

# Art—Lawyer Magazin

---

DAS RECHT AM EIGENEN BILD

Autor: Art Lawyer RA Jens O. Brelle  
Datum: 06.10.2008

## I. Grundlagen

Jeder Mensch hat das Recht zu bestimmen, ob Bilder von ihm und in welchen Zusammenhang diese Bilder veröffentlicht werden. Dieses Recht ist in § 22 S. 1 Kunsturhebergesetz (KUG) verankert und ist eine besondere Ausprägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts.

Das KUG wurde zum 1.1.1966 aufgehoben, jedoch nur soweit es nicht den Schutz von Bildnissen betrifft.

Voraussetzung ist damit zunächst einmal ein Bildnis. Bildnisse können Fotografien, Filmaufnahmen, Zeichnung, Karikaturen und Fotomontagen sein, bzw. jede erkennbare Wiedergabe einer Person, so zum Beispiel auch die Wiedergabe der Silhouette eines Fotos. Gem. § 22 S. 1 KUG dürfen Bildnisse nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zu Schau gestellt werden. Die Einwilligung des Abgebildeten ist aber nur erforderlich, wenn er individuell erkennbar ist. Eine Verletzung kann bereits dann vorliegen, wenn der Abgebildete den begründeten Anlass hat, er könne identifiziert werden und zwar nicht von einem flüchtigen Betrachter, sondern von einem mehr oder weniger großen Bekanntenkreis. Möglich ist auch, dass das Bildnis einer Person zwar unkenntlich gemacht wurde, die Person jedoch durch den Kontext erkennbar ist. In diesem Fall kann sich die Person gegen die Veröffentlichung und zur Schaustellung wehren.

Einschränkungen und Ausnahmen für das Erfordernis der Einwilligung sind in § 23 Abs. 1 KUG geregelt. Ein Bildnis darf veröffentlicht werden, wenn es sich um „Personen der Zeitgeschichte handelt«. Hierbei wird unterschieden zwischen „absoluten« und „relativen Personen der Zeitgeschichte«. Bei einer „absoluten Person der Zeitgeschichte handelt es sich um eine Person, die aufgrund ihrer Stellung, Taten oder Leistungen außergewöhnlich herausragt und aufgrund dessen so im Interesse der Öffentlichkeit steht, dass an der Person selbst ein besonderes Informationsinteresse besteht, sowie an all dem, was diese Person im öffentlichen Leben ausmacht, z.B. Steffi Graf oder Angela Merkel. Von „absoluten Personen der

---

Das Recht am eigenen Bild (Anfang)

# Art—Lawyer Magazin

---

Zeitgeschichte« muss keine Einwilligung zur Veröffentlichung eingeholt werden.

Bei „relativen Personen der Zeitgeschichte« handelt es sich um Menschen, die durch ein bestimmtes Ereignis in die Öffentlichkeit geraten, z.B. Teilnehmer eines Sportwettbewerbs oder Begleiter einer „absoluten Person der Zeitgeschichte«. Diese Personen dürfen dann ohne Einwilligung aber nur in Verbindung mit dem Ereignis, bzw. der Person veröffentlicht werden.

Sollen Bildnisse von „Personen der Zeitgeschichte" zu Werbezwecken genutzt werden, ist in jedem Fall eine Einwilligung erforderlich ist, vgl. § 23 Abs. 2 KUG, da das Recht am eigenen Bild einen Vermögenswert hat.

Ohne Einwilligung des Abgebildeten können Bildnisse veröffentlicht werden, wenn die Person nur Beiwerk neben einer Landschaft oder einem Gebäude ist. Kann man sich also die Person auf dem Bildnis wegdenken, ohne dass der Gesamteindruck des Bildnisses geändert wird, handelt es sich bei der abgebildeten Person um Beiwerk. Auch Bildnisse von Teilnehmern an Versammlungen oder Straßenfesten können ohne Einwilligung veröffentlicht werden. Ohne erforderliche Einwilligung können Bildnisse veröffentlicht werden, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.

Wurde das Bildnis einer Person ohne die erforderliche Einwilligung veröffentlicht, so hat der Betroffene verschiedene zivilrechtliche Ansprüche. Er hat gegen die Veröffentlichung einen Unterlassungsanspruch gem. §§ 12, 862, 1004 Abs.1 BGB analog i.V.m. § 823 Abs. 2 i.V.m. §§ 22, 23 KUG, mit dem er die Erstveröffentlichung oder wiederholte Veröffentlichungen verhindern kann. Daneben kann er auch Schadensersatz geltend machen, gem. § 823 Abs. 2 i.V.m. §§ 22, 23 KUG. In diesem Fall ist nicht nur der konkret entstandene Schaden zu ersetzen sondern es ist auch eine fiktive Lizenzgebühr für die Verwendung des Bildnisses nach der so genannten Lizenzanalogie zu zahlen. Auch ein eventuell entgangener Gewinn muss herausgegeben werden. Wurde durch die Veröffentlichung schwerwiegend in das Recht am eigenen Bild eingegriffen, kann auch ein Anspruch auf Schmerzensgeld bestehen, gem. § 823 Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 1 Abs. 1 und Art. 2 Abs. 1 GG. Wurden Bildnisse unbefugt hergestellt, kann auch die Herausgabe des Materials verlangt werden (§§ 1004 Abs. 1, S. 2 BGB) oder ein Anspruch auf die Vernichtung nach §§ 37, 38 KUG geltend gemacht werden.

## II. Summary

- Absolute Personen der Zeitgeschichte:

---

Das Recht am eigenen Bild (Fortsetzung)

# Art—Lawyer Magazin

---

-müssen grds. die Veröffentlichung eines Fotos, wenn in der Öffentlichkeit aufgenommen, hinnehmen

-Ausnahmen des BVerfG:

-Prominente mit Ihren Kindern-unbewusste Situation erkennbarer Abgeschiedenheit-„indiskrete“ Beobachtung im Einzelfall

Diese Ausnahmen wurden durch die ständige Caroline von Monaco-Rechtsprechung entwickelt.

Beispiele:

- Caroline stolpert im Schwimmbad (+) - Caroline im umzäunten Cafe mit ihrem Freund (-) - Caroline beim Skifahren (+)

Der EGMR: Fotos aus dem Alltagsleben dürfen grundsätzlich nicht abgebildet werden, arg.: auch Prominente haben eine Privatsphäre, hinter der das allgemeine Informationsinteresse zurücktritt.

-Relative Personen der Zeitgeschichte

Menschen, die durch ein bestimmtes Ereignis in die Öffentlichkeit geraten, müssen Aufnahmen im Zusammenhang mit diesem Ereignis dulden.

III. Beispielsfälle & Urteile

1.) Lafontaine unterliegt gegen Sixt

Der Bundesgerichtshof wies die Klage von Oskar Lafontaine gegen den Autovermieter Sixt ab.

Sixt hatte im Jahr 1999 nach Lafontaines Rücktritt als Finanzminister Anzeigen mit Porträtfotos von 16 Regierungsmitgliedern geschaltet. Lafontaines Abbild war dabei durchgestrichen und mit dem Text versehen: »Sixt verleast auch Autos für Mitarbeiter in der Probezeit.«

Das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg hatte dem ehemaligen Minister noch 100.000,- Euro zugesprochen. Der BGH gab jedoch der Revision von Sixt statt. Die Begründung des Gerichts: das Foto sei nur Beiwerk der Werbung und das Hauptaugenmerk liege auf der Meinungsäußerung. Oskar Lafontaine müsse als Person der Zeitgeschichte satirische Kritik über sich ergehen lassen. Das Ansehen von Lafontaine werde dadurch nicht beschädigt, BGH-Urteil v. 26.10.2006.

---

Das Recht am eigenen Bild (Fortsetzung)

# Art—Lawyer Magazin

---

Hingenommen haben jedoch die Sixt-Werbung:

-Angela Merkel-Heino-Roberto Blanco

## 2.) Fischer siegt gegen den Axel-Springer-Verlag

Der Axel-Springer-Verlag muss für unzulässige Benutzung eines Fotos von Joschka Fischer in seiner Werbung 200.000,- Euro Schadensersatz zahlen. Der Verlag hatte für seine neue Zeitung »Welt kompakt« mit Fotos von Prominenten geworben, deren Gesichtszüge zu denen eines Kindes verjüngt waren, u.a. auch Joschka Fischer. Fischer sieht durch die nichtautorisierte Werbung seine Persönlichkeitsrechte verletzt. Das Landgericht Hamburg sprach dem ehemaligen Außenminister daher jetzt eine fiktive Lizenz als Schadensausgleich zu, Urteil LG Hamburg v. 27.10.2006.

## 3.) Media Markt vs. Dieter Bohlen

Media Markt durfte in vier Münchner Filialen nicht unerlaubt mit Bohlen werben.

Die Kette hatte einen Ausschnitt aus der Anzeige eines Konkurrenten mit Bohlens Bild in seine eigene Werbung für ein billigeres Produkt eingebaut. Media Markt habe damit gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Sängers und Moderators verstoßen, hieß es zur Begründung. Bohlen wirbt mit dem Slogan »Das nenn´ ich billig« für die Firma MakroMarkt.

Am 20.01.2004 hatte das LG Frankenthal einen entsprechenden Antrag Bohlens für Anzeigen in zwei anderen Media-Markt-Filialen abgelehnt; das LG München hielt diese Entscheidung für falsch. Bohlens Foto war im November 2003 Teil einer Anzeige für einen Wäschetrockner. Media Markt unterbot den Preis und druckte in der eigenen Reklame einen Ausriss aus der Konkurrenz-Anzeige mit dem Foto Bohlens.

## 4.) Boris Becker vs. F.A.Z.

Boris Becker gewann den Prozess gegen die »Frankfurter Allgemeine Zeitung. Die F.A.Z. musste 1,2 Mio Schadensersatz zahlen. Die F.A.Z. hatte die Prominenz von Boris Becker widerrechtlich für Werbezwecke ausgenutzt. Die F.A.Z. hatte im Herbst 2001 für ihre damals geplante und mittlerweile regelmäßig erscheinende Sonntagszeitung mit einem sogenannten »Dummy« geworben, auf dem Boris Becker mit der Schlagzeile »Der strauchelnde Liebling« abgebildet war. Die Werbung war ohne Einwilligung Beckers im Fernsehen, in Zeitungen, Illustrierten und auf Verkehrsmitteln und Plakaten erschienen. Die Zeitung hatte sich darauf berufen, lediglich beispielhaft über die geplante Gestaltung ihrer Sonntagszeitung informiert

---

Das Recht am eigenen Bild (Fortsetzung)

# Art—Lawyer Magazin

---

zu haben. Diese Form der Eigenwerbung sei auch durch die Pressefreiheit geschützt.

Dieser Auffassung folgte das Gericht nicht.

Nachdem der angekündigte Artikel über Becker in der Folgezeit nicht erschienen sei, habe die Bildveröffentlichung des Klägers ausschließlich Werbezwecken gedient; die Beklagte habe gezielt die Prominenz des Klägers ausgenutzt, um für ihr zukünftiges Produkt zu werben. Ohne einen redaktionellen Beitrag, der ein öffentliches Interesse an einer »Blickfang«-Werbung begründen könnte, sei die kommerzielle Verwertung des Bildes des Klägers gegen seinen Willen jedoch nicht zulässig.

## 5.) Marlene Dietrich hat postmortales Persönlichkeitsrecht

Im Streit um die Nutzung des Konterfeis von Marlene Dietrich zu Werbezwecken hat das Bundesverfassungsgericht jetzt entschieden: Das allgemeine - auch postmortale - Persönlichkeitsrecht schützt nicht nur die ideellen, sondern auch die kommerziellen Interessen einer Person. Durch die unbefugte Verwendung des Bildnisses muss der Elektronikkonzern Toshiba nun 70.000,- Euro zuzüglich dreizehn Jahre Zinsen an die Erbgemeinschaft von Marlene Dietrich zahlen. Toshiba hatte im Jahr 1993 in einer mehrfach geschalteten Zeitungsanzeige für Fotokopiergeräte mit dem »Blauen Engel« geworben, dem bekannten Zeichen für umweltfreundliche Produkte. In dem Film war die 1992 verstorbene Marlene Dietrich die Hauptdarstellerin. In der weltbekannten Original-Szene ist sie in der Rolle einer Barsängerin auf einem Fass sitzend zu sehen, während sie das Lied singt »Ich bin von Kopf bis Fuß auf Liebe eingestellt«. In dem Werbefoto war die Szene mit einer ähnlich gekleideten Person nachgestellt. Das werbende Unternehmen wurde erstinstanzlich mit Urteil vom 17.01.2003 zur Zahlung einer Lizenzgebühr in Höhe von 70.000,00 Euro verurteilt. Das Gericht hat den Betrag auf der Grundlage des eingeholten Gutachtens ermittelt und dabei darauf abgestellt, »welches Entgelt vernünftige Vertragspartner in der Lage der Parteien als angemessenes Honorar für die werbemäßige Verwertung des Fotos ausgehandelt hätten«. Das Urteil zeigt, dass die nicht autorisierte Werbung mit Prominenten oder ihrem Ruf oder Image kostspielig werden kann. Der Rechtsstreit dauerte insgesamt dreizehn Jahre, BVerfG-Urteil v. 26.09.2006.

Erstmals veröffentlicht in:  
Encore Magazin, Juni 2008

---

Das Recht am eigenen Bild (Fortsetzung)

# Art—Lawyer Magazin

---

## KONTAKT:

Art Lawyer  
RA Jens O. Brelle

Auf dem Sande 1, Block E / 2.Etage  
20457 Hamburg-Speicherstadt  
Telefon +49 (0)40 24 42 18 46  
Telefon +49 (0)40 24 42 18 48  
E-Mail [info@art-lawyer.de](mailto:info@art-lawyer.de)  
Internet <http://www.art-lawyer.de>

---

Das Recht am eigenen Bild (Fortsetzung)

© 2001 - 2009 Art Lawyer  
Seite (6/6)