

„Claus hat einen Jüngeren“ Zum Bildnisschutz nach Beseitigung der Diskriminierung gleichgeschlechtlicher Partnerschaften

Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main befasst sich in einer Entscheidung vom 18. Juni 2002 mit der Frage, ob ein männliches Fotomodell, dessen Bildnis ohne die erforderliche Einwilligung zur Illustration einer Zeitungsglosse über homosexuelle Paare verwendet wird, wegen dieser Bildveröffentlichung die Zahlung von Schmerzensgeld verlangen kann. Das Urteil enthält außerdem interessante Feststellungen zum Umfang der Nutzungsbefugnis bei Personenbildern, die der Abgebildete für Werbezwecke freigegeben hat.

Kläger des Verfahrens war ein männliches Fotomodell, das sich für Modeaufnahmen zur Verfügung gestellt und in dem Modellvertrag die Einwilligung zur Verwendung der Aufnahmen „für Werbezwecke“ erteilt hatte. Eines der Bilder wurde zusammen mit dem Foto eines anderen Mannes an eine Zeitschrift weitergegeben, die beide Aufnahmen zur Illustration einer Glosse über homosexuelle Paare verwendete. Die Glosse befasst sich unter der Überschrift „Claus hat einen Jüngeren“ in karikierender Form mit den Folgen der Trennung eines männlichen homosexuellen Paares. Der Kläger sah sich durch diese Veröffentlichung in seinem Persönlichkeitsrecht verletzt und forderte von der Zeitschrift die Zahlung eines Schmerzensgeldes. Beim Landgericht Frankfurt am Main war er mit seiner Klage zunächst erfolgreich. In der zweiten Instanz wurde das Urteil des Landgerichts aber wieder aufgehoben und die Klage in vollem Umfang abgewiesen. Die Begründung der Berufungsentscheidung des Oberlandesgerichts ist in mehrfacher Hinsicht bemerkenswert:

- *Die Bildveröffentlichung enthält keine Tatsachenbehauptung über den Abgebildeten.*

Die Tatsache, dass die Glosse verschiedene männliche Vornamen nennt und einer dieser Vornamen mit dem Vornamen des Klägers übereinstimmt, hält das OLG Frankfurt/Main für unerheblich. Nach Auffassung des Gerichts soll mit der Glosse ersichtlich nicht über einen oder alle Träger der erwähnten männlichen Vornamen die Behauptung aufgestellt werden, sie seien homosexuell bzw. lebten in entsprechenden Partnerschaften. Die Glosse erwecke nicht den Eindruck, als werde überhaupt über die abgebildeten Personen berichtet. Die Identität des in der Glosse verwendeten Vornamens „Thomas“ mit dem Vornamen eines der beiden zu Illustrationszwecken abgebildeten Männer sei offenkundig rein zufällig. Der Artikel enthalte daher weder im Aussagekern noch in seiner Einkleidung eine karikierende Kundgabe der Missachtung des Klägers. Demnach fehle es sowohl an einer unwahren Tatsachenbehauptung als auch an einer unerlaubten „Schmähekritik“ zu Lasten des Klägers.

- Die Einwilligung zur Verwendung für Werbezwecke kann auch andere, wesensgleiche Nutzungen decken.

Der Kläger hatte in die Nutzung der Fotografien „für Werbezwecke“ eingewilligt, ohne diese Einwilligung auf bestimmte Publikationsorgane, Medien oder Anlässe zu beschränken. Deshalb musste er nach Auffassung des OLG Frankfurt/Main damit rechnen, dass das Foto unter Umständen auch im Zusammenhang mit Werbemaßnahmen verwendet wurde, mit denen er wegen unerwünschter Assoziationen zwischen beworbenem Produkt und abgebildeter Person an sich nicht identifiziert werden wollte. So sei es beispielsweise denkbar (und aufgrund der

erteilten Einwilligung auch zulässig), dass sein Bild im Zusammenhang mit einer Werbeanzeige für Kondome oder Lederbekleidung in einer Zeitschrift für Homosexuelle veröffentlicht wird. Gegenüber einer solchen erlaubten Nutzung des Fotos für eine Werbeanzeige sei die Verwendung zur Illustration der Zeitungsglosse über homosexuelle Paare nicht wesensverschieden. Deshalb hält es das OLG Frankfurt/Main für fraglich, ob die von dem Kläger vorgenommene Beschränkung der Einwilligung auf „Werbezwecke“ tatsächlich eine Verwendung der Fotografie zur Illustration der Zeitungsglosse ausschließt.

- In der Zuordnung eines Personenbildes zu einer Glosse über homosexuelle Paare kann nach der gesetzlichen Beseitigung der Diskriminierung gleichgeschlechtlicher Partnerschaften nicht ohne weiteres eine schwerwiegende Persönlichkeitsverletzung gesehen werden.

Selbst für den Fall, dass die Veröffentlichung des Fotos im Zusammenhang mit der Zeitungsglosse unzulässig gewesen sein sollte, hält das OLG Frankfurt/Main die Zuerkennung eines Schmerzensgeldes für nicht gerechtfertigt. Dazu führt das Gericht unter Hinweis auf die BGH-Rechtsprechung aus, dass eine solche Geldentschädigung nur dann verlangt werden könne, wenn das Persönlichkeitsrecht in schwerer Weise schuldhaft verletzt worden sei und sich die erlittene Beeinträchtigung nicht in anderer Weise befriedigend ausgleichen lasse. Eine solche schwere Persönlichkeitsverletzung sei aber im vorliegenden Fall aus mehreren Gründen auszuschließen:

Die Fotografie des Klägers sei nur ein einziges Mal erschienen. Sein Name werde in der Glosse nicht genannt. Zudem befasse sich der Artikel in keineswegs diskriminierender Weise mit homosexuellen Beziehungen. Abgesehen davon könne nach der gesetzlichen Beseitigung der Diskriminierung gleichgeschlechtlicher Partnerschaften die entsprechende Zuordnung einer Person nicht ohne weiteres als schwerwiegende Persönlichkeitsverletzung angesehen werden.

Entscheidende Bedeutung misst das OLG Frankfurt/Main der Tatsache zu, dass der Kläger sein Geld als Fotomodell verdient und ohne jegliche inhaltliche oder zeitliche Einschränkung mit einer Verwendung seines Fotos zu Werbezwecken einverstanden war. Zwar sei die Intimsphäre des Klägers nicht deshalb weniger schutzwürdig, weil er als Fotomodell von der Veröffentlichung seiner Fotos lebt. Die einschränkungslose Erteilung der Erlaubnis zur Verwendung des Fotos zu Werbezwecken mache jedoch deutlich, dass er damit einverstanden gewesen sei, einer zum Zeitpunkt der Erteilung der Einwilligung noch nicht bestimmbar, möglicherweise breiten Öffentlichkeit Zugang zu der ihn abbildenden Fotografie zu gewähren. Durch die Verwendung des Fotos zur Illustration einer Glosse werde auch nicht die Intimsphäre des Klägers einer „anderen“ Öffentlichkeit auf anderem oder neuen Wege preisgegeben. Vielmehr unterscheide sich die Publikationswirkung der Veröffentlichung des Fotos im Rahmen des redaktionellen Teils eines Printmediums nicht wesentlich von der Wirkung bei Verwendung im Rahmen einer Werbeanzeige in demselben Medium. Die von dem Kläger gegebene Einwilligung zur inhaltlich und zeitlich einschränkungslosen Verwendung des Fotos zu Werbezwecken beschränke deshalb den für ihn bestehenden Schutzbereich in der Weise, dass zur Annahme einer schwerwiegenden Persönlichkeitsverletzung eine höhere Eingriffsintensität erforderlich sei. An dieser Eingriffsintensität fehle es im vorliegenden Fall.

OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 18. Juni 2002, 11 U 44/01

Erschienen in ProfiFoto Heft 06/2003