

Handwritten notes and redactions at the top right of the page.

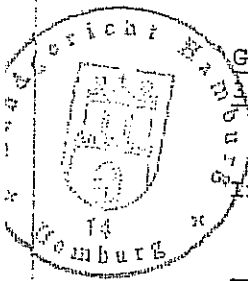


Landgericht Hamburg

URTEIL

Im Namen des Volkes

Urteil	Pris. not.	W	KVA/KfA	MALL
RA	EINGEGANGEN			Korrekturen
SB	09. Dez. 2009			Nächste
Nachspr.	[Redacted]			Zahlung
ZUA	[Redacted]			Stempelungen



Geschäfts-Nr.: 24 O 338/09

Verkündet am: 4.12.2009

In der Sache

Andresen, JAe als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

[Redacted names]

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte

Rechtsanwälte [Redacted]

gegen

[Redacted] AG, vertreten durch den Vorstand [Redacted]

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte

Rechtsanwälte [Redacted]

erkennt das Landgericht Hamburg, Zivilkammer 24 , auf die mündliche Verhandlung vom 25.9.2009 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht [Redacted] die Richterin am Landgericht [Redacted] den Richter am Landgericht [Redacted]

für Recht:



1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten (Ordnungsgeld im Einzelfall höchstens 250.000,00 €; Ordnungshaft insgesamt höchstens 2 Jahre) zu unterlassen, zu verbreiten

„Psst, nicht stören!

Playboy am Sonntag

Auf einer Jacht in St. Tropez schaukelt ██████████ S█████████“,

insbesondere wenn dies wie in ██████████ vom 10. August 2008 geschieht.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

2. Die Kosten des Rechtsstreits tragen der Kläger zu 2/3 und die Beklagte zu 1/3.

3. Das Urteil ist zu Ziffer 1. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 15.000,- und zu Ziffer 2. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Und beschließt: Der Streitwert wird auf € 90.000,- festgesetzt.

## Tatbestand

Der heute 75jährige Kläger ist u.a. als Fotograf bekannt, der mit Brigitte Bardot verheiratet war. Die Beklagte verlegt die Wochenzeitung B████████████████████. Der Kläger begehrt von der Beklagten die Unterlassung, ihn durch zwei Textpassagen „werblich zu vereinnahmen“, hilfsweise begehrt er die Unterlassung der Verbreitung dieser Textpassagen. Weiter begehrt er die Zahlung einer Lizenz wegen der Berichterstattung der Beklagten in Höhe von mindestens 50.000,- Euro nebst Rechtshängigkeitszinsen.

Die Beklagte veröffentlichte am 10. August 2008 in der Wochenzeitung B. auf der letzten Seite einen Beitrag unter der Überschrift: „Psst, nicht stören! Playboy (75) am Sonntag“. Die Zwischenüberschrift lautete: „Auf einer Jacht in St.-Tropez schaukelt S. B. ist sein Hafen“. Im Mittelpunkt der Berichterstattung stand ein großformatiges „Paparazzi-Foto“, das den Kläger zeigt, wie er auf einer Jacht sitzend die B. liest. Neben ihm ist (dem Bildbetrachter abgewandt) seine Ehefrau abgebildet. Dieses unscharfe Foto nimmt etwa die Hälfte der Heftseite ein. Der Kläger war sich des Umstandes, fotografiert zu werden, nicht bewusst. Die Bildinnenschrift lautet: „S. auf der Jacht, B.: Er liest B. wie über elf Millionen andere Deutsche auch“. Die Berichterstattung ist weiter mit zwei kleinen Bildnissen illustriert, von denen eines zeigt, wie der Kläger auf eine Jacht steigt (Bildinnenschrift: „S. entert die Jacht im Hafen von St.-Tropez“). Das andere zeigt den Kläger als jungen Mann mit B. (Bildinnenschrift: „S. war drei Jahre mit B. verheiratet“).

Die Textberichterstattung lautet: „St.-Tropez - Als legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf hat er ein Auge für die schönen Seiten des Lebens. Im Sommer ist St.-Tropez das Open-Air-Wohnzimmer von S. (75). Auch wenn seine Wohnzimmer-Couch sich in diesem Fall auf einer Jacht befindet, darf auch in Südfrankreich ein Stück Heimathafen nicht fehlen. Entspannt sitzt der Millionär im Schatten, mit Polo-Shirt und Lesebrille. Genüsslich blättert er durch die Seiten der B. So vertieft, dass er nicht einmal Ehefrau M. (65) neben sich bemerkt. Tut uns leid, M., wir sind einfach zu verführerisch...“.

Der Kläger mahnte die Beklagte ab (Anlage K 3), die Beklagte gab eine Unterlassungsverpflichtungserklärung für Teile des Textes und die Bilder ab, nicht aber hinsichtlich aller Textpassagen und nicht hinsichtlich des mit dem Klagantrag zu 1) verfolgten Hauptantrags, der auf das Unterlassen der „werblichen Vereinnahmung“ des Klägers gerichtet war. Dieser wurde unter Hinweis darauf, dass es sich um redaktionelle Berichterstattung handele, so dass von einer werblichen Vereinnahmung keine Rede sein könne, zurückgewiesen (Anlage K 4).

Der Kläger behauptet, in der Vergangenheit seien Fotos von ihm, die im Stil an „Paparazzi-Fotos“ angelehnt gewesen seien (Anlagen K 7, K 9), unter Lizenzbedingungen vertrieben worden.

Der Kläger ist der Ansicht, die angegriffenen Passagen fänden sich in einem nur scheinbar redaktionellen Beitrag, tatsächlich handele es sich um reine Werbung, der lediglich der Anschein eines redaktionellen Beitrags „verpasst“ werden solle. Eine werbliche Vereinnahmung sei auch innerhalb eines solchen angeblich redaktionellen Beitrags möglich. Die Beklagte habe rechtswidrig in das Recht am eigenen Bild des Klägers eingegriffen und ihn darüber hinaus durch die Textberichterstattung werblich vereinnahmt, sie habe sich seiner Person unmittelbar als „Kaufanreiz“ für B. [REDACTED] bedient. Dies sei von der grundsätzlichen Befugnis der Presse, mit redaktioneller Leistung für ihr Produkt zu werben, nicht gedeckt. Dem Leser werde der Eindruck vermittelt, B. [REDACTED] sei das Leib- und Magenblatt des Klägers, was es nicht sei und auch nie gewesen sei. Testimonials müssten nicht einmal üblicherweise den Eindruck erwecken, das beworbene Produkt zu empfehlen, was sich etwa aus Werbung für B. [REDACTED] ergebe (Anlage K 6).

Die inkriminierten Passagen beträfen die Privatsphäre des Klägers. Der Kläger habe sich auch nicht durch vorangegangene Veröffentlichungen seiner Privatsphäre begeben, da sich diese nicht auf das Produkt der Beklagten bezogen hätten. Der Informationswert der streitigen Meldung sei gleich Null. Der Leser erfahre lediglich Umstände aus dem Leben des Klägers, die der Öffentlichkeit bereits allgemein bekannt gewesen seien. Ein eigenständiges Informationsinteresse komme dem Umstand, dass der Kläger in seiner Freizeit B. [REDACTED] lese, nicht zu. Durch die mehrfache Nennung des eigenen Produktnamens und dem geradezu zwanghaften Versuch, ihr Produkt in Verbindung mit dem Kläger zu setzen, dokumentiere die Beklagte allein ihr rein wirtschaftliches Interesse an der Veröffentlichung. Sie habe durch diese rechtswidrige Veröffentlichung ein Entgelt erspart, da diese im Interesse der Eigenwerbung erfolgt sei.

Die Ansicht der Kammer und des Hanseatischen Oberlandesgerichts dazu, dass bei redaktioneller Berichterstattung Lizenzfähigkeit allenfalls dann bestehe, wenn bei dem Leser der Eindruck einer exklusiven Zusammenarbeit erweckt werde, wie beispielsweise bei „Homestories“, komme hier nicht zum Tragen, da in der Vergangenheit bereits Fotos vom Kläger veröffentlicht worden seien, die wie Paparazzi-Fotos gestaltet (Anlagen K 7, K 9) und gleichwohl unter Lizenzbedingungen vertrieben worden seien. Schließlich sei das äußere Erscheinungsbild der Aufnahme allenfalls ein Indiz dafür, ob für ein Bildnis im Regelfall eine Lizenz vereinbart werde. Im vorliegenden Fall liege daher inhaltlich ein „Celebrity-

Placement“ vor, bei der das Bildnis eines Prominenten, wie er das beworbene Produkt benutzt, zu Werbezwecken verwendet werde. Dabei sei unerheblich, ob der Kläger von der Beklagten zielgerichtet mit ihrem Produkt versorgt worden sei oder nicht. Die werbliche Funktion der angegriffenen Textberichterstattung springe ins Auge.

Der Kläger bezieht sich weiter auf ein Urteil des Bundesgerichtshofs aus jüngerer Zeit. Der vorliegende Fall sei dem vergleichbar, da sich die Berichterstattung auch hier darauf beschränke, einen beliebigen Anlass für die Abbildung des Klägers selbst zu schaffen und nahezu keinen Informationswert enthalte.

Die Höhe der beantragten Lizenz sei aufgrund der Bekanntheit des Klägers und der Aufmerksamkeit, die durch seine werbliche Vereinnahmung zu erzielen sei, sowie durch den hohen Umfang der Verbreitung gerechtfertigt.

Nachdem die Parteien den Klagantrag zu Ziffer 1. bezüglich der letzten Textpassage („**██████████** S **██████████** auf der Jacht „**██████████**“. Er liest B **██████████**, wie über elf Millionen andere Deutsche auch“) übereinstimmend für erledigt erklärt haben,

beantragt der Kläger nunmehr:

1. Die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlich vorgesehenen Zwangsmittel für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen,

**██████████** S **██████████** werblich zu vereinnahmen bzw. vereinnahmen zu lassen, insbesondere wenn dies wie in B **██████████** vom 10. August 2008 geschieht:

„Psst, nicht stören!

Playboy am Sonntag

Auf einer Jacht in St. Tropez schaukelt **██████████** S **██████████**...“

und/ oder

„Als legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf hat er ein Auge für die schönen Seiten des Lebens (sc. B **██████████**)“

2. an [REDACTED] S [REDACTED] wegen der durch die unter Ziffer 1. angegriffenen Passagen

„Psst, nicht stören!

Playboy am Sonntag

Auf einer Jacht in St. Tropez schaukelt [REDACTED] S [REDACTED].

B [REDACTED] ist sein Hafen.“

und/ oder

„Als legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf hat er ein Auge für die schönen Seiten des Lebens (sc. B [REDACTED])“

und/ oder

„Im Sommer ist St.-Tropez das Open-Air-Wohnzimmer von [REDACTED] S [REDACTED] (75). Auch wenn seine Wohnzimmer-Couch sich in diesem Fall auf einer Jacht befindet, darf auch in Südfrankreich ein Stück Heimathafen (sc. B [REDACTED]) nicht fehlen. Entspannt sitzt der Millionär im Schatten, mit Polo-Shirt und Lesebrille. Genüsslich blättert er durch die Seiten der B [REDACTED]. So vertieft, dass er nicht einmal Ehefrau M [REDACTED] (65) neben sich bemerkt. Tut uns leid, M [REDACTED] wir sind einfach zu verführerisch...“

und/ oder

„[REDACTED] S [REDACTED] auf der Jacht „[REDACTED]“. Er liest B [REDACTED] wie über elf Millionen andere Deutsche auch“

sowie

der Veröffentlichung des auf der letzten Seite von B [REDACTED] vom 10. August 2008 abgedruckten Fotos,

erfolgten werblichen Vereinnahmung eine Lizenz zu zahlen, die in das Ermessen des Gerichts gestellt wird, jedoch mindestens 50.000,- Euro zuzüglich Zinsen seit Rechtshängigkeit betragen soll.

Der Kläger beantragt hilfsweise zu Ziffer 1,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlich vorgesehenen Zwangsmittel für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu unterlassen, zu verbreiten

„Psst, nicht stören!

Playboy am Sonntag

Auf einer Jacht in St. Tropez schaukelt [REDACTED] S [REDACTED]...“

und/ oder

„Als legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf hat er ein Auge für die schönen Seiten des Lebens (sc. B [REDACTED])“,

insbesondere wenn dies wie in B [REDACTED] vom 10. August 2008 geschieht.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Ansicht, der Klagantrag zu 1) sei mangels Bestimmtheit aufgrund der Formulierung „werblich vereinnahmen“ bereits unzulässig. Aber auch soweit man den Klagantrag zu Ziffer 1 als Hilfsantrag dahingehend behandle, dass das Verbot der konkreten Passagen begehrt werde, bestehe über die abgegebene Unterlassungsverpflichtungserklärung hinaus kein Unterlassungsanspruch. Beim Kläger sei nur die Sozialsphäre betroffen, über die grundsätzlich identifizierend berichtet werden dürfe. Der Kläger weise in der Klage selbst darauf hin, dass er ein „überaus bekannter Fotograf, Unternehmer, Buchautor“ sei. Er sei auch aktuell noch in den Medien präsent (Anlage B 1) und unterhalte ein eigenes Internetangebot (Anlage B 2), in dem er unter anderem auf seine Autobiographie hinweise, wobei bereits die Werbung für diese Biographie nahezu alle Informationen enthalte, die in den beanstandeten

Passagen wiedergegeben würden. Vor diesem Hintergrund könne er sich unter dem Gesichtspunkt der Selbstbegebung nicht auf die etwaige „Privatheit“ der Informationen berufen. Die Tatsache, dass der Kläger in St. Tropez Besitzer einer Yacht sei, sei dort für jedermann wahrnehmbar, und angesichts des Bekanntheitsgrades des Klägers stelle dies eine Information von öffentlichem Interesse dar, die keine berechtigten Interessen des Klägers verletze. Die Aussage, dass der Kläger ein „legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf“ sei und ein „Auge für die schönen Seiten des Lebens“ habe, sei eine zulässige Bewertung des Lebensstils des Klägers, wie er ihn in seiner eigenen Autobiographie beschreibe. Die Aussage „Auf einer Yacht in St. Tropez schaukelt [REDACTED] S [REDACTED]“ möge zwar der Privatsphäre zuzurechnen sein. Der Kläger habe sich aber mit diesen Informationen selbst an die Öffentlichkeit gewandt (Anlagenkonvolut B 3).

Dem Kläger stehe kein Lizenzanspruch zu. Dabei könne dahinstehen, ob die (Bild-)Berichterstattung rechtswidrig gewesen sei, denn nicht jede rechtswidrige Berichterstattung löse Lizenzansprüche aus. In der Regel sei davon auszugehen, dass nach der Verkehrssitte Honorarzahlungen für den Bereich redaktioneller Berichterstattung an den Betroffenen gerade nicht vereinbart würden. Entscheidend sei daher, ob es sich bei dem streitgegenständlichen Bericht um redaktionelle Berichterstattung oder um Werbung gehandelt habe, was aus der Sicht eines Durchschnittslesers zu beurteilen sei. Es liege nicht allein deswegen Werbung vor, weil eine Berichterstattung Werbewirkung entfalte. Der Beitrag beschäftige sich mit der Person des Klägers, seinen Lebensumstände und seiner Vergangenheit, sowie damit, dass er als Deutscher an einem seiner Wahlwohnsitze im französischen St. Tropez auf die Lektüre einer deutschen Zeitung, nämlich die B [REDACTED], zurückgreife. Selbst wenn die Fotoveröffentlichung aufgrund der Privatheit der abgebildeten Situation rechtswidrig gewesen sein sollte, führe die damit auch verbundene Werbewirkung nicht automatisch dazu, dass es sich bei dem gesamten Beitrag um Werbung handele. An der Berichterstattung über den Beklagten als einem der bekanntesten Deutschen bestehe grundsätzlich ein berechtigtes Informationsinteresse, also auch daran, wie er seinen Lebensabend verbringe und wo er sich im Sommer aufhalte. Dass er dabei die B [REDACTED] lese, möge der Kläger seiner Privatsphäre zuordnen, dies mache die Berichterstattung aus Sicht des Durchschnittslesers aber nicht zur Werbung. Der durchschnittliche Leser erkenne an der Unschärfe des Bildes, dass es sich um ein aus großer Entfernung aufgenommenes Paparazzi-Foto handele und mangels „Posieren“ des Klägers mit der Zeitung nicht als Empfehlung des Klägers zu verstehen sei. Dass diese Berichterstattung auch eigenwerbenden Charakter habe, sei



unschädlich. Für den Durchschnittsleser handele es sich um eine übliche Gesellschaftsberichterstattung, für die üblicherweise kein Entgelt gefordert und/ oder gezahlt werde. Auch die Aufmachung des Beitrags erwecke nicht den Anschein einer Anzeige, sondern entspreche der üblichen Aufmachung im Heft. Der vom Kläger in Bezug genommenen Entscheidung des Bundesgerichtshofs sei nicht der Grundsatz zu entnehmen, dass jede rechtswidrige Berichterstattung, die einen Werbewert für die Eigenwerbung der veröffentlichten Publikation habe, einen Lizenzschadensanspruch auslöse. In dem vom Bundesgerichtshof entschiedenen Fall habe es – anders als hier – gerade an einem redaktionellen Beitrag gefehlt. Jedenfalls sei der Lizenzanspruch überhöht.

Hinsichtlich des für erledigt erklärten Teils fehle es an einer Abmahnung des Klägers, da die Abmahnung nur darauf gerichtet gewesen sei, es zu unterlassen „ S“ werblich zu vereinnahmen bzw. vereinnahmen zu lassen“.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Protokoll der Sitzung vom 25. 9. 2009 Bezug genommen.

## Entscheidungsgründe

I. Die Klage ist lediglich in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang zulässig und begründet (1). Im Übrigen ist die Klage teilweise unzulässig (2) teilweise unbegründet (3).

1) Lediglich soweit der Kläger von der Beklagten mit seinem Hilfsantrag die Unterlassung der Verbreitung der Passage „*Psst, nicht stören! Playboy am Sonntag Auf einer Jacht in St. Tropez schaukelt  S*“ begehrt, ist die insoweit zulässige Klage begründet. Dem Kläger steht insoweit der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB analog in Verbindung mit Artt. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1 GG zu, denn die angegriffene Berichterstattung verletzt bei fortbestehender Wiederholungsgefahr sein allgemeines Persönlichkeitsrecht. Diese Passage (die Überschrift des Beitrags mit Unterüberschrift) betrifft die Privatsphäre des Klägers. Sie beschreibt eine rein private Situation, die auf dem großformatig abgedruckten Bildnis des Klägers zu sehen ist. Die reine Textaussage ist zwar isoliert betrachtet von eher geringer Eingriffsintensität. Jedoch ergibt der Gesamtzusammenhang dieser Passage innerhalb des gesamten Beitrags eine nicht

unerhebliche Eingriffsintensität. Die Überschrift ist in das „Paparazzi-Foto“ eingefügt, das den Kläger auf einer Jacht zeigt, wie er die B [REDACTED] liest, ohne dass er sich einer Beobachtung durch Dritte bewusst wäre. Dieses Bildnis greift in erheblichem Maße in die Privatsphäre des Klägers ein. Der Überschriftentext vertieft diese Privatsphärenverletzung indem er dieses Bildnis beschreibt, weitere Informationen zum Verständnis der abgebildeten Situation liefert und zudem die Aufmerksamkeit des Lesers auf das Paparazzi-Foto lenkt.

Zwar besteht ein gewisses Berichterstattungsinteresse zum einen allgemein an der Information, wie der Kläger sein Leben gestaltet (Zeitung lesend auf einer Jacht in St. Tropez) und zum anderen auch an der konkreten Information, dass der Kläger als bekannte Persönlichkeit an einem seiner Wahlwohnsitze, im französischen St. Tropez auf die Lektüre einer deutschen Boulevard-Wochenzeitung, nämlich die B [REDACTED] zurückgreift. Dieses Berichterstattungsinteresse vermag aber nicht den nicht unerheblichen Eingriff zu überwiegen, der von dem Überschriftentext ausgeht, der die Aufmerksamkeit der Leser (wie dargestellt) unmittelbar auf das die Privatsphäre des Klägers verletzende Bildnis lenkt.

Der Kläger muss sich vor diesem Hintergrund auch keine Privatsphärenbegehung entgegenhalten lassen. Die Berichterstattungen, auf die sich die Beklagte insoweit bezieht, (Anlagenkonvolut B 3) enthalten keine Privatsphärenbegehung, die im Hinblick auf die vorliegende Berichterstattung zu einer Einschränkung des Persönlichkeitsrechts des Klägers führen würden. Soweit der Kläger in einem Interview mit der Frankfurter Allgemeinen Zeitung im Jahr 2007 darüber berichtet, wie es 1973 zur Gründung des „Dracula“-Club in St. Moritz gekommen war und wieso er zuvor sein erstes Motorboot „Dracula“ genannt habe, betrifft dies sehr lange zurückliegende Vorgänge. Diese Äußerungen begründen keine Privatsphärenbegehung generell für Situationen, in denen der Kläger auf einer Jacht sitzt und Zeitung liest. In der weiteren Berichterstattung aus dem STERN aus dem Jahr 1995, auf die sich die Beklagte beruft, wird dem Kläger lediglich eine Situation in seinem Rennboot „Dracula“ mit [REDACTED] B [REDACTED] vorgehalten und er erklärt dazu schlicht: „Wir waren miteinander recht intensiv“. Dieses knappe Statement zu einem Geschehen aus den 60er Jahren führt nicht zu einer Öffnung seiner Privatsphäre bezüglich Situationen, in denen er sich aktuell auf einer Jacht aufhält.

Es besteht auch die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr. Die Wiederholungsgefahr wird durch die Erstbegehung indiziert, es wurde keine strafbewehrte

Unterlassungsverpflichtungserklärung abgegeben und auch sonst sind keine Umstände ersichtlich, die eine Wiederholungsgefahr entfallen lassen könnten.

2) Der Klagantrag zu 1. (Hauptantrag auf Unterlassung) ist unzulässig. Soweit der Kläger bezüglich mehrerer Textpassagen beantragt, die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, ihn „werblich zu vereinnahmen bzw. vereinnahmen zu lassen, insbesondere wenn dies wie in B. vom 10. August 2008 geschieht“, so fehlt es der im Antrag beschriebenen Handlung an der erforderlichen Bestimmtheit für einen Unterlassungstitel. Wegen fehlender Bestimmtheit hat der Bundesgerichtshof etwa einen Klagantrag für unzulässig erachtet, der sich gegen Pressebeiträge richtete, „die inhaltlich Werbung sind“ (vgl. BGH GRUR 1993, 565 (566) – Falten-Glätter). Ebenso hat der Bundesgerichtshof den Unterlassungsantrag für das Verbot von Beiträgen, die sich in der „überwiegend pauschalen Anpreisung des Firmenangebots“ erschöpfen, mangels Bestimmtheit für unzulässig erachtet, da die Frage, wann dies der Fall sei ebenso wie die Frage ob „inhaltlich Werbung“ vorliege nur von Fall zu Fall entschieden werden könne (BGH GRUR 1998, 489 (492) – Unbestimmter Unterlassungsantrag III). Ein Verbotsantrag darf nicht derart undeutlich gefasst werden, dass sich der Beklagte nicht umfassend verteidigen kann und die Entscheidung darüber, was verboten sei, dem Vollstreckungsgericht überlassen bleibt (BGH aaO S. 491).

So liegt es auch hier, da die Formulierung „werblich zu vereinnahmen“ wertende Elemente enthält und nur im Einzelfall entschieden werden könnte, ob dies jeweils der Fall ist. Schließlich führt auch der „insbesondere-Zusatz“ nicht zu einer hinreichenden Bestimmtheit. So hat der Bundesgerichtshof entschieden, dass mit einem „insbesondere-Zusatz“ der konkrete Beitrag als Beispielsfall aufgeführt wird, ohne dass damit die Merkmale hinreichend bestimmt genannt würden, die das begehrte allgemeine Verbot unzulässiger getarnter Werbung tragen könnten (vgl. BGH GRUR 1993, 565 (566) – Falten-Glätter mwN, ebenso auch Hefermehl/Köhler/Bornkamp UWG Kommentar-Köhler 27. Aufl. 2009, § 12 UWG Rn 2.46).

3) Der hilfsweise gestellte Unterlassungsantrag der Beklagten hinsichtlich der zweiten mit dem Klagantrag zu 1. angegriffenen Textpassage (a), sowie der Klagantrag zu 2. (Zahlung einer Lizenz) (b) sind zulässig, aber unbegründet.

a) Der Kläger hat unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt einen Anspruch auf Unterlassung der Verbreitung der Passage „Als legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf hat er ein Auge für die schönen Seiten des Lebens.“, insbesondere ergibt sich der Anspruch nicht aus einer Verletzung seines allgemeinen Persönlichkeitsrechts §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB analog in Verbindung mit Artt. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1 GG.

Die Mitteilung, dass der Kläger „legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf“ ist, betrifft lediglich seine Sozialsphäre, die unter geringerem Schutz steht als seine Privatsphäre. Darüber hinaus äußert sich der Kläger selbst auch öffentlich zu dem Umstand, dass er ein bekannter Fotograf ist (Interview in der „Wirtschaftswoche“ aus dem Jahr 2008, Anlage B 1) und auf seiner eigenen Homepage wird seine Autobiographie „[REDACTED] S [REDACTED] – Mein Leben“ unter anderem mit der Formulierung „[REDACTED] S [REDACTED] Weltbürger und Playboy-Legende.“ beworben (Anlage B 2). Damit erfährt der Leser an dieser Stelle der Berichterstattung nichts, was der Kläger nicht selbst auch öffentlich machen würde. Dass der Kläger als legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf „ein Auge für die schönen Seiten des Lebens habe“, ist eine zulässige Bewertung. Zwar ist hier Verständnis nahe liegend, dass mit den schönen Seiten des Lebens die B [REDACTED] gemeint ist. Durch diese Mitteilung werden aber (anders als mit der untersagten Überschriftenpassage) keine weiteren Informationen zum Verständnis des Bildes mitgeteilt und nicht die Aufmerksamkeit des Lesers in gleicher Weise auf das Bildnis gelenkt. Angesichts all dieser Umstände überwiegt hier das öffentliche Informationsinteresse gegenüber dem Persönlichkeitsrecht des Klägers.

b) Schließlich steht dem Kläger unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt ein Anspruch auf Zahlung einer Lizenz zu, dieser Anspruch ergibt sich insbesondere weder aus § 812 Abs. 1 S. 1 Fall 2 BGB (Eingriffskondiktion) noch aus § 823 Abs. 2 BGB iVm §§ 22, 23 Abs. 2 KUG.

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 (HansOLG Urteil vom 2. 5. 2006, 7 U 19/06, juris-Abs. 9, 10; Wenzel- Burkhardt, Das Recht der Wort- und Bildberichterstattung, 5. Aufl. 2003, 14. Kapitel Rn 10 mwN). Entscheidend ist somit, ob aus der Bildveröffentlichung geldwerte Vorteile gezogen wurden, und ob dies nach der Verkehrsübung nicht hätte geschehen können, ohne den Abgebildeten an ihnen in Form eines Entgelts zu beteiligen (BGH NJW 1979, 2205 (2206); HansOLG Urteil vom 2. 5. 2006,

7 U 19/06, juris-Abs. 10). Ein solches vermögenswertes Nutzungsrecht ist regelmäßig bei der Verwendung von Aufnahmen zu Werbezwecken anzunehmen. Bei der rein publizistischen Verwendung einer Abbildung kann dies hingegen allenfalls ausnahmsweise in Betracht kommen. Derartige Bilder verkörpern regelmäßig keinen Vermögenswert für die abgebildete Person (vgl. HansOLG Urteil vom 2. 5. 2006, 7 U 19/06, juris-Abs. 11, 12, ebenso LG Saarbrücken NJW-RR 2000, 1571 (1573)).

Zu Lizenzansprüchen bei redaktioneller Berichterstattung hat die Kammer im Urteil vom 11. 1. 2008, Az. 324 O 126/07 (AfP 2008, 100 (103)) folgendes ausgeführt: *„Anders als für Werbung ist für den Bereich redaktioneller Berichterstattung von der Regelvermutung auszugehen, dass nach der Verkehrssitte Honorarzahungen an den Betroffenen gerade nicht vereinbart werden. Dies gilt auch für rechtswidrige Medienberichte, denn es ist nicht ersichtlich, dass allein die etwaige Rechtswidrigkeit einer Berichterstattung nach der Verkehrssitte Lizenzvereinbarungen nach sich zöge. Würde jede – nach Maßgabe des § 812 BGB nicht einmal notwendigerweise schuldhaft – Persönlichkeitsrechtsverletzung Lizenzansprüche des Betroffenen auslösen, wäre dies für die Medien auch mit unzumutbaren wirtschaftlichen Risiken verbunden. (...) Redaktionelle Berichterstattung dürfte nach der Verkehrssitte vielmehr regelmäßig allenfalls dann lizenzfähig sein, wenn sie dem Leser gegenüber den Eindruck erweckt, erst durch eine mit dem Betroffenen vereinbarte (exklusive) Zusammenarbeit ermöglicht worden zu sein, wie es z. B. bei „Homestories“ der Fall sein mag.“* (bestätigt durch HansOLG, Urteil vom 21. 10. 2008, 7 U 11/08, juris Abs. 28). Fehlt es an einem solchen Eingriff in ein Ausschließlichkeitsrecht, welcher üblicherweise nur gegen Entgelt gestattet zu werden pflegt, kommt aus diesem Grunde auch ein Anspruch auf Schadensersatz gemäß § 823 Abs. 2 BGB in Verbindung mit § 22 KUG nicht in Betracht (HansOLG Urteil vom 2. 5. 2006, 7 U 19/06, juris-Abs. 17).

So liegt es auch hier. Bei der Berichterstattung im vorliegenden Fall handelt es sich nicht um eine Veröffentlichung zu Werbezwecken, sondern um eine redaktionelle Berichterstattung, für die regelmäßig nach der Verkehrssitte keine Lizenz gezahlt wird, so dass das abgedruckte Bildnis keinen Vermögenswert des Klägers verkörpert und ein Anspruch auf Lizenzzahlung ausscheidet.

Zur Klärung der Frage, ob eine redaktionelle Berichterstattung vorliegt, ist auf das Verständnis des Durchschnittslesers abzustellen (vgl. BGH, Urteil vom 14. 3. 1995, VI ZR

52/94, juris-Abs. 12; LG Hamburg Urteil vom 27. 10. 2006, 324 O 381/06, juris-Abs. 23). Im vorliegenden Fall liegt nach dem Verständnis des Durchschnittslesers eine redaktionelle Berichterstattung vor. Die Berichterstattung entspricht bereits vom Layout her der sonstigen redaktionellen Berichterstattung aus der B [REDACTED] (Anlage K 1). Im Zentrum der Berichterstattung steht das Bildnis des Klägers und seiner Frau auf einer Jacht, wie er die B [REDACTED] liest. Für den durchschnittlichen Betrachter ist ohne weiteres ersichtlich, dass keine gestellte Situation abgebildet wird, in der der Kläger für die Presse „posiert“, sondern dass der Kläger in einer Situation, in der er sich unbeobachtet glaubte, fotografiert wurde. Dies wird für den unbefangenen Betrachter insbesondere aus der Unschärfe des Bildes, dem unregelmäßigen Lichteinfall und der Körperhaltung des Klägers deutlich.

Diese Abbildung der konkreten Lebenssituation ist zwar rechtswidrig, weil es bereits an einer Einwilligung des Klägers gem. § 22 KUG und dem Eingreifen eines Ausnahmetatbestandes gem. § 23 Abs. 1 KUG fehlt. Selbst wenn man aber von einem zeitgeschichtlichen Ereignis gem. § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG ausgehen wollte, würden jedenfalls die Interessen des Klägers gem. § 23 Abs. 2 KUG überwiegen.

Dennoch hat die Berichterstattung ihren Ursprung und ihren inhaltlichen Kern in einem Bildnis, das einen eigenen journalistischen Berichterstattungsgegenstand bildet. Die Beklagte stellt nicht etwa künstlich oder willkürlich einen Zusammenhang zwischen ihrem Produkt und dem Kläger her, sondern berichtet lediglich darüber, dass der Kläger die B [REDACTED] liest, also über einen wahren, realen Lebenssachverhalt, an dem angesichts der Bekanntheit des Klägers auch ein gewisses Informationsinteresse besteht. Die Berichterstattung lässt damit einen gewissen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung erkennen – mag dieser auch gering sein. Dass der Kläger als besonders bekannter Deutscher die B [REDACTED] liest, wenn er sich in einem seiner Wahlwohnsitze im Ausland befindet, ist nicht ohne Interesse für die Öffentlichkeit. Schließlich spricht auch der weitere Inhalt des Beitrags für das Vorliegen einer redaktionellen Berichterstattung mit gewissem Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung. Die Beklagte teilt weitere Umstände aus dem Leben des Klägers mit, wie etwa, dass er „drei Jahre mit [REDACTED] B [REDACTED] verheiratet“ war, dass er „legendärer Playboy und weltberühmter Fotograf“ war und darüber, wie er sein Leben verbringt (entspannt im Polo-Shirt, zeitungslisend auf einer Jacht). Ein durchschnittlicher Leser kann aufgrund all dieser Umstände den Beitrag nur als eine redaktionelle

Berichterstattung verstehen. Dass diese eine gewisse Werbewirkung entfaltet, ändert daran nichts.

Für einen durchschnittlichen Betrachter erweckt das Bildnis nicht den Eindruck, dass der Kläger bewusst für die Beklagte posiere, um als „Testimonial“ die B [REDACTED] zu empfehlen. Auch erweckt das Bildnis aus den angeführten Gründen gerade nicht den Eindruck, der Kläger würde sich im Sinne einer „Homestorie“ präsentieren. Das Bild erweckt vielmehr den Eindruck, dass der Kläger hier in einer privaten Situation heimlich abgelichtet wurde. Die redaktionelle Veröffentlichung eines solchen Bildnisses stellt aber – auch wenn sie rechtswidrig ist – trotz der ihr innewohnenden Werbewirkung für die Beklagte keinen Eingriff in ein vermögenswertes Nutzungsrecht des Klägers dar, da für derartige „Paparazzi-Fotos“ nach der Verkehrssitte keine Honorarzahungen an den Betroffenen vereinbart werden. Hiergegen spricht auch nicht (insoweit den bestrittenen klägerischen Vortrag als zutreffend unterstellt), dass der Kläger in der Vergangenheit „inszenierte Paparazzi-Fotos“ unter Lizenzbedingungen vertrieben hatte (Anlagen K 7, K 9). Der Umstand, dass der Kläger „Paparazzi-ähnliche“ Fotos inszeniert und vertrieben hatte, führt nicht dazu, dass deshalb „Paparazzi-Fotos“ nunmehr lizenzpflichtig würden. Im Übrigen sind die Bildnisse aus den Anlagen K 7, K 9, die ersichtlich im wesentlichen aus den 60er Jahren stammen, dem vorliegenden Bildnis nicht vergleichbar.

Dass der Kläger hier unfreiwillig eine gewisse Werbewirkung für das Produkt der Beklagten entfaltet, führt mangels des Bestehens einer Verkehrssitte für entsprechende Honorarzahungen angesichts des Umstandes, dass hier eine (wenn auch rechtswidrige) redaktionelle Berichterstattung vorliegt, nicht zu einem Lizenzanspruch. Dem durchschnittlichen Leser ist hier bewusst, dass der Kläger nicht für die B [REDACTED] werben möchte, sondern dass die Beklagte lediglich über den realen Lebenssachverhalt berichtet, dass der Kläger ihr Produkt liest. Für die redaktionelle Mitteilung derartiger Umstände (mögen sie auch rechtswidrig und von Wert für die Beklagte sein) werden aber nach der Verkehrssitte keine Honorare gezahlt.

Soweit sich der Kläger auf das Urteil der Kammer in der Sache 324 O 381/06 beruft, ergibt sich daraus nichts anderes. Dort war es um Werbung für ein Presseprodukt gegangen und die Kammer hatte auf das Fehlen eines hinreichenden Bezugs zu einer redaktionellen

Berichterstattung abgestellt. Gegenstand des vorliegenden Verfahrens ist dagegen ein originär journalistischer Beitrag.

Auch aus dem Urteil des Bundesgerichtshofs vom 11. 3. 2009 (Aktenzeichen I ZR 8/07) ergibt sich für den vorliegenden Fall nichts anderes. Der vom Bundesgerichtshof entschiedene Fall unterscheidet sich in entscheidenden Aspekten von dem vorliegenden Sachverhalt. So hat der Bundesgerichtshof ausgeführt, dass eine Berichterstattung einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung nicht mehr erkennen lasse, wenn sich der die Bildveröffentlichung begleitende Bericht darauf beschränke, einen beliebigen Anlass für die Abbildung prominenter Personen zu schaffen (BGH, Urteil vom 11. 3. 2009, I ZR 8/07, juris-Abs. 20). In dem dortigen Fall war der Bundesgerichtshof von einem derart geringen Informationswert der Abbildung des dortigen Klägers und der Bildunterschrift ausgegangen, dass ein schützenswerter Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung nicht erkennbar war (BGH aaO, juris-Abs. 21). Der Informationswert der dortigen Bildunterschrift, die den einzigen redaktionellen Teil der Berichterstattung dargestellt hatte, war nach Ansicht des Bundesgerichtshofs für die Allgemeinheit derart gering gewesen, dass er nicht darüber hinausgegangen war, einen Anlass für die Abbildung des Prominenten Klägers zu schaffen (BGH aaO juris-Abs. 23). Der Bundesgerichtshof hatte den Werbecharakter der Bildnisveröffentlichung betont und ausgeführt, dass in einem solchen Fall das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Abgebildeten auch die Werbung für das Presseerzeugnis begrenze (BGH aaO juris-Abs. 27, 28).

So liegt es hier indes gerade nicht. Im vorliegenden Fall erschöpft sich die Berichterstattung nicht darin, lediglich einen Anlass für die Abbildung des Klägers zu schaffen. Der Gegenstand der Berichterstattung ist im Kern das Bildnis, das den Kläger zeigt, wie er in seiner Wahlheimat in St. Tropez auf einer Jacht die B [REDACTED] liest. Sowohl die Information, wie ein bekannter ehemaliger „Playboy“ und Fotograf sein Leben gestaltet, als auch der Umstand, dass der im Ausland lebende Kläger sich dort aus einer deutschen Boulevard-Wochenzeitung informiert, stellen einen – wenn auch geringen – Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung dar. Auch die weiteren Inhalte der Berichterstattung (Abdruck eines Fotos des Klägers mit seiner früheren Ehefrau [REDACTED] B [REDACTED], Informationen über die früheren und aktuellen Lebensumstände des Klägers) gehen hier weit über diejenigen in dem der Entscheidung des Bundesgerichtshofs zugrunde liegenden Fall hinaus und erschöpfen sich gerade nicht darin, einen Anlass für die Abbildung des Klägers zu schaffen.



Aber auch in einem weiteren wesentlichen Punkt unterscheidet sich die vorliegende Berichterstattung von derjenigen, die der Entscheidung des Bundesgerichtshofs zugrunde gelegen hatte. Nach Ansicht des Bundesgerichtshofs kam es entscheidend darauf an, ob die Darstellung bei dem Leser eine gedankliche Beziehung zwischen dem Abgebildeten und dem beworbenen Produkt herstelle. Gehe es dem Werbenden nicht auch um die Befriedigung des Bedürfnisses der Allgemeinheit an der Darstellung bekannter Persönlichkeiten, sondern ausschließlich darum, durch ein unmittelbares Nebeneinanderstellen der Ware und der abgebildeten Person das Interesse der Öffentlichkeit an der Person und deren Beliebtheit auf die Ware zu übertragen, rechtfertige dies nicht die einwilligungsfreie Nutzung des Bildnisses (BGH aaO juris-Abs. 31).

Im vorliegenden Fall hat die Beklagte dagegen gerade nicht ein Bildnis des Klägers und ihr Produkt nebeneinandergestellt, um das Interesse der Öffentlichkeit am Kläger und dessen Beliebtheit auf ihre Zeitung zu übertragen. Sie hat gerade kein beliebiges Bildnis des Klägers abdruckt um sodann einen künstlichen und willkürlichen Bezug zu ihrem Produkt zu konstruieren. Vielmehr hat sie ein Bildnis zum Gegenstand der Berichterstattung gemacht, das bereits für sich genommen den Bezug zwischen dem Kläger und ihrem Produkt enthielt. Sie hat insoweit lediglich den wahren Umstand, dass der Kläger als berühmter Deutscher im Ausland die B [REDACTED] liest, zum Gegenstand der Berichterstattung gemacht. Auch dies unterscheidet den vorliegenden Fall in einem entscheidenden Punkt von dem vom Bundesgerichtshofs entschiedenen Sachverhalt. Dass für jedwede rechtswidrige redaktionelle Berichterstattung über Prominente, der ein Werbewert zukommt, eine Lizenz zu zahlen sei, lässt sich dagegen dem Urteil des Bundesgerichtshofs nicht entnehmen.

Da der Lizenzanspruch unbegründet ist, besteht auch der darauf bezogene Zinsanspruch nicht.

II. Die prozessualen Nebenentscheidungen und der Streitwertbeschluss beruhen auf §§ 3, 92 Abs. 2, 709 S. 1, 2 ZPO, 45 Abs. 1 S. 3 GKG. Insoweit hat die Kammer hinsichtlich des Klagantrags zu 1. bei der ersten sowie der dritten Textpassage einen Streitwert von 15.000,- Euro angenommen, bei der zweiten Textpassage, angesichts der geringeren Eingriffsintensität des Inhalts, einen Streitwert von 10.000,- Euro.

Soweit die Parteien den Rechtsstreit hinsichtlich der dritten Textpassage aus dem Klagantrag zu 1. übereinstimmend für erledigt erklärt haben, entsprach es unter Berücksichtigung des bisherigen Sach- und Streitstandes billigem Ermessen, die Kosten des Rechtsstreits der Beklagten aufzuerlegen. Zwar war die Abmahnung auf einen nicht bestehenden Anspruch gerichtet, da der Antrag, es zu unterlassen, den Kläger „werblich zu vereinnahmen“ mangels Bestimmtheit unzulässig ist. Die Beklagte hat aber selbst darauf verwiesen, dass ein „insbesondere-Zusatz“ so auszulegen sein kann, dass hilfsweise (als Minus) die Unterlassung des konkret beanstandeten Verhaltens begehrt wird (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamp UWG-Köhler 27. Aufl. 2009. § 12 UWG Rn 2.46 mwN). Dem Kläger stand aber ein Anspruch auf Unterlassung der Verbreitung der Textpassage „**[REDACTED]** auf der Jacht „**[REDACTED]**“. Er liest B**[REDACTED]** wie über elf Millionen andere Deutsche auch“ zu, da mit dieser Bildinnenschrift Informationen aus seiner Privatsphäre offenbart werden, an denen kein überwiegendes Berichterstattungsinteresse besteht. Insoweit kann auf die Ausführungen zu I. 1. verwiesen werden, die sinngemäß auch für diese Passage gelten.

Auch wenn eine vorformulierte Unterlassungserklärung zu weit gefasst ist, berührt dies die Wirksamkeit der Abmahnung nicht; es ist dann die Angelegenheit des Schuldners, die Unterlassungserklärung auf den rechtlich gebotenen Umfang einzuschränken und als neues Angebot auf Abschluss eines Unterwerfungsvertrages (§ 150 BGB) abzugeben (vgl. Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht- v. Petersdorff-Campen, 2008, 31. Abschnitt, Rn 138 mwN). Verweigert der Schuldner die Abgabe der zu weit gefassten Unterlassungserklärung ganz, kommt ein im anschließenden Verfahren den Schuldner kostenmäßig entlastendes sofortiges Anerkenntnis (§ 93 ZPO) hinsichtlich des von Anfang an begründeten Teils des Unterlassungsverlangens nicht mehr in Betracht (vgl. Hamburger Kommentar aaO Rn 138). So liegt es auch hier. Die Beklagte hätte in dieser Situation eine auf die bloße Verbreitung dieser Textpassage gerichtete Unterlassungsverpflichtungserklärung abgeben können, wie sie es nach Klagerhebung auch getan hat.

**[REDACTED]**

**[REDACTED]**

**[REDACTED]**

Ausgegeben  
 als Urkopie an den Rechtsanwalt  
 [Signature]