

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
Erster Teil: Kriterien für die kollisionsrechtliche Behandlung von Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	5
§ 1 Kollisionsrechtliche Interessen	6
A. Kriterien der Anknüpfung: Von den Bildern Savignys zu den Interessen Kegels	6
B. Kollisionsrechtliche Interessen bei Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	10
I. Lebzeitige Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	10
1. Spezifische Interessen des Verletzten	10
2. Spezifische Interessen des Verletzers	10
3. Interessen der Allgemeinheit bzw. Dritter	11
4. Eindeutigkeit und Berechenbarkeit der Anknüpfung	12
5. Durchsetzbarkeit von Entscheidungen	13
6. Sicherstellung internen Entscheidungseinklangs	14
7. Sicherstellung externen Entscheidungseinklangs	15
8. Verhinderung von Anknüpfungsmanipulationen	15
9. Heimwärtsstreben des Rechts	16
II. Postmortale Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	17
III. Zwischenergebnis	17
§ 2 Sachrechtliche Vorgaben	19
A. Das Verhältnis von Kollisions- und Sachrecht	19
B. Der Schutz vor unerlaubter Vermarktung in der deutschen Rechtsordnung	22
I. Gesetzliche Regelungen des Persönlichkeitsrechtsschutzes vor unerlaubter Vermarktung	22
1. Die Reichweite des Ehrschutzes	23
2. Die Reichweite des Namenschutzes	24
a) Schutz des Identitätsinteresses	24
b) Schutz vor Zuordnungsverwirrungen	25
c) Lücken im Bereich des gesetzlichen Namenschutzes	26
3. Die Reichweite des Bildnisschutzes	26
a) Inhalt des Rechts am eigenen Bild	27
b) Grenzen des Rechts am eigenen Bild	27

c) Der postmortale Bildnisschutz	29
d) Lücken im Bereich des gesetzlichen Bildnisschutzes	30
4. Zwischenergebnis	30
II. Praeter legale Rechtsfortbildung zum Persönlichkeitsrechtsschutz vor unerlaubter Vermarktung	31
1. Die Anerkennung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts als sonstiges Recht i.S.v. § 823 I BGB und sein Verhältnis zu den besonderen Persönlichkeitsrechten	31
2. Von der moralisierenden Betrachtung der Vermarktung zur Anerkennung der Persönlichkeitsrechte auch als Vermögensrechte	33
3. Funktionale Ausgestaltung der Rechtsbehelfe durch die Rechtsprechung	35
a) Herausgabe der Bereicherung und Ersatz des materiellen Schadens	35
b) Ersatz des immateriellen Schadens	37
4. Die Besonderheiten des Persönlichkeitsrechtsschutzes bei postmortaler Vermarktung	40
5. Zwischenergebnis	42
III. Die Defizite der Rechtsprechung beim Schutz der Persönlichkeit vor unerlaubter Vermarktung	43
1. Die Grenzen der einschränkenden Voraussetzungen der Vermarktungsbereitschaft und Vermarktungsfähigkeit	43
2. Die unberechtigte Funktionserweiterung des immateriellen Schadensersatzes	46
a) Einführung einer Privatstrafe	46
aa) Inhalt und Zweck der Genugtuungsfunktion	46
bb) Die Präventionsfunktion als originäre Aufgabe des Strafrechts	50
b) Verfassungsrechtliche Einwände gegen eine zivilrechtliche Privatstrafe	50
aa) Verstoß gegen Art. 101 I 2 GG, Art. 103 II, III GG und den „in dubio pro reo“-Grundsatz	51
bb) Verstoß gegen den Gleichheitsgrundsatz, Art. 3 I GG ..	53
cc) Verletzung der Pressefreiheit, Art. 5 I 2 GG ..	55
dd) Verstoß gegen das Rechtsstaatsprinzip, Art. 20 III GG ..	57
3. Zwischenergebnis	59
IV. Konzeption eines umfassenden Persönlichkeitsrechtsschutzes bei unerlaubter Vermarktung	60
1. Grundlinien eines umfassenden Persönlichkeitsrechtsschutzes ..	60
2. Die Ausgestaltung des Persönlichkeitsrechtsschutzes bei unerlaubter Vermarktung	63
a) Die Anerkennung des Schutzes vermögenswerter Interessen ..	63
b) Die Bewertung der jüngsten Verfassungsrechtsprechung zur Kommerzialisierung der Persönlichkeit	64
c) Konstruktive Erfassung des Schutzes vermögenswerter Interessen	65

d) Die Problematik der Abgrenzung ideeller und vermögenswerten Persönlichkeitsrechtsbestandteile	68
aa) Statische Abgrenzung: Festlegung durch den Gesetzgeber	69
bb) Dynamische Abgrenzung: Bestimmung durch den Markt	70
cc) Synthetische Abgrenzung: Normativ beschränkte Markt-abgrenzung	71
(1) § 134 und § 138 I BGB	72
(2) Art. 5 I, III, Art. 12 I und Art. 14 I 1 GG	74
dd) Zwischenergebnis	76
e) Rechtsbehelfe bei Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	77
aa) Ersatz der materiellen Schäden, § 823 I BGB i.V.m. Art. 1 I, 2 I GG	77
bb) Eingriffskondition (§§ 812 I 1 Alt. 2, 818 II BGB): Zahlung einer angemessenen Lizenzgebühr	80
cc) Angemäste Eigengeschäftsführung (§§ 687 II 1, 681 S. 2, 667 BGB): Herausgabe des Verletzergewinns	85
dd) Wettbewerbsrechtlicher Schutz	87
(1) § 3 UWG	87
(2) § 1 UWG	90
ee) Negatorische Rechtsbehelfe	92
ff) Ersatz des immateriellen Schadens, § 823 I BGB i.V.m. Art. 1 I, 2 I GG	93
f) Besonderheiten des postmortalen Persönlichkeitsrechts-schutzes bei unerlaubter Vermarktung	94
aa) Zur Kritik an der Vererblichkeit vermögenswerter Persönlichkeitsrechtsbestandteile	95
bb) Aktivlegitimation hinsichtlich der vermögensrechtlichen Rechtsbehelfe bei postmortaler Vermarktung	95
cc) Spezifische Voraussetzungen für die Durchsetzung der vermögensrechtlichen Rechtsbehelfe	96
dd) Die Dauer des postmortalen Schutzes der vermögens-werten Bestandteile	97
ee) Zur jüngeren verfassungsrechtlichen Rechtsprechung hinsichtlich des postmortalen Persönlichkeitsrechts	97
3. Zwischenergebnis	98
V. Kollisionsrechtlich relevante Wertungen des sachrechtlichen Persönlichkeitsrechtsschutzes	98
1. Schutz ideeller und vermögenswerter Interessen durch Persönlichkeitsrechte	99
2. Die monistische Struktur der Persönlichkeitsrechte	99
3. Die strukturelle Parallelität von Urheberrechten und Persönlichkeitsrechten	100
4. Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung und Wettbewerbsrecht	100

5. Die Begrenzung des Persönlichkeitsrechtsschutzes durch Freiheitsrechte Dritter	101
6. Funktion der vermögensrechtlichen Rechtsbehelfe	102
7. Grenzen der Vermarktung der Persönlichkeit	102
Zweiter Teil: Kollisionsrechtliche Betrachtung	103
§ 3 Qualifikation von Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	105
A. Kritische Würdigung der in Rechtsprechung und Schrifttum vertretenen Qualifikationen	108
I. Lebzeitige Persönlichkeitsrechtsverletzungen	109
1. Zur Qualifikation von Schadensersatzansprüchen	109
a) Personale Qualifikation	109
b) Die Trennung der Qualifikation nach Bestand und Schutz der Persönlichkeitsrechte	112
c) Deliktische Qualifikation	114
2. Zur Qualifikation der übrigen Ansprüche aus Persönlichkeits- rechtsverletzung	116
a) Die Qualifikation von Unterlassungs- und Widerrufsan- sprüchen	116
b) Die Qualifikation von Gegendarstellungsansprüchen	117
c) Die Qualifikation von Auskunftsansprüchen	119
II. Postmortale Persönlichkeitsrechtsverletzungen	119
1. Personale Qualifikation	121
2. Die Trennung der Qualifikation nach Bestand und Schutz postmortaler Persönlichkeitsrechte	122
3. Deliktische Qualifikation	123
III. Zwischenergebnis	124
B. Zusätzliche Qualifikationsmöglichkeiten bei einer Verletzung vermö- genswerter Persönlichkeitsrechtsbestandteile	125
I. Zur Qualifikation von Eingriffskondiktion und angemäßter Eigengeschäftsführung	126
II. Alternative Qualifikationen	127
1. Immaterialgüterrechtliche Qualifikation	128
2. Wettbewerbsrechtliche Qualifikation	129
III. Zwischenergebnis	131
§ 4 Das Anknüpfungssystem für Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	132
A. Das Anknüpfungssystem für deliktisch qualifizierte Ansprüche	133
I. Europäische Reformentwürfe: Ausblick und Anregung	133
1. Ministerratsentwurf	134
2. Kommissionsentwurf	135
3. GEDIP-Entwurf	137
4. Zwischenergebnis	138

II. Das Anknüpfungssystem auf Grundlage der Art. 40ff. EGBGB unter Berücksichtigung der vermögenswerten Bestandteile der Persönlichkeitsrechte	138
1. Die Anknüpfung lebzeitiger Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	139
a) Der Tatort als Grundanknüpfungsmoment des Art. 40 I EGBGB	139
aa) Die Bestimmung des Handlungsortes	141
(1) Zur Abgrenzung von Vorbereitungs- und Ausführungs-handlungen nach der <i>lex causae</i>	142
(2) Zur Abgrenzung von Vorbereitungs- und Ausführungs-handlungen nach dem Kriterium der Gefahrbeherr-schung	143
(3) Die Bestimmung des Handlungsortes nach Maßgabe der Funktion der Handlungsortanknüpfung	144
(4) Zwischenergebnis	146
bb) Die Bestimmung des Erfolgsortes	146
(1) Die Lokalisierung des Erfolgsortes bei internationalen Persönlichkeitsrechtsverletzungen	147
(a) Fehlen eines Erfolgsortes versus Lokalisierung des Erfolgsortes am Ort der Interessenkollision	147
(b) Lokalisierung am Ort des Wohnsitzes bzw. gewöhnlichen Aufenthalts des Verletzten	150
(c) Die Bekanntheit am Verbreitungsort als Einschränkung	153
(d) Die Vorhersehbarkeit des Verbreitungsortes als Einschränkung	155
(aa) Bedeutung des Vorhersehbarkeitsinteresses ..	155
(bb) Die Wahrung der Interessen des Verletzten ..	156
(cc) Kollisionsrechtliche Umsetzung des Vor-hersehbarkeitsinteresses	157
(dd) Inhaltliche Anforderungen an das Vorherseh-barkeitserfordernis	158
(e) Zwischenergebnis	158
(2) Zur Konkurrenz mehrerer Erfolgsorte	159
(a) Das Günstigkeitsprinzip	159
(b) Der gewöhnliche Aufenthalt des Verletzten als Schwerpunktterfolgsort	162
(c) Das Mosaikprinzip	165
(d) Zwischenergebnis	169
cc) Das Verhältnis von Handlungs- und Erfolgsortankrüpfung	169
(1) Das allgemeine Verhältnis von Handlungs- und Erfolgsort	169
(a) Das Ubiquitätsprinzip	169
(b) Das eingeschränkte Günstigkeitsprinzip	171

(2) Das Verhältnis von Handlungs- und Erfolgsort bei Persönlichkeitsrechtsverletzungen	173
(3) Zwischenergebnis	174
b) Die weiteren Anknüpfungsmomente nach Art. 40 ff. EGBGB	174
aa) Der gemeinsame gewöhnliche Aufenthalt, Art. 40 II EGBGB	174
bb) Die wesentlich engere Verbindung, Art. 41 I EGBGB	177
cc) Die nachträgliche Rechtswahl durch die Parteien, Art. 42 EGBGB	180
dd) Zwischenergebnis	182
c) Der Renvoi	182
aa) Die Verweisung des Art. 40 I EGBGB	183
bb) Die Verweisung des Art. 40 II EGBGB	185
cc) Die Verweisung des Art. 41 I EGBGB	185
dd) Zwischenergebnis	186
d) Der ordre-public-Vorbehalt	186
aa) Der spezielle ordre-public-Vorbehalt des Art. 40 III EGBGB	186
bb) Die allgemeine ordre-public-Klausel des Art. 6 EGBGB	188
cc) Zwischenergebnis	188
2. Die Anknüpfung postmortaler Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch unerlaubte Vermarktung	188
a) Die Anknüpfungsmodelle in Rechtsprechung und Literatur	188
b) Die Sachgerechtigkeit einer Übertragung des Mosaikmodells auf postmortale Persönlichkeitsrechtsverletzungen	189
c) Zwischenergebnis	190
3. Die Vereinbarkeit des entwickelten Anknüpfungssystems mit dem Europäischen Gemeinschaftsrecht	190
a) Das Herkunftslandprinzip als Kollisionsnorm	191
b) Die Vereinbarkeit mit den gemeinschaftsrechtlichen Grundfreiheiten	193
aa) Zur Eröffnung des Anwendungsbereichs der Warenverkehrs- sowie der Dienstleistungsfreiheit	193
bb) Freiheitsverkürzende Maßnahme	194
cc) Die Rechtfertigung der Ungleichbehandlung	195
(1) Allgemeine Anforderungen an die Rechtfertigung einer faktischen Diskriminierung	195
(2) Die Rechtfertigung des konkreten Eingriffs	197
(a) Der umfassende Persönlichkeitsrechtsschutz als spezifischer Rechtfertigungsgrund	197
(b) Zur Verhältnismäßigkeit des Eingriffs	198
c) Zwischenergebnis	201
B. Das Anknüpfungssystem für bereicherungsrechtlich qualifizierte Ansprüche	202
I. Der Eingriffsort als Grundanknüpfung, Art. 38 II EGBGB	202
II. Weitere Anknüpfungsmomente nach Art. 41 und 42 EGBGB	204

III. Die Beachtlichkeit von Rück- und Weiterverweisungen	205
IV. Der ordre-public-Vorbehalt	205
V. Der postmortale Eingriff in das Persönlichkeitsrecht	205
VI. Zur Europarechtskonformität	206
VII. Zwischenergebnis	206
C. Alternative Anknüpfungssysteme bei einer Beeinträchtigung vermögenswerte Persönlichkeitsrechtsbestandteile	206
I. Das Anknüpfungssystem für Vermögensverletzungen	206
II. Das Schutzlandprinzip	207
1. Das Schutzlandprinzip des Internationalen Immaterialgüterrechts und die maßgebenden Interessen	208
2. Die fehlende Vergleichbarkeit der Interessenlagen	211
III. Das Markttortprinzip	212
1. Das Markttortprinzip des Internationalen Wettbewerbsrechts und die maßgebenden Interessen	213
2. Die fehlende Vergleichbarkeit der Interessenlagen	216
a) Die Beeinträchtigung vermögenswerter Persönlichkeitsrechtsbestandteile	216
b) Die Beeinträchtigung ideeller Persönlichkeitsrechtsbestandteile	217
III. Zwischenergebnis	217
Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	219
Literaturverzeichnis	225