

PERSÖNLICHKEITSRECHTE



Bei der Durchführung einer Medienproduktion stellt sich oft die Frage, ob diese gegen Rechte Dritter verstößt. Ist ein solcher Verstoß kein einkalkulierter Teil der Kampagne – was gerade bei der Verwendung prominenter Konterfeis zur Werbung oft zu vermuten steht – führt dies häufig zu unerwünschten Ansprüchen Dritter, vor allem auf Unterlassung und Schadensersatz. Soll dies vermieden werden, ist vor der Durchführung der Produktion eingehend zu prüfen, ob und welche Rechte Dritter möglicherweise tangiert werden. Soll auf diese Rechte zurückgegriffen werden, ist rechtzeitig sicherzustellen, dass diese Rechte lückenlos eingeholt werden (sog. „chain of title“).

Regelmäßig zu beachten sind folgende Kategorien von Rechten: Persönlichkeitsrechte, Urheber- und Leistungsschutzrechte sowie Namens- und Kennzeichenrechte.

In dieser Ausgabe sollen die mit den Persönlichkeitsrechten verbundenen Rechtsfragen dargestellt werden.

Persönlichkeitsrechte

Gerade die Produktwerbung nutzt gerne prominente Personen aus Politik, Sport und Unterhaltung als Werbeträger. Aber auch außerhalb der Werbung sind Bildnisse von berühmten oder auch weniger berühmten Personen allgegenwärtig. Fraglich ist, ob und in welchem Umfang die Abgebildeten dies ungefragt hinnehmen müssen. Dreh- und Angelpunkt zur Beantwortung dieser Frage ist das Recht am eigenen Bild.

Das Recht am eigenen Bild schützt als Teil des so genannten allgemeinen Persönlichkeitsrechts die Entscheidung des Abgebildeten, ob und in welcher Weise sein Bildnis der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden darf.

Den gesetzlichen Rahmen hierfür bilden die §§ 22, 23 des Gesetzes betreffend des Urheberrechts an Werken der bildenden Künste und der Photographie (KunstUrhG). Während die Anfertigung von Personenaufnahmen nach diesem Gesetz regelmäßig ohne Zustimmung statthaft ist, bedarf es zur Verbreitung der Aufnahmen regelmäßig der vorherigen Einwilligung des Abgebildeten.

Herstellung von Personenaufnahmen

Die Herstellung von Personenaufnahmen kann nach den Bestimmungen des KunstUrhG nicht untersagt werden. Ohne Zustimmung des Abgebildeten ist sie nach den allgemeinen Regeln des Zivilrechts jedoch unzulässig, wenn der Abgebildete heimlich in seiner Privatsphäre

abgelichtet wird und kein besonderes Interesse der Öffentlichkeit an einer solchen Aufnahme besteht. Ebenfalls unzulässig ist die Herstellung von Aufnahmen, welche die Intimsphäre des Abgebildeten verletzen oder die Anfertigung von Aufnahmen gegen den ausdrücklichen Willen des Betroffenen.

Verbreitung von Personenaufnahmen

Trotz der rechtmäßigen Herstellung eines Bildnisses ist dessen Verbreitung verboten, soweit der Abgebildete in diese nicht eingewilligt hat (§ 22 KunstUrhG) oder ein gesetzlicher Sondertatbestand die Auswertung ohne Einwilligung erlaubt (sog. Abbildungsfreiheit; § 23 KunstUrhG).

Dass jemand „abgebildet“ im Sinne des Gesetzes ist, setzt jedoch voraus, dass er auf dem Bildnis überhaupt als Person erkennbar ist.

Erkennbarkeit von Personen

Die Erkennbarkeit ergibt sich zunächst aus den Gesichtszügen des Abgebildeten, darüber hinaus aber auch aus den weiteren Merkmalen des Bildes. Entscheidend ist, dass eine Identifizierung des Abgebildeten möglich ist. Dabei reicht es aus, dass die Identifizierung in einem mehr oder minder großen Bekanntenkreis gegeben sein könnte. So kann etwa auf die Person des Reiters anhand „seines“ Pferdes, auf die des Piloten aufgrund „seines“ Kunstflugzeugs oder auf die eines Fußballspielers aufgrund des Vereinstrikots und „seiner“ Rückennummer geschlossen werden.

Vorstehendes erklärt auch, warum – entgegen der weit verbreiteten Meinung – weder die „Verkachelung“ von Bildern noch die Verwendung so genannter „Schambalken“ einen zwingenden Schutz vor der Erkennbarkeit bietet, wenn weitere Umstände eine Identifizierung dennoch ermöglichen.

Eine Ausnahme vom Grundsatz der Erkennbarkeit besteht bei Aufnahmen, die in die Intimsphäre eingreifen, insbesondere Aktaufnahmen, sowie bei der Abbildung von Doubles.

Auch wenn der Abgebildete einer Aktaufnahme für Dritte nicht erkennbar ist, muss er die Veröffentlichung solcher Aufnahmen nach höchstrichterlicher Rechtsprechung nicht dulden.

Für den Bereich der Werbung von hohem Interesse ist die Verwendung von Doppelgängern. Wegweisend hat das OLG Karlsruhe hier in der so genannten „Ivan Rebhoff-Ent-

scheidung“ geurteilt, dass eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts auch dann gegeben sei, wenn ein Großteil des angesprochenen Publikums glaubt, bei dem Double handle es sich um den Prominenten selbst. Dies gilt auch dann, wenn sich die Ähnlichkeit nicht – wie bei der Rebhoff-Entscheidung – aus den Gesichtszügen selbst ergibt, sondern auf andere Weise, so durch Körperform, Haltung, Größe, Frisur, Tätowierung oder auch das Nachstellen einer berühmten Filmszene, wie etwa der Szene mit Marlene Dietrich aus dem Film „Der Blaue Engel“.

In dieselbe Richtung zielt eine Entscheidung des OLG Hamburg, welches eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts auch bei der Nachahmung einer bekannten Stimme – im gegebenen Fall Heinz Erhardt – angenommen hat.

Im Ergebnis stehen dem Prominenten Schadensersatzansprüche wegen Verletzung der kommerziellen Interessen seines Persönlichkeitsrechts unabhängig davon zu, ob die Doppelgängerwerbung als solche erkennbar ist (so das Landgericht Köln im Fall einer Werbung mit einem Doppelgänger von Michael Schumacher).

Einwilligung des erkennbar Abgebildeten

Ist der Abgebildete erkennbar, kommt es darauf an, ob er in die Veröffentlichung des Bildnisses eingewilligt hat oder eine Einwilligung ausnahmsweise entbehrlich ist.

Ausdrückliche Einwilligung: Die ausdrückliche Einwilligung ist eine einseitige empfangsbedürftige Willenserklärung. Sie setzt die Geschäftsfähigkeit des Einwilligenden voraus. Dies bedeutet, dass Volltrunkene und geistig gestörte Personen nicht wirksam einwilligen können. Wichtiger für die Werbewirtschaft ist jedoch, dass auch Minderjährige nicht rechtswirksam einwilligen können. Hier bedarf es vielmehr der Einwilligung des gesetzlichen Vertreters und zudem die des Minderjährigen – jedenfalls soweit dieser grundrechtsmündig ist, was etwa ab einem Alter von 14 Jahren regelmäßig anzunehmen sein dürfte. Es empfiehlt sich daher grundsätzlich, stets die Einwilligung von Minderjährigen und gesetzlichen Vertretern einzuholen.

Grundsätzlich kann die Einwilligung mündlich erteilt werden. Zu Beweiszwecken empfiehlt sich aber in jedem Fall die schriftliche Fixierung der Erklärung des Abgebildeten.

Stillschweigende Einwilligung: Einwilligungen können auch stillschweigend erteilt werden. Dies kommt jedoch zumeist nur bei

redaktionellen Publikationen in Betracht und gilt nur dann, wenn die Umstände der Aufnahme den Umfang ihrer späteren Veröffentlichung nahe legen. Wendet sich der Abgebildete beispielsweise aktiv der Kamera zu und gibt ein Interview, dann gibt er im Zweifel damit auch die Einwilligung zur Ausstrahlung dieses Interviews. Anders ist dies, wenn Aufnahmen schlicht geduldet werden oder der Abgebildete nicht bemerkt, dass er aufgenommen wird.

Eine stillschweigende Einwilligung zur Verwendung für Werbezwecke kommt nach bisheriger Rechtsprechung des BGH nicht in Betracht.

Umfang der Einwilligung: Hier gilt, wer den Zweck der Aufnahme nicht kennt, kann grundsätzlich nicht wirksam einwilligen. Besonders bei der kommerziellen Auswertung von Aufnahmen muss die Einwilligung diese abdecken. Hat jemand der Veröffentlichung einer Nacktaufnahme in einem Schulbuch zugestimmt, ist damit keine Einwilligung in die Ausstrahlung des Bildnisses im Fernsehen verbunden. Hat der Abgebildete der Veröffentlichung seines Bildnisses im Zusammenhang mit einer redaktionellen Berichterstattung zugestimmt, liegt darin keine Einwilligung für die werbliche Nutzung. Etwas anderes kann sich im Einzelfall nur dann ergeben, wenn der Zweck der Einwilligung dies zulässt. So kann beispielsweise eine Einwilligung zur Veröffentlichung von Bildnissen in einem Buch auch stillschweigend die Einwilligung enthalten, mit dem Bildnis für den Vertrieb des Buches im Internet oder in Katalogen zu werben. Die Grenzen sind hier jedoch fließend und hängen vor allem vom Inhalt des Bildnisses ab. Handelt es sich um einen Kunstdruck mit Aktfotografien erscheint die Werbung mit Bildnissen aus dessen Inhalt im Internet zweifelhaft, da einem Missbrauch Tür und Tor geöffnet wären.

Vermutete Einwilligung: Eine Besonderheit enthält die Regelung des § 22 Satz 2 KunstUrhG. Erhält der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden lässt, eine Entlohnung, wird seine Einwilligung in die Veröffentlichung vermutet. Voraussetzung ist jedoch, dass die Entlohnung speziell für die Veröffentlichung erfolgt ist. Erhält ein Musiker seine Gage für den Bühnenauftritt, wird nicht vermutet, dass er seine Einwilligung auch zur Auswertung einer dabei entstehenden Aufnahme im Fernsehen oder gar als Werbung erteilt hat. Die Überlassung von Abzügen der Aufnahmen wird regelmäßig nicht als Entlohnung angesehen.

Tod des Abgebildeten: Das Erfordernis der Einwilligung besteht gemäß § 22 Satz 3 KunstUrhG bis 10 Jahre nach seinem Tod. In dieser Zeit ist die



Einwilligung vom Ehegatten und den Kinder einzuholen und wenn diese nicht vorhanden sind, von den Eltern des Abgebildeten.

Auch nach dem Zeitraum von 10 Jahren ist die Abbildung nicht ohne weiteres zulässig. Zwar ist das Recht am eigenen Bild dann nicht mehr einschlägig, aber die Unzulässigkeit kann sich aus dem so genannten postmortalen, d.h. aus dem nach dem Tod fortdauernden, Persönlichkeitsrecht ergeben, welches den Abgebildeten vor allem gegen die kommerzielle Verwendung seines Bildnisses zu Zwecken der Werbung schützt, aber auch gegen sonstige erhebliche Eingriffe in das Persönlichkeitsrecht. Der postmortale Schutz verblasst, je länger der Tod des Abgebildeten zurückliegt.

Abbildungsfreiheit

§ 23 Abs. 1 KunstUrhG nennt Tatbestände, bei deren Vorliegen die Verwendung des Bildnisses einer Person ohne deren Einwilligung zulässig ist, wenn kein berechtigtes Interesse der Person entgegensteht (§ 23 Abs. 2 KunstUrhG).

Praktisch hohe Relevanz hat vor allem die Vorschrift des § 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstUrhG, wonach „Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte“ ohne Einwilligung veröffentlicht werden dürfen.

Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte: Die Vorschrift des § 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstUrhG führt dazu, dass so genannte „Personen der Zeitgeschichte“ in gewissen Grenzen ohne ihre Einwilligung abgebildet werden dürfen. Wer eine Person der Zeitgeschichte ist und in welchem Umfang ihre Bildnisse verbreitet werden dürfen, wird von der Rechtsprechung teilweise recht subjektiv und unterschiedlich beurteilt. Unterschieden wird zunächst zwischen relativen und absoluten Personen der Zeitgeschichte.

Absolute Personen der Zeitgeschichte sind solche, die durch ihre Taten derart in das Blickfeld der Öffentlichkeit gerückt sind, dass diese ein legitimes Interesse an allen Vorgängen um die Person hat. Bejaht wurde dies beispielsweise für Willy Brandt, Alexander Schalck-Golodkowski, Franz Beckenbauer, Boris Becker, Roy Black, Anne-Sophie Mutter, Marlene Dietrich oder Romy Schneider. Der Moderator Hans Meiser ist dagegen keine absolute Person der Zeitgeschichte.

Relative Personen der Zeitgeschichte sind Personen, an denen sich das legitime Informationsinteresse im Zusammenhang mit einem bestimmten Ereignis ergibt.

Bildnisse absoluter Personen der Zeitgeschichte dürfen veröffentlicht werden, wenn

PERSÖNLICHKEITSRECHTE

keine berechtigten Interessen des Abgebildeten dagegen sprechen. Es ist also stets zwischen dem Interesse des Abgebildeten auf Achtung seines Rechts in Ruhe gelassen zu werden und dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit sowie dem Recht der Pressefreiheit abzuwägen. Ersteres verbietet regelmäßig die ungefragte Veröffentlichung von Bildern aus der Intim- oder Privatsphäre des Abgebildeten. Stets unzulässig ist die Verwendung von Bildnissen für die Werbung, mag diese Werbung auch noch so humorvoll, künstlerisch, politisch oder sozialkritisch sein. So war die Verwendung eines Bildnisses von Angela Merkel für die Firma Sixt oder Wolfgang Thierse für Ikea mangels deren Einwilligung unzulässig.

Dies gilt im Übrigen auch für den Bereich vergleichender Werbung. Zwar gibt es gegenteilige Entscheidungen von Instanzgerichten, die dies mit der Begründung toleriert haben, der

BGH fordere im Bereich vergleichender Werbung die Abbildung der Anzeige des Wettbewerbers im Original (so im Falle der Verwendung eines Bildnisses von Dieter Bohlen aus der Kampagne des Makromarktes durch den Mediemarkt), soweit ersichtlich wurden diese Urteile bislang aber in der

Rechtsmittelinstanz mit dem Hinweis darauf aufgehoben, dass die Zulässigkeit vergleichender Werbung schlechterdings nicht zu einer Einschränkung des grundrechtlich garantierten Persönlichkeitsrechts führen kann.

Bildnisse von relativen Personen der Zeitgeschichte dürfen nur dann veröffentlicht werden, wenn ein sachlicher Zusammenhang mit dem Ereignis besteht, das die Person zur relativen Person der Zeitgeschichte macht.

Die Deutsche Rechtsprechung zur Abbildungsfreiheit gewährt Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens grundsätzlich nur geringen Schutz, was auch für die Belästigung durch Paparazzi gilt. Diese Rechtsprechung ist jüngst durch ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR) angeprangert worden. Dieser entschied am 24.06.2004 auf die Individualbeschwerde einer absoluten Person der Zeitgeschichte (Prinzessin Caroline von Hannover, geb. Monaco) hin, dass

die Deutsche Rechtsprechung gegen Art. 8 der Europäischen Menschenrechtskonvention verstoße, welcher die Achtung des Privat- und Familienlebens garantiert. Die Veröffentlichung von Aufnahmen Prominenter könnte nach dem Urteil des EGMR künftig nur noch dann zulässig sein, wenn sie diesen beim Ausüben seines Berufs oder seiner gesellschaftlichen Stellung zeigt. Eine freie Bildberichterstattung über privates Fehlverhalten wäre damit selbst dann problematisch, wenn der Prominente eine Vorbildfunktion wahrnimmt. Negativ könnte sich dies auf redaktionelle Medien auswirken, vor allem auf Organe der „Yellow Press“. Entsprechend groß war das Entsetzen der einschlägigen Zeitschriften.

Das Grundgesetz schreibt den deutschen Gerichten vor, die Entscheidungen des EGMR zu beachten. Es bleibt abzuwarten, wie sich die höchstrichterliche Rechtsprechung mit diesem Urteil auseinandersetzen wird.

Ausführlich hat sich bereits das Kammergericht Berlin in einem Urteil vom 29.10.2004 mit der Rechtsprechung des EGMR auseinandergesetzt. Das Kammergericht hatte darüber zu entscheiden, ob sich die Lebensgefährtin von Herbert Grönemeyer gegen die Veröffentlichung von Fotos zur Wehr setzen kann, die sie gemeinsam mit Herbert Grönemeyer in Rom beim Besuch eines Straßencafes und beim Bummel in einer Fußgängerzone zeigen. Das Gericht stellt zunächst fest, dass das Recht am eigenen Bild eines Begleiters eines Prominenten nicht weniger geschützt ist als dasjenige des Prominenten selbst. Unter Berufung auf das erwähnte Urteil des EGMR kommt das Gericht zu dem Ergebnis, dass die Fotos die Lebensgefährtin von Herbert Grönemeyer in ihrem Recht am eigenen Bild und in ihrem allgemeinen Persönlichkeitsrecht verletzen, da die Bilder ersichtlich bei privater Gelegenheit (das Gericht wörtlich: „zum Beispiel beim Küssen“) heimlich von einem Paparazzo aufgenommen worden sind. Eine solche Verfolgung durch die Medien ist geeignet, der Abgebildeten ihre Unbefangtheit im Alltag zu nehmen und sie empfindlich in der freien Entfaltung ihrer Persönlichkeit zu stören.

Diese Entscheidung wäre vor dem Urteil des EGMR mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit anders ausgefallen. Es ist also anzunehmen, dass sich die „Yellow Press“ bezüglich ihrer Fotoberichterstattung „warm anziehen“ muss, wenn sich das Verhalten nicht grundlegend ändert. Ob das zu begründen ist oder ob wir als Normalbürger nicht ein Recht haben, auch über das Privatleben unserer „Stars“ durch Fotos informiert zu werden

(wenn auch nur anlässlich von Arzt- oder Friseurbesuchen), möchten wir der weiteren Diskussion überlassen.

Personen als Beiwerk: Gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 2 KunstUrhG dürfen Personen als Beiwerk einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen. Voraussetzung der Privilegierung ist somit zunächst, dass überhaupt ein Landschaftsfoto vorliegt. Werden Gebäude oder Ähnliches fotografiert, die zwar in einer Landschaft stehen, aber Hauptgegenstand des Bildes sind, ist die Vorschrift nicht anwendbar. Voraussetzung ist weiterhin, dass der Abgebildete für das Bild nicht prägend ist, sondern lediglich Beiwerk. Die Ausnahmevorschrift gilt auch bei Bildnissen, die zu Werbezwecken verwendet werden.

Bilder von Versammlungen, Aufzügen oder ähnlichen Vorgängen: Gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 3 KunstUrhG dürfen Personen abgebildet werden, die an einer öffentlichen Versammlung, einem Aufzug oder einem ähnlichen Vorgang teilgenommen haben. Hierunter fallen auch Konzerte oder Sportveranstaltungen. Es ist nach der Vorschrift nur zulässig, die Personen als Teilnehmer zu zeigen. Das heißt aber, dass zufällig in die Versammlung hineingeratene Personen nicht abgebildet werden dürfen. Entsprechendes gilt, wenn sich mehrere Personen mit unterschiedlicher Zielrichtung treffen. Mangels kollektiven Willen ist hier gar keine Versammlung gegeben. Darüber hinaus ist auch die individualisierende Abbildung einzelner Personen einer Versammlung. Problematisch kann vor diesem Hintergrund bereits die Abbildung eines Fußballfans beim Eckball sein.

Auch die Abbildungsfreiheit nach § 23 Abs. 1 Nr. 3 KunstUrhG ist durch berechtigte Interessen des Abgebildeten eingeschränkt, die bei einer werblichen Verwendung regelmäßig betroffen sind.

Seien Sie also auf der Hut, wenn Ihnen ein Kunde erklärt, mit den Personen auf den Fotos „gibt es schon keine Probleme“. Lassen Sie sich im Zweifelsfall unter Vorlage der entsprechenden Unterlagen schriftlich versichern, dass alle erforderlichen Rechte für die Veröffentlichung der Fotos eingeholt wurden. Sollten entsprechende Unterlagen nicht vorgelegt werden können, lassen Sie sich von Ihrem Auftraggeber schriftlich zumindest von jeglicher Inanspruchnahme durch Dritte freistellen.

Horst Michael Ellmer

