

DATENSCHUTZ- BERATER

» Ihr zuverlässiger Partner für Datenschutz und Datensicherheit

Chefredakteur: Dr. Carlo Piltz

Schriftleitung: Dr. Alexander Golland, Tilman Herbrich, Philipp Quiel, Laurenz Strassemeyer

Editorial

Dr. Carlo Piltz

Art. 9 DSGVO – ein Mysterium mit offenen Fragen

Seite 137

Stichwort des Monats

Dr. Stefan Brink

Digitale Kontaktnachverfolgung soll bei der Pandemie-Bekämpfung helfen

Seite 138

Datenschutz im Fokus

Niklas Vogt

Das dänische Bußgeldmodell: Ein Vorbild für Deutschland?

Seite 142

Dr. Tobias Brors, Leon Valentin Werlitz und Sascha Maschek

Auskunftsansprüche gegen den Arbeitgeber – Welche Lösungen gibt es für diese neue Herausforderung?

Seite 151

Stefan Hessel und Maximilian Leicht

Facebook, Twitter & Co. – Risiken für Unternehmen bei gemeinsamer Verantwortlichkeit

Seite 155

Guido Hansch

Referentenentwurf zum Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG-E)

Seite 159

Aktuelles aus den Aufsichtsbehörden

Dr. Alexander Golland

Datenschutzkonforme Test-, Impf- und Genesungskontrollen in Betrieben der Privatwirtschaft

Seite 162

Rechtsprechung

Dr. Wulf Kamlah

Betrugspräventionssysteme vor dem OLG Karlsruhe

Seite 165

Sabrina Otto

Medienprivileg unerheblich: Gleiches Ergebnis bei der Interessenabwägung nach KUG und DSGVO

Seite 168

▪ Nachrichten Seite 140 ▪ Service Seite 172

Sabrina Otto

Medienprivileg unerheblich: Gleiches Ergebnis bei der Interessenabwägung nach KUG und DSGVO

BGH, Urt. v. 21.1.2021 – I ZR 207/19

Die Gerichtsentscheidung in Kürze

„Ein Foto, das eine prominente Person zeigt und von einem breiten Publikum als Symbolbild angesehen wird, darf – selbst in einem redaktionellen Kontext – nicht schrankenlos zur Bebilderung eines Presseartikels genutzt werden. Der Symbolcharakter des Fotos ist vielmehr in die nach §§ 22, 23 KUG vorzunehmende umfassende Abwägung der widerstreitenden Interessen einzustellen.“ (Leitsatz)

Ob das in Art. 85 DSGVO normierte Medienprivileg auf die streitgegenständliche Verarbeitung zu journalistischen Zwecken anwendbar ist und die §§ 22, 23 KUG den Anforderungen des Art. 85 DSGVO genügen, bedürfe keiner Entscheidung, da eine am Maßstab des Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO vorzunehmende Interessensabwägung zum gleichen Ergebnis führe wie eine solche am Maßstab der §§ 22, 23 KUG, sofern sich die Schutzzumfänge der jeweils einzustellenden Positionen nicht unterscheiden.

Der Fall

In einer von der Beklagten verlegten Zeitung erschien ein Artikel zu der Aktion „Urlaubslotto“. Unter der Überschrift „Gewinnen Sie Bares und eine Traumreise“ befand sich ein Foto, auf dem der Kläger, ein Schauspieler in der ZDF-Serie „Das Traumschiff“ von 2014 bis 2019, mit zwei anderen Schauspielern der Serie in ihren jeweiligen Rollen abgebildet waren. Ergänzt wurde das Foto unter anderem mit den Namen der Schauspieler sowie der Bildunterschrift „Aber wie auf dem echten „TV-Traumschiff“ schippern Sie zu den schönsten Buchten und spannendsten Städten“. Unter dem Foto wurde das „Urlaubslotto“ erläutert.

Der Kläger, der in die Verbreitung seines Bildnisses oder Namens nicht eingewilligt hatte, forderte die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. In dem Verfahren nimmt er die Beklagte unter anderem auf Unterlassung in Anspruch. Die Beklagte verfolgte ihren Antrag auf Abweisung der Klage in der Revision weiter.

Die Gründe

Der BGH bejahte einen Unterlassungsanspruch des Klägers wegen der unzulässigen Nutzung seines Bildnisses und seines Namens.

Eingriff in das Recht am eigenen Bild

Der BGH und das Berufungsgericht waren sich einig: Die Beklagte habe in den vermögensrechtlichen Zuweisungs-

gehalt des Rechts am eigenen Bild des Klägers eingegriffen. Die Entscheidung, ob und in welcher Weise das eigene Bildnis für Werbezwecke zur Verfügung gestellt werden soll, sei wesentlicher – vermögensrechtlicher – Bestandteil des Persönlichkeitsrechts und begründe bei unbefugter kommerzieller Nutzung des Bildnisses grundsätzlich einen Unterlassungsanspruch. Nach Ansicht des BGH liegt hingegen kein Eingriff vor, wenn die Presse über Ereignisse berichte, an der die Öffentlichkeit ein Interesse hat – das sog. Berichterstattungsinteresse (Rn. 12 f.). Die Beurteilung, ob ein Bildnis kommerziell oder lediglich als rein mitwirkendes Element im Rahmen der Berichterstattung eingesetzt worden sei, ergebe sich aus der Sicht des Durchschnittslesers (Rn. 14).

Der BGH folgerte den Eingriff in den vermögensrechtlichen Zuweisungsgehalt des Rechts am eigenen Bild bereits daraus, dass die Verwendung des streitgegenständlichen Fotos durch die Beklagte zu einem gewissen Imagetransfer vom Kläger in seiner beliebten Serienrolle auf den Hauptgewinn des Preisausschreibens der Beklagten geführt habe. Die Beklagte habe sich in der entsprechenden Ausgabe die Bekannt- und Beliebtheit des Klägers für die Aktion „Urlaubslotto“ und damit mittelbar auch für ihre Pressezeugnisse zu Nutze gemacht. Die Person des Klägers trete nicht vollständig hinter die Serienrolle zurück, denn in der Bildunterschrift wird der Name des Klägers genannt und nicht der Name, den er in der Fernsehserie trage (Rn. 11 ff.).

Abgestuftes Schutzkonzept nach §§ 22, 23 KUG

Nach dem abgestuften Schutzkonzept der §§ 22, 23 KUG bedarf es gemäß § 22 Abs. 1 KUG zur Verbreitung eines Bildnisses die Einwilligung des Abgebildeten. In § 23 Abs. 1 KUG sind Ausnahmen zu dem Einwilligungserfordernis normiert. Diese gelten jedoch nicht für Verbreitungen, durch die berechnete Interessen des Abgebildeten verletzt werden (vgl. § 23 Abs. 2 KUG).

Da keine Einwilligung des Klägers vorlag, richte sich die Beurteilung der Rechtswidrigkeit des Eingriffs in sein Recht am eigenen Bild nach § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG – Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte – und § 23 Abs. 2 KUG.

Der Begriff der Zeitgeschichte wird vom BGH weit ausgelegt. Er umfasst ganz allgemein das Geschehen der Zeit, also alle Fragen von allgemeinem gesellschaftlichem Interesse (Rn. 25). Die Beurteilung, ob ein Bildnis dem Bereich

der Zeitgeschichte zuzuordnen ist, erfordert dabei nach ständiger Rechtsprechung des BGH eine Abwägung zwischen dem Interesse des Klägers am Schutz seiner Persönlichkeit aus Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG, Art. 8 Abs. 1 EMRK und dem vom Beklagten wahrgenommenen Informationsinteresse der Öffentlichkeit sowie den Rechten der Presse aus Art. 5 Abs. 1 GG, Art. 10 EMRK (Rn. 26 f.).

Im zu beurteilenden Fall sei der Anwendungsbereich des § 23 Abs. 2 Nr. 1 KUG eröffnet. Die Verwendung des Fotos des Klägers diene nicht ausschließlich dem privaten Geschäftsinteresse der Beklagten, sondern auch einem schutzwürdigen Informationsinteresse der Allgemeinheit. Dabei sei auf die dem Leser mitgeteilte oder in Erinnerung gerufene Rolle des Klägers als Teil der Crew in der Fernsehserie „Das Traumschiff“, das stets zu „den schönsten Buchten und spannendsten Stränden“ zu „schippern“ pflege, abzustellen. Zudem weise die Fernsehserie eine Symbolkraft als Sinnbild für Eskapismus und Romantik auf (Rn. 48).

Nach Ansicht des Ersten Senats überwiegen die Interessen des Klägers denen der Beklagten: Selbst unter Beachtung der in dem Streitgegenständlichen Foto liegenden Symbolik greife dessen Nutzung durch die Beklagte für einen überwiegend kommerziellen Zweck ohne beachtlichen Beitrag zur Sachdebatte in nicht gerechtfertigter Weise in das Persönlichkeitsrecht in Form der Sozialsphäre des Klägers ein. Die Abbildung treffe ihn in seiner Serienrolle und nicht in seiner Privatperson als solcher (Rn. 50, 62).

Zugunsten der Beklagten müsse berücksichtigt werden, dass sie das Bildnis des Klägers auf einem Foto genutzt habe, das auch als Symbolbild für eine Kreuzfahrt im Sinne einer „Traumreise“ stehe und sich dadurch teilweise von der Person des Klägers losgelöst habe. Die durch ihn bewirkte teilweise Entkoppelung des Motivs von der Person des Klägers lasse den Eingriff in sein Persönlichkeitsrecht weniger gravierend erscheinen. Dabei sei auch von Bedeutung, dass der Kläger das Entstehen der Symbolik durch die Übernahme der Serienrolle letztlich gebilligt habe. Un- erheblich sei, dass sich der Symbolcharakter nicht ausschließlich aus dem Foto selbst ergebe, denn auch die Bildunterschrift und die begleitende Wortberichterstattung seien einzubeziehen (Rn. 50 ff.).

Laut der Karlsruher Richter ist die Veröffentlichung des Bildnisses jedoch nicht geeignet, einen nennenswerten Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu leisten (Rn. 55). Im Streitfall sei von einem kommerziellen Schwerpunkt des „Urlaubslotto“ auszugehen. Die Beklagte setze das Streitgegenständliche „Urlaubslotto“ aus Sicht eines Durchschnittslesers vorwiegend nicht zur Meinungsbildenden Unterhaltung der Leserschaft oder zur Bindung an das Presseerzeugnis der Beklagten ein (Rn. 59).

Berechtigte Interessen nach DSGVO

Ob die Verwendung des Fotos des Klägers zu „journalistischen Zwecken“ im Sinne des Medienprivilegs nach Art. 85 Abs. 2 DSGVO erfolgt ist und demnach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO als Rechtsgrundlage keine Rolle spielt, bedarf aus Sicht des BGH keiner Entscheidung. Keine Entscheidung wurde außerdem zu der Frage getroffen, ob die §§ 22, 23 KUG den Anforderungen des Art. 85 DSGVO entsprechen.

Sowohl im Rahmen des § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG als auch des Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO sei eine umfassende Abwägung widerstreitender Interessen und grundrechtlich geschützter Positionen geboten. Eine nach dem Maßstab des Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO vorzunehmende Interessenabwägung müsse dabei – so der BGH – zum gleichen Ergebnis führen wie eine solche am Maßstab der §§ 22, 23 KUG, wenn sich die Schutzzumfänge der jeweils einzustellenden Positionen – wie im Streitgegenständlichen Fall – nicht unterscheiden.

Der BGH präzisiert, dass bei der Abwägung in Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO nicht die Grundrechte des Grundgesetzes, sondern die in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (GRCh) geregelten zu berücksichtigen seien. Grund dafür ist der Anwendungsvorrang der DSGVO als unionsrechtlich vollständig vereinheitlichte Regelungen. Das gelte jedoch nur, soweit der durch die GRCh gewährleistete Grundrechtsschutz hinreichend wirksam sei (Rn. 40). Auf Seiten des Klägers seien die Grundrechte auf Achtung des Privat- und Familienlebens aus Art. 7 GRCh und zum Schutz personenbezogener Daten aus Art. 8 GRCh zu berücksichtigen. Für die Beklagte seien die Grundrechte auf Freiheit der Meinungsäußerung sowie Pressefreiheit aus Art. 11 GRCh und auf die unternehmerische Freiheit aus Art. 16 GRCh in Ansatz zu bringen (Rn. 40).

Gleichfalls ließ der BGH dahinstehen, ob einer Anwendung der DSGVO nicht bereits der pauschale Ausschluss weiterer Teile davon in § 19 des Berliner Datenschutzgesetzes für journalistische Tätigkeiten entgegensteht und dieser überhaupt den Anforderungen der Öffnungsklauseln des Art. 85 Abs. 1 und Abs. 2 DSGVO genügt (Rn. 39).

Unzulässige Namensnennung

Die Zulässigkeit der Wortberichterstattung richte sich zwar nicht nach den §§ 22, 23 KUG, allerdings wird durch die Namensnennung zu kommerziellen Zwecken in die das Vermögen betreffenden Elemente des Persönlichkeitsrechts eingegriffen (Rn. 67). Die Rechtmäßigkeit des Eingriffs müsse anhand einer umfassenden Güter- und Interessenabwägung unter Berücksichtigung der Rechtspositionen beider Seiten beurteilt werden (Rn. 68). Die vorzunehmende Interessenabwägung könne zu keinem anderen

Ergebnis führen als bei der Abwägung zur Verwendung des Bildnisses des Klägers, da die Namensnennung nur in der Bildunterschrift erfolge und dadurch untrennbar mit der Bildunterschrift verknüpft sei (Rn. 68).

Auswirkungen auf die Praxis

Das Medienprivileg soll eine journalistische Tätigkeit unbeeinflusst von datenschutzrechtlichen Pflichten ermöglichen. Die DSGVO überlässt es mit Art. 85 DSGVO den einzelnen Mitgliedsstaaten, eigene Vorschriften für die Regelung des Datenschutzrechts im Bereich journalistischer, künstlerischer, wissenschaftlicher und literarischer Zwecke zu finden (sog. Öffnungsklausel).

Geregelt war das Medienprivileg in Deutschland bisher in den §§ 9c, 57 RStV und in den Pressegesetzen der Länder. Der RStV wurde inzwischen durch den Medienstaatsvertrag (MStV) ersetzt. Das Medienprivileg findet sich nunmehr – neben den Regelungen in den Pressegesetzen der Länder – in §§ 12, 23 MStV. Ausgenommen von der Anwendbarkeit ist insbesondere Kapitel II der DSGVO, der auch Art. 6 DSGVO zur Rechtmäßigkeit der Verarbeitung beinhaltet. Das heißt, dass Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO – die berechtigten Interessen – als Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung dann nicht beachtet werden muss, sobald eine Verarbeitung zu „journalistischen Zwecken“ stattfindet.

Im Bereich der Bildnisse richtet sich die Frage einer rechtmäßigen Verarbeitung zu journalistischen Zwecken daher in erster Linie nach den §§ 22, 23 KUG.

Bisher hatte sich die Rechtsprechung seit der Geltung der DSGVO mit Fragen rund um Art. 85 DSGVO nur in wenigen Entscheidungen befasst.

a) OLG Köln wendet Medienprivileg an

Das Oberlandesgericht Köln beispielsweise hat in zwei Entscheidungen (Beschl. v. 18.6.2018 – I-15 W 27/18; Beschl. v. 8.10.2018 – 15 U 110/18) das Medienprivileg angewandt, da die Bildnisse von Medienunternehmen verbreitet wurden. Die Vorschriften der DSGVO spielten daher keine entscheidungserhebliche Rolle und der Fall konnte allein am Maßstab des KUG entschieden werden. Die Verbreitung der Aufnahmen war im Ergebnis zulässig.

b) LG Frankfurt: Veröffentlichung ohne Medienprivileg

Anders stellte es sich hingegen in zwei Urteilen des Landgerichts Frankfurt dar (Urt. v. 13.9.2018 – 2-03 O 283/18 und Urt. v. 27.9.2018 – 2-03 O 320/17), in welchen das Medienprivileg nicht anwendbar war und das Gericht die Rechtfertigungstatbestände der Art. 6 Abs. 1 S. 1 lit. f DSGVO zur Prüfung heranzuziehen hatte. Hier war die

Verbreitung der Bildnisse im Ergebnis unzulässig, weil es kein „überwiegendes berechtigtes Interesse“ an der Verbreitung der Aufnahmen als Werbung gab.

c) Sechster Senat des BGH: §§ 22, 23 KUG genügen Art. 85 DSGVO

In seinen Entscheidungen vom 7.7.2020 (VI ZR 250/19) sowie vom 29.09.2020 (VI ZR 445/19) führte der sechste Senat des BGH bereits aus, dass §§ 22, 23 KUG den Anforderungen von Art. 85 DSGVO genüge und die DSGVO der Anwendbarkeit des KUG grundsätzlich nicht entgegenstehe.

Keine Entscheidungserheblichkeit

Eine Entscheidung zum Umfang von „journalistischen Zwecken“ sowie der Erfüllung der Anforderungen des Art. 85 DSGVO durch das KUG musste der Erste Senat des BGH in der vorliegenden Entscheidung nicht treffen.

Die seit der Kaiserzeit auf Basis des KUG entwickelten persönlichkeitsrechtlichen Grundsätze sind bei der Verbreitung von Fotos und Videos jedenfalls nicht mehr allein das Maß aller Dinge. Der BGH betont in seiner Entscheidung vom Januar 2021 vielmehr, dass daneben auch die datenschutzrechtlichen Erlaubnistatbestände oder das Medienprivileg eine Rolle spielen können. Für die Praxis erleichternd sollte im Streitfall über das Vorliegen von „journalistischen Zwecken“ und der Anwendbarkeit von §§ 22, 23 KUG seine Aussage sein, dass die Abwägung sowohl bei §§ 22, 23 KUG als auch Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO in der Regel zum selben Ergebnis führt – es sei denn, es sind Rechte von anderem Schutzzumfang betroffen.

Autorin: Sabrina Otto ist Rechtsanwältin bei SPIRIT LEGAL Fuhrmann Hense Partnerschaft von Rechtsanwälten in Leipzig. Schwerpunkt ihrer Tätigkeit ist die Beratung im Datenschutz-, IT- und Medienrecht.

