

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
17 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

BGH: Tina Turner muss Werbe-Aktivitäten mit Show-Double dulden



Werbeposter der „Simply The Best – Die Tina Turner Story“

Die **Cofö Entertainment GmbH & Co. KG** aus Passau hat 2017 die Show „Simply The Best – Die Tina Turner Story“ aufgelegt. Als Turner-Double / -Darstellerin wurde **Dorothea „Coco“ Fletcher** engagiert. Das Plakat, mit dem die Show beworben wird, führte zu Ärger, denn die inzwischen 82-jährige **Tina Turner** fand, dass das Double ihr zu ähnlich wäre und verklagte den Veranstalter auf Unterlassung.

Der I. Zivilsenat des **Bundesgerichtshofs** in Karlsruhe hat nun entschieden, dass Tina Turner mit dem Werbe-Plakat leben muss und hat die Revision zurückgewiesen (Urteil von 24. Feb. 2022 – Az.: I ZR 2/22). Das Landgericht Köln hatte der Klage noch stattgegeben (Urteil vom 22. Jan. 2020 – Az.: 28 O 193/19), doch das Oberlandesgericht Köln sah die Lage komplett anders (Urteil vom 17. Dez. 2020 – Az.: 15 U 37/20).

Abwägung zwischen Kunstfreiheit und Persönlichkeitsrecht

Der I. Zivilsenat unter Vorsitz des Vorsitzenden Richters **Thomas Koch** hat die betroffenen Positionen im Persönlichkeitsrecht und im Kunsturhebergesetz abgewogen und in der Presseinformation Nr. 24/2022 vom 24. Feb. 2022 erläutert: „Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass die Beklagte in den vermögensrechtlichen Zuweisungsgehalt des Rechts am eigenen Bild und am eigenen Namen der Klägerin eingegriffen hat. Wird eine Person durch eine andere Person – beispielsweise einen Schauspieler – dargestellt, liegt ein Eingriff in das Recht am eigenen Bild vor, wenn aus Sicht eines nicht unerheblichen Teils des angesprochenen Publikums der täuschend echte Eindruck erweckt wird, es handele sich um die dargestellte Person selbst. Das Berufungsgericht hat rechtsfehlerfrei festgestellt, dass die beanstandete Werbung den Eindruck erweckt, auf den Plakaten sei die Klägerin abgebildet.“

Als ebenfalls zutreffend hat das Berufungsgericht die Verwendung des Bildnisses der Klägerin auf den streitgegenständlichen Plakaten der Beklagten als nach

§§ 22, 23 Abs. 1 Nr. 4, Abs. 2 Kunsturhebergesetz (KUG) als erlaubt angesehen.

Die Klägerin kann sich nicht mit Erfolg darauf berufen, dass § 23 Abs. 1 Nr. 4 KUG bereits deswegen nicht zu Gunsten der Beklagten eingreifen könne, weil das in Rede stehende Bildnis auf Bestellung angefertigt worden sei. Ist die tatsächlich abgebildete Person nicht identisch mit der Person, die aus Sicht eines nicht unerheblichen Teils des angesprochenen Publikums (vermeintlich) abgebildet ist, kann allenfalls die tatsächlich, nicht aber die vermeintlich abgebildete Person gegen die Verwendung der Abbildung einwenden, dass sie auf Bestellung angefertigt worden sei.

Der Anwendung des § 23 Abs. 1 Nr. 4 KUG steht auch nicht entgegen, dass die Beklagte ein Bildnis der Klägerin zur Bewerbung einer anderen Kunstform – hier einer Tribute-Show – eingesetzt hat. Vor dem Hintergrund des weiten Schutzbereichs der Kunstfreiheit nach Art. 5 Abs. 3 GG ist dies vom Anwendungsbereich der Vorschrift erfasst.

Die Werbung für eine Show, in der Lieder einer prominenten Sängerin von einer ihr täuschend ähnlich sehenden Darstellerin nachge-

sungen werden, mit einem Bildnis der Darstellerin, das den täuschend echten Eindruck erweckt, es handele sich um die prominente Sängerin selbst, ist grundsätzlich von der Kunstfreiheit gedeckt. Ein nicht gerechtfertigter Eingriff in den vermögenswerten Bestandteil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts des prominenten Originals ist mit der Werbung für eine solche Tribute-Show allerdings dann verbunden, wenn der unzutreffende Eindruck erweckt wird, das prominente Original unterstütze sie oder wirke sogar an ihr mit. Das Berufungsgericht ist zu dem zutreffenden Ergebnis gelangt, dass den Plakaten der Beklagten nicht die unwahre Tatsachenbehauptung zu entnehmen ist, die Klägerin unterstütze die Show der Beklagten oder wirke sogar an ihr mit. Die Plakate enthalten keine ausdrückliche Aussage darüber und sind auch nicht in diesem Sinne mehrdeutig.

Für die Interessenabwägung zum Recht der Klägerin am eigenen Namen hat das Berufungsgericht auf seine Ausführungen bei der Interessenabwägung zum Recht am eigenen Bild verwiesen. Dies ist ebenfalls nicht zu beanstanden.“ (ps)

Die 17 neuen Titel

C Clinical Epileptology	M Münchhausen GmbH & Co. KG 2.0
D Das B.L.i.A.!®-Prinzip Das Bildungswesen und das Zukunftswesen Das Geheimnis der Doofen Die Cindy Show – Neues aus Marzahn Die Schrebergärtner – Säen, mähen & Trophäen	O onconnect
E Erlebnis#Bildung	S Stadt, Land, Lage
H HOMESHOPPING QUEENS HOMESHOPPINGQUEENS HOMESHOPPING-QUEENS	T THINK THE MAX Ticket zum Mars TRANSITION
L Love is King	

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Stadt, Land, Lage

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM; DVDs; CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

Anwaltskanzlei Bettina Krause
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Die Schrebergärtner – Säen, mähen & Trophäen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

Seven.One Entertainment Group GmbH
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

onconnect

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Springer Medizin Verlag GmbH
Tiergartenstraße 17, 69121 Heidelberg

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Das B.L.i.A.!®-Prinzip

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Claudia Mannheims
Provinzialstraße 58, 53127 Bonn

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

HOMESHOPPINGQUEENS HOMESHOPPING QUEENS HOMESHOPPING-QUEENS

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

SYLVENSTEIN Rechtsanwälte
Sckellstraße 6, 81667 München

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

TRANSITION Ticket zum Mars

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und grafischen Darstellungen zur Verwendung in allen Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien.

W&B Television GmbH
Tanusstraße 21, 80807 München

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

THINK THE MAX Erlebnis#Bildung Das Bildungswesen und das Zukunftswesen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Zusätzen und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Streamingdienste, Social Media, Software, Off- und Online-Dienste, alle Arten von Datenträgern und Clouds; desweiteren für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Netzwerke, Bücher, Zeitungen, Magazine, Zeitschriften, Online-Magazine und alle Printmedien, Events, Veranstaltungen, Lesungen und Dienstleistungen aller Art.

Dr. Isabelle Liegl und Dr. Patricia Lawrence
Wittelsbacherstraße 6b, 82319 Starnberg

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Clinical Epileptology

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Titelkombinationen als Einzel- und als Reihentitel, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, sowie Offline- und Online-Dienste, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising, Hörfunk, Film, Fernsehen und Fernsehserien, bespielte Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off- und Online-Dienste) und sonstige Online-Medien, Software-Erzeugnisse, insbesondere Anwendungssoftware (Apps) gespeichert und herunterladbar, Druckereierzeugnisse sowie Merchandising.

Spieß, Schumacher, Schmiege und Partner
Rechtsanwälte mbB
Märkisches Ufer 34, 10179 Berlin

Über **74.000** archivierte Titel!
Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

DER
TITELSCHUTZ
ANZEIGER

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Das Geheimnis der Doofen Münchhausen GmbH & Co. KG 2.0

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Right Connection GmbH
Pontinusweg 20, 50859 Köln

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Die Cindy Show – Neues aus Marzahn

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen Online- und Offline-Dienste).

LIPPERT v. RAGGAMBY Rechtsanwälte
Kurfürstendamm 177, 10707 Berlin

Unter Hinweis auf § 5 Ziff. 3 MarkenG nehmen wir wiederholten Titelschutz in Anspruch für den Titel:

Love is King

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Offline- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-i, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

ITV Studios Germany GmbH
Agrippastrasse 87-93, 50676 Köln



Ein Drehbuch mit glücklichem Ende?

Übernehmen Sie die Regie und spenden Sie für eine filmreife Zukunft ohne Alzheimer unter:
www.alzheimer-forschung.de/spenden

Alzheimer Forschung Initiative e.V.
Kreuzstraße 34 · 40210 Düsseldorf

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen, digitalen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2022 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de