe von 745,40 EUR zuzüglich Zinsen hieraus in Höhe von 9 %-Punkten über dem Basiszinssatz seit 25.01.2022 zu erstatten. 12

Die Beklagte beantragt, 13

die Klage abzuweisen. 14

Der Beklagte bestreitet die Aktivlegitimation der Klägerin. Darüber hinaus ist er der Auffassung, mit dem legalen Erwerb der Fototapete habe er auch die Befugnis erlangt, im Rahmen seiner geschäftlichen Aktivitäten Fotos eines Hotelzimmers, auf denen u.a. die 15

Fototapete zu sehen ist, auf seiner Website und auf Websites von Drittanbietern abzubilden. Diese Nutzung sei von § 31 Abs. 5 UrhG abgedeckt. Im Übrigen seien die geltend gemachten Ansprüche der Höhe nach weit übersetzt.

Die Parteien haben einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren gem. § 128 Abs. 2 ZPO zugestimmt. 16

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die wechselseitigen Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie auf den sonstigen Akteninhalt verwiesen. 17

**Entscheidungsgründe:** 18

I. 19

Die Klage ist zulässig. 20

Insbesondere ist das Amtsgericht Düsseldorf unter dem Gesichtspunkt des sog. fliegenden Gerichtsstands gem. § 32 ZPO örtlich zuständig, weil die in Rede stehenden Internetseiten auch im Bezirk des hiesigen Gerichts abrufbar sind. 21

II. 22

Die Klage ist unbegründet. 23

1. 24

Es kann dahinstehen, ob die Klägerin aktivlegitimiert ist. Denn es fehlt zumindest an einer widerrechtlichen Eingriffshandlung durch den Beklagten i.S.v. §§ 97 Abs. 2, 72, 16, 19a UrhG, weshalb die Klägerin weder Auskunft noch Schadensersatz von dem Beklagten verlangen kann. 25

Widerrechtlich ist eine Eingriffshandlung, wenn der Nutzer eines urheberrechtlich geschützten Werks nicht zur Nutzung berechtigt war. Vorliegend war der Beklagte allerdings zur Nutzung des Fotos mit dem Motiv der Granitsteinwand berechtigt. Dies ergibt sich aus folgenden Erwägungen: 26

a) 27

Der Beklagte erwarb die streitgegenständliche Fototapete im Jahr 2014 unstrittig legal von der J. GmbH. Ein etwaiger Urheberrechtsschutz oder eine etwaige Beschränkung der daraus folgenden Nutzungsrechte wurde im Zusammenhang mit dem Erwerb der Fototapete nicht thematisiert. 28

Nach Auffassung des Gerichts führt ein fehlender Hinweis auf einen etwaigen Urheberrechtsschutz oder auf den Fotografen des auf der Tapete abgebildeten Lichtbilds auch nicht automatisch dazu, dass ein Erwerber der Tapete daran gehindert wäre, ein Foto eines Raums, dessen Wand mit der Tapete tapeziert ist, öffentlich zugänglich zu machen. Fehlt es nämlich an einem Hinweis auf einen etwaigen Urheber oder möglichen Urheberrechtsschutz, besteht kein allgemeiner Grundsatz dahingehend, dass eine öffentliche Zugänglichmachung unzulässig wäre. In der vorliegenden Konstellation war für den Beklagten als Erwerber der Tapete überhaupt nicht erkennbar, dass auf der Tapete ein urheberrechtlich geschütztes Werk abgebildet sein könnte. 29

b)

Zwischen den Parteien steht ferner nicht in Streit, dass der Beklagte berechtigt war, die Fototapete sowohl privat als auch in den von ihm betriebenen Geschäftsräumen bestimmungsgemäß als Wandtapete zu verwenden. Gerade im Fall von nicht neutralen, sondern „besonders gestalteten“ Tapeten liegt es nach Auffassung des Gerichts sogar nahe, dass diese (auch) in gewerblich genutzten Räumen Verwendung finden. 31

c)

Der Beklagte war – obgleich eine ausdrückliche Zustimmung zur Nutzung durch den Urheber nicht festgestellt werden kann – zumindest in dieser konkreten Konstellation zur streitgegenständlichen Nutzung der Fototapete berechtigt. Denn er kann sich auf eine Schranke des Urheberrechts berufen, nämlich auf den in § 17 Abs. 2 UrhG zum Ausdruck gebrachten allgemeinen Rechtsgedanken, wonach im Kollisionsfall der Schutz des Urheberrechts hinter dem Interesse an der Verkehrsfähigkeit der mit Zustimmung des Berechtigten in Verkehr gesetzten Ware zurücktreten muss. Nach der Rechtsprechung des BGH (GRUR 2001, 51 Parfümflakon) kann nämlich *„[d]er zur Weiterverbreitung Berechtigte [eines Produkts] mit Hilfe des Urheberrechts nicht daran gehindert werden, die Ware anzubieten und im Rahmen des Üblichen werblich darzustellen, auch wenn damit eine Vervielfältigung nach § 16 I UrhG verbunden ist.“* 32 33

Der BGH führt in dem zitierten Urteil (GRUR 2001, 51, 53) konkret aus: 34

*„Der mit der Erschöpfung verfolgte Zweck, die Verkehrsfähigkeit der Waren sicherzustellen, betrifft im Allgemeinen allein das Verbreitungsrecht. Der Verkehrsfähigkeit dienen darüber hinaus aber auch Angebote und andere Werbehinweise auf die angebotene Ware. Durch sie wird allerdings unter Umständen nicht nur in das Verbreitungsrecht, sondern auch in andere urheberrechtliche Verwertungsrechte eingegriffen. So liegt im Streitfall in der Abbildung der Ware in einem Werbeprospekt eine Vervielfältigung des Flakons. Zeigt beispielsweise eine Buchhandlung in einem Prospekt oder einer Zeitungsanzeige die angebotenen Bücher, liegt darin ebenfalls eine Vervielfältigung der auf dem Buchdeckel zu erkennenden Lichtbilder oder Lichtbildwerke; entsprechendes gilt für den in der Anzeige eines Möbelgeschäfts zu erkennenden Designerstuhl oder den ausgefallenen (urheberrechtlich geschützten) Vorhangstoff. In derartigen Fällen ist mit der Ausübung des Verbreitungsrechts üblicherweise ein derartiger Eingriff in das Vervielfältigungsrecht verbunden, der auch sonst nicht als eine gesondert zustimmungsbedürftige Nutzung angesehen wird. Vielmehr wird derjenige, der urheberrechtlich berechtigt ist, die Ware zu vertreiben, auch hinsichtlich der darüber hinausgehenden, sich jedoch im Rahmen üblicher Absatzmaßnahmen haltenden Nutzung ohne weiteres als berechtigt angesehen, ohne dass es der Konstruktion einer - möglicherweise über mehrere Absatzstufen hinweg konkludent erteilten - zusätzlichen Nutzungsrechtseinräumung bedürfte (vgl. hierzu Kur, GRUR Int 1999, 24 [26ff.], die allerdings eine Gesetzesänderung für erforderlich hält).“* 35

*Mit Recht weist die Revisionserwiderung auf eine insofern bestehende Parallele zum Markenrecht hin, wo allerdings der Erschöpfungseinwand nach neuem anders als nach altem Recht (BGH, GRUR 1997, 629 [632] = NJW 1997, 2449 = LM H. 9/1997 § 15 WZG Nr. 66 = WRP 1997, 742 - Sermion II) nicht mehr grundsätzlich auf das Verbreitungsrecht beschränkt ist und daher unmittelbar herangezogen wird. Aber bereits in der Rechtsprechung zum Warenzeichengesetz war anerkannt, dass nicht nur das Recht, die markierte Ware weiterzuvertreiben, Gegenstand des zeichenrechtlichen Verbrauchs ist, sondern auch das Recht, die Marke in der Werbung oder anderen Ankündigungen zu benutzen. Durch das* 36

*Inverkehrbringen der mit der Marke versehenen Waren werde, so hat der BGH in den Entscheidungen „Ankündigungsrecht I und II“ ausgeführt, nicht nur das Erstvertriebsrecht erschöpft, sondern auch das den Weitervertrieb durch entsprechende Ankündigungen erst ermöglichende Ankündigungsrecht; ohne Nennung der Originalware, also ohne Anbringung der Marke auf Ankündigungen, Preislisten, Geschäftsbriefen, Empfehlungen, Rechnungen oder dergleichen, sei der bestimmungsgemäße Weitervertrieb praktisch nicht möglich (BGH, GRUR 1987, 707 [708] = NJW-RR 1987, 1442 = LM § 15 WZG Nr. 57; GRUR 1987, 823 [824] = NJW-RR 1987, 1443 = LM § 15 WZG Nr. 58; vgl. auch Ingerl/Rohnke, MarkenG, § 24 Rdnr. 5).“*

Zwar betrifft die vorliegende Konstellation nicht den Weitervertrieb von Waren. Gleichwohl ist 37  
der vom BGH in der vorstehend zitierten Entscheidung postulierte Rechtsgedanke nach Auffassung des Gerichts auch auf die hiesige Konstellation zu übertragen. Darf nach der zitierten Entscheidung des BGH derjenige, der ein urheberrechtlich geschütztes Produkt legal weiterverkauft, im Interesse der Verkehrsfähigkeit der Waren ein Abbild hiervon auch zu Werbezwecken nutzen und insoweit öffentlich zugänglich machen, ohne weitergehende Nutzungsrechte einholen zu müssen, kann im Hinblick auf die streitgegenständlich in Rede stehende Verkehrsfähigkeit von Dienstleistungen nach Auffassung des Gerichts nichts Abweichendes gelten. Die Schutzwürdigkeit der jeweiligen Wirtschaftsleistungen (Vertrieb von Waren einerseits, Erbringung von Dienstleistungen andererseits) unterscheidet sich nicht. Der Inhaber eines Hotels ist im Hinblick auf die Verkehrsfähigkeit seiner Wirtschaftsleistung genauso schutzwürdig wie der Vertreter von Warenprodukten.

Denn indem der Beklagte ein Foto von einem Zimmer des von ihm betriebenen Hotels auf 38  
seine Website (und weitere Internetseiten) stellt, macht er in zulässiger Weise Werbung für sein Hotel. Mit anderen Worten dient das Hotelzimmer-Foto des Beklagten ebenso der „Verkehrsfähigkeit“ (konkret seines Hotelbetriebs) wie ein zu Werbezwecken genutztes Abbild eines urheberrechtlich geschützten Produkts. Er hat ein berechtigtes Interesse daran, dass er das Hotelzimmer gegenüber seinen potenziellen Kunden genau so bewirbt, wie diese es im Falle einer Hotelbuchung und Nutzung vorfinden würden.

Werbemaßnahmen – auch und insbesondere unter Nutzung des Internets – gehören 39  
gerichtsbekannt zu den gängigen und wichtigen Marketingmaßnahmen von Gewerbetreibenden. Dass ein sinnvoller Betrieb eines Hotels auch ohne die Abbildung des konkreten Hotelzimmers auf der Website möglich sein mag, ist für die vorliegende Entscheidung ohne Belang. Zwar führt der BGH in der Parfümflakon-Entscheidung aus, dass die dort in Streit stehenden Ankündigungen den Weitervertrieb erst ermöglichen. Dies kann nach Auffassung des Gerichts indes nicht das maßgebliche Kriterium sein. Denn denklogisch können geschützte Waren – wie in dem vom BGH entschiedenen Fall – auch ohne entsprechende Werbung weiterverkauft werden, etwa wenn Kunden einen Artikel im Ladenlokal oder einem Onlineshop sehen, ohne durch eine ausdrückliche Werbung hierauf aufmerksam gemacht worden zu sein. Dementsprechend ist im vorliegenden Fall nach Auffassung des Gerichts unschädlich, dass der Betrieb des Hotels die Abbildung des konkreten Zimmers mit der streitgegenständlichen Fototapete nicht zwingend voraussetzen dürfte. Dies deckt sich mit der Bewertung durch den BGH, der eine Nutzung, die sich „im Rahmen üblicher Absatzmaßnahmen [hält,] ohne weiteres als berechtigt“ ansieht (BGH a.a.O.).

Abweichendes ergibt sich auch nicht aus der Zweckübertragungslehre im Rahmen des § 31 40  
Abs. 5 UrhG. Gem. § 31 Abs. 5 Satz 1 UrhG bestimmt sich nach dem von beiden Partnern zugrunde gelegten Vertragszweck, auf welche Nutzungsarten sich das Nutzungsrecht

erstreckt, wenn die Nutzungsarten – wie im vorliegenden Fall – nicht ausdrücklich bezeichnet sind. Zwar mag die Nutzung einer Fototapete als Wandtapete grundsätzlich auch dann in sinnvoller Weise denkbar sein, wenn Abbildungen hiervon nicht auf Websites veröffentlicht werden. Jedoch kommt es nach Auffassung des Gerichts in der konkreten Konstellation entscheidend darauf an, dass – wie oben unter b) ausgeführt – eine Fototapete im Rahmen der bestimmungsgemäßen Nutzung etwa in einem Hotelzimmer oder Gastronomiebetrieb angebracht wird und dass der entsprechend tapezierte Raum bei lebensnaher Betrachtung mitsamt der Fototapete im Rahmen von Werbehinweisen auch im Internet erscheint. Es handelt sich nach Auffassung des Gerichts hierbei um eine absolut übliche Verwendung einer Fototapete, die aus Sicht des Erwerbers wirtschaftlich notwendig oder zumindest sinnvoll ist.

Bestätigt wird dieses Ergebnis durch folgende Überlegung: Würde jegliche öffentliche Zugänglichmachung der Fototapete ohne Lizenz des Fotografen einen Urheberrechtsverstoß darstellen, würde jeder Besucher eines Cafés oder eines Hotels gegen § 19a UrhG verstoßen, wenn er ein Foto mit der Fototapete im Hintergrund macht und dieses im Internet – z.B. auf einem öffentlichen Profil bei Instagram oder Facebook – öffentlich zugänglich macht. Das kann ersichtlich nicht der Zweck des Urheberrechts sein. 41

Schließlich enthält auch das am 18.08.2022 verkündete Urteil des Landgerichts Köln (Az. 14 O 125/21, vorgelegt als Anlage K10) nach Auffassung des Gerichts keine überzeugenden Gründe, die zu einer abweichenden Bewertung führen könnten. Das Landgericht Köln stellt pauschal fest, dass sich die Erschöpfung im Sinne von § 17 Abs. 2 UrhG lediglich auf das konkret erworbene Vervielfältigungsstück beziehe, setzt sich indes in keiner Weise mit der vorstehenden Argumentation ausgehend von der zitierten Parfümflakon-Entscheidung des BGH auseinander. Der zugrundeliegende allgemeine Rechtsgedanke, auf den sich auch der BGH stützt, ist gerade nicht auf den Wortlaut und den unmittelbaren Anwendungsbereich des § 17 Abs. 2 UrhG beschränkt. 42

2. 43

In Ermangelung eines Anspruchs in der Hauptsache stehen der Klägerin auch kein Anspruch auf Erstattung von vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten bzw. Abmahnkosten und kein Zinsanspruch zu. 44

III. 45

Die Kostenentscheidung basiert auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO. 46

IV. 47

Der Streitwert wird auf bis 4.000,00 EUR festgelegt. 48

**Rechtsbehelfsbelehrung:** 49

A) Gegen dieses Urteil ist das Rechtsmittel der Berufung für jeden zulässig, der durch dieses Urteil in seinen Rechten benachteiligt ist, 50

1. wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 600,00 EUR übersteigt oder 51

2. wenn die Berufung in dem Urteil durch das Amtsgericht zugelassen worden ist. 52

53

Die Berufung muss <b>innerhalb einer Notfrist von einem Monat nach Zustellung</b> dieses Urteils bei dem Landgericht Düsseldorf, Werdener Straße 1, 40227 Düsseldorf, eingegangen sein. Die Berufungsschrift muss die Bezeichnung des Urteils, gegen das die Berufung gerichtet wird, sowie die Erklärung, dass gegen dieses Urteil Berufung eingelegt werde, enthalten.	
Die Berufung ist, sofern nicht bereits in der Berufungsschrift erfolgt, binnen zwei Monaten nach Zustellung dieses Urteils gegenüber dem Landgericht Düsseldorf zu begründen.	54
Die Parteien müssen sich vor dem Landgericht Düsseldorf durch einen Rechtsanwalt vertreten lassen, insbesondere müssen die Berufungs- und die Berufungsbegründungsschrift von einem solchen unterzeichnet sein.	55
Mit der Berufungsschrift soll eine Ausfertigung oder beglaubigte Abschrift des angefochtenen Urteils vorgelegt werden.	56
B) Gegen die Streitwertfestsetzung ist die Beschwerde an das Amtsgericht Düsseldorf statthaft, wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 200,00 EUR übersteigt oder das Amtsgericht die Beschwerde zugelassen hat. Die Beschwerde ist spätestens innerhalb von sechs Monaten, nachdem die Entscheidung in der Hauptsache Rechtskraft erlangt oder das Verfahren sich anderweitig erledigt hat, bei dem Amtsgericht Düsseldorf, Werdener Straße 1, 40227 Düsseldorf, schriftlich in deutscher Sprache oder zur Niederschrift des Urkundsbeamten der Geschäftsstelle einzulegen. Die Beschwerde kann auch zur Niederschrift der Geschäftsstelle eines jeden Amtsgerichtes abgegeben werden.	57
Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf dieser Frist festgesetzt worden, so kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden.	58
Hinweis zum elektronischen Rechtsverkehr:	59
Die Einlegung ist auch durch Übertragung eines elektronischen Dokuments an die elektronische Poststelle des Gerichts möglich. Das elektronische Dokument muss für die Bearbeitung durch das Gericht geeignet und mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen sein oder von der verantwortenden Person signiert und auf einem sicheren Übermittlungsweg gemäß § 130a ZPO nach näherer Maßgabe der Verordnung über die technischen Rahmenbedingungen des elektronischen Rechtsverkehrs und über das besondere elektronische Behördenpostfach (BGBl. 2017 I, S. 3803) eingereicht werden. Auf die Pflicht zur elektronischen Einreichung durch professionelle Einreicher/innen ab dem 01.01.2022 durch das Gesetz zum Ausbau des elektronischen Rechtsverkehrs mit den Gerichten vom 10. Oktober 2013, das Gesetz zur Einführung der elektronischen Akte in der Justiz und zur weiteren Förderung des elektronischen Rechtsverkehrs vom 5. Juli 2017 und das Gesetz zum Ausbau des elektronischen Rechtsverkehrs mit den Gerichten und zur Änderung weiterer Vorschriften vom 05.10.2021 wird hingewiesen.	60
Weitere Informationen erhalten Sie auf der Internetseite <a href="http://www.justiz.de">www.justiz.de</a> .	61
U.	62

---

