

16. 1. Wann gehört ein Bildnis in den Bereich der Zeitgeschichte?
 2. Wird ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten durch Verwendung seines Bildnisses zur Reklame verletzt?

KunstschußG. §§ 22, 23.

I. Zivilsenat. Ur. v. 26. Juni 1929 i. S. G. (M.) w. L. (Wefl.).
 I 97/29.

I. Landgericht Hamburg.

Die Beklagte gibt im Rahmen einer Sammlung „Die Welt in Bildern“, die wiederum verschiedene durch Gleichheit oder Verwandtschaft des Gegenstands gekennzeichnete Reihen von je drei Stück aufweist, kleine farbige Bilder heraus, jedes in der Größe von ungefähr $5\frac{3}{4} \times 4$ cm; unter jedem Bilde stehen einige erläuternde Zeilen. Ein Heft mit den Reihen 25 bis 72, das vorliegt, enthält unter anderem: 26. Berühmte Dirigenten, 42. Berühmte Rennfahrer, 55. Deutsche Refordläufer, 58. Beliebte Schriftsteller, 63. Deutsche Meisterschwimmer, 67. Deutsche Vormeister, 31. Originelle Transportmittel im fernen Osten, 33. Asiatische Tempelbauten, 34. Alte deutsche Rathäuser, 37. Volkstrachten im Spreewald, 43. Aus der Entwicklung der deutschen Rennsegelei, 47. Deutsche Burgen, 48. Amerikanische Wolkenkratzer, 51. Vorläufer des modernen Autos, 56. Weberei und Färberei auf Java, 61. Fruchtternte in den Tropen, 40. Gehörnte Riesen, 41. Sonderbare Heilige in der Vogelwelt, 50. Mutter und Kind im Tierreich, 62. Afrikanische Vierhänder, 72. Tierfreundschaften, 44. Szenen aus historischen Filmen, 52. Seltene Briefmarken, 69. Märchenfiguren aus „Tausend und eine Nacht“ in Rosenthal-Porzellan.

Die Reihe 29 gibt „Volkstümliche deutsche Fußballer“ wieder. Das zweite Bild in dieser Reihe stellt den Kläger dar, der ein bekannter Fußballspieler ist. Der erläuternde Text zu dem Bilde auf dessen Rückseite lautet:

Tull Harder — H. S. B.

Wer kennt ihn nicht, den Harder Tull? Eine der populärsten Erscheinungen im deutschen Fußballsport. Ja, selbst über Deutschlands Grenzen hinaus ist der allzeit humorvolle Tull ein immer wieder gern gesehener Gast. Sein rassistes temperamentvolles Spiel hat Millionen fasziniert. Noch heute mit 35 Jahren ist Tull Harder Olympia-Kandidat.

Die Beklagte verkauft die Bilder an Zigarettenfabriken. Diese legen je ein Bildchen in ihre Zigarettenpackungen. Das Bild des Klägers, das mit der Klageschrift eingereicht worden ist, weist unter dem vorhin mitgeteilten Texte die Ankündigung auf:

Zigarettenfabrik J. Berlin

Juno 4 Pfg. Elen 5 Pfg.

Album Nr. 1 für Serie 1—24, Album Nr. 2 für Serie 25—72
je M. 1 gegen Voreinsendung in Briefmarken.

Der Kläger sagt zwar selbst, daß er als bekannter Fußballspieler, volkstümlich „Tull“ Harder genannt, eine Persönlichkeit aus dem Bereiche der Zeitgeschichte sei. Doch sieht er in der Verbreitung seines Bildes zu Reklamезweden eine „Verletzung seiner berechtigten Interessen“. Er verlangt deshalb, daß die Beklagte die Verbreitung unterlasse. Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die unmittelbar an das Reichsgericht eingelegte Revision des Klägers hatte keinen Erfolg.

Gründe:

Bildnisse dürfen zwar nach gesetzlicher Regel nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden (§ 22 Satz 1 KunstschußG.). Doch bedarf es bei Bildnissen aus dem Bereich der Zeitgeschichte solcher Einwilligung nicht (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 das.).

Wenngleich der Kläger selbst nicht in Abrede stellt, dem Bereiche der Zeitgeschichte anzugehören, muß doch geprüft werden, ob es zutrifft. Denn es handelt sich um einen Rechtsbegriff, der einen gewissen Tatbestand erfordert. Die Merkmale dieses Tatbestandes liegen vor. Erscheinungen im Leben der Gegenwart, die vom Volke

beachtet werden, bei ihm Aufmerksamkeit finden und Gegenstand der Teilnahme oder Wißbegier weiter Kreise sind, gehören dahin (Osterrieth-Marwiß KunstschußG. 2. U. 1929 S. 172 flg.). Zu ihnen muß man Sportgrößen, wie bekannte Fußballspieler, vermöge der ihnen geschenkten Beachtung jetzt sicherlich zählen. Geschmack und Empfinden der Zeit bringen es mit sich. Dauer über den Tag hinaus in beträchtliche Zukunft braucht nicht wahrscheinlich zu sein.

Danach dürfen Bildnisse des Klägers ohne seine Einwilligung verbreitet und zur Schau gestellt werden. Das Persönlichkeitsrecht am eigenen Bilde (§ 22 KunstschußG.), kraft dessen es grundsätzlich seiner Einwilligung zum Verbreiten oder öffentlichen Ausstellen des Bildnisses bedürfte, wird auf solche Weise um der öffentlichen Anteilnahme willen, die sich dem Kläger in Folge seiner Sportleistung zugewandt hat, zugunsten der Allgemeinheit durchbrochen (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstschußG.).

Die Befugnis zur Verbreitung und Schaustellung erstreckt sich aber nicht auf Fälle, in denen durch sie ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten verletzt wird (§ 23 Abs. 2 KunstschußG.). Ob das geschieht, muß den Umständen entnommen werden. Wer es zur Begründung seines Unterlassungsanspruchs behauptet, hat das Nötige darzulegen und gegebenenfalls zu beweisen.

Der Kläger betont nur, daß er die Verbreitung seines Bildes zu Reklamezwecken mißbillige und als verlegend empfinde.

Das Landgericht erklärt dies für unzulänglich zur Begründung eines Unterlassungsantrags. Denn Reklame — hier im Sinne von Geschäftsreklame — sei an sich keine Einrichtung, die berechtigterweise im allgemeinen Werturteil hinter anderen menschlichen Arbeitsgebieten zurückgesetzt werde. Daher müßten, wie bei jeder anderen Verbreitungsart eines zeitgeschichtlichen Bildnisses, besondere Umstände vorliegen, die der Öffentlichkeit den Abgebildeten in ungünstigem Lichte zeigten, wenn sich die Annahme rechtfertigen solle, seine berechtigten Interessen seien verletzt. Der Kläger habe keine solchen Umstände angegeben. Also könne seinem Verlangen nicht entsprochen werden.

Diese rechtliche Beurteilung weist keinen Verstoß gegen das Gesetz auf, der zur Aufhebung führen müßte. Anpreisung von Waren zum Kauf und zur Kundentwerbung im geschäftlichen Verkehr bedeuten an sich noch keinen Zweck niederer oder gar unsittlicher Art, der ein

ihm dienftbar gemachtes Bildnis allgemein entwürdigt. Vielmehr kommt es jeweils darauf an, für welchen besonderen Zweck und auf welche Weise geworben wird. Auch können sich durch eine besondere Fügung der Umstände für den Abgebildeten berechnigte Unterfangungsgründe ergeben. Es bleibt ihm jedoch überlassen, diese Gründe darzulegen.

Die Entscheidung des Landgerichts mag in der Wortfassung den Anschein erwecken, als werde den berechtigten Interessen des Abgebildeten ein zu enger Raum angewiesen. Aber die Bemerkung, daß er durch die Art der Verbreitung „in einem ungünstigen Licht erscheinen“ müsse, ist nach ihrem Zusammenhang nur beispielmäßig gemeint und soll sonstige das berechnigte Interesse begründende Umstände nicht ausschließen. Tatsächlich geht das angegriffene Urteil von der zutreffenden Ansicht aus: Das Persönlichkeitsrecht am eigenen Bilde wird zwar für Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte eingeschränkt, weil hier die unterm Einfluß zeitlich bedingter Stimmungen vom Anschauungsbedürfnis geleitete Allgemeinheit billigerweise verlangen darf, jene Personen vor Augen gestellt zu sehen. Damit sind aber die Grenzen der Einschränkung bezeichnet. Wenn Beweggrund, Zweck oder begleitende Umstände des Verbreitens oder Zurschaufstellens für gerecht und billig Denkende ersichtlich machen, der Abgebildete werde in seiner Persönlichkeit stärker beeinträchtigt, als es der gesetzlich anerkannte Anspruch der Allgemeinheit rechtfertigt, dann liegt „berechtigtes Interesse“ vor, dem Eingriffe zu wehren.

Der Kläger glaubt sich für sein Verlangen auf das Urteil RGZ. Bd. 74 S. 308 berufen zu können. Damals handelte es sich um einen Unterlassungsanspruch aus dem Rechtsgrunde des Namens- und Bildnischutzes. Die Beklagte, welche Tabakfabrikate vertrieb, hatte auf Anmeldung vom Oktober 1906 das Wortzeichen „Graf Zeppelin“ und auf Anmeldung vom November 1907 die Worte „Graf Zeppelin“ mit dem Brustbilde Zeppelins als Warenzeichen eintragen lassen, ohne zuvor den Genannten und Abgebildeten um Erlaubnis zu fragen. Andererseits hatte Graf Zeppelin einer Zigarrenfabrik auf ihr Ansuchen im Oktober 1907 erlaubt, seinen Namen und sein Bild für eines ihrer Erzeugnisse zu verwenden; daraufhin hatte sie das Wortzeichen „Graf Zeppelin“ zur Eintragung angemeldet. Die Unterlassungsklage des Grafen Zeppelin wurde u. a. damit

begründet, er habe ein Interesse daran, daß sein Name und Bild nicht ohne seine Einwilligung zur Reklame benutzt werde. Und in den Gründen der Reichsgerichtsentcheidung, welche die Verurteilung bestätigte, finden sich die Sätze: „Ein unbefugter Gebrauch eines Namens im Sinne des § 12 BGB. liegt nicht nur dann vor, wenn sich jemand einen fremden Namen gerade zur Bezeichnung seiner Persönlichkeit anmaßt; sondern auch die Fälle stehen unter dem Rechte des Namensschutzes, in welchen jemand einen fremden Namen zu Reklamezwecken, zur Bezeichnung von Waren, auf Schildern usw. mißbraucht. Wird durch den unbefugten Gebrauch das Interesse des Berechtigten verletzt, so steht diesem ein Recht auf Beilegung der Beeinträchtigung und auf Unterlassung weiterer Beeinträchtigungen zu. Das Interesse im Sinne des § 12 begreift nicht bloß ein familien- oder vermögensrechtliches Interesse; sondern ein jedes überhaupt des Rechtsschutzes würdige Interesse fällt darunter, also auch ein ideales und selbst ein Affektionsinteresse.“ Sodann zu §§ 22, 23 KunstschußG. „... es entspricht gewiß nicht dem Geschmack eines jeden, sein Bildnis auf den Waren eines beliebigen Händlers prangen zu sehen“.

Diese Erwägungen lassen sich aber nicht — wie der Kläger will — gleich Rechtsgrundsätzen kurzweg auf den gegenwärtigen Fall anwenden; sie müssen im Zusammenhang mit der damals aus dem Tatbestand ersichtlichen rechtlichen Lage betrachtet werden. Im damaligen Falle waren Namen und Bild als Warenzeichen verwendet und gewissermaßen in Beschlag genommen. Dagegen steht im vorliegenden Falle das Bildnis des Klägers innerhalb einer Dreibilderreihe bestimmter Gattung (Fußballspieler), die wieder mit einer großen Anzahl anderer Bilderreihen zusammengefügt ist. Aus diesem mannigfaltigen, auf Anschaulichkeit und Unterhaltung berechneten Ganzen werden die einzelnen Beilagen der Ware genommen, die allerdings den Sammeltrieb des Warenkäufer's reizen und auf solche Weise den weiteren Absatz fördern sollen. Das Bild eines einzelnen wird also nicht mit der Ausschließlichkeit wie im Zeppelin'schen Falle beansprucht und zur Kundenwerbung gebraucht. Geschäftliche Kundenwerbung aber läßt sich auf so mannigfaltige Weise betreiben, daß sie nicht in Bausch und Bogen als Tätigkeit niederen Ranges betrachtet werden kann, zumal nachdem Handwerk, Technik, Wissenschaft und Kunst mit ihr in Verbindung getreten und ihren Zwecken vielfach zugewandt

worden sind. Auch die Bilderauswahl im ganzen bedeutet keineswegs (wie die Revision meint) einen Rahmen, dem schon um absonderlicher Buntheit willen der Kläger sich nicht einfügen zu lassen brauche. Dieses bunte Vielerlei kann nach Gegenständen und Plan der Zusammenfügung nicht als unwürdige Umgebung betrachtet werden. Ebenso wenig ist aus der technischen Art der Vielfältigung und Ausstattung nach dem Gesamteindruck ein Bedenken in dem Sinne zu entnehmen, daß dem Persönlichkeitsrecht des Klägers zu nahe getreten sei. Besonderheiten, die eine andere Auffassung rechtfertigten, sind nicht geltend gemacht. Danach muß es bei der Abweisung der Klage bewenden.