

Beglaubigte Abschrift

28 O 74/18



Verkündet am ~~25.7.2018~~

Heinen, Justizbeschäftigte
als Urkundsbeamtin der
Geschäftsstelle

Landgericht Köln

IM NAMEN DES VOLKES

Teil- und Grundurteil

In dem Rechtsstreit

des Herrn Günther Jauch,

Klägers,

Prozessbevollmächtigte:

Schertz Bergmann Rechtsanwälte, Kurfürs-
tendamm 53, 10707 Berlin,

gegen

die Bauer XCEL Media Deutschland KG, vertreten durch den persönlich haftenden
Gesellschafter, Burchardstraße 11, 20095 Hamburg,

Beklagte,

Prozessbevollmächtigte:

hat die 28. Zivilkammer des Landgerichts Köln
aufgrund mündlicher Verhandlung vom 6.6.2018
durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht Dr. Eßer da Silva, den Richter am
Landgericht Eisen und den Richter Dr. Gryska

Durch Anklicken der Meldung wurde der Leser auf die Seite der Beklagten unter www.tvmovie.de/news weitergeleitet, auf der wahrheitsgemäß über die Erkrankung von [Name] berichtet wurde. Informationen über den Kläger fanden sich dort nicht. Auch in weiteren Fällen nutzte die Beklagte vergleichbare Mechanismen, um höhere Klickzahlen zu generieren. Auf die Anlage K7 wird Bezug genommen.

Mit anwaltlichem Schreiben vom 24.8.2015 forderte der Kläger die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf, die die Beklagte mit Schreiben vom 27.8.2015 abgab. Auch entschuldigte sich die Beklagte, die für den Facebook-Beitrag massiv kritisiert wurde (vgl. Anlage K 6 und K 7) in der Öffentlichkeit für das Posting (S. 3 der Klageerwiderung = Bl. 48 d.A.). Mit Anwaltsschreiben vom 1.9.2015 machte der Kläger einen Anspruch auf Erstattung ihm entstandener Anwaltskosten nach einem Gegenstandswert von 30.000 € geltend, welche die Beklagte entsprechend ihrem Schreiben vom 8.10.2015 lediglich teilweise, nämlich nach einem Gegenstandswert von 15.000 € und in Höhe von 1.029,35 € erstattete. Wegen des Schriftwechsels wird auf die Anlagen K8-K11 Bezug genommen.

Der Kläger ist der Auffassung, ihm stehe aufgrund der Nutzung seines Bildnisses durch die Beklagte für deren kommerzielle Zwecke ein Anspruch auf Zahlung einer fiktiven Lizenz im Wege der Lizenzanalogie zu. Die Beklagte habe das Bild und damit den hohen Beliebtheitswert des Klägers und das entsprechende Interesse der breiten Öffentlichkeit an seinem Gesundheitszustand genutzt, um Angst und Neugier der Leser auszunutzen und – auch durch die Auswahl der gezeigten Prominenten – möglichst hohe Klickzahlen auf der eigenen Seite zu generieren. Auch wenn mit dem Bild des Klägers keine Aussage über den Wert des Produktes der Beklagten getroffen werde, stelle diese den Kläger in verwerflicher und geschmackloser Weise in den Dienst ihrer eigenen geschäftlichen Interessen. Ein Zusammenhang mit einer redaktionellen Berichterstattung bestehe nicht. Die Verwendung des Bildnisses sei als Verstoß gegen das Recht des Klägers am eigenen Bild auch rechtswidrig gewesen. Durch die unbefugte Nutzung des Bildnisses des Klägers habe die Beklagte gezeigt, dass sie diesem einen wirtschaftlichen Wert beimisst. Dass der Kläger selbst keine Werbung mehr macht, stehe einem Anspruch nicht entgegen. Der Anspruch sei sowohl bereicherungsrechtlich als auch deliktsrechtlich begründet, da der Beklagten jedenfalls Fahrlässigkeit vorzuwerfen sei.

Der Kläger meint zudem, ihm stehe ein Kostenerstattungsanspruch für das Abmahn-schreiben (Anlage K 8) auf der Grundlage eines Gegenstandswerts von 30.000 € ab-züglich der von Beklagtenseite bereits erstatteten 1.029,35 €, mithin in Höhe von noch 329,51 € zu. Wegen der Berechnung wird auf die Anlage K 10 Bezug genommen.

Der Kläger beantragt mit der am 19.3.2018 zugestellten Klage,

die Beklagte zu verurteilen,

1. an ihn eine angemessene fiktive Lizenzgebühr, deren Höhe in das Er-messen des Gerichts gestellt wird, jedoch mindestens 20.000 €, nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszins-satz seit Rechtshängigkeit zu zahlen,
2. an ihn 329,51 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 8.10.2015 zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie behauptet, die Facebook-Meldung sei am 18.8.2015 zwischen zwei und drei Stun-den auf dem Facebook-Profil der Beklagten sichtbar gewesen; während dieser Zeit hätten etwa 6.650 Personen die Meldung angeklickt und seien auf die Seite der Be-klagten weitergeleitet worden. Wegen der Einzelheiten wird auf die Anlage K 5 Bezug genommen.

Die Beklagte ist der Meinung, der geltend gemachte Anspruch scheitere daran, dass sie nicht mit dem Bildnis des Klägers *geworben* habe. Vielmehr handele es sich um eine publizistisch-redaktionelle Verwendung des Bildnisses des Klägers zur Erzielung von Aufmerksamkeit für die Ankündigung einer aktuellen redaktionellen Berichterstat-tung auf der Nachrichtenseite www.tvmovie.de/news, nicht aber um kommerzielle Pro-duktwerbung. Diesbezüglich fehle es an einer werblichen Vereinnahmung des Klägers für die Produkte der Beklagten. Anders als in einigen von der Rechtsprechung aner-kannten Ausnahmefällen fehle es vorliegend auch nicht an jeder redaktionellen Be-richterstattung, so dass eine rein produktbezogene Werbemaßnahme nicht vorliege.

Insbesondere werde nicht suggeriert, der Kläger identifiziere sich mit dem beworbenen Produkt. Zudem sei das streitgegenständliche Posting auch für sich genommen bereits redaktioneller Natur, indem es dem Leser ein Rätsel stelle. Dass der Zielartikel sich nicht mit dem Kläger befasse, sei unerheblich. Ein Anspruch scheitere auch daran, dass eine generelle Lizenzüblichkeit der in Rede stehenden Handlung nicht gegeben sei.

Hinsichtlich des Kostenerstattungsanspruchs ist die Beklagte der Auffassung, die Kosten für das Abmahnschreiben in angemessener Höhe, nämlich nach einem Gegenstandswert von 15.000 € erstattet zu haben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivortrags wird ergänzend auf die Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

1. Die zulässige Klage ist mit dem Antrag zu 2 begründet.

Dem Kläger steht im Hinblick auf die Rechtsanwaltskosten für das Abmahnschreiben vom 24.8.2015 (Anlage K 8) ein Schadensersatzanspruch in der tenorierten Höhe zu. Es handelt sich insofern um Kosten notwendiger Rechtsverfolgung. Gegenstand der Abmahnung war der Unterlassungsanspruch des Klägers im Hinblick auf das hier streitgegenständliche Bildnis des Klägers. Der Anspruch, hinsichtlich dessen dann auch umgehend eine Unterlassungserklärung abgegeben wurde, war gemäß §§ 22, 23 KUG begründet. Hinsichtlich des ohne die Einwilligung des Klägers veröffentlichten Bildnisses lagen die Voraussetzungen des § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG offensichtlich nicht vor, was an dieser Stelle nicht weiter ausgeführt werden soll, nachdem auch die Beklagte in dem vorliegenden Verfahren sich nicht darauf beruft, die Verwendung des Bildnisses sei rechtmäßig erfolgt.

Der Anspruch besteht auch in der zuerkannten Höhe. Zu Recht hat der Kläger den Gegenstandswert für das Abmahnschreiben vom 24.8.2015 in der entsprechenden Kostennote (Anlage K 10) mit 30.000 € angesetzt.

Wertbestimmend ist beim Unterlassungsanspruch die gemäß § 3 ZPO zu schätzende Beeinträchtigung, die für den jeweils Betroffenen von dem beanstandeten Verhalten verständigerweise zu besorgen ist und die mit der begehrten Unterlassung beseitigt werden soll (vgl. Hergert in: Zöller, Kommentar zur ZPO, 32. Auflage 2018, § 3 ZPO, Rn. 16 „Unterlassung“). In diesem Kontext ist zu berücksichtigen, dass der Kläger ein erhebliches Interesse daran hat, dass nicht mit gänzlich haltlosen Spekulationen über seinen Gesundheitszustand Aufmerksamkeit für eine Medienveröffentlichung der Beklagten erzielt wird. Die Kammer hält es auch für angezeigt, die – nicht nur von ihr, sondern ganz allgemein empfundene (vgl. Anlage K 6 und K 7) – Ungehörigkeit der Verwendung des Bildnisses in dem konkreten Zusammenhang dahingehend zu berücksichtigen, dass das Unterlassungsinteresse des Klägers nochmals gesteigert ist, weil er nicht mit einer allgemein als geschmacklos empfundenen Vorgehensweise in Verbindung gebracht werden möchte. Zudem ist der Verbreitungsgrad der Meldung erheblich, wenn man berücksichtigt, dass schon nach dem Vorbringen der Beklagten in höchstens drei Stunden bereits mehr als 6.500 Nutzer den Link betätigten und die Zahl der tatsächlichen Leser noch darüber liegen dürfte.

Wegen der weiteren Einzelheiten der Berechnung kann dann auf die Kostennote in der Anlage K 10 Bezug genommen werden.

2. Mit dem Antrag zu 2 ist die Klage dem Grunde nach gerechtfertigt.

Dem Kläger steht gegen die Beklagte gemäß § 812 Abs. 1 S. 1 Fall 2 BGB (Eingriffskondiktion) bzw. § 823 BGB i.V.m. §§ 22, 23 KUG ein Anspruch auf Zahlung einer fiktiven Lizenzgebühr dem Grunde nach zu.

Ein bereicherungsrechtlicher Anspruch auf Zahlung einer Lizenz setzt voraus, dass der Verletzte nach der Verkehrssitte ein Entgelt hätte beanspruchen können, so dass der in Anspruch Genommene auf Kosten des Verletzten einen vermögenswerten Vorteil erlangt hat (OLG Hamburg, ZUM 2006, 639; Burkhardt, in: Wenzel, Das Recht

der Wort- und Bildberichterstattung, 5. Aufl. 2003, Kap. 14, Rn. 10 m.w.N.). Bereicherungsgegenstand ist die Nutzung des Bildnisses des Klägers. Die unbefugte kommerzielle Nutzung eines Bildnisses stellt einen Eingriff in den vermögensrechtlichen Zuweisungsgehalt des Rechts am eigenen Bild wie auch des allgemeinen Persönlichkeitsrechts dar und begründet grundsätzlich – neben dem Verschulden voraussetzenden Schadensersatzanspruch – einen Anspruch aus Eingriffskondition auf Zahlung der üblichen Lizenzgebühr (vgl. BGH, GRUR 2000, 715 [716] - Der blaue Engel; ferner BVerfG, GRUR 2006, 1049). Bereicherungsgegenstand ist die Nutzung des Bildnisses. Da diese nicht herausgegeben werden kann, ist nach § 818 Abs. 2 BGB Wertersatz zu leisten. Wer das Bildnis eines Dritten unberechtigt für kommerzielle Zwecke ausnutzt, zeigt damit, dass er ihm einen wirtschaftlichen Wert beimisst. An der damit geschaffenen vermögensrechtlichen Zuordnung muss sich der Verletzer festhalten lassen und einen der Nutzung entsprechenden Wertersatz leisten. Dies gilt unabhängig davon, ob der Abgebildete bereit und in der Lage gewesen wäre, die Abbildung gegen Zahlung einer angemessenen Lizenzgebühr zu gestatten; denn der Zahlungsanspruch fingiert nicht eine Zustimmung des Betroffenen, er stellt vielmehr den Ausgleich für einen rechtswidrigen Eingriff in eine dem Betroffenen ausschließlich zugewiesene Dispositionsbefugnis dar (vgl. v. Strobl-Albeg, in: Wenzel, Das Recht der Wort- und Bildberichterstattung, 5. Aufl., Kap. 9 Rn. 10 m.w.N.). Soweit der Bundesgerichtshof früher verlangte, dass ein Schadens- oder Bereicherungsausgleich auf der Grundlage einer angemessenen Lizenzgebühr ein grundsätzliches Einverständnis des Abgebildeten mit der Vermarktung seines Rechts am eigenen Bild voraussetze (vgl. BGHZ 26, 349 [353] = GRUR 1958, 408 - Herrenreiter; BGHZ 30, 7 [16f.] = GRUR 1959, 430 - Caterina Valente; BGH, GRUR 1979, 732 [734] - Fußballtor), ist dieses Kriterium inzwischen aufgegeben worden (BGH, Urt. v. 26.10.2006, I ZR 182/04 – Rücktritt des Finanzministers, juris Rn. 12).

Entgegen der Auffassung der Beklagten liegt in der streitgegenständlichen Verwendung des Bildnisses des Klägers eine Ausnutzung desselben für kommerzielle Zwecke, nämlich für die Bewerbung der Internetseite www.tvmovie.de, mithin ein Produkt der Beklagten.

Anerkannt ist im Ausgangspunkt zunächst, dass Werbung für ein Produkt nicht nur darin bestehen kann, wenn der Werbewert oder das Image einer abgebildeten Person

auf das zu bewerbende Produkt übertragen wird, sondern vielmehr bereits dann vorliegt, wenn die Aufmerksamkeit der Werbeadressaten durch die Abbildung einer Person auf das zu bewerbende Produkt gelenkt wird (vgl. BGH, Urt. v. 31.5.2012, I ZR 234/10 – Playboy am Sonntag, juris Rn. 17 f.; Urt. v. 18.11.2010, I ZR 119/08 – Markt & Leute, juris Rn. 33, 48) bzw. aufgrund der Darstellung bei dem Leser eine gedankliche Verbindung zwischen dem Abgebildeten und dem beworbenen Produkt entsteht (BGH, Urt. v. 11.3.2009, I ZR 8/07 – Wer wird Millionär?, juris Rn. 13). In der zuletzt genannten Entscheidung (juris Rn. 28) bezeichnet der Bundesgerichtshof die Abbildung eines Prominenten auf dem Titelblatt einer Zeitschrift ausdrücklich als Werbung. Daher ist es unschädlich, dass durch die streitgegenständliche Bildnisverwendung der Kläger nicht als Testimonial für das zu bewerbende Produkt, die Internetseite der Beklagten, in Anspruch genommen bzw. sein Image oder Werbewert in diesem Sinne nicht auf das Produkt übertragen wird. Ausreichend ist, dass – vergleichbar mit den Fällen der Abbildung eines Prominenten auf dem Titelblatt einer Zeitschrift – die Aufmerksamkeit des Lesers des Facebook-Postings auf das Produkt der Beklagten, nämlich deren Internetseite gelenkt wird. Die Kammer ist der Auffassung, dass in Fällen wie dem vorliegenden darüber hinaus nicht zu verlangen ist, dass dem Beitrag ein „generell werbender Charakter“ für das beworbene Produkt zukommen müsste (vgl. BGH v. 31.5.2012, a.a.O. juris Rn. 18), und in Fällen, in denen dies zu verneinen wäre, im Umkehrschluss bereits aus diesem Grunde nicht von Werbung, sondern von einer publizistisch-redaktionellen Verwendung des Bildnisses auszugehen wäre, die dann – unabhängig von ihrer Rechtmäßigkeit – nicht Grundlage für einen Lizenzentschädigungsanspruch sein könnte. Eine solche Sichtweise wird nach dem Dafürhalten der Kammer den Mechanismen der elektronischen Medien, insbesondere der sog. sozialen Medien, nicht (mehr) gerecht. Die Profile von Medienunternehmen bei Facebook und auf anderen Plattformen sind im Wesentlichen davon geprägt, dass dort einzelne Beiträge der jeweiligen Medien verlinkt und in dem Kontext des Links angerissen, d.h. in Überschrift, ggf. einem Foto und einem Einleitungssatz vorgestellt, werden mit dem Ziel, dass der Besucher des Profils den verlinkten Beitrag als Teil des Gesamtprodukts, nämlich der jeweiligen Internetseite, aufsucht. Er nimmt sodann in diesem Kontext nicht nur den redaktionellen Beitrag, um den es ihm geht, wahr, sondern weitere Teile des Gesamtproduktes, z. B. die auf der Internetseite geschaltete Werbung. Wie bei einer „klassischen“, d.h. offen als solcher gekennzeichneten, Werbeanzeige führt dieses Vorgehen zu einem Anreiz, das Produkt zu konsumieren. Es entspricht aber den

Eigenheiten der sog. sozialen Medien in weit höherem Maße, da der übliche Besucher eines solchen Profils an Informationen über die Inhalte des Internetauftritts des Profilinhabers einschließlich der Möglichkeit, diese Inhalte gezielt und schnell aufsuchen zu können, interessiert, von klassischer Werbung aber eher abgestoßen sein dürfte. Dem entspricht es, die in den sog. sozialen Medien üblich gewordenen Formen der Verbreitung der eigenen Medienerzeugnisse als (Eigen-) Werbung auch dann anzusehen, wenn ihnen einzelne Merkmale klassischer Werbemaßnahmen fehlen sollten. Auch die Parallele zu der Funktion eines Titelblatts im Printbereich spricht für die Annahme von Werbung im vorliegenden Fall.

Wird also mit dem Bild eines Prominenten Aufmerksamkeit auf einen bestimmten redaktionellen Beitrag auf einer Internetseite gelenkt, so kann darin Werbung für diese Internetseite zu erblicken sein. Nach Auffassung der Kammer verläuft die maßgebliche Abgrenzung einer in dem geschilderten Sinne werblichen zu einer redaktionell-publizistischen Verwendung des Bildnisses dort, wo ein inhaltlicher Bezug zwischen dem Bildnis, das die Aufmerksamkeit des Betrachters binden soll, und dem redaktionellen Zielbeitrag festgestellt werden kann. Neben dem Inhalt des Zielartikels ist dabei auch der – abgesehen von dem streitgegenständlichen Foto – weitere Inhalt des Facebook-Beitrages zu berücksichtigen. Während sich der Zielartikel von vornherein überhaupt nicht mit dem Kläger befasst, ist dies bei dem Facebook-Beitrag vordergründig anders, denn hier wird gerade die Frage in den Raum gestellt, ob es nicht vielleicht der Kläger ist, den das Los einer Krebserkrankung getroffen hat. Damit kann aber der erforderliche inhaltliche Bezug zwischen dem Kläger und dem Thema des Zielbeitrages, nämlich der Krebserkrankung von _____, nicht begründet werden. Erschöpft sich nämlich die Berichterstattung (hier: des Facebook-Beitrages) nur darin, einen Anlass für die Abbildung einer prominenten Person zu schaffen, so kann ein schützenswerter Beitrag zu der öffentlichen Meinungsbildung jedenfalls mit Bezug zu der abgebildeten Person nicht festgestellt werden, so dass – in Bezug auf den Kläger – von einer redaktionell-publizistischen Verwendung des Bildnisses nicht die Rede sein kann. Dass das von der Beklagten ersonnene „Rätsel“, also das In-den-Raum-Stellen der Frage, wer von vier Prominenten erkrankt sei, dabei nur den Anlass darstellte, außer dem wirklich Betroffenen weitere Prominente bildlich darzustellen, um möglichst hohe Aufmerksamkeit zu erzielen, während in Wahrheit kein berichtenswerter Vorgang

in Bezug auf den Kläger und zwei der weiteren Abgebildeten vorlag, bedarf keiner näheren Begründung.

Ebenso bedarf es keiner weiteren Begründung, dass durch die werbliche Verwendung des Bildnisses des Klägers dessen Recht am eigenen Bild verletzt wurde. Auf Gegenteiliges beruft sich auch die Beklagte nicht.

Soweit der geltend gemachte Anspruch Verschulden voraussetzt, ist dieses anzunehmen. Der Beklagten fällt jedenfalls Fahrlässigkeit zur Last, denn die Unzulässigkeit der Verwendung des Bildnisses des Klägers in dem konkreten Zusammenhang drängte sich auf.

Zuletzt kann der Argumentation der Beklagten nicht gefolgt werden, wonach der Anspruch wegen fehlender genereller Lizenzüblichkeit der Maßnahme – so verstanden: bereits dem Grunde nach – ausgeschlossen sein soll. Bei einem vergleichsweise neuen Lebenssachverhalt kann die (hier unterstellt) fehlende – bisherige – Üblichkeit bereits von vornherein einem möglichen Lizenzanspruch nicht entgegen gehalten werden.

3. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf den §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO.

4. Streitwert: 20.329,51 EUR

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen dieses Urteil ist das Rechtsmittel der Berufung für jeden zulässig, der durch dieses Urteil in seinen Rechten benachteiligt ist,

1. wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 600,00 EUR übersteigt oder
2. wenn die Berufung in dem Urteil durch das Landgericht zugelassen worden ist.

Die Berufung muss **innerhalb einer Notfrist von einem Monat nach Zustellung** dieses Urteils schriftlich bei dem Oberlandesgericht Köln, Reichenspergerplatz 1, 50670 Köln, eingegangen sein. Die Berufungsschrift muss die Bezeichnung des Urteils (Datum des Urteils, Geschäftsnummer und Parteien) gegen das die Berufung gerichtet wird, sowie die Erklärung, dass gegen dieses Urteil Berufung eingelegt werde, enthalten.

Die Berufung ist, sofern nicht bereits in der Berufungsschrift erfolgt, binnen zwei Monaten nach Zustellung dieses Urteils schriftlich gegenüber dem Oberlandesgericht Köln zu begründen.

Die Parteien müssen sich vor dem Oberlandesgericht Köln durch einen Rechtsanwalt vertreten lassen, insbesondere müssen die Berufungs- und die Berufungsbegründungsschrift von einem solchen unterzeichnet sein.

Mit der Berufungsschrift soll eine Ausfertigung oder beglaubigte Abschrift des angefochtenen Urteils vorgelegt werden.

Dr. Eßer da Silva

Elsen

Dr. Gyska

Beglaubigt

Urkundsbeamter/in der Geschäftsstelle

Landgericht Köln

