BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 223/05

Verkündet am:
5. Juni 2008
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 5. Juni 2008 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Pokrant, Prof. Dr. Büscher, Dr. Bergmann und Dr. Koch

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg, 7. Zivilsenat, vom 29. November 2005 im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als zum Nachteil der Beklagten erkannt worden ist.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 24, vom 3. September 2004 im Kostenpunkt und im Umfang der Aufhebung des Berufungsurteils abgeändert.

Die Klage wird auch insoweit abgewiesen.

Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Von Rechts wegen

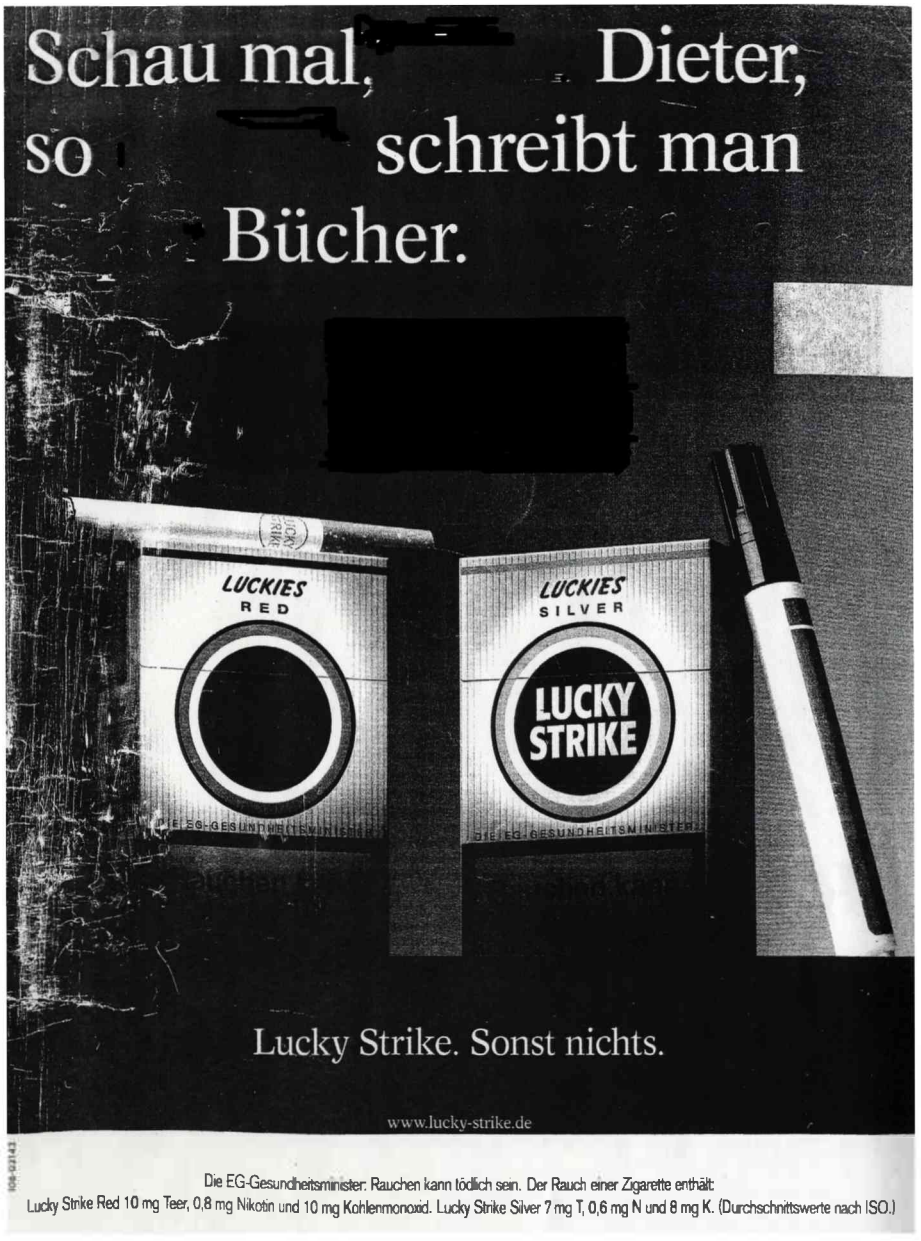
Tatbestand:

1 Der Kläger ist der bekannte Musikproduzent Dieter Bohlen. Er veröffentlichte im Jahre 2003 das Buch "Hinter den Kulissen". Mehrere Gerichtsverfahren führten dazu, dass verschiedene Textpassagen dieses Buches geschwärzt werden mussten.

2 Die Beklagte ist das deutsche Tochterunternehmen eines international tätigen Tabakkonzerns. Sie warb am 27. Oktober 2003 - ohne Einwilligung des Klägers - in dem Wochenmagazin "Der Spiegel" sowie in der Tageszeitung "Bild" für ihre Zigaretten "Lucky Strike" mit einer nachstehend verkleinert wiedergegebenen ganzseitigen Anzeige, in der zwei Zigarettenschachteln abgebildet sind, an denen ein schwarzer Filzstift lehnt:

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS



3 In der über der Abbildung befindlichen Textzeile "Schau mal, lieber Dieter, so einfach schreibt man super Bücher" wurden die Wörter "lieber", "einfach" und "super" geschwärzt, ohne sie hierdurch unleserlich zu machen.

4 Der Kläger hat die Beklagte auf Zahlung einer fiktiven Lizenzgebühr in Höhe von 100.000 € in Anspruch genommen.

5 Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten.

6 Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt.

7 Das Berufungsgericht hat die Beklagte zur Zahlung einer Lizenzgebühr in Höhe von 35.000 € nebst Zinsen verurteilt und die Klage im Übrigen abgewiesen.

8 Mit ihrer (vom Senat zugelassenen) Revision verfolgt die Beklagte ihr auf vollständige Abweisung der Klage gerichtetes Begehren weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

9 I. Das Berufungsgericht hat angenommen, dem Kläger stehe wegen der werbemäßig erfolgten Vereinnahmung seines (Vor-)Namens in den Werbeanzeigen der Beklagten ein Anspruch auf Zahlung einer fiktiven Lizenzgebühr gegen die Beklagte in Höhe von 35.000 € gemäß § 812 Abs. 1 Satz 2 Fall 2, § 818 Abs. 2 BGB zu. Zur Begründung hat es ausgeführt:

10 Die Beklagte habe ohne rechtlichen Grund in das dem Kläger zustehende Recht am eigenen Namen eingegriffen und dadurch auf Kosten des Klägers einen vermögenswerten Vorteil erlangt, indem sie seinen Vornamen im Rahmen ihrer Werbeanzeigen rechtswidrig benutzt habe. Der in der Anzeige verwendete Vorname Die-

ter beziehe sich, wie sich aus der Aufmachung der Anzeige ohne weiteres für den angesprochenen durchschnittlichen Adressaten ergebe, auf den Kläger. Dieser Eingriff in das Namensrecht des Klägers sei rechtswidrig. Nach der insoweit gebotenen Güter- und Interessenabwägung sei maßgeblich zu bedenken, dass die Veröffentlichung der Anzeige und damit auch die Verwendung des Vornamens des Klägers vorrangig zu Werbezwecken der Beklagten erfolgt seien. Durch die Verwendung des Namens des Klägers und die Anspielung auf dessen Bücher habe in erster Linie in der Öffentlichkeit Aufmerksamkeit erregt werden sollen, um den Absatz der von der Beklagten beworbenen Zigarettenmarke zu erhöhen. Dieser Gesichtspunkt spreche von vornherein nachhaltig für ein Überwiegen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts des Klägers. Zwar könne sich die Beklagte hinsichtlich des Inhalts der Werbeanzeige auf das in Art. 5 Abs. 1 GG garantierte Meinungsäußerungsrecht berufen. Im Rahmen der Abwägung sei jedoch zu beachten, dass sich die Werbung der Beklagten auf ein Ereignis beziehe, dem jedenfalls kein sozialkritischer oder ähnlich gewichtiger Stellenwert beizumessen sei, sondern das mehr unterhaltenden Charakter habe. Auch die Berufung der Beklagten auf die Kunstfreiheit (Art. 5 Abs. 3 GG) ändere nichts an der Abwägung, dass das Interesse des Klägers überwiege. Danach habe die Beklagte dem Kläger das durch den rechtswidrigen Eingriff in dessen Persönlichkeitsrecht Erlangte zu erstatten und dementsprechend die Lizenzgebühr zu zahlen, die bei ordnungsgemäßem Rechtserwerb aufzuwenden gewesen wäre. In Anlehnung an die Ausführungen des Sachverständigen sei das danach zu zahlende Entgelt auf 35.000 € zu bemessen.

11 II. Die Revision der Beklagten hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Abweisung der Klage in dem in der Revisionsinstanz noch anhängigen Umfang. Dem Kläger steht der geltend gemachte Anspruch auf Zahlung einer fiktiven Lizenzgebühr weder aus § 812 Abs. 1 Satz 1 Fall 2 BGB noch aus § 823 Abs. 1 BGB i.V. mit Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 GG, § 12 BGB zu. Sämtliche

Ansprüche setzen voraus, dass die Beklagte den Kläger in rechtswidriger Weise in seinem Persönlichkeitsrecht einschließlich seines Rechts an seinem Namen verletzt hat. Daran fehlt es, weil sich die Beklagte hinsichtlich der Verwendung des Vornamens des Klägers in der fraglichen Werbeanzeige auf den Schutz der Meinungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) berufen kann.

12 1. Rechtlich zutreffend ist das Berufungsgericht allerdings davon ausgegangen, dass eine unbefugte Nutzung der vermögenswerten Bestandteile des allgemeinen Persönlichkeitsrechts sowie der besonderen Persönlichkeitsrechte wie des Namens und des Rechts am eigenen Bild einen Bereicherungsanspruch des Rechtsträgers aus Eingriffskondiktion (§ 812 Abs. 1 Satz 1 Fall 2 BGB) begründet. Da das Erlangte nicht herausgegeben werden kann, ist Wertersatz zu leisten (§ 818 Abs. 2 BGB), der nach den bei der Verletzung von Immaterialrechtsgütern geltenden Grundsätzen berechnet werden kann. Der Wertersatz kann daher auch nach der üblichen Lizenzgebühr berechnet werden.

13 2. Das Berufungsgericht hat ferner rechtsfehlerfrei festgestellt, dass die Beklagte in der beanstandeten Werbeanzeige den Namen des Klägers zu kommerziellen Zwecken genutzt und damit in die vermögenswerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechts des Klägers eingegriffen hat. Das Namensrecht nach § 12 BGB und das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Namensträgers können auch durch die Verwendung eines Vornamens in Alleinstellung verletzt werden, wenn schon der alleinige Gebrauch des Vornamens beim angesprochenen Verkehr die Erinnerung an einen bestimmten Träger weckt (vgl. BGH, Urt. v. 27.1.1983 - I ZR 160/80, GRUR 1983, 262, 263 = WRP 1983, 339 - Uwe). Das Berufungsgericht hat rechtsfehlerfrei festgestellt, aus der Aufmachung der Anzeige ergebe sich für einen durchschnittlichen Betrachter der Werbeanzeige ohne weiteres, dass sich der in der Anzeige verwendete Vorname Dieter auf den Kläger beziehe.

14 3. Dagegen kann dem Berufungsgericht nicht in seiner Beurteilung gefolgt werden, der Eingriff in das einen Teil des Persönlichkeitsrechts des Klägers darstellende Namensrecht sei nicht gerechtfertigt. Das Berufungsgericht hat bei der von ihm vorgenommen Güter- und Interessenabwägung nicht hinreichend berücksichtigt, dass die vermögensrechtlichen Bestandteile des allgemeinen Persönlichkeitsrechts wie auch des Namensrechts nur einfachrechtlich geschützt sind, während sich die Beklagte ihrerseits auf das verfassungsrechtlich geschützte Grundrecht der Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) berufen kann. Unter Berücksichtigung der Schwere des Eingriffs in das Persönlichkeitsrecht des Klägers ist der Ausübung des Grundrechts der Meinungsäußerungsfreiheit im Streitfall daher der Vorrang einzuräumen.

15 a) Bei dem in der Revisionsinstanz noch anhängigen Anspruch auf Zahlung einer Lizenzgebühr in Höhe von 35.000 € geht es ausschließlich um einen Eingriff der Beklagten in die vermögenswerten Bestandteile des allgemeinen Persönlichkeitsrechts sowie des Namensrechts des Klägers. Eine etwaige Beeinträchtigung der ideellen Bestandteile seines Persönlichkeitsrechts steht nicht in Rede. Während die Persönlichkeitsrechte, soweit sie dem Schutz ideeller Interessen dienen, zum verfassungsrechtlich gewährleisteten Kern der Persönlichkeitsentfaltung (Art. 1 und 2 Abs. 1 GG) gehören, ist der Schutz der von der Rechtsprechung entwickelten vermögenswerten Bestandteile der Persönlichkeitsrechte lediglich zivilrechtlich begründet (BVerfG, Kammerbeschl. v. 22.8.2006 - 1 BvR 1168/04, GRUR 2006, 1049, 1050 f.; BGHZ 169, 340 Tz. 21 - Rücktritt des Finanzministers). Den nur einfachrechtlich geschützten vermögensrechtlichen Bestandteilen des Persönlichkeitsrechts kommt gegenüber der verfassungsrechtlich geschützten Meinungsäußerungsfreiheit grundsätzlich kein Vorrang zu (vgl. BGHZ 169, 193 Tz. 14 - kinski-klaus.de; ferner

Ehmann, AfP 2007, 81, 82; Soehring/Link in Weberlin/Wallraf/Deters, Im Zweifel für die Pressefreiheit, 2008, S. 285, 294).

16 b) Unter Berücksichtigung der Intensität des hier in Rede stehenden Eingriffs in den vermögensrechtlichen Bestand des Persönlichkeitsrechts des Klägers kommt bei der gebotenen Güter- und Interessenabwägung der Rechtsposition, auf die sich die Beklagte bei der Verbreitung der Werbeanzeige unter Berufung auf Art. 5 Abs. 1 GG stützen kann, ein größeres Gewicht zu.

17 aa) Der Schutz des Art. 5 Abs. 1 GG erstreckt sich, wovon auch das Berufungsgericht ausgegangen ist, auch auf kommerzielle Meinungsäußerungen und auf reine Wirtschaftswerbung, die einen wertenden, meinungsbildenden Inhalt hat (vgl. BVerfGE 71, 162, 175; 102, 347, 359 - Benetton; BGHZ 169, 340 Tz. 15 - Rücktritt des Finanzministers, m.w.N.). Dabei haben nicht nur Beiträge, die sich mit Vorgängen von historisch-politischer Bedeutung befassen, einen meinungsbildenden Inhalt (zu einer Werbeanzeige mit einem aktuellen politischen Tagesereignis vgl. BGHZ 169, 340 Tz. 20 - Rücktritt des Finanzministers), sondern auch solche, die Fragen von allgemeinem gesellschaftlichen Interesse aufgreifen. Auch durch unterhaltende Beiträge kann Meinungsbildung stattfinden; solche Beiträge können die Meinungsbildung unter Umständen nachhaltiger anregen und beeinflussen als sachbezogene Informationen (vgl. BVerfGE 101, 361, 389 f. - Caroline von Monaco; BVerfG, Kammerbeschl. v. 2.5.2006 - 1 BvR 507/01, NJW 2006, 2836 Tz. 11; BGH, Urt. v. 3.7.2007 - VI ZR 164/06, GRUR 2007, 902 Tz. 7 = WRP 2007, 1216, m.w.N.).

18 bb) Das beanstandete Werbemotiv der Beklagten kommentiert, wie das Landgericht, auf dessen Feststellungen das Berufungsgericht Bezug genommen hat, rechtsfehlerfrei angenommen hat, in humoristischer Weise die Buchveröffentlichung des Klägers, indem sie diesen - quasi in Form eines offenen Briefes - scheinbar dar-

über belehrt, wie man ("super") Bücher zu schreiben habe, nämlich offenbar durch Anbringung von Schwärzungen vor der Veröffentlichung. Soweit die Beklagte hiermit dazu auffordere, Publikationen vor ihrer Veröffentlichung einer sorgfältigen inhaltlichen Überprüfung zu unterziehen, thematisiere sie einen Belang von öffentlichem Interesse. Rechtsfehlerfrei ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, dass diese in der Werbeanzeige der Beklagten enthaltenen Äußerungen wegen des insoweit bestehenden Informationsinteresses der Öffentlichkeit dem Schutz des Art. 5 Abs. 1 GG unterfallen. Die Bekanntheit einer Person wie des Klägers im öffentlichen Leben kann ein besonderes Informationsinteresse der Öffentlichkeit begründen, das es rechtfertigen kann, über bestimmte Verhaltensweisen dieser Person auch mit Namensnennung und Abbildung zu berichten (vgl. BVerfG, Kammerbeschl. v. 13.6.2006 - 1 BvR 565/06, NJW 2006, 2835 Tz. 11; BGH, Urt. v. 15.11.2005 - VI ZR 286/04, GRUR 2006, 257 Tz. 22 = WRP 2006, 261). Einer Berichterstattung mit Namensnennung und Abbildung über solche Ereignisse von gesellschaftlicher Relevanz steht auch nicht der Schutz der Privatsphäre nach Art. 8 EMRK (vgl. dazu EGMR GRUR 2004, 1051 Tz. 76 - von Hannover/Deutschland) entgegen (BVerfG NJW 2006, 2835 Tz. 14 f.; BGH GRUR 2006, 257 Tz. 26; GRUR 2007, 902 Tz. 9).

19 cc) Obwohl die Beklagte die Buchveröffentlichung des Klägers im Rahmen einer Werbeanzeige thematisiert hat, kann sie sich folglich gleichwohl auf den besonderen Schutz der Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) berufen. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts führt der Umstand, dass mit der Anzeige durch die Verwendung des Vornamens des Klägers und durch die Anspielung auf seine Bücher in erster Linie Aufmerksamkeit erregt werden sollte, um letztlich den Absatz der von der Beklagten beworbenen Zigarettenmarke zu erhöhen, nicht zu einem grundsätzlichen Überwiegen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts des Klägers. Das Berufungsgericht hat bei seiner Abwägung nicht hinreichend beachtet,

dass im Streitfall, wie dargelegt, lediglich der zivilrechtlich, nicht verfassungsrechtlich begründete Schutz der vermögenswerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechts betroffen ist. Geht es um Eingriffe in die vermögenswerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechts, weil der Name einer bekannten Persönlichkeit ohne deren Einwilligung in einer Werbeanzeige genannt wird, kann nicht ohne weiteres davon ausgegangen werden, dass dem Schutz des Persönlichkeitsrechts des Genannten stets der Vorrang gegenüber der Meinungsäußerungsfreiheit des Werbenden zukommt. Vielmehr kann die mit der Namensnennung verbundene Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts hinzunehmen sein, wenn sich die Werbeanzeige einerseits in satirisch-spöttischer Form mit einem in der Öffentlichkeit diskutierten Ereignis auseinandersetzt, an dem der Genannte beteiligt war, und wenn andererseits der Image- oder Werbewert des Genannten durch die Verwendung seines Namens nicht ausgenutzt und nicht der Eindruck erweckt wird, als identifiziere er sich mit dem beworbenen Produkt oder empfehle es (vgl. BGHZ 169, 340 Tz. 19 - Rücktritt des Finanzministers, m.w.N.).

20 Diesen Eindruck erweckt die beanstandete Werbeanzeige nach den Feststellungen des Berufungsgerichts jedoch nicht. Die Werbeanzeige greift vielmehr, wie auch das Berufungsgericht angenommen hat, in humorvoller Weise die Buchveröffentlichung des Klägers auf und thematisiert im zeitlichen Zusammenhang mit diesem Ereignis und der darüber in den Medien geführten Diskussion mit der Frage der Sorgfalt der Überprüfung vor der Veröffentlichung ein Thema von öffentlichem Interesse. Sie ist daher Teil der öffentlichen Auseinandersetzung über die Art und Weise der Buchveröffentlichung des Klägers. Über die satirisch-spöttische Anspielung auf das der Öffentlichkeit bereits bekannte Ereignis hinaus hat die Werbeanzeige auch nach Auffassung des Berufungsgerichts keinen den Kläger herabsetzenden oder sonst für ihn negativen Inhalt. Da nicht der Eindruck erweckt wird, der Kläger identifiziere sich in irgendeiner Weise mit dem beworbenen Produkt, kann eine Herabset-

zung des Klägers insbesondere nicht darin gesehen werden, dass es sich hier um eine Werbung für Tabakerzeugnisse handelt. In diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass der Kläger, worauf das Berufungsgericht mit Recht hingewiesen hat, mit seiner Buchveröffentlichung schon aus eigenem werblichen Interesse die Öffentlichkeit selbst gesucht hat. Danach ist der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Klägers gegenüber der Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG), auf die sich die Beklagte berufen kann, von geringerem Gewicht. Das Interesse des Klägers, ohne seine Einwilligung in der Werbeanzeige nicht genannt zu werden, muss daher gegenüber der Ausübung des Grundrechts der Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) zurücktreten. Auf die Frage, ob sich die Beklagte zusätzlich auf die Kunstfreiheit (Art. 5 Abs. 3 GG) berufen kann, kommt es daher nicht mehr an.

21 4. Aus den vorstehend genannten Gründen steht dem Kläger auch ein Schadensersatzanspruch wegen Verletzung der vermögenswerten Bestandteile seines Persönlichkeitsrechts nach § 823 Abs. 1 BGB i.V. mit Art. 1 und 2 Abs. 1 GG auf Zahlung einer Lizenzgebühr nicht zu.

22 III. Auf die Revision der Beklagten ist das Berufungsurteil daher aufzuheben, soweit zum Nachteil der Beklagten entschieden worden ist. Auch insoweit ist die Klage unter Abänderung der erstinstanzlichen Entscheidung abzuweisen.

23 Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO.

Bornkamm Pokrant Büscher

Bergmann Koch

Vorinstanzen:
LG Hamburg, Entscheidung vom 03.09.2004 - 324 O 285/04 -
OLG Hamburg, Entscheidung vom 29.11.2005 - 7 U 97/04 -