

---

**Datum:** 22.06.2011  
**Gericht:** Oberlandesgericht Köln  
**Spruchkörper:** 6. Zivilsenat  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** 6 U 46/11  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGK:2011:0622.6U46.11.00

---

**Vorinstanz:** Landgericht Köln, 33 O 235/10  
**Normen:** GeschmMG § 11 Abs. 2 Nr. 3;; UWG § 4 Nr. 9;; UrhG § 2 Abs. 2

---

**Tenor:**

Die Berufung der Klägerin gegen das am 01.02.2011 verkündete Urteil der 33. Zivilkammer des Landgerichts Köln – 33 O 235/10 – wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens einschließlich der durch die Streithilfe verursachten zweitinstanzlichen Kosten werden der Klägerin auferlegt.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des auf Grund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht die Beklagte oder die Streithelferin vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leisten.

Die Revision wird nicht zugelassen.

---

**Gründe**

I.

1

2

3

Die Klägerin, ein weltweit tätiges katalanisches Familienunternehmen, zählt sich zu den führenden Anbietern von Behältnissen für Kosmetikartikel. 2002 entwickelte sie einen von ihr „Ice Cube“ genannten würfelförmigen Cremetiegel (Anlage K 4). Ihr Geschäftsführer hinterlegte zwei Schnittzeichnungen (Fig. 3-1 und 3-2) als internationales Geschmacksmuster Nr. WO77228 mit Priorität vom 26.02.2002 und Schutzwirkung für Deutschland (Anlage K 5); er räumte der Klägerin daran ausschließliche Verwertungsrechte ein und ermächtigte sie zur Ausübung aller Ansprüche (Anlage K 6).

Die Beklagte, die sich selbst als TV-Kaufhaus bezeichnet, bot über das Fernsehen und ihren Onlineshop eine Gesichtscreme unter der Bezeichnung „S. M.® MSC Magic Skin Care – Womeno“ in einem dem „Ice Cube“ ähnlichen Behältnis an (Anlage K 8; Abbildung Anlage K 7). 4

Die Klägerin sieht darin eine Verletzung ihres Geschmacksmusters und eine wettbewerbsrechtlich unlautere Nachahmung ihres Erzeugnisses. Sie behauptet, im Zusammenwirken mit Frau S. M. I., der sie im Rahmen eines Angebots Muster und Fotos des Behältnisses überlassen habe, sei von der Lieferantin und Streithelferin der Beklagten die Herstellung von Plagiaten in China veranlasst worden. Die Klägerin nimmt die Beklagte auf Unterlassung der Herstellung, des Anbietens und Inverkehrbringens, der Ein- und Ausfuhr, des Gebrauchs und des Besitzes der im Klageantrag abgebildeten und beschriebenen Kosmetikcremebehälter, auf Auskunft, Rechnungslegung, Herausgabe zur Vernichtung und auf Schadensersatzfeststellung in Anspruch. Mit dem angefochtenen Urteil, auf das wegen der Einzelheiten des Sach- und Streitstandes sowie der gestellten Anträge Bezug genommen wird, hat das Landgericht die Klage abgewiesen. 5

Im Berufungsrechtszug verfolgt die Klägerin vorrangig ihre auf das Geschmacksmuster gestützten bisherigen Anträge und hilfsweise einen wettbewerbsrechtlich begründeten, auf das Anbieten und/oder Inverkehrbringen beschränkten Unterlassungsantrag mit darauf bezogenen Annexanträgen (ohne Vernichtungsanspruch) weiter. Äußerst hilfsweise stützt sie sich auf der Basis ihres bisherigen Tatsachenvortrags nunmehr auch auf eine Urheberrechtsverletzung; sie meint, im Lichte der neueren Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs genieße ihr „Ice cube“ als eigenpersönliche schöpferische Leistung ihres Geschäftsführers urheberrechtlichen Schutz. Die Beklagte und ihre Streithelferin verteidigen die Entscheidung des Landgerichts. 6

II. 7

1. Die Berufung ist zulässig. 8

Soweit die Klägerin die Klage im Berufungsrechtszug auch auf ihr Nutzungsrecht an einem urheberrechtlich fähigen Werk ihres Geschäftsführers gestützt und damit hilfsweise um einen zusätzlichen Streitgegenstand (vgl. BGH, GRUR 2011, 521 = WRP 2011, 878 [Rn. 3] – TÜV m.w.N.) erweitert hat, ist anzunehmen, dass die Beklagte in diese (sachdienliche) Klageänderung, die auf ohnehin vom Senat zu Grunde zu legende Tatsachen gestützt werden kann (§§ 533 Nr. 2, 529 ZPO), ungeachtet der Rüge ihrer Streithelferin eingewilligt hat (§§ 533 Nr. 1, 525, 267 ZPO). 9

2. In der Sache bleibt das Rechtsmittel jedoch ohne Erfolg. 10

a) Zu Recht hat das Landgericht Ansprüche der Klägerin aus dem internationalen Geschmacksmuster Nr. WO77228 (§§ 38 Abs. 1 S. 1, 42 Abs. 1 und 2, 43, 46, 66, 71 GeschmMG) verneint. 11

Die Kammer hat dem durch zwei Schnittzeichnungen individualisierten Muster nicht mangels Eintragungsfähigkeit jeden Schutz verweigert, aber zutreffend darauf abgestellt, dass sich der Schutz nur auf solche Merkmale erstreckt, die der bekannt gemachten bildlichen Musterwiedergabe (§ 11 Abs. 2 Nr. 3 GeschmMG) entnommen werden können; eine unvollständige Wiedergabe führt ungeachtet schriftlicher Ausführungen zu keinem erhöhten Schutzzumfang (vgl. Eichmann / von Falckenstein, GeschmMG, 4. Aufl., § 11 Rn. 23; 26). Weil der Schutz des Musters von dem Gesamteindruck abhängt, den es beim informierten Benutzer erweckt (§§ 2 Abs. 3 S. 1, 38 Abs. 2 S. 1 GeschmMG), wird es nur selten vorkommen, dass sich die ästhetischen Gestaltungsmerkmale, für die Schutz beansprucht wird, mit Hilfe einer einfachen gedanklichen Interpolation hinreichend deutlich aus mehreren technischen Zeichnungen entnehmen lassen (die von der Berufung zitierte Entscheidung OLG Düsseldorf, GRUR 1983, 748 [750] – HEWI-Beschlagprogramm betraf die im Kopf des Betrachters unschwer zu einem Bild zusammenzufügende Grund- und Seitenansicht eines Möbelhakens).

Im Streitfall kann keine Rede davon sein, dass die beiden im Register ohne jeden Hinweis auf ihre räumliche Anordnung abgebildeten abgerundeten Quadrate mit innenliegendem Halb- oder Viertelkreis den gleichen Gesamteindruck hervorrufen würden wie das angegriffene Erzeugnis. Wie im angefochtenen Urteil richtig ausgeführt, sind den hinterlegten Schnittzeichnungen insbesondere die für die Anmutung eines „Eiswürfels“ mit integriertem kugelförmigen Cremebehälter wesentlichen und im Unterlassungsantrag (Berufungsantrag zu Nr. I.1.1) eigens verbalisierten Gestaltungsmerkmale der kubischen Form, der Ausführung der Wandungen in transparentem Kunststoff und der metallisch reflektierenden Außenseite der zentral angeordneten Kugel nicht zu entnehmen.

b) Die Ablehnung wettbewerbsrechtlicher Ansprüche (§§ 3, 4 Nr. 9, 8 Abs. 1, 9 UWG, § 242 BGB) durch das Landgericht beanstandet die Berufung ebenfalls ohne Erfolg.

aa) Ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz gewährt das Gesetz (§ 4 Nr. 9 UWG) nicht gegen (identische oder nachschaffende) Übernahmen der Leistungsergebnisse eines Unternehmens als solche, sondern nur gegen deren unlautere Vermarktung durch Mitbewerber (BGHZ 161, 204 [213] = GRUR 2005, 349 [352] = WRP 2005, 476 – Klemmbausteine III; BGH, GRUR 2011, 436 = WRP 2011, 561 [Rn. 17] – Hartplatzhelden; Köhler / Bornkamm, UWG, 29. Aufl., § 4 Rn. 9.4).

Ob sich die Parteien im Streitfall überhaupt als Mitbewerber (§§ 2 Abs. 1 Nr. 3, 8 Abs. 2 Nr. 1 UWG) gegenüberstehen, hat die Kammer offen gelassen. Im Berufungsrechtszug bedarf es ebenfalls keiner abschließenden Entscheidung, ob unter den Umständen des Streitfalles bereits die Annahme eines konkreten Wettbewerbsverhältnisses zwischen ihnen ausscheidet. Denn auch wenn angenommen wird, dass die auf einer anderen Absatzstufe als die Klägerin stehende Beklagte mit ihrem an Endverbraucher gerichteten Angebot von Creme in einer bestimmten Art von Tiegeln den Absatz gleichartiger Cremetiegel an die von der Klägerin mit diesem Vorprodukt belieferten Abfüller von Kosmetikprodukten behindern kann (vgl. zur Konkurrenz auf unterschiedlichen Wirtschaftsstufen Köhler / Bornkamm, a.a.O., § 2 Rn. 96d und e, 110), fehlt es an der unlauteren Vermarktung eines Nachahmungsproduktes durch die Beklagte.

bb) Um davon ausgehen zu können, müsste das nachgeahmte Erzeugnis über wettbewerbliche Eigenart verfügen und das Hinzutreten besonderer Umstände festgestellt werden können, welche die Nachahmung unlauter erscheinen lassen, wobei eine Wechselwirkung zwischen dem Grad der wettbewerblchen Eigenart, der Art und Weise und der Intensität der Übernahme sowie den besonderen wettbewerblchen Umständen besteht,

die die Unlauterkeit der Nachahmung begründen (st. Rspr.: BGH, GRUR 2009, 1069 = WRP 2009, 1509 [Rn. 12] – Knoblauchwürste; GRUR 2010, 1125 = WRP 2010, 1465 [Rn. 19] – Femur-Teil). Im Streitfall kann weder eine im Verhältnis der Parteien beachtliche wettbewerbliche Eigenart des Erzeugnisses der Klägerin noch das Vorliegen weiterer Unlauterkeitsmerkmale festgestellt werden.

(1) Wettbewerbliche Eigenart hat ein Erzeugnis, das durch seine konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale geeignet ist, die angesprochenen Verkehrskreise auf seine betriebliche Herkunft oder seine Besonderheiten hinzuweisen (BGH, GRUR 2007, 984 = WRP 2007, 1455 [Rn. 16] – Gartenliege; GRUR 2009, 1073 = WRP 2009, 1372 [Rn. 10] – Ausbeinmesser; GRUR 2010, 1125 = WRP 2010, 1465 [Rn. 21] – Femur-Teil). 18

Im Streitfall ist – davon geht die Klägerin selbst aus – maßgeblich auf die Sicht der als Abnehmer der fertigen Kosmetikprodukte in Betracht kommenden Verbraucher abzustellen, die der Senat als Wettbewerbsgericht ebenso wie die erstinstanzlich mit der Sache befasste Kammer selbständig zu beurteilen vermag. Der Berufung ist zuzugeben, dass die Verbraucher sich bei Kosmetika der hier in Rede stehenden Art weniger an dem eigentlichen Produkt – etwa an Farbe, Konsistenz oder Geruch der Hautcreme – als an seiner Ausstattung oder an der Marke orientiert. Dies gilt unabhängig von dem seitens der Klägerin behaupteten, dem Durchschnittsverbraucher unbekanntem hohen Anteil der als Primärverpackung verwendeten Behältnisse an den Herstellungskosten und der Preiskalkulation der Kosmetikanbieter. Allerdings vermag die Klägerin daraus nichts für die wettbewerbliche Eigenart ihres eigenen Produktes herzuleiten: 19

Wie das Landgericht zutreffend angenommen hat, nimmt der Verbraucher die ihm in einer bestimmten Aufmachung entgegertretenden Kosmetikprodukte einheitlich wahr, ohne zwischen den Besonderheiten oder der betrieblichen Herkunft des Kosmetikums und des Behältnisses zu unterscheiden. Letzteres mag unter Umständen bei Umverpackungen mit einem von den Kosmetikartikeln erkennbar losgelösten Verwendungszweck der Fall sein (vgl. BGH, GRUR 2008, 793 = WRP 2008, 1196 [Rn. 34] – Rillenkoffer), trifft auf Primärverpackungen der hier in Rede stehenden Art aber gerade nicht zu. Weil Kosmetikanbieter gern auf exklusiv anmutende Gebinde zurückgreifen, um beim Publikum auf ihr Produkt bezogene Exklusivitätsvorstellungen zu wecken, liegt es auch bei einer ausgefallenen Form des Behältnisses fern, dass die Verbraucher Vorstellungen über eine vom Komplettprodukt zu trennende betriebliche Herkunft der Primärverpackung entwickeln; für andere, handelsübliche Tiegelformen gilt das erst recht. 20

Kommt es hiernach darauf an, ob der „Ice Cube“ deutsche Verbraucher an Produkte eines bestimmten Kosmetikherstellers denken lässt, so wirkt es sich zum Nachteil der Klägerin aus, dass sie den Cremetiegel seit 2003 zwar zuerst nur an ein hier vertretenes Kosmetikunternehmen (K.) abgesetzt hat, geraume Zeit vor Klageerhebung aber dazu übergegangen ist, auch andere Kosmetikanbieter in Deutschland (Beauty M., Hollywood Nails), der Europäischen Union, der Schweiz und weiteren Ländern mit ihrem Erzeugnis zu beliefern (S. 7 der Berufungsbegründung, Anlage BK 1). Ihre Verhandlungen mit Frau S. M. I. seit Ende 2007 belegen ebenfalls, dass die Klägerin den „Ice Cube“ nicht exklusiv vermarktet, sondern selbst bei verschiedenen Kosmetikunternehmen plazierte hat, so dass dem isolierten Cremetiegel der Klägerin aus Verbrauchersicht als inzwischen weit verbreiteter Primärverpackungsform keine wettbewerbliche Eigenart (mehr) zukommt. 21

(2) Selbst wenn ihm wegen seiner von Hause aus einprägsamen Gestaltung eine gewisse Eignung verblieben wäre, auf Besonderheiten der vertriebenen (Komplett-) Produkte hinzuweisen, würde jedenfalls keine vermeidbare Herkunftstäuschung der als Abnehmer 22

angesprochenen Verbraucher (§ 4 Nr. 9 lit. a UWG) durch die – vom Produkt der Klägerin allerdings kaum zu unterscheidende – Primärverpackung der von der Beklagten angebotenen Creme eintreten. Denn dass die angesprochenen Verbraucher sich in der Kaufsituation statt an der Kosmetikmarke „S. M.®“ und den Marken der in Betracht kommenden Konkurrenzprodukte gerade an der nicht (mehr) exklusiven Tiegelform orientieren und deshalb einer unmittelbaren Verwechslung der Hersteller unterliegen oder lizenz- oder gesellschaftsvertragliche Beziehungen zwischen ihnen vermuten, ist nach Lage der Dinge auszuschließen.

Nur vorsorglich sei angemerkt, dass aus Sicht der unmittelbaren gewerblichen Abnehmer der Klägerin nichts anderes gelten würde, weil eine Täuschung der Abfüller von Kosmetikprodukten und ihrer fachkundigen Mitarbeiter über die betriebliche Herkunft der von ihnen typischerweise auf Grund sorgfältiger Auswahl eingekauften Primärverpackungen fern liegt (vgl. BGH, GRUR 2010, 1125 = WRP 2010, 1465 [Rn. 28 ff.] – Femur-Teil; Senat, WRP 2011, 109 – Joghurtbecher). 23

(3) Ebenso wenig liegt in der Verwendung des ähnlichen Cremebehälters allein eine unangemessene Ausnutzung der Wertschätzung (§ 4 Nr. 9 lit. b UWG) der im Tiegel der Klägerin angebotenen Kosmetika oder gar eines bei den angesprochenen Verkehrskreisen bestehenden guten Rufs ihres eigenen Produkts, für den sie – nachdem das Landgericht sie auf ihr unzureichendes diesbezügliches Vorbringen hingewiesen hat – auch in zweiter Instanz bis auf ihre Umsatzzahlen keine näheren Umstände dargetan hat. 24

(4) Soweit die Berufung die fehlende Berücksichtigung zusätzlich von ihr dargelegter Unlauterkeitsmerkmale durch die Kammer beanstandet, dringt sie auch damit nicht durch. 25

Mangels wettbewerblicher Eigenart der nachgeahmten Produktausstattung scheidet insbesondere die Annahme unlauteren Verhaltens wegen unredlicher Erlangung darauf bezogener Kenntnisse oder Unterlagen (§ 4 Nr. 9 lit. c UWG) von vornherein aus (vgl. Nemecek, WRP 2010, 1315 [1317]; Köhler / Bornkamm, a.a.O., § 4 Rn. 9.60). 26

Hinzu kommt, dass jedenfalls für ein unredliches Verhalten der Beklagten keine hinreichenden tatsächlichen Anhaltspunkte dargetan sind. Selbst wenn nach dem bestrittenen Vorbringen der Klägerin ein vorvertragliches Vertrauensverhältnis zwischen ihr und Frau I. anzunehmen sein sollte, das mit der Auflage verbunden war, ihr im Rahmen der Akquise überlassene, der Allgemeinheit sonst unzugängliche Informationen und Unterlagen nur im Interesse oder nach Weisungen der Klägerin zu verwenden (vgl. BGH, GRUR 2009, 416 = WRP 2009, 432 [Rn. 18 ff.] – Küchentieftpreis-Garantie m.w.N.), folgt aus der treuwidrigen Verwendung solcher Unterlagen durch Frau I. oder die Streithelferin zur Plagiiierung des „Ice Cube“ noch keine Unredlichkeit der Beklagten, zumal das bloße Ausnutzen fremden Vertragsbruchs – selbst wenn es bewusst erfolgt – für sich genommen kein relevantes Unlauterkeitsmerkmal darstellt (BGH, GRUR 2004, 941 [943] = WRP 2004, 1498 – Metallbett). 27

Im Übrigen enthält § 4 Nr. 9 UWG zwar keine abschließende Aufzählung möglicher Unlauterkeitsmerkmale, doch können nicht von den genannten Fallgruppen erfasste Produktnachahmungen mit Blick auf die grundsätzlich bestehende Nachahmungsfreiheit nur ganz ausnahmsweise als wettbewerbswidrig angesehen werden (BGH, GRUR 2007, 795 = WRP 2007, 1076 [Rn. 50 f.] – Handtaschen; GRUR 2008, 1115 = WRP 2008, 1510 [Rn. 32] – ICON). Angesichts dessen liegt es auf der Hand, dass die angebliche Verletzung von Schutzrechten der Klägerin im Ausland – gegen die sie in den USA oder in Spanien vorgehen könnte – keinen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte im 28

Inland begründen kann.

c) Der Klägerin stehen schließlich auch keine urheberrechtlichen Ansprüche (§§ 97 Abs. 1 und 2, 98, 101 Abs. 1 UrhG i.V.m. §§ 16, 17, 31 UrhG) gegen die Beklagte zu, denn der von ihrem Geschäftsführer entworfene „Ice Cube“ erreicht nicht die für ein urheberrechtlich geschütztes Werk erforderliche Schöpfungshöhe (§ 2 Abs. 2 UrhG). 29

aa) Nach ständiger Rechtsprechung – auch des Senats – werden an die Gestaltungshöhe von Werken der angewandten bildenden Kunst (§ 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG), soweit sie einem Geschmacksmusterschutz zugänglich sind, gesteigerte Anforderungen gestellt. Da sich bereits die geschmacksmusterschutzfähige Gestaltung von der nicht geschützten Durchschnittsgestaltung, dem rein Handwerksmäßigen und Alltäglichen abheben muss, ist für die Urheberrechtsschutzfähigkeit ein noch weiterer Abstand, das heißt ein deutliches Übertreten der Durchschnittsgestaltung und ein höherer schöpferischer Eigentümlichkeitsgrad als bei nur geschmacksmusterfähigen Gegenständen zu verlangen, wobei die Grenze zwischen beiden nicht zu niedrig angesetzt werden darf (BGH, GRUR 1972, 38 [39] – Vasenleuchter; GRUR 1995, 581 [582] = WRP 1995, 908 – Silberdistel; GRUR 2004, 941 [942] = WRP 2004, 1498 – Metallbett; Senat, GRUR-RR 2010, 89 – Kaminofen). An dieser Auffassung, die keinen verfassungsrechtlichen Bedenken begegnet (BVerfG, GRUR 2005, 410 – Laufendes Auge), ist entgegen der daran im Schrifttum geübten Kritik (vgl. nur Fromm / Nordemann / A. Nordemann, UrhR, 10. Aufl., § 2 Rn. 146-150 m.w.N.) weiterhin festzuhalten (ebenso Wandtke / Bullinger, UrhR, 3. Aufl., § 2 Rn. 24, 97). Die von der Klägerin im Berufungsrechtszug vertretene Ansicht, dass die neuere Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs die deutschen Gerichte zur Aufgabe ihrer dargestellten Auffassung und zum Schutz der „kleinen Münze“ auch im Bereich des Gebrauchs- und Verpackungsdesigns zwingt, geht fehl. 30

Das von der Klägerin angeführte EuGH-Urteil vom 27.01.2011 – C-168/09 (GRUR 2011, 216 = GRURInt 2011, 235 – Flos / Semeraro) betraf das Zusammentreffen von (mit der Richtlinie 98/71/EG über den rechtlichen Schutz von Mustern und Modellen) vollharmonisiertem Geschmacksmusterrecht und (mit der Richtlinie 93/98/EWG zur Harmonisierung der Schutzdauer des Urheberrechts und bestimmter verwandter Schutzrechte und der Richtlinie 2001/29/EG zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft) nur teilweise harmonisiertem Urheberrecht. Im Fall einer geschmacksmusterfähigen Designerlampe hat der Europäische Gerichtshof die gesetzliche Abkürzung der Schutzdauer des zuvor bestehenden Urheberrechtsschutzes in Italien als europarechtswidrig angesehen, aber keineswegs einer Aufgabe der vom nationalen Gesetzgeber autonom festzulegenden Bedingungen des Urheberrechtsschutzes das Wort geredet. Seine Auslegung, wonach dem ersten Satz von Art. 17 der Richtlinie 98/97/EG eindeutig zu entnehmen sei, dass „für alle durch ein in dem betreffenden Mitgliedstaat oder mit Wirkung für ihn eingetragenes Recht an einem Muster geschützten Muster urheberrechtlicher Schutz zu gewähren ist“ (Rn. 37), steht vielmehr im Zusammenhang mit seinen Hinweisen auf den zweiten Satz von Art. 17, der „den Mitgliedstaaten gestattet, den Umfang des Schutzes und dessen Bedingungen, einschließlich der erforderlichen Gestaltungshöhe, festzulegen“ (Rn. 35) und zur Folge hat, dass der nicht abkürzbare Schutz nur für solche Muster gilt, „die die von den Mitgliedstaaten vorgesehenen Bedingungen für die Erlangung des Urheberrechtsschutzes, insbesondere die Bedingung der Gestaltungshöhe, erfüllen“ (Rn. 41). 31

bb) Die nach alledem von den nationalen Gerichten autonom zu bestimmende urheberrechtliche Schutzgrenze, nämlich jene von der deutschen Rechtsprechung geforderte, 32

die Durchschnittsgestaltung deutlich überragende Gestaltungshöhe, „die es nach den im Leben herrschenden Anschauungen rechtfertigt, von Kunst zu sprechen“ (vgl. BGH, GRUR 1987, 903 [904] – Le-Corbusier-Möbel), erreicht der Cremetiegel „Ice Cube“ nicht. Unabhängig von der Vorbekanntheit einzelner prägender Merkmale (vgl. insbesondere das als Anlage St 1 mitgeteilte US-Patent Des. 327,423) liegt seinem Design, als dessen Grundidee die Integration eines mittig aufschraubbaren, außen metallisch schimmernden kugelförmigen Behältnisses in einen würfelförmigen durchsichtigen Kunststoffblock mit abgerundeten Ecken bezeichnet werden kann und das insoweit über eine gefällige Kombination ästhetisch naheliegender und zweckmäßiger Elemente nicht wesentlich hinausgeht, kein im vorgenannten Sinne künstlerischer Wurf zu Grunde.

III.	33
Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 97 Abs. 1 S. 1, 101 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.	34
Es besteht kein Anlass, gemäß § 543 Abs. 2 ZPO die Revision zuzulassen. Das Urteil beruht auf der tatrichterlichen Anwendung anerkannter Rechtsgrundsätze in einem Einzelfall, ohne dass der Sache grundsätzliche Bedeutung zukommt oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung durch den Bundesgerichtshof erfordert.	35
Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird endgültig auf 150.000,00 € festgesetzt, wobei der Senat einerseits berücksichtigt, dass das wirtschaftliche Interesse der Klägerin an der Durchsetzung ihrer Ansprüche zur Zeit der Berufungseinlegung nach ihren Angaben infolge des nicht mehr rückgängig zu machenden Exklusivitätsverlustes tendenziell geringer war als bei Klageerhebung. Andererseits konnte nicht unberücksichtigt bleiben, dass die Klägerin sich mit der Berufung auch auf urheberrechtliche Ansprüche stützt, so dass der Gegenstandswert des Rechtsstreits in der Berufungsinstanz keinesfalls niedriger anzusetzen ist als in erster Instanz.	36