Traumreise Traumschiffkapitän?

mit

Oberlandesgericht Köln

Pressemitteilung zum Urteil vom 10.10.2019

Az.: 15 U 39/19

Die Zeitung „Bild am Sonntag“ durfte im Rahmen ihrer Aktion „Urlaubslotto“ kein Bild des ehemaligen „Traumschiffkapitäns“ verwenden. Nach einer Entscheidung des 15. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 10.10.2019 hat sie außerdem für die Vorbereitung einer Zahlungsklage Auskunft über die Druckauflage am Erscheinungstag zu geben.

Die Zeitung hatte ihre Leser aufgefordert, über Mehrwertdienstnummern an einem Gewinnspiel teilzunehmen und sie hatte unter den Teilnehmern Karten für eine Kreuzfahrt verlost. Bebildert wurde dies mit drei Schauspielern in Schiffsuniform aus der Serie „Das Traumschiff“ und u.a. mit dem Hinweis, die Abgebildeten werde man auf der Kreuzfahrt „zwar nicht treffen. Aber wie auf dem echten TV-Traumschiff schippern Sie zu den schönsten Buchten und den spannendsten Städten“.

Der 15. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Köln hat im Kern eine Entscheidung des Landgerichts Köln bestätigt, wonach diese Bebilderung ohne Einwilligung des Abgebildeten unzulässig war. Im Rahmen der Einzelfallabwägung stellte der Senat fest, dass das Bild gerade auch zu kommerziell-werblichen Zwecken genutzt worden sei. Ein Gewinnspiel sei zwar im Grundsatz noch der redaktionellen Tätigkeit eines Presseorgans zuzuordnen. Im konkreten Fall habe das Bild aber kaum echten Nachrichtenwert gehabt und es habe die werbliche

Nutzung im Vordergrund gestanden. Die Beliebtheit des Klägers als Traumschiff-Kapitän habe als „Garant“ für eine Traumreise ersichtlich auch auf den Hauptgewinn abfärben sollen. Außerdem sei mit dem Bild des Klägers die Aufmerksamkeit der Leser auf die kostenpflichtigen Mehrwertdienstnummern gelenkt worden, mit denen eine gewisse Refinanzierung des Gewinnspiels erfolgt sei.

Die Argumentation der Beklagten, es habe sich lediglich um ein „Symbolfoto“ für die ausgelobte Traumreise gehandelt, ließ der Senat nicht gelten. Mit dieser Begründung könne auch das Abbild eines Fußballspielers als „Symbolbild“ für jedes Gewinnspiel verwendet werden, bei dem es Karten für ein Fußballspiel zu gewinnen gibt, an dem der Abgebildete selbst dann jedoch nicht teilnehmen müsse. Ein derart weites Verständnis eines Symbolbildes wäre geeignet, das Recht am eigenen Bild Prominenter weitgehend auszuhöhlen.

In dem Urteil grenzte der Senat zu seiner früheren Entscheidung zur Veröffentlichung eines Bildes eines Satirikers ab (vgl. PM vom 27.02.2019 Nr. 7/19; Nichtzulassungsbeschwerde anhängig zu BGH – I ZR 49/19). Im dortigen Fall sei – anders als hier – über die werbliche Nutzung hinaus zugleich noch ein meinungsbildender (anderer) Inhalt transportiert worden. Der vorliegende Fall sei eher der Nutzung eines Bildes eines Prominenten als Klickköders (vgl. PM vom 03.06.2019 Nr. 20/19; Verfahren in Revision beim BHG zu Az.: I ZR 120/19) vergleichbar. Daher sei die Veröffentlichung unzulässig gewesen und die Beklagte im Grundsatz verpflichtet, dem Kläger den Betrag zu zahlen, der der üblichen Lizenz für solche Fotos entsprechen würde. Zur Vorbereitung dieses Anspruchs hat die Beklagte dem Kläger Auskunft über die Druckauflage am Erscheinungstag zu erteilen.

In rechtlicher Hinsicht konnte der Senat offen lassen, ob sich die Rechtsverhältnisse der Parteien nach deutschem (§§ 22, 23 KUG) oder europäischem (Art. 6 Abs. 1 DSGVO) Recht richteten, da in beiden Fällen eine umfassende Abwägung der

widerstreitenden Interessen und grundrechtlich geschützten Positionen geboten sei, welche im Grundsatz zum gleichen Ergebnis führen müsse.

Der Senat hat – wie im Fall „Klickköder“ – die Revision zugelassen, da die Behandlung der Namens- und Bildnisnutzung im Umfeld redaktioneller Tätigkeit auch zu werblichen Zwecken grundsätzliche Bedeutung habe und eine klärende und richtungsweisende Entscheidung des Bundesgerichtshofes erfordere.