

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

BGB §§ 812, 823 Ah

- a) Wird ein Foto ohne Einwilligung des Abgebildeten und ohne vorherige Rückfrage zu Werbezwecken veröffentlicht, so kann die darin liegende Verletzung des Persönlichkeitsrechts nur unter ganz besonderen Umständen unver schuldet sein.
- b) Dem Abgebildeten steht in solchem Fall eine angemessene Vergütung aus Eingriffskondiktion auch dann zu, wenn der Bereicherungsschuldner das Bildnis selbst durch die Leistung eines Dritten erhalten hat.
- c) Für die Bemessung der Höhe der geschuldeten Vergütung kann von Bedeutung sein, daß der Veröffentlichung des Fotos eine wesentliche Werbewirkung auch für ein vom Publizenten verschiedenes Unternehmen zukommt, dem der Abgebildete eine unentgeltliche Werbung mit seinem Foto gestattet hat.

BGH, Urteil vom 14. April 1992 - VI ZR 285/91 - OLG Celle
LG Verden

BUNDESGERICHTSHOF

4

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

VI ZR 285/91

Verkündet am:
14. April 1992
Herrwerth
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des Schauspielers Joachim F. [REDACTED], H. [REDACTED]straße [REDACTED],
G. [REDACTED],

Klägers und Revisionsklägers,

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

gegen

die B. [REDACTED] GmbH, genannt "Die Br. [REDACTED]", vertreten durch
die Geschäftsführer Frank S. [REDACTED] und Ernst-Georg N. [REDACTED],
Go. [REDACTED]platz [REDACTED], Ni. [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 14. April 1992 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Steffen und die Richter Bischoff, Dr. v. Gerlach, Dr. Müller und Dr. Dressler

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 13. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Celle vom 15. August 1991 im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als die Abweisung der Zahlungsklage in Höhe von 120.000 DM nebst Zinsen bestätigt worden ist.

Im Umfang der Aufhebung wird die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Der Kläger, ein bekannter Schauspieler und Fernsehmoderator, verlangt von der Beklagten eine Entschädigung dafür, daß sie ohne seine Einwilligung sein Foto zu Werbezwecken veröffentlicht hat.

Das Bild wurde am 12. September 1987 anlässlich einer Einweihungsfeier des Modehauses B. in M. aufgenommen, zu der neben anderen prominenten Personen auch der Kläger eingeladen war. Dieser ließ sich dort von dem mit ihm befreundeten Inhaber der Firma B. eine Brille aus deren neuer Kollektion aufsetzen und sich damit von einem Pressefotografen ablichten. Die Beklagte, die in der norddeutschen Kleinstadt N. ein Optikergeschäft betreibt, erhielt das Foto neben zwei Ablichtungen anderer Persönlichkeiten von ihrem Einkaufsverband, der O.-GmbH, dem ca. 250 Optikergeschäfte angehören, mit Begleitschreiben vom 21. September 1987. In diesem an alle Gesellschafter gerichteten Schreiben berichtete der Geschäftsführer Dr. Arno B. der O.-GmbH, der an der Einweihung vom 12. September 1987 teilgenommen hatte, über diese Veranstaltung und verwies auf die "für Ihre Pressearbeit und für die Dekoration in Ihrem Geschäft" beigelegten Fotos, mit denen die Adressaten "die Präsentation und Pressearbeit der B.-Kollektion" weiter verbessern könnten. Auf der Rückseite des den Kläger zeigenden Fotos stand "Joachim F. probiert die neue B.-Brille. Foto: Egbert K... Abdruck honorarfrei, Belegexemplar an Egbert K...."

In der Zeit von November 1987 bis Februar 1988 erschien auf Veranlassung der Beklagten insgesamt sechsmal

eine in ihrem Auftrag von einer Werbeagentur entworfene Anzeige in der örtlichen Tageszeitung in N., die seinerzeit eine Auflage von 24.000 Exemplaren hatte. Die etwa 8 x 13 cm großen Anzeigen bestanden zu gut 1/3 aus der Porträtaufnahme des lachenden Klägers mit der B.-Brille, daneben stand der fettgedruckte und unterstrichene Zweizeiler "Was tragen Sie Heut' Abend?", darunter der kleiner gedruckte Text "Man muß kein Talkmaster sein, um zu wissen, wie man sich in Szene setzt. Kollektion B...."; ganz unten schließlich befand sich das Firmenlabel der Beklagten mit deren Anschrift.

Der Kläger hat geltend gemacht, ihm sei durch jede Werbeanzeige der Beklagten ein Entgelt von 20.000 DM als übliche Lizenzgebühr und ferner das Honorar aus einem infolge der Veröffentlichungen gescheiterten anderweitigen Werbevertrag entgangen. Er hat wegen Verletzung seines Persönlichkeitsrechts eine Stufenklage auf Auskunft über die Anzahl der von der Beklagten veranlaßten Werbeanzeigen, eidesstattliche Versicherung und Schadensersatz erhoben. Die Klage ist in beiden Vorinstanzen ohne Erfolg geblieben. Mit der Revision verfolgt der Kläger allein noch sein Zahlungsbegehren in Höhe von 120.000 DM samt Zinsen weiter.

Entscheidungsgründe:

I.

Das Berufungsgericht bejaht einen widerrechtlichen Eingriff der Beklagten in das Recht des Klägers am eigenen Bild, verneint jedoch einen Anspruch des Klägers auf Entschädigung. Es meint, für einen Schadensersatzanspruch des Klägers fehle es am Verschulden der Beklagten, da diese aufgrund des Schreibens der O.-GmbH vom 21. September 1987 und der besonderen Entstehungsgeschichte des Fotos davon habe ausgehen dürfen, daß der Kläger mit der werbemäßigen Nutzung seines Bildes einverstanden sei. Ein etwaiges rechtswidriges Verhalten der O.-GmbH habe die Beklagte nicht zu verantworten. Eine bereicherungsrechtliche Einstandspflicht nach Lizenzgrundsätzen scheitere daran, daß der Beklagten das Foto des Klägers zur werblichen Nutzung durch eine Leistung der O.-GmbH zugewendet worden sei, was Ansprüche des Klägers gegen die Beklagte aus Eingriffskondiktion ausschließe.

II.

Diese Erwägungen halten einer rechtlichen Nachprüfung nicht in vollem Umfang stand.

1. Ohne Rechtsverstoß verneint das Berufungsgericht allerdings deliktische Ansprüche des Klägers.

a) Rechtlich unbedenklich ist die Ansicht des Berufungsgerichts, die Beklagte habe durch die Veröffentlichung des Fotos zu Werbezwecken das Recht des Klägers am eigenen Bild (§ 22 KUG) verletzt und durch diesen Verstoß gegen das kraft ausdrücklicher Gesetzesvorschrift unter Sonderschutz gestellte Selbstbestimmungsrecht des Abgebildeten zugleich in das nach § 823 Abs. 1 BGB geschützte allgemeine Persönlichkeitsrecht des Klägers eingegriffen. Denn allein dem auf einem Foto Abgebildeten selbst steht das Recht zu, darüber zu bestimmen, ob und auf welche Weise er der Öffentlichkeit im Bild vorgestellt wird (st. Rspr.; u.a. Senatsurteile vom 26. Juni 1979 - VI ZR 108/78 - NJW 1979, 2205, 2206 und vom 14. Oktober 1986 - VI ZR 10/86 - GRUR 1987, 128 = BGHR § 22 KUG Nr. 1). Eine dahingehende Gestattung des Klägers war hier auch nicht etwa deshalb entbehrlich, weil es sich bei ihm um eine Person der Zeitgeschichte i.S. von § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG handelte (s. dazu Senatsurteil vom 22. Januar 1985 - VI ZR 28/83 - VersR 1985, 391, 392). Auf diese Ausnahmegesetzesvorschrift kann sich nicht berufen, wer nicht einem schutzwürdigen Informationsbedürfnis der Allgemeinheit nachkommen, sondern durch Verwertung des Bildnisses eines anderen zu Werbezwecken allein sein Geschäftsinteresse befriedigen will (BGHZ 20, 345, 350; 49, 288; Senatsurteile vom 6. Februar 1979 - VI ZR 46/77 - NJW 1979, 2203, 2204; vom 26. Juni 1979 und vom 14. Oktober 1986 = jeweils aaO). So liegt der Fall hier. Die deshalb zur Veröffentlichung des Fotos erforderliche Einwilligung war im Streitfall vom Kläger nicht schon dadurch erteilt worden, daß er dem auf der Einweihungsfeier des Modehauses B. anwesenden Pressefotografen gestattet hatte, ihn mit einer B.-Brille abzulichten. Darin mag zwar das Einverständnis

des Klägers gelegen haben, mit seinem Bild für das Modehaus B. und dessen Produkte zu werben; das Verhalten des Klägers brachte aber nicht seine Zustimmung zum Ausdruck, daß mit seinem Foto unentgeltlich auch für die geschäftlichen Belange der Kunden des Modehauses B. Werbung gemacht werden könne.

b) Aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden ist auch die Ansicht des Berufungsgerichts, die Verletzung des Persönlichkeitsrechts des Klägers führe nicht zu einem deliktischen Schadensersatzanspruch, weil der Beklagten kein Verschulden zur Last falle und sie für einen Pflichtenverstoß ihres Einkaufsverbandes nicht verantwortlich sei.

aa) Rechtlich einwandfrei hat sich das Berufungsgericht die Überzeugung verschafft, die Beklagte habe aufgrund der gesamten Umstände des Streitfalles schuldlos annehmen können, daß sie das ihr von der O.-GmbH übersandte Foto des Klägers zu Werbezwecken verwenden dürfe. Freilich muß jemand, der das Bildnis einer anderen Person eigennützig zu solchen Zwecken veröffentlichen will, nach ständiger Rechtsprechung besonders gründlich prüfen, ob und wieweit er dazu befugt ist (BGH, Urteil vom 10. November 1961 - I ZR 78/60 - LM § 23 KunstUrhG Nr. 5; Senatsurteile vom 26. Januar 1971 - VI ZR 95/70 - NJW 1971, 698, 700 und vom 22. Januar 1985 - VI ZR 28/83 - NJW 1985, 1617, 1619). Dieser Prüfungspflicht genügt er im Regelfall nicht schon dadurch, daß er das Foto von einem Berufsfotografen oder einer Presse- bzw. Werbeagentur erwirbt; gerade in solchen Fällen kann vielmehr Anlaß zu besonderer Nachfrage bestehen (vgl. BGHZ 20, 345, 346; BGH, Urteil vom 10. November 1961

= aaO; Senatsurteil vom 27. November 1979 - VI ZR 148/78 - NJW 1980, 994, 995 f; OLG Frankfurt GRUR 1986, 614 f und NJW 1992, 441 f). Im Streitfall hat die Beklagte zwar derartige weitere Erkundigungen nicht angestellt; dennoch hat das Berufungsgericht aufgrund der besonderen tatsächlichen Gegebenheiten einen Pflichtenverstoß rechtsfehlerfrei verneint. Die Beklagte hatte das Bild des Klägers mit der B.-Brille nicht von dem Fotografen oder von einer Agentur, sondern von ihrem Einkaufsverband zugesandt bekommen, und zwar mit dem ausdrücklichen Hinweis darauf, daß es für die Pressearbeit bestimmt sei und daß mit ihm die Präsentation der B.-Kollektion verbessert werden könne. Auf der Rückseite des Fotos befand sich der Vermerk "Abdruck honorarfrei, Belegexemplar an Egbert K.". Der Geschäftsführer Dr. B. des Einkaufsverbandes, dessen Unterschrift das Begleitschreiben zu dem Foto trug, hatte an der Werbeveranstaltung des Modehauses B. vom 12. September 1987 teilgenommen, auf dem von dem Fotografen Egbert K. das Bild des Klägers mit der Brille erstellt worden war. Eine der drei der Beklagten übersandten Fotografien zeigte Dr. B., wie ihm der Gastgeber die erste Brillen-Kollektion persönlich überreichte. Diese gesamten Umstände, insbesondere die Entstehungsgeschichte des Bildes, konnten, wie das Berufungsgericht in rechtlich einwandfreier Würdigung ausführt, bei der Beklagten schuldlos den Irrtum hervorrufen, der Kläger habe sein Einverständnis mit der Verwertung des Fotos zu Werbezwecken auch durch die der O.-GmbH angehörenden, die B.-Kollektion führenden Optiker erteilt. Bei dieser Beurteilung hat entgegen der Rüge der Revision das Berufungsgericht nicht das Maß der im Verkehr erforderlichen Sorgfalt verkannt, sondern den sich für die Beklagte darstellenden Besonderheiten des

Streitfalles in rechtlich einwandfreier Weise Rechnung getragen.

bb) Zur Begründung einer deliktischen Haftung der Beklagten kann auch nicht, wie die Revision meint, auf die Rechtsgrundsätze zurückgegriffen werden, die in der Rechtsprechung zur sog. Fiktionshaftung nach den §§ 30, 31 BGB bei mangelhafter Organisation von juristischen Personen entwickelt worden sind (vgl. dazu BGHZ 24, 200, 212 ff; 39, 124, 130; Senatsurteil vom 8. Juli 1980 - VI ZR 158/78 - NJW 1980, 2810, 2811 m.w.N.). Dem steht schon der Umstand entgegen, daß die Beklagte hier weder die O.-GmbH noch einen sonstigen Dritten anstelle eines eigentlich damit zu betrauenden verfassungsmäßig berufenen Vertreters mit der Prüfung beauftragt hatte, ob die werbemäßige Nutzung des Fotos des Klägers zulässig sei. Vielmehr ist die Beklagte der mangels Delegation von ihr selbst wahrzunehmenden Prüfungspflicht, wie dargelegt, in ausreichendem Maße nachgekommen.

cc) Ohne Rechtsfehler hat das Berufungsgericht auch eine Schadensersatzpflicht der Beklagten nach § 831 Abs. 1 BGB verneint. Die O.-GmbH war von ihr nicht im Sinne dieser Vorschrift zu einer Verrichtung, nämlich zur Prüfung der Veröffentlichungsbefugnis, bestellt worden. Dem steht nicht entgegen, daß das Berufungsgericht in Bezug auf das Foto des Klägers die O.-GmbH als "Werbehelfer" der Beklagten bezeichnet. Daß sie als Einkaufsverband der Beklagten das Bild des Klägers zur werblichen Nutzung und damit insoweit als Helfer bei der Werbung übersandt hatte, verschaffte der Beklagten in Bezug auf die Veröffentlichung nicht die Stel-

lung eines Geschäftsherrn, die sie, wie für eine Haftung aus § 831 BGB erforderlich, berechnete, der O.-GmbH zur Prüfung der Veröffentlichungsbefugnis bestimmte Weisungen zu erteilen. Eine dahingehende konkrete Weisungsbefugnis ergibt sich auch nicht etwa daraus, daß die Beklagte als Gesellschafterin der O.-GmbH im Zusammenwirken mit den anderen Gesellschaftern generell auf die Geschäftsführung den gesellschaftsrechtlich vorgesehenen Einfluß nehmen konnte.

2. Mit Recht wendet sich die Revision jedoch gegen die Auffassung, dem Kläger stehe auch kein Anspruch aus ungerechtfertigter Bereicherung gegen die Beklagte zu.

a) Zutreffend geht das Berufungsgericht davon aus, daß die Befugnis des Klägers, über die (werbemäßige) Verwertung seines Bildes selbst zu entscheiden, ein vermögenswertes Ausschließlichkeitsrecht darstellt, dessen Verletzung auch ohne Verschulden Ansprüche aus ungerechtfertigter Bereicherung auslösen kann. Das entspricht ständiger Rechtsprechung (BGHZ 20, 345, 354 f; 81, 75, 80 ff; Senatsurteile vom 26. Juni 1979 und vom 14. Oktober 1986 = jeweils aaO).

b) Nicht zu folgen ist dem Berufungsgericht jedoch in der Ansicht, ein Bereicherungsanspruch des Klägers scheitere im Streitfall daran, daß die Beklagte die Nutzung des Fotos zu Werbezwecken nicht "in sonstiger Weise" auf Kosten des Klägers (§ 812 Abs. 1 Satz 1 BGB), sondern als eine auf gesellschaftsrechtlicher Förderungspflicht beruhende Zuwendung der O.-GmbH und damit durch vertragliche Leistung eines Dritten erlangt habe. Selbst wenn im Falle einer zur Begründung von Rechten des Empfängers führenden Leistung

eines Vertragspartners der Empfänger, wie das Berufungsgericht unter Bezugnahme auf BGHZ 40, 272, 278 ausführt, mit einem Bereicherungsanspruch allenfalls von dem Leistenden belangt werden kann, so fehlt es im Streitfall doch an einer solchen, Rechte der Beklagten begründenden Zuwendung der O.-GmbH. Denn nicht dieser Einkaufsverband hat durch die Übersendung des Fotos des Klägers der Beklagten die Befugnis zur werbemäßigen Nutzung verschafft; die Beklagte hat sich durch ihren nicht durch Einwilligung gedeckten Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Klägers die Kompetenz zur werbemäßigen Nutzung des Fotos selbst angemaßt (vgl. auch BGHZ 82, 299, 306 f). Eine durch Leistung begründete Vermögensverschiebung mit diesem Inhalt hat also zwischen der O.-GmbH und der Beklagten gar nicht stattgefunden; der auf die Nutzung des Fotos bezogene bloße Leistungswille der O.-GmbH vermochte ein Dreiecksverhältnis zwischen ihr und den Parteien mit etwaiger Konkurrenz zwischen Leistung und Bereicherung in sonstiger Weise nicht zu begründen. Deshalb stellt sich entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts hier auch nicht die Frage nach einer Subsidiarität der Eingriffs- gegenüber der Leistungskondition. Vielmehr hat die Beklagte durch ihren eigenmächtigen Eingriff in das Recht des Klägers am eigenen Bild "in sonstiger Weise" auf Kosten des Klägers das für die werbliche Nutzung des Fotos sonst zu entrichtende Honorar erspart.

c) Diesen rechtsgrundlosen Vermögenszuwachs hat die Beklagte durch Zahlung einer angemessenen Vergütung ("Lizenzgebühr") an den Kläger auszugleichen (BGHZ 20, 345, 354 f; 81, 75, 81 f; Senatsurteile vom 26. Juni 1979 und vom 14. Oktober 1986 = jeweils aaO). Dabei kommt es für ih-

re Entschädigungspflicht nicht darauf an, ob und in welcher Höhe sie für eine Werbung mit dem Foto des Klägers eine Vergütung zu zahlen bereit und in der Lage gewesen wäre. Die Beklagte muß sich vielmehr an der Sachlage, die sie selbst geschaffen hat, festhalten lassen (BGHZ 20, 345, 355; Senatsurteile vom 26. Juni 1979 und vom 14. Oktober 1986 = jeweils aaO).

III.

Das Berufungsurteil ist deshalb aufzuheben und der Rechtsstreit gemäß § 565 Abs. 1 ZPO zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, insbesondere über die Höhe der von der Beklagten zu zahlenden Vergütung, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

In der neuen Verhandlung wird das Berufungsgericht bei der Bemessung dieser Vergütung unter Beachtung des § 287 Abs. 2 ZPO darauf abzustellen haben, welches Entgelt vernünftige Vertragspartner in der Lage der Parteien als angemessenes Honorar für die werbemäßige Verwertung des Fotos des Klägers ausgehandelt hätten (BGHZ 30, 7, 17; BGH, Urteil vom 24. November 1981 - X ZR 36/80 - GRUR 1982, 286, 288). Dabei sind alle Umstände des konkreten Falles zu berücksichtigen (BGHZ 44, 372, 380; BGH, Urteil vom 24. November 1981 = aaO S. 287 ff), also u.a. die Auflagenstärke und Verbreitung der die Werbeanzeige enthaltenden Zeitschrift (OLG Hamburg AfP 1983, 282, 283 f; OLG Karlsruhe NJW 1989, 401, 402), die Art und Gestaltung der Anzeige (Senatsurteil vom 26. Juni 1979 = aaO) sowie die Werbewirkung der Bildveröffentlichung (BGH, Urteil vom 17. November

1960 - I ZR 87/59 - GRUR 1961, 138, 140). Hierbei ist als Besonderheit des Streitfalles auch zu beachten, daß der Kläger, wie er selbst vorträgt, mit dem Inhaber des Modehauses B. befreundet und deshalb bereit war, ihm in gewissem Rahmen seine Popularität kostenlos zur Verfügung zu stellen, und daß nach Art und Gestaltung der Anzeige von ihr in wesentlicher Weise eine Werbewirkung für das Modehaus B. ausgegangen ist, deren Brillen-Kollektion auch an anderer Stelle als in dem in der Anzeige nur verhältnismäßig klein gedruckten Geschäft der Beklagten zu kaufen war. Hätten wirtschaftlich vernünftig handelnde Parteien bei ei-

ner Vertragsgestaltung diese Umstände redlicherweise dahin berücksichtigt, daß der auf das Modehaus B. entfallende Anteil an Werbewirkung der Anzeige vom Abgebildeten unentgeltlich selbst übernommen worden wäre, dann ist die Beklagte insoweit nicht auf Kosten des Klägers bereichert. Als marktübliche Vergütung ist von ihr dem Kläger dann auch nur das herauszugeben, was sie an Werbekraft der Anzeige für ihr eigenes Unternehmen erlangt hat. Auch dazu wird das Berufungsgericht, ggfls. nach ergänzendem Vortrag der Parteien, noch weitere Feststellungen zu treffen haben.

Dr. Steffen

Bischoff

Dr. v. Gerlach

Dr. Müller

Dr. Dressler