

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

- Frischzellenkosmetik -

GG Art. 1; UWG §§ 1, 3

Zum Schutz des Persönlichkeitsbildes eines
verstorbenen Wissenschaftlers gegen Verwendung
seines Namens in einer täuschenden Werbung.

BGH, Urt. v. 17. Mai 1984 - I ZR 73/82 - OLG München
LG München I

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 73/82

URTEIL

in dem Rechtsstreit

Verkündet am

17. Mai 1984

R o t h

Justizangestellte

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

1. Coralie L[REDACTED]-N[REDACTED], K[REDACTED]straße 98, B[REDACTED],
Schweiz,
2. Institut Paul N[REDACTED], Forschung und Klinik AG,
vertreten durch den Geschäftsführer Dr. Rolf L[REDACTED],
W[REDACTED]platz 14, B[REDACTED], Schweiz,

Klägerinnen und Revisions-
klägerinnen,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED]
und Dr. [REDACTED] -

g e g e n

CBC B[REDACTED] C[REDACTED] S[REDACTED] und M[REDACTED] GmbH,
vertreten durch die Geschäftsführerinnen Dagmar H[REDACTED],
Dipl.-Kosmetikerin, M[REDACTED] und Ilse C[REDACTED], Dipl.-Kauf-
mann, B[REDACTED], K[REDACTED]-D[REDACTED]-Straße 4, M[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 17. Mai 1984 durch
den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die
Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Erdmann und
Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Auf die Revisionen der Klägerinnen zu 1) und 2)
wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlan-
desgerichts München vom 22. April 1982 aufge-
hoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und
Entscheidung, auch über die Kosten des Revisions-
verfahrens, an das Berufungsgericht zurückver-
wiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin zu 1) ist Schweizer Staatsangehörige
und führt den Nachnamen "L- N". Sie ist die ein-
zige Tochter und Alleinerbin des am 1. September 1971
verstorbenen Prof. Dr. med. Paul N. Dieser wurde
berühmt durch die von ihm entwickelte Cellulartherapie,
eine Therapie, bei der Frisch- oder Trockenzellen in-
jiziert werden.



[JLaw – Gesetze und Urteile](#)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
(mobile App)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Die Klägerin zu 2) ist eine unter Mitwirkung von Prof. Dr. N[REDACTED] nach Schweizer Recht gegründete Aktiengesellschaft mit der Firma "Institut Paul N[REDACTED] Forschung und Klinik AG". Prof. Dr. N[REDACTED] räumte ihr das Recht ein, seinen Namen in der Firma zu führen.

Die frühere Klägerin zu 3) ist ein gewerbliches Unternehmen, das von Prof. Dr. N[REDACTED] Lizenzen zur Herstellung von Zellpräparaten nach dessen Patenten erworben hat.

Die Beklagte betreibt in München einen Kosmetiksalon, in dem sie u. a. auch kosmetische Präparate unter der Bezeichnung "La Prairie" vertreibt. Auf dem Deckblatt einer dazu herausgegebenen Werbeschrift wird die Serie in Großbuchstaben wie folgt beschrieben:

**"Die biologisch aktive Hautpflege-Linie
entwickelt nach Erkenntnissen der Frischzellen-
Therapie von Professor Dr. med. Paul N[REDACTED]"**

Die folgende Seite enthält unter der Überschrift

"Klinik La Prairie

**Professor Dr.med. Paul N[REDACTED]
Vater der Frischzellen-Therapie"**

Ausführungen zur Frischzellentherapie von Prof. N[REDACTED] und den "La Prairie"-Schönheitspräparaten. Am Schluß wird über die Verwenderin dieser Kosmetika bemerkt:

**"Sie nimmt auf diese Weise teil an den Vorzügen
der Original-Frischzellen-Therapie nach Professor
N[REDACTED]"**

Herstellerin der Kosmetikserie "La Prairie" ist die im Jahre 1977 gegründete Laboratoires La Prairie S.A.; ihre Vorgängerin war die L. [REDACTED] C. [REDACTED] S.A. Als Vorprodukt für die Kosmetika werden in der Klinik "La Prairie" Frischzellenpräparate gewonnen, die den Kosmetika allerdings erst nach einer weiteren Behandlung beigegeben werden. Prof. N. [REDACTED] war an der Entwicklung der Kosmetikserie "La Prairie", die erst sechs Jahre nach seinem Tode auf den Markt kam, nicht beteiligt. Er hatte aber die Klinik "La Prairie" seit spätestens 1931 bis zu seinem Tode im Jahre 1971 an maßgeblicher Stelle als Arzt mitgeleitet und dort seine Cellulartherapie entwickelt. In mehreren Fällen gestattete er Dritten, seinen Namen im geschäftlichen Verkehr zu Werbezwecken zu verwenden. Seine Witwe erklärte als Nießbraucherin des Nachlasses am 14. Juni 1977, sie habe "keinerlei Einwendungen dagegen, daß der Name ihres verstorbenen Mannes für Produkte verwendet wird, die in der Klinik "La Prairie" oder in den Laboratorien, die mit ihr verbunden sind, hergestellt werden, unter der Voraussetzung, daß derartige Produkte nach den von Prof. Dr. N. [REDACTED] entwickelten Methoden hergestellt werden."

Die Klägerinnen behaupten, Prof. N. [REDACTED] habe die Anwendung der Frischzellentherapie auf dem Gebiet der Kosmetik stets abgelehnt; die hier in Frage stehenden Kosmetikpräparate enthielten auch keine Frischzellen oder biologisch aktive Zellen. Sie halten daher die Beklagte nicht für berechtigt, in der Werbung für diese Präparate auf Prof. N. [REDACTED] und die von ihm entwickelte Frischzellentherapie Bezug zu nehmen, und haben gegen sie auf Unterlassung geklagt.

Nachdem die Beklagte die Klageansprüche der früheren Klägerin zu 3) anerkannt hatte, hat das Landgericht sie auf die Anträge aller drei Klägerinnen unter Strafandrohung verurteilt, es zu unterlassen, in der Werbung für kosmetische Präparate Marke "LA PRAIRIE" bzw. "la prairie" den Hinweis

"Professor Dr. med. Paul N[REDACTED]
Vater der Frischzellen-Therapie"

schlagwortartig als Überschrift eines Werbetextes zu verwenden, wenn nicht das beworbene Präparat tatsächlich von Prof. Dr. med. Paul N[REDACTED] selbst entwickelt und zum Vertrieb freigegeben worden ist. Ferner hat das Landgericht auf die Anträge der Klägerinnen zu 1) und 3) - unter Zurückweisung der dahingehenden Anträge der Klägerin zu 2) - die Beklagte verurteilt, es zu unterlassen, in der Werbung von den genannten Kosmetika zu behaupten, diese seien

"entwickelt nach Erkenntnissen der Frischzellen-Therapie von Professor Dr. med. Paul N[REDACTED]"

und von einer Frau, die diese Kosmetika benutzt zu behaupten,

"Sie nimmt auf diese Weise teil an den Vorzügen der Original-Frischzellen-Therapie nach Prof. N[REDACTED]".

Die Berufung der Klägerin zu 2) gegen die teilweise Abweisung ihrer Klage war ohne Erfolg. Dagegen führte

die Berufung der Beklagten zur vollen Abweisung der Klage der Klägerinnen zu 1) und 2).

Mit der Revision begehrt die Klägerin zu 1) die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils; die Klägerin zu 2) beantragt die Aufrechterhaltung des landgerichtlichen Urteils, soweit es ihrer Klage stattgegeben hat, und verfolgt im übrigen den vom Landgericht abgewiesenen Teil ihrer Klage weiter. Die Beklagte beantragt die Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt: Der Klägerin zu 1) ständen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche nicht aufgrund des Persönlichkeitsrechts ihres verstorbenen Vaters zu, da dessen Lebensbild durch die beanstandete Werbung nicht herabgewürdigt werde. Dies gelte auch dann, wenn man unterstelle, daß die Kosmetikpräparate "La Prairie" keine Frischzellen oder biologisch aktive Zellen enthielten und die betreffenden Werbebehauptungen daher unwahr seien. Diese Werbung behaupte nicht, daß Prof. N. [REDACTED] seine Frischzellentherapie in der Kosmetik angewandt habe oder die Kosmetikserie "La Prairie" selbst wissenschaftlich verantworte, sondern erkläre nur, daß andere auf dieser Methode aufgebaut hätten.

Der Klägerin zu 1) ständen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche auch nicht aufgrund des Rechts

an ihrem eigenen Namen zu; denn in der angegriffenen Werbung werde nur auf den Namen ihres verstorbenen Vaters, nicht aber auf ihren Namen Bezug genommen. Es werde auch keine Beziehung zu ihr hergestellt; insbesondere entstehe nicht der Eindruck, sie hätte der Namensverwendung zugestimmt. Damit entfalle auch eine Verletzung ihres Persönlichkeitsrechts.

Der Klägerin zu 2) ständen ebenfalls keine Unterlassungsansprüche zu. Ein Anspruch wegen Verletzung des Namensrechts setze voraus, daß durch den Namensgebrauch ein schutzwürdiges Interesse des Berechtigten verletzt werde. Dies sei hier nicht der Fall, auch wenn man davon ausgehe, daß die Klägerin zu 2) als ein von Prof. N. [REDACTED] gegründetes und seinen Namen tragendes Institut berufen sei, das wissenschaftliche Erbe und Ansehen sowie das Lebensbild von Prof. N. [REDACTED] zu bewahren; denn sie werde mit der angegriffenen Werbung nicht in Verbindung gebracht. Daher entfielen auch Ansprüche aufgrund des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche seien mangels eines Wettbewerbsverhältnisses nicht gegeben.

II. Diese Ausführungen halten der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

1. Die Frage, ob die Klägerin zu 1) zum Schutze des Persönlichkeitsbildes ihres verstorbenen Vaters gem. den §§ 823 Abs. 1, 1004 BGB i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG die Unterlassung der beanstandeten Werbung verlangen kann, beurteilt sich unabhängig von der Staatsangehörigkeit von Prof. N. [REDACTED] nach deutschem Recht. Die Ver-

letzung des Persönlichkeitsrechts ist eine unerlaubte Handlung, für die nach Art. 12 EGBGB das Recht des Begehungsortes maßgeblich ist. Da die beanstandete Werbung der Beklagten im Inland durchgeführt wurde, findet somit das deutsche Recht Anwendung.

Wie das Berufungsgericht im Ausgangspunkt zutreffend angenommen hat, endet der rechtliche Schutz der Persönlichkeit gem. Art. 1 Abs. 1 GG nicht mit dem Tode. Vielmehr besteht der allgemeine Wert- und Achtungsanspruch fort, so daß das fortwirkende Lebensbild eines Verstorbenen weiterhin wenigstens gegen grobe ehrverletzende Beeinträchtigungen geschützt wird. Dieser Schutzanspruch kann von den hierzu Ermächtigten und von den nächsten Angehörigen geltend gemacht werden (vgl. BGHZ 50, 133, 137 ff. - Mephisto; BVerfG NJW 1971, 1645, 1646 f. - Mephisto).

Das Berufungsgericht hat angenommen, daß es auch bei Zugrundelegung des Vortrags der Klägerin zu 1) an einer schweren Beeinträchtigung des Ansehens von Prof. N. fehle. Es sei zwar denkbar, daß seine Person herabgewürdigt werde, wenn sein Name und seine wissenschaftliche Leistung, die ihn berühmt gemacht habe, mit - wie das Berufungsgericht unterstellt - unwahren Werbebehauptungen in Zusammenhang gebracht werden; im vorliegenden Fall werde aber - und zwar auch für den flüchtigen Leser der Werbeschrift erkennbar - die Anwendung der Frischzellentherapie auf Kosmetika als Leistung anderer dargestellt. Die Frischzellentherapie werde nur als diejenige Methode genannt, auf der aufgebaut worden sei. Mit dem Hinweis auf Prof. Dr. N. werde der Mann

bezeichnet, mit dessen Name und Lebenswerk diese Methode verbunden sei. Bei der von den Klägerinnen behaupteten und hier unterstellten Unwahrheit der Werbung der Beklagten fiele zwar auch auf Prof. N[REDACTED] und seine Therapie ein Schatten, weil beide mit einem "Betrug" in Verbindung gebracht würden; bei dem Erkennen der hier unterstellten Unwahrheit der Werbung werde aber zugleich erkennbar, daß Prof. N[REDACTED] für diesen "Betrug" nicht verantwortlich sei.

Diese Ausführungen halten der rechtlichen Nachprüfung nicht stand. Wie die Revision zu Recht geltend macht, schöpfen sie den Sachverhalt nicht vollständig aus und widersprechen der Lebenserfahrung.

Geht man entsprechend dem hier zu unterstellenden Klagevortrag davon aus, daß Prof. N[REDACTED] die Anwendung seiner Frischzellentherapie auf Kosmetika stets abgelehnt hat und zudem die Präparate "La Prairie" entgegen dem Prinzip der Frischzellentherapie keine frischen und keine biologisch aktiven Zellen enthalten, ist die beanstandete Werbung, die in entscheidender Weise auf Prof. N[REDACTED] Bezug nimmt und die Weitergabe der Vorzüge der "Original-Frischzellen-Therapie nach Professor N[REDACTED]" verspricht, zumindest eine Täuschung.

Wie das Berufungsgericht verkannt hat, ist nach der Lebenserfahrung davon auszugehen, daß jedenfalls ein Teil der Leser die Werbeschrift der Beklagten dahin versteht, Prof. N[REDACTED] habe die von ihm entwickelte Frischzellentherapie auf dem Gebiet der Kosmetik angewandt und trage selbst die wissenschaftliche Verant-

wortung für die Kosmetikserie "La Prairie". Hierzu wird der Leser bereits durch die Aufschrift auf dem Deckblatt der Werbebroschüre veranlaßt; denn der Satz "Entwickelt nach Erkenntnissen der Frischzellen-Therapie von Professor Dr. med. Paul N[REDACTED]" kann auch verstanden werden als die Behauptung "Entwickelt von Professor Dr. med. N[REDACTED] nach Erkenntnissen der Frischzellen-Therapie". Ein solches Verständnis, bei dem eine Entwicklung durch Prof. N[REDACTED] selbst angenommen wird, wird noch durch die folgende Seite der Werbeschrift verstärkt, wo unter der Überschrift "Professor Dr. med. Paul N[REDACTED] - Vater der Frischzellen-Therapie" Verbindungen der Klinik und der Kosmetika "La Prairie" zu diesem Wissenschaftler und seiner Therapie beschrieben werden und schließlich behauptet wird, daß man bei Verwendung dieser Kosmetika "an den Vorzügen der Original-Frischzellen-Therapie nach Professor N[REDACTED]" teilnehme.

Selbst diejenigen Leser, die den Werbetext aufmerksam lesen, werden - wovon auch das Berufungsgericht ausgeht - aufgrund der besonderen Herausstellung des Namens von Prof. Niehans und seiner Therapie jedenfalls annehmen, daß diese Bezeichnungen berechtigterweise benutzt werden und daß es sich bei den Präparaten um einen Anwendungsfall der Original-Frischzellentherapie von Prof. N[REDACTED] handelt.

Wenn die so getäuschten Leser die Irreführung erkennen, wird in der Regel auch das Ansehen von Prof. N[REDACTED] und seiner Frischzellentherapie erheblichen Schaden nehmen. Wenn die Leser bemerken, daß die

Kosmetika "La Prairie" weder die erwähnten Frischzellen noch sonst biologisch aktive Zellen enthalten, werden sie, wie auch das Berufungsgericht angenommen hat, in der beanstandeten Werbung eine Irreführung sehen. Dabei ist entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts jedoch nach der Lebenserfahrung anzunehmen, daß jedenfalls teilweise diese Schlußfolgerung auch auf die Frischzellentherapie von Prof. N[REDACTED] im allgemeinen und damit auf sein Wirken als Wissenschaftler übertragen wird.

Nur diejenigen Personen, die sichere Kenntnisse von der Frischzellentherapie und dem Wirken von Prof. N[REDACTED] haben, werden beim Erkennen der Unrichtigkeit der beanstandeten Werbung den Schluß ziehen, daß der Ruf von Prof. N[REDACTED] und seiner Therapie hier mißbraucht wird. Die hierfür erforderlichen speziellen Kenntnisse sind aber nach der Lebenserfahrung nur im Ausnahmefall zu erwarten. Es kann auch nicht davon ausgegangen werden, daß der Leser zugleich mit der Information über das - hier zu unterstellende - Fehlen frischer oder biologisch aktiver Zellen in den Kosmetika auch Kenntnis von dem Mißbrauch des Namens erhielte. Auf diese Unrichtigkeit der beanstandeten Werbebehauptungen kann nämlich bereits jemand stoßen, der über die Möglichkeit nachdenkt, derartige Zellen in kosmetischen Präparaten frisch zu halten, und dazu sachkundige Personen befragt. Hinzu kommt die Möglichkeit einer Verbraucheraufklärung, die sich nur mit den Eigenschaften dieser Kosmetika, nicht aber mit deren Verbindung zu Prof. N[REDACTED] beschäftigt.

Es ist vielmehr davon auszugehen, daß Leser die betreffenden Kosmetika als einen Anwendungsfall der Frischzellentherapie von Prof. N[REDACTED] ansehen und dann, wenn sie sie als einen Täuschungsversuch erkennen, diese Erkenntnis auf die Frischzellentherapie und das Wirken von Prof. N[REDACTED] insgesamt übertragen. Ein Teil dieser Leser wird wegen des - hier zu unterstellenden - Fehlens von frischen oder zumindest biologisch aktiven Zellen in den Kosmetikpräparaten "La Prairie" den Schluß ziehen, daß die Frischzellentherapie von Prof. N[REDACTED] insgesamt die Verwendung solcher Zellen nur vortäuscht. Damit gerät die Frischzellentherapie als Lebenswerk von Prof. N[REDACTED] in Mißkredit; er selbst verliert seine Glaubwürdigkeit, wodurch sein Ansehen als Wissenschaftler und als Person im Kern getroffen wird.

Hierin liegt eine so schwerwiegende Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts des verstorbenen Prof. N[REDACTED], daß der Klägerin zu 1) die geltend gemachten Unterlassungsansprüche zustehen, sofern sich ihre Behauptungen über die Unrichtigkeit der Werbung der Beklagten als zutreffend erweisen. Hierzu bedarf es noch weiterer tatrichterlicher Feststellungen.

2. Auch die Abweisung der Unterlassungsansprüche der Klägerin zu 2) durch das Berufungsgericht hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

a) Das Berufungsgericht hat allerdings zutreffend Ansprüche der Klägerin zu 2) wegen Verletzung ihres Namens- oder Persönlichkeitsrechts, die nach deutschem Recht zu beurteilen sind (Art. 12 EGBGB), verneint.

Dabei kann dahingestellt bleiben, inwieweit der Klägerin zu 2) als Aktiengesellschaft insoweit ein Schutz zusteht; denn unabhängig davon liegt eine Verletzung dieser Rechtsgüter nicht vor.

Eine Verletzung des Namensrechts im Sinne von § 12 BGB setzt voraus, daß - abgesehen von dem hier nicht in Betracht kommenden Bestreiten des Namensrechts - der Name von einem Nichtberechtigten gebraucht wird. Daran fehlt es hier; denn durch die Bezugnahme auf Prof. N. [REDACTED] als Begründer der Frischzellentherapie zur Beschreibung der Kosmetika maß sich die Beklagte nicht dessen Namen als eigenen an.

Eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts der Klägerin zu 2) entfällt, weil nicht angenommen werden kann, daß die angegriffene Werbung das Ansehen der Klägerin zu 2) beeinträchtigt. Das Berufungsgericht hat festgestellt, daß niemand die auf Prof. N. [REDACTED] Bezug nehmende Werbung der Beklagten mit der Klägerin zu 2), die dessen Namen in ihrer Firma führt, in Zusammenhang bringt. Diese Feststellung läßt sich aus Rechtsgründen nicht beanstanden; sie ist insbesondere nicht erfahrungswidrig. Da sich die Klägerin zu 2) bereits nach ihrer Firma vornehmlich als ein medizinisches Forschungsinstitut darstellt, läuft sie nach der Lebenserfahrung nicht Gefahr, mit Kosmetikprodukten in Verbindung gebracht zu werden, nur weil diese als ein Anwendungsfall der von der Klägerin zu 2) zum Forschungsbereich erwählten wissenschaftlichen Methode herausgestellt werden.

b) Das Berufungsgericht hat auch zutreffend wettbewerbsrechtliche Ansprüche der Klägerin zu 2) gegen

die Beklagte gemäß den §§ 1 und 3 UWG verneint. Hinsichtlich dieser Ansprüche fehlt es bereits an der Klagebefugnis der Klägerin zu 2), da zwischen ihr und der Beklagten kein Wettbewerbsverhältnis im Sinne von § 13 Abs. 1 UWG besteht.

Ein solches Verhältnis läge vor, wenn die Beteiligten entweder bereits nach dem Gegenstand ihrer Geschäftsbetriebe allgemein in wettbewerbsrechtlichen Beziehungen ständen oder die Beklagte sich jedenfalls durch die beanstandeten Handlungen in ein Wettbewerbsverhältnis zu der Klägerin zu 2) gestellt und damit deren Absatz behindert hätte (vgl. BGH Urt. v. 12. 1. 1972 - I ZR 60/70 = GRUR 1972, 553 - "Statt Blumen ONKO-Kaffee"). Derartige wettbewerbsliche Beziehungen hat das Berufungsgericht ohne Rechtsfehler verneint; denn wie es irrtumsfrei angenommen hat, lassen weder der Betrieb des Kosmetiksalons noch die beanstandete Kosmetikwerbung der Beklagten eine Beeinträchtigung der Tätigkeit der Klägerin zu 2) erwarten, und zwar auch nicht insoweit, als die Klägerin zu 2) gegen Entgelt die wissenschaftliche Beratung bei der medizinischen Anwendung der Frischzellentherapie betreibt.

c) Die von der Klägerin zu 2) geltend gemachten Unterlassungsansprüche könnten aber, was das Berufungsgericht - von seinem Standpunkt aus zutreffend - nicht geprüft hat, aus dem Gesichtspunkt des fortwirkenden Persönlichkeitsrechts des verstorbenen Prof. N. [REDACTED] begründet sein.

Wie oben zu Ziffer 1) ausgeführt ist, enthalten die beanstandeten Werbebehauptungen nach dem hier zu

unterstellenden Klagevortrag eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts des verstorbenen Paul N [REDACTED], die von den hierzu Berechtigten abgewehrt werden kann.

Zu den Wahrnehmungsberechtigten gehören in erster Linie die von dem Verstorbenen hierzu Berufenen (vgl. BGHZ 50, 133, 140 - Mephisto). Diese Voraussetzung könnte bei der Klägerin zu 2) erfüllt sein. Nach ihrem hier zu unterstellenden Vortrag hat der Verstorbene sie unter seinem Namen gegründet, damit sie sein medizinisch-wissenschaftliches Erbe sowie sein Ansehen und sein Lebensbild in aller Welt bewahrt. Diese Verpflichtung würde auch den Auftrag und die Ermächtigung umfassen, sein Lebensbild und sein Ansehen als Wissenschaftler vor etwaigen Beeinträchtigungen zu schützen. Hieraus ergäbe sich daher die erforderliche Befugnis zur Abwehr der vorgetragenen Persönlichkeitsrechtsverletzungen.

Falls die weiteren Feststellungen des Berufungsgerichts die behaupteten Verletzungen des Persönlichkeitsrechts des Verstorbenen ergeben, kommt es daher darauf an, ob die Klägerin zu 2) entsprechend ihrem Vortrag von dem Verstorbenen zur Abwehr derartiger Persönlichkeitsrechtsverletzungen ermächtigt worden ist. Auch insoweit bedarf es somit weiterer tatrichterlicher Feststellungen.

3. Im Ergebnis war daher das Berufungsurteil aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Scholz-Hoppe