I ZR 223/05 und I ZR 96/07 - Die Namensnennung von Prominenten in der Werbung ...

unterliegt nach Interessenabwägung der freien Meinungsäußerung

Der u. a. für das Wettbewerbsrecht und für Rechtsstreitigkeiten über die kommerzielle Verwertung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hatte in zwei Fällen darüber zu entscheiden, ob prominenten Personen des öffentlichen Lebens wegen der von ihnen nicht erlaubten Verwendung ihres Namens in Werbeanzeigen für die Zigarettenmarke "Lucky Strike" Zahlungsansprüche zustehen. Die Kläger, Ernst August Prinz von Hannover in der Sache I ZR 96/07 sowie der Musikproduzent Dieter Bohlen in der Sache I ZR 223/05, sahen in einer von den Beklagten durchgeführten Werbekampagne eine von ihnen nicht gewollte Kommerzialisierung ihrer Person zu Werbezwecken.

In der einen Werbeanzeige warben die Beklagten im März 2000 unter Anspielung auf tätliche Auseinandersetzungen, in die der Ehemann der Tochter des damaligen Fürsten von Monaco in den Jahren 1998 und 2000 verwickelt war, mit der Abbildung einer allseits eingedrückten Zigarettenschachtel der Marke "Lucky Strike" und der Textzeile: "War das Ernst? Oder August?"

In der anderen Werbeanzeige waren zwei Zigarettenschachtel abgebildet, an denen ein schwarzer Filzstift lehnt. In der darüber befindlichen Textzeile "Schau mal, lieber Dieter, so einfach schreibt man super Bücher" waren einzelne Wörter geschwärzt, ohne dadurch unleserlich zu werden. Das Werbemotiv spielte darauf an, dass das Buch "Hinter den Kulissen" von Dieter Bohlen im Jahre 2000 nach mehreren Gerichtsverfahren mit geschwärzten Textpassagen vertrieben worden war.

Die Kläger, die einer Nennung ihrer Namen in den Werbeanzeigen der Beklagten nicht zugestimmt hatten, verlangten Beträge, die ihrer Auffassung nach üblicherweise an vermarktungswillige Prominente als Lizenz gezahlt werden. Die Instanzgerichte haben ihr Begehren für begründet erachtet. Das Berufungsgericht hat Ernst August von Hannover einen Betrag von 60.000 €, Dieter Bohlen einen Betrag von 35.000 € zugesprochen. Auf die Revision der Beklagten hat der Bundesgerichtshof die Klagen nun abgewiesen.

Die Beklagten hätten aktuelle Geschehnisse zum Anlass für ihre satirisch-spöttischen Werbesprüche genommen, ohne über eine bloße Aufmerksamkeitswerbung hinaus die Namen der Kläger zur Anpreisung der beworbenen Zigarettenmarke zu vermarkten. Zwar spielten die Werbemotive nicht auf Ereignisse von historisch-politischer Bedeutung an. Das auch im Bereich der Wirtschaftswerbung bestehende Recht auf freie Meinungsäußerung, auf das sich die Beklagten berufen könnten, umfasse jedoch auch unterhaltende Beiträge, die Fragen von allgemeinem gesellschaftlichem Interesse aufgriffen. In den Streitfällen habe an den Ereignissen, auf die die Werbeanzeigen der Beklagten anspielten, ein besonderes Informationsinteresse der Öffentlichkeit bestanden. Die verfassungsrechtlich durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützte Meinungsäußerungsfreiheit verdränge den einfach-rechtlichen Schutz des vermögensrechtlichen Bestandteils der allgemeinen Persönlichkeitsrechte der Kläger. Die gebotene Güter- und Interessenabwägung falle zu Lasten der Kläger aus. Die Verwendung der Namen erwecke nicht den Eindruck, die Genannten würden die beworbene Zigarettenmarke empfehlen. Die Werbeanzeigen hätten auch keinen die Kläger beleidigenden oder herabsetzenden Inhalt. Die ideellen Interessen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts der Kläger seien nicht verletzt. Als Folge dieser Abwägung müsse in den Streitfällen das Interesse der Kläger, eine Nennung ihrer Namen in der Werbung zu verhindern, zurücktreten. Deshalb seien ihnen auch keine Ansprüche auf Abschöpfung eines Werbewerts zuzubilligen.

BGH-Urteile vom 5. Juni 2008 - I ZR 223/05 und I ZR 96/07 (PM 108/08)

OLG Hamburg - Urteil vom 29. November 2005 - 7 U 97/04

LG Hamburg - Urteil vom 23. September 2004 - 324 O 285/04

und

OLG Hamburg - Urteil vom 15. Mai 2007 - 7 U 23/05

LG Hamburg - Urteil vom 21. Januar 2005 - 324 O 970/03