Landgericht Köln, 28 O 756/09

Datum:	13.01.2010
Gericht:	Landgericht Köln
Spruchkörper:	28. Zivilkammer
Entscheidungsart:	Urteil
Aktenzeichen:	28 O 756/09
ECLI:	ECLI:DE:LGK:2010:0113.28O756.09.00

Tenor:

Die einstweilige Verfügung vom 06.11.2009 wird bestätigt.

Die weiteren Kosten des Verfahrens werden der Verfügungsbeklagten auferlegt.

I. Tatbestand

1

Die Parteien streiten um Unterlassung wegen einer Zeitschriftenwerbung der Verfügungsbeklagten mit dem Bildnis des Verfügungsklägers.

2

Der Verfügungskläger ist ein bekannter Schlagersänger, die Verfügungsbeklagte verlegt eine Vielzahl von Zeitungen, unter anderem auch die Wochenzeitschrift "A".

3

In der Wochenzeitschrift "A" waren seit dem Heft vom 27.12.2006 insgesamt 13 mal Artikel über den Verfügungskläger erschienen, zuletzt am 15.07.2009 und 19.08.2009, wobei er jeweils auf dem Titelbild der Zeitschrift abgebildet worden war. Das in Rede stehende Bildnis des Verfügungsklägers war das Titelbild des Hefts vom 06.08.2008. Nach dem Heft vom 06.08.2008 war der Verfügungskläger noch 6-mal Gegenstand der Berichterstattung vor der streitgegenständlichen Werbeanzeige, davon mehrfach mit Coverbild.

4

Für die Zeitung "A" warb die Verfügungsbeklagte in einer Werbekampagne in der B am 14.10.2009 und 21.10.2009 mit der Auflage vom 06.08.2008, auf welcher der Verfügungskläger auf dem Titelbild abgebildet ist. Die von dem Model in dieser Werbekampagne in der Hand gehaltene Ausgabe der Zeitung "A" ist 06.08.2008 erschienen. Das Erscheinungsdatum ist dort wegretuschiert. Unter dem Model mit der Zeitschrift ist groß der Werbeslogan *"Meine Stars! Meine Rätsel! Meine Zeitschrift!"* abgedruckt. Eine Einwilligung zur Verwendung seines Bildnisses für die Werbekampagne hatte der

5

Verfügungskläger zuvor der Verfügungsbeklagten nicht erteilt.

Die Werbeanzeige verhält sich (im Original in Farbe) wie folgt: 6

(Es folgt eine Bilddarstellung) 7

Der Verfügungskläger forderte nach Kenntniserlangung am 15.10.2009 die Verfügungsbeklagte durch seine Prozessbevollmächtigten zur Abgabe einer Unterlassungserklärung ab. Die Abgabe dieser wurde zurückgewiesen. 8

Der Verfügungskläger hat daraufhin vor der Kammer eine einstweilige Verfügung erwirkt, nach der es der Verfügungsbeklagte bei Meidung von Zwangsmitteln verboten wurde, mit dem streitgegenständlichen Bildnis des Verfügungsklägers zu werben oder werben zu lassen, wie geschehen. 9

Der Verfügungskläger ist der Rechtsauffassung, die streitgegenständliche Nutzung des Bildnisses durch die Verfügungsbeklagte sei nicht unter dem Gesichtspunkt "Eigenwerbung der Presse" gerechtfertigt. Die Werbung verfolge gerade keinen Informationszweck betreffend eine etwaige aktuelle Berichterstattung über ihn, sondern allein die Befriedigung von Geschäftsinteressen. Das würde auch durch den Werbe-slogan unter dem Bild deutlich. Es handele sich ausschließlich um eine Imagewerbung für das Produkt der Verfügungsbeklagten. Der Verfügungskläger diene nur als Blickfang. 10

Der Verfügungskläger beantragt, 11

die einstweilige Verfügung der Kammer vom 06.11.2009 zu bestätigen. 12

Die Verfügungsbeklagte beantragt, 13

> die mit Beschluss vom 06.11.2009 erlassene einstweilige Verfügung unter Zurückweisung des auf ihren Erlass gerichteten Antrags aufzuheben. 14

Die Verfügungsbeklagte ist der Rechtsauffassung, die streitgegenständliche Werbeanzeige sei vom Schutz der Eigenwerbung der Presse erfasst. Das Bildnis des Verfügungsklägers sei lediglich ein Blickfang für den Leser, dieser verstünde aber, dass es sich um eine vergriffene Ausgabe des Heftes handele. Hierdurch entstünde auch nicht der Eindruck als hätte sich der Verfügungskläger für die Werbung zur Verfügung gestellt, sondern die Wiedergabe des Bildnisses des Verfügungsklägers in der Werbeanzeige sei die zwangsläufige Folge der Präsentation des Produktes. 15

Die Werbeanzeige diene lediglich als Information für den Leser, über was regelmäßig in ihrer Zeitschrift berichtet würde. Auch der Werbeslogan solle auf die in der Zeitschrift behandelten Personality-Stories Prominenter hinweisen. Über den Verfügungskläger würde in der Zeitschrift regelmäßig berichtet, so dass sie mit seiner Abbildung auf der Titelseite auf der Werbeanzeige das berechtigte Interesse verfolge, beispielhaft auf vergangene und zukünftige, das Wirken des Verfügungsklägers behandelnde vergleichbare Berichterstattung hinzuweisen. 16

Die Verfügungsbeklagte meint, es könne keinen Unterschied machen, ob sie mit einer noch im Handel erhältlichen Ausgabe eine solche Werbeanzeige gestalte, oder ob sie zur Information über vergangene und künftige Berichterstattung über den Verfügungskläger mit einer vergriffenen, aber realen Ausgabe werbe. 17

18

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze und die zu den Akten gereichten Urkunden Bezug genommen, die Gegenstand der mündlichen Verhandlung waren.

II. Entscheidungsgründe 19

Auf den Widerspruch der Verfügungsbeklagten war die einstweilige Verfügung vom 06.11.2009 auf ihre Rechtmäßigkeit zu überprüfen. Dies führte zu ihrer Bestätigung. 20

I. 21

Das Landgericht Köln ist gem. § 32 ZPO örtlich zuständig, als Gerichtsstand bei unerlaubten Handlungen. Ist die unerlaubte Handlung durch Verbreitung von Druckschriften erfolgt, so ist der Gerichtsstand des § 32 ZPO außer am Erscheinungsort des Druckwerkes auch an Orten begründet, an welche die Druckschrift der Bestimmung des Verbreiters nach gemäß gelangt ist (Zöller/Vollkommer, ZPO, 28. Auflage 2010, § 32 RN 17). Die streitgegenständliche Werbekampagne ist in der Zeitschrift "B" verbreitet worden. Diese Zeitschrift richtet sich an einen Leserkreis in der gesamten Bundesrepublik, so dass diese auch bestimmungsgemäß in den Bezirk des Landgerichts Köln gelangte. 22

II. 23

Dem Verfügungskläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Verfügungsbeklagte hinsichtlich seines Bildnisses aus §§ 823 Abs. 1, Abs. 2 i. V. m. 1004 Abs. 1 Satz 2 analog BGB, § 22 f. KUG, Art. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1 GG auch im Zeitpunkt der Widerspruchsverhandlung zu, weil die Veröffentlichung der streitgegenständlichen Bildnisse rechtswidrig war. 24

Der Verfügungskläger hat einen Anspruch auf Unterlassung der Werbekampagne gem. § 1004 Abs. 1 S. 1 BGB analog i. V. m. § 22 KUG, da er zu der Werbekampagne und damit zu der Nutzung seines Bildnisses seine Einwilligung nicht erteilt hat. Das Recht am eigenen Bild ist gemäß § 22 KUG als besondere Form des allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch § 1004 Abs. 1 S. 1 BGB analog geschützt (Palandt/Bassenge, 67. Auflage 2008, § 1004 RN 4). Nach § 22 Abs. 1 KUG dürfen Bildnisse einer Person grundsätzlich nur mit deren Einwilligung abgebildet werden. 25

Ausgenommen von dem Bedürfnis einer Einwilligung sind allerdings Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte, § 23 Abs. 1 Ziffer 1 KUG. Es kann offen bleiben, ob es sich bei dem Bildnis des Verfügungsklägers, welcher unstreitig eine prominente Person ist, um ein Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte handelt. Denn auf § 23 Abs. 1 Ziffer 1 KUG kann sich nach der Rechtsprechung derjenige nicht berufen, der mit der Veröffentlichung keinem schutzwürdigen Informationsinteresses der Allgemeinheit nachkommt, sondern durch Verwertung des Bildnisses eines anderen zu Werbezwecken allein sein Geschäftsinteresse befriedigen will (BGH, 14.05.2002 – VI ZR 220/01, NJW 2002, 2317 = GRUR 2002, 690 - *Marlene Dietrich*). Grundsätzlich ist ein Presseunternehmen dazu berechtigt, ihm Rahmen der Eigenwerbung für seine Medien, den Inhalt der Zeitschrift oder auf ihrem Titel verwendete Bildnisse auch außerhalb der Zeitschrift in anderen Medien zur Werbung für die Zeitschrift zu verwenden, indem bebilderte Ausschnitte des Inhalts oder das Titelblatt in der Werbung gezeigt werden (BGH, 14.05.2002, a. a. O.; OLG München NJW-RR 2000, 29; LG Köln AfP 1982, 49; Wenzel/Strobl-Albeg, Das Recht der Wort- und Bildberichterstattung, RN 8.89, 8.95 f). Die Werbung für Presseerzeugnisses ist durch das Grundrecht der Pressefreiheit gem. Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG geschützt, da auch die Werbung zur Informationsverbreitung beiträgt (BGH, 26

a. a. O.).

Hiergegen wenden sich die Parteien mit den von ihnen vorgetragenen Rechtsauffassungen auch nicht. Vielmehr sind sie im vorliegenden Einzelfall unterschiedlicher Auffassung, ob eine Werbung mit einem bereits am 05.08.2008 erschienen Heft und dem dortigen Bildnis des Verfügungsklägers noch als Werbung für Presseerzeugnisse verstanden werden kann und damit unter den Ausnahmetatbestand des § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG fällt, so dass für die Verbreitung des Bildnisses keine Einwilligung des Verfügungsklägers erforderlich gewesen wäre. 27

Maßgeblich ist für das Eingreifen des § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG im Bereich der Bewerbung von Zeitschriften grundsätzlich, ob die Bildveröffentlichung ungeachtet der wirtschaftlichen Motive auch einen Informationszweck hat, welcher zu bejahen ist, wenn das Bildnis in ein thematisches Konzept mit informativem Gehalt einbezogen ist (BGH GRUR 1979, 425; Schricker/Götting, Urheberrecht, 3. Auflage, § 23KUG, RN 16). Werbung darf nicht allein der Befriedigung von Geschäftsinteressen dienen, vielmehr muss sie als Kommunikationsmittel dienen, das Art und Gegenstand der Berichterstattung so ankündigt, dass die Öffentlichkeit Kenntnis von der Berichterstattung erlangt und dadurch die Informationsgelegenheit wahrnehmen kann (BGH 14.05.2002, a. a. O.; OLG München AfP 2007, 237 = ZUM-RD 2007, 360). Erschöpft sich die Berichterstattung aber nur darin, einen Anlass für die Abbildung einer prominenten Person auf dem Titelblatt zu schaffen, weil ein Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung nicht erkennbar ist, begrenzt das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Abgebildeten nicht nur die Berichterstattung, sondern auch die Werbung für das Presseerzeugnis (BGH, 11.03.2009 – I ZR 08/07, GRUR 2009, 1895 ff – Günther Jauch). 28

Für den Bereich der Bewerbung eines aktuellen Covers mit einer bekannten Persönlichkeit, ohne dass hierzu im Heftinnern ein sachlicher Bezug hergestellt worden wäre, hat der Bundesgerichtshof (am 11.03.2009; a. a. O.) entschieden: 29

> *Bei der Beurteilung des Schutzes des Persönlichkeitsrechts des Abgebildeten als Grenze für das berechtigte Informationsinteresse der Allgemeinheit ist die Intensität des in Rede stehenden Eingriffs zu berücksichtigen, die sich auch auf eine ungewollte Vereinnahmung für fremde kommerzielle Werbeinteressen beziehen kann.* 30
>
> *Der Schutz des Persönlichkeitsrechts umfasst nicht nur die Privatsphäre als Kernbereich des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Hier können die Eingriffe besonders schwer wiegen. Wesentlicher Bestandteil des Persönlichkeitsrechts ist darüber hinaus die Entscheidung, ob und in welcher Weise das eigene Bildnis für Werbezwecke zur Verfügung gestellt werden soll (*BGHZ 169, 340 *Tz. 19 - Rücktritt des Finanzministers). Das schutzwürdige Informationsinteresse fehlt bei Werbeanzeigen, wenn sie ausschließlich den Geschäftsinteressen des mit der Abbildung werbenden Unternehmens dienen. Dies ist insbesondere der Fall, wenn das Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte nur verwendet wird, um den Werbewert der prominenten Persönlichkeit auszunutzen und auf das beworbene Produkt überzuleiten. Dagegen ist der Anwendungsbereich des* § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG *eröffnet, wenn die Werbeanzeige neben dem Werbezweck auch einen Informationsgehalt für die Allgemeinheit aufweist (*BGH, Urt. v. 1.10.1996 - VI ZR 206/95*,* GRUR 1997, 125*, 126* = NJW 1997, 1152 *- Bob-Dylan-CD;* BGHZ 169, 340 *Tz. 15 - Rücktritt des Finanzministers). Der begleitende Text darf sich aber nicht darauf beschränken, nur irgendeinen Anlass für die Abbildung zu schaffen (*BVerfGE 120, 180*, 206 f.).* 31
>
> *...* 32

Geht es dem Werbenden nicht auch um die Befriedigung des Bedürfnisses der Allgemeinheit 33
an der Darstellung bekannter Persönlichkeiten, sondern ausschließlich darum, durch ein unmittelbares Nebeneinanderstellen der Ware und der abgebildeten Person das Interesse der Öffentlichkeit an der Person und deren Beliebtheit auf die Ware zu übertragen, rechtfertigt dies nicht die einwilligungsfreie Nutzung des Bildnisses (vgl. BGHZ 20, 345*, 352 - Paul Dahlke).*

Die nach diesen Rechtsprechungsgrundsätzen vorzunehmende Abwägung zwischen dem Informationsinteresse der Allgemeinheit und der Pressfreiheit gegenüber dem Interesse des Verfügungsklägers am Schutz seiner Persönlichkeit unter Berücksichtigung der Wertung der §§ 22, 23 KUG fällt zugunsten des Verfügungsklägers aus. Dies erfolgt aus den folgenden Gründen: 34

Der Informationswert der Abbildung des Verfügungsklägers und der nur auszugsweisen Erkennbarkeit der seinerzeitigen Bildunterschrift ist im vorliegenden Fall derart gering, dass ein schützenswerter Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung nicht erkennbar ist. Das Bildnis wurde nach Auffassung der Kammer nur verwendet, um den Werbewert des Verfügungsklägers auszunutzen und auf das beworbene Produkt überzuleiten. Im Einzelnen: 35

Das Bildnis des Verfügungsklägers ist in eine Werbeanzeige eingebunden, in welcher es oberhalb des Models mit Zeitschrift heißt *"Für den kleinen Urlaub zwischendurch"*, rechts unterhalb hierunter in einem prägnaten, großen magentafarbenen Kreis *"Jeden Mittwoch neu für nur 69 Cent"* und unterhalb des Models mit der Schlagzeile *"Meine Stars! Meine Rätsel! Meine Zeitschrift".* Dahingegen ist die seinerzeitige Titelschlagezeile teils von den Händen des Models verdeckt. Der Leser kann allenfalls erkennen, dass der Verfügungkläger 27 Jahre nach der Trennung jemanden lieben soll, denn lesbar ist nur *"Liebt ... wiede... seine ... 27 Jahre nach der Trennung"*. 36

Diese halb verdeckte Schlagzeile ist aber nicht das, was den Blick des Lesers auf sich zieht. Der Leser sieht zunächst die beiden Werbeslogans, da diese grell gelb unterlegt wurden. Die Werbeslogans begrenzen mit dieser grell gelben balkenartiken Unterlegung zugleich die Anzeige. Dann fällt der Blick auf das Model mit der Zeitung in der Hand, weil die Balken dieses wie ein Fotorahmen einrahmen. Da das Model aber nicht den Leser anblickt, sondern in die Zeitschrift schaut, die sie in der Hand hält, blickt auch der Leser sofort auf diese und dort auf den Verfügungskläger. Denn die Dame auf dem Titelbild ist von der Hand des Models ebenso verdeckt, wie die seinerzeitige Titelschlagzeile. Die weiteren Rubriken auf dem Titel sind überhaupt nicht erkennbar, auch die weiteren Fotos sind hierfür zu klein. Der Leser nimmt ausschließlich den Verfügungskläger und den Titel der Zeitschrift "A" wahr. Der Titel nebst dem Preis der Zeitschrift wird sodann im unteren grellgelben Balken des Werbeslogans nochmals prägnant vergrößert abgebildet und zwar in Form des zusammengefalteten Zeitschriftencovers. Die Haare und ein Ohr des Verfügungsklägers sind noch erkennbar. Damit wird der Kläger für die Anpreisung des günstigen Rätselheftes mit Berichten über Prominente vermarktet. 37

Der Informationswert der Anzeige geht daher nicht auf eine bestimmte Prominentenstory, sondern darauf, wie billig der Leser wöchentlich Prominentenklatsch und -trasch zusammen mit Rätseln erwerben kann, wenn er nur die Zeitschrift "A" erwirbt, die man dann als Leser – das Model macht es vor – überall schnell durchlesen und zum Rätseln verwenden kann. Für den Leser ist gar nicht erkennbar, welche genaue Prominentengeschichte im Heft enthalten sein soll, da die Bildunterschrift nur in Bruchstücken lesbar ist und die offensichtlich zur Geschichte gehörende Dame komplett von der Hand des Models verdeckt ist. 38

39

Der Aussagewert der Anzeige geht für den Leser auch nicht dahin, dass die Verfügungsbeklagte – insoweit unstreitig - regelmäßig in ihren Heften über den Verfügungskläger berichtet. Das Model hält nur ein Heft in der Hand, welches für nur 0,69 Cent zu erwerben ist. Rätsel und Stars für 0,69 Cent, hierfür wird – wie soeben ausgeführt – allgemein geworben. Hätte man wirklich dem Leser näher bringen wollen, dass sich die Verfügungsbeklagte unter anderem mit dem Verfügungskläger in ihren Heften befasst, so wäre es z. B. möglich gewesen, ein aktuelles Heft mit seinem Titelcovern abzubilden, insbesondere da sie zuletzt am 19.08.2009 und 15.07.2009 Titelstories mit dem Verfügungskläger brachte. Ein solcher Zusammenhang mit der vermeintlichen thematischen Ausrichtung der Zeitschrift der Verfügungsbeklagten ist der Werbeanzeige indes nach dem zuvor Genannten nicht zu entnehmen. Die Werbeaussage ist, wie bereits ausgeführt, << *Rätsel und Stars für 0,69 Cent>>,* ohne dass hierdurch ein informativer bzw. thematischer Bezug zum Verfügungskläger hergestellt worden wäre.

Hinzu kommt, dass vorliegend der zeitliche Zusammenhang zwischen der erschienen Ausgabe am 05.08.2008 und der Werbung aus Oktober 2009 sehr weit auseinander liegt und der Bundesgerichtshof (30.09.2009 – I ZR 65/07 – Boris Becker, derzeit nur als Pressemitteilung veröffentlicht, Nr. 223/2009) zuletzt noch einmal betont hat, dass die Werbung mit einem bereits vergriffenen Zeitschriftencover vom Betroffenen jeweils nur für einen *"gewissen zeitlichen Zusammenhang mit dem Erscheinen der Zeitung"* hinzunehmen ist. Nach Auffassung der Kammer kann ein solcher zeitlicher Zusammenhang jedenfalls nicht mehr bestehen, wenn die Veröffentlichung nicht nur einige Monate, sondern bereits über ein Jahr zurückliegt. Dies wird auch durch die aktuelle Berichterstattung der Verfügungsbeklagten über den Verfügungskläger verdeutlicht: Die Verfügungsbeklagte selbst berichtete in ihren Heften vom 19.08.2009 und 15.07.2009 über die aktuelle Beziehung zwischen dem Verfügungskläger und seiner Freundin C, während sich das streitgegenständliche Heft noch mit einem vermuteten Wiederaufleben der Beziehung zwischen dem Verfügungskläger und seiner geschiedenen Ehefrau im Sommer 2009 befasst. 40

4. 41

Die Wiederholungsgefahr wird aufgrund der bereits erfolgten Rechtsverletzung vermutet und hätte nur durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausgeräumt werden können (BGH NJW 1994, 1281), an der es fehlt. 42

5. 43

Ein Verfügungsgrund besteht für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch ebenfalls. Da die Verfügungsbeklagte in einer in die Persönlichkeitsrechte eingreifenden Weise die streitgegenständliche Werbeanzeige mit dem Bild des Verfügungsklägers verbreiten ließ und der Verfügungskläger hiervon erst Mitte Oktober 2009 Kenntnis erlangten und bereits am 05.11.2009 der Antrag auf Erlass der einstweiligen Verfügung gestellt wurde, liegt die erforderliche Dringlichkeit vor. 44

6. 45

Die Nebenentscheidungen verhalten sich wie folgt: Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 ZPO. Das die einstweilige Verfügung bestätigende Urteil wirkt wie die ursprüngliche einstweilige Verfügung (§§ 936, 929 Abs. 1 ZPO) und ist mit der Verkündung sofort vollstreckbar, auch wegen der Kosten (Zöller/Vollkommer, a. a. O., § 925, RN 9). 46

Streitwert: 30.000,00 € 47

Justiz NRW
Rechtsprechungsdatenbank ONLINE