

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

BGH: Zur Zulässigkeit der Abbildung des Bildnisses von Boris Becker in der Werbekampagne zur Einführung der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung

Der BGH hat entschieden, dass die Werbung mit der Abbildung einer prominenten Person auf dem Titelblatt einer Zeitung ausnahmsweise auch ohne eine diese Abbildung rechtfertigende Berichterstattung zulässig sein kann, wenn sie dem Zweck dient, die Öffentlichkeit über die Gestaltung und Ausrichtung einer neuen Zeitung zu informieren.

Der Kläger ist Boris Becker. Die Beklagte gibt die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung heraus. Vor dem Erscheinen der Erstausgabe am 30. September 2001 stellte sie der Fachöffentlichkeit ein Testexemplar der Zeitung vor. Dieses Testexemplar ist in der Werbekampagne zur Einführung der Zeitung vom 10. September 2001 bis zum 31. März 2002 in zusammengerollter Form – wie eine Zeitung in Zeitungsrohre gesteckt zu werden pflegt – abgebildet. Die Abbildung zeigt den oberen Teil der Titelseite mit dem Namen der Zeitung. Darunter ist links eine Fotografie des damaligen Bundesaußenministers Fischer und rechts ein Portraitfoto des Klägers zu sehen. Neben dem Bild des Klägers befindet sich die Schlagzeile "Der strauchelnde Liebling" mit dem Untertitel "Boris Beckers mühsame Versuche, nicht aus der Erfolgsspur geworfen zu werden Seite 17". Das Original des in der Werbekampagne abgebildeten Testexemplars der Zeitung zeigte neben einer ausgearbeiteten Titel- und Rückseite nur das vorgesehene Layout und enthielt insbesondere nicht den für Seite 17 angekündigten Bericht über Boris Becker. Ein solcher Bericht erschien auch in keiner späteren Ausgabe der Zeitung. Die Veröffentlichung des Fotos erfolgte ohne Einwilligung des Klägers.

Der Kläger ist der Ansicht, die Beklagte habe mit der ungenehmigten Verwendung seines Bildnisses in ihrer Werbekampagne sein Recht am eigenen Bild verletzt. Er hat die Beklagte auf Zahlung einer fiktiven Lizenzgebühr in Höhe von 2.365.395,55 € in Anspruch genommen. Das Landgericht hat die Beklagte unter Abweisung der weitergehenden Klage zur Zahlung von 1,2 Mio. € verurteilt. Auf die Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht den Anspruch des Klägers dem Grunde nach für gerechtfertigt erklärt.

Auf die Revision der Beklagten hat der Bundesgerichtshof die Entscheidungen des Berufungsgerichts teilweise aufgehoben. Die Prüfung, ob die in der Werbekampagne der Beklagten verwendete Fotografie des Klägers als Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte i. S. von § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG ohne seine Einwilligung habe verbreitet werden dürfen, erfordere eine Abwägung zwischen dem Interesse des Klägers am Schutz seiner Persönlichkeit und dem von der Beklagten wahrgenommenen Informationsinteresse der Öffentlichkeit. Die Werbung im Streitfall sei nicht zu vergleichen mit einer Werbung, in der eine wirklich erschienene Ausgabe einer Zeitung abgebildet sei. Eine Person der Zeitgeschichte müsse eine solche Werbung jedenfalls in einem gewissen zeitlichen Zusammenhang mit

dem Erscheinen der Zeitung hinnehmen, wenn der Zeitungsartikel selbst und seine Ankündigung auf der Titelseite unbedenklich sei. Der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Klägers sei nicht besonders schwerwiegend, lasse ihn allerdings nicht in einem günstigen Licht erscheinen. Mit der Abbildung einer kleinen, neutralen Porträtaufnahme des Klägers habe die Beklagte zwar die Aufmerksamkeit der Betrachter auf ihre Zeitung gelenkt. Sie habe dabei aber nicht den Eindruck erweckt, der Kläger empfehle ihre Zeitung. Die Beklagte könne sich demgegenüber auf das vom Grundrecht der Pressefreiheit geschützte Interesse berufen, die Öffentlichkeit mit der Abbildung einer Titelseite über die Gestaltung und Ausrichtung ihrer neuen Zeitung zu unterrichten. Vor dem Erscheinen der Erstausgabe habe sie nur mit der Titelseite einer nicht erschienenen Ausgabe der Sonntagszeitung werben können. Die Abbildung eines Porträtfotos des Klägers sei bei einer Abwägung der betroffenen Interessen deshalb zunächst auch ohne die angekündigte Berichterstattung zulässig gewesen.

Die Schwierigkeit, in der Werbung nicht mit der Abbildung eines bereits erschienenen Exemplars der Zeitung werben zu können, habe aber nur für die Phase bis zum Erscheinen der Sonntagszeitung bestanden. Als bald nach dem 30. September 2001 sei es der Beklagten dagegen im Hinblick auf das beeinträchtigte Persönlichkeitsrecht des Klägers zumutbar gewesen, ihre Werbung für das neue Blatt umzustellen und in der Werbekampagne die Titelseite einer erschienenen Ausgabe der Zeitung zu verwenden. Der Bundesgerichtshof hat den Anspruch des Klägers daher insoweit für dem Grunde nach gerechtfertigt gehalten, als die Beklagte sein Bildnis auch nach dem 1. November 2001 in ihrer Einführungswerbung verwendet hat. Das Berufungsgericht wird nunmehr über die Höhe der dem Kläger zustehenden fiktiven Lizenzgebühr zu entscheiden haben.

[Urteil vom 29. Oktober 2009 – I ZR 65/07](#) Quelle: PM des BGH

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt