

**„Congstar-Andy“ kein  
Doppelgänger von Germany's  
next Topmodel Hair & Makeup  
Artist Boris Entrup**

### Eigener Leitsatz:

Der aus der Fernsehshow "Germany's next Topmodel" bekannte "Hair & Makeup Artist" Boris Entrup ist mit seiner auf Unterlassung und Lizenzzahlung gerichteten Klage vor dem Landgericht Hamburg gescheitert. Er war der Ansicht, dass seine Person in unzulässiger Weise für Werbezwecke des Mobilfunkunternehmen Congstar vereinnahmt wurde. Nicht nur die äußeren Merkmale der Kunstfigur „Andy“ aus dem entsprechenden Werbespot seien "kopiert", sondern auch seine Stimme, Artikulation, Gestik und Körperbewegung seien ihm nachgeahmt worden. Eine gewisse Ähnlichkeit konnten auch die Richter der Pressekammer erkennen, einen echten "Doppelgänger" jedoch verkörpere die Werbefigur noch nicht.

# Landgericht Hamburg

*Pressemitteilung zum Urteil vom 11.08.2011*

**Az.: 324 0 134/11**

Das Landgericht Hamburg hat heute die Klage eines bekannten Stylisten abgewiesen, der einem Mobilfunkunternehmen gerichtlich verbieten lassen wollte, seine Person für Werbezwecke zu vereinnahmen.

Der Kläger arbeitet als Stylist in der Kosmetikbranche und begleitete mehrere Staffeln des Fernsehformats „Germany’s next Topmodel“ als „Hair & Makeup Artist“.

Die Beklagte betreibt ein Mobilfunkunternehmen. Sie führte

2010 eine Werbekampagne durch, deren zentrales Element die Kunstfigur „Andy“ war, die von einem Schauspieler verkörpert wurde. Die Werbefilme der Beklagten waren überwiegend so strukturiert, dass „Andy“ zunächst in einem bestimmten „Style“ auftrat, z.B. als „Rapper“, „Hippie“, „Emo“ oder „Funkenmariechen“. Im Verlauf des Spots legte er Teile seiner Verkleidung ab und teilte dem Zuschauer mit, er wolle seinen „Style“ wechseln. Auch dem Zuschauer schlug „Andy“ einen Wechsel vor, nämlich zum Mobilfunkangebot der Beklagten.

Der Kläger meint, er sei von der Beklagten in unzulässiger Weise zu Werbezwecken vereinnahmt worden, da ihm die Kunstfigur „Andy“ zum Verwechseln ähnlich sehe. Nicht nur seine äußeren Merkmale, sondern auch Stimme, Artikulation, Gestik und Körperbewegung würden durch „Andy“ kopiert. Selbst seine Eltern hätten „Andy“ nicht von ihrem Sohn unterscheiden können. Mit seiner Klage wollte der Kläger zum einen erreichen, dass der Beklagten verboten wird, ihre Produkte auf die dargestellte Weise zu bewerben. Außerdem ging es ihm darum, von der Beklagten Lizenzzahlungen dafür zu erhalten, dass sie seine Bekanntheit für Werbezwecke genutzt habe.

Die Pressekammer des Landgerichts hat die Klage mit der Begründung abgewiesen, die Beklagte habe nicht den Eindruck erweckt, bei dem Darsteller in der Werbung handele es sich um den Kläger. Die Beklagte habe sich lediglich eines „Typus“, nämlich desjenigen eines gutaussehenden jungen Mannes mit dunklen Locken und „Dreitagebart“ bedient, der aber nicht allein vom Kläger verkörpert werde und an dem dieser keine Rechte innehabe. Zwar bestehe zwischen dem Kläger und der Kunstfigur „Andy“ eine deutliche Ähnlichkeit. Diese sei aber nicht derart prägnant ausgeprägt, dass von einem echten Doppelgänger die Rede sein könne. Auch wenn das Thema „(Um-)Stylen“ zur Kernkompetenz des Klägers gehöre, führe dies nicht dazu, dass der Zuschauer denken müsse, der Kläger trete in der Werbung der Beklagten auf. In den Werbespots werde „Andy“ nicht als Stylist vorgestellt. Vielmehr gehe es bei

seinen „Styles“ eher um Verkleidungen, denen ein humoristisches Element innewohne, von dem der Kläger nicht vorgetragen habe, dass dies mit ihm assoziiert werde. Es sei ausgeschlossen, dass ein Zuschauer die Werbung in der Weise verstehe, dass der Kläger, dessen Name in der Werbung an keiner Stelle auftauche, das Produkt der Beklagten empfehle. Aus diesem Grund könne der Kläger auch keine Lizenzzahlungen verlangen.

Das Aktenzeichen des Verfahrens lautet 324 O 134/11. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Sollte gegen die Entscheidung Berufung eingelegt werden, wäre hierfür das Hanseatische Oberlandesgericht zuständig.