

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	19
Einleitung und Gang der Untersuchung	27
1. Kapitel    Rechtslage und Forschungsstand	33
I.    Ausgangspunkt	33
1.    Geiselnahme von Gladbeck	33
2.    Fall Böttcher	34
3.    Fall Meiwes	35
4.    Fall Gäfgen	36
II.    Gesetzeslage	37
1.    Das Opferanspruchssicherungsgesetz	38
a)    Verfassungsmäßigkeit	39
b)    Problemkonstellationen innerhalb einzelner Normen	41
c)    Zusammenfassung	43
2.    Das Kunsturhebergesetz	44
a)    Persönlichkeitsbild als Bildnis i.S.d. § 22 KUG?	46
b)    Zusammenfassung	51
3.    Das Namensrecht	52
4.    Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	55
a)    Schutzzinhalt	57
(1)    Sphärentheorie	58
(2)    Schutzbereichstheorie	59
(3)    Abgestuftes Schutzkonzept	60
(4)    Rahmendefinition und Interessenabwägung	60
(5)    Zusammenfassung	61
b)    Einschränkungen	61
(1)    Meinungsäußerungsfreiheit	61
(2)    Rundfunkfreiheit	64
(3)    Filmfreiheit	65
(4)    Kunstfreiheit	66
c)    Postmortaler Persönlichkeitsschutz	69
III.    Meinungsstand in der Literatur	69
1.    Sittenwidrigkeit der Vermarktungsverträge	70
2.    Ablehnung der zeitgeschichtlichen Bedeutung des Opfers	70

3. Gemeinfreiheit abstrakter Ereignisse	71
4. Fehlender Opferschutz als Folge unzureichender Beachtung des Täterpersönlichkeitsrechts	71
5. Verwertungsmonopol des Staates	72
6. Rückbesinnung auf Standesrecht	72
7. Kritische Würdigung	73
IV. Rechtsprechung	75
 2. Kapitel Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Literatur	 77
I. Verfälschung des Lebensbilds Verstorbener	77
1. Relevante Entscheidungen	77
a) »Mephisto – Roman einer Karriere«	77
(1) Entscheidung des BVerfG	78
(2) Sondervoten	79
b) »Ende einer Nacht«	80
2. Zusammenfassung	81
II. Unerwünschte Verarbeitung zu einer literarischen Figur	83
1. Relevante Literaturverbotsverfahren vor »Esra«	83
a) »Barfuß im Sand«	83
b) »Wilsberg und der tote Professor«	84
c) »Meere«	86
2. »Esra«	87
a) Entscheidung des BVerfG	88
b) Sondervoten	91
3. Zusammenfassung	91
a) Erkennbarkeit	92
b) Interessenabwägung	93
(1) Nahegelegter Wirklichkeitsbezug	93
(2) Intensität der Persönlichkeitsrechtsbeeinträchtigung	94
III. Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Biografien	96
1. Relevante Entscheidungen	96
a) »Ein ganz gewöhnliches Leben«	96
b) »Havemann«	97
2. Zusammenfassung	99
IV. Persönlichkeitsrecht und Meinungsäußerung durch Literatur	100
1. Entscheidungen des BGH	100
a) »Moritat auf Helmut Hortens Angst und Ende«	100
b) »Hexenjagd: Mein Schuldienst in Berlin«	102
2. Relevante obergerichtliche Entscheidungen	103
a) »Unsere Siemens-Welt«	103
b) »Die Hexenjagd«	104

c) »Pestalozzis Erben«	106
3. Zusammenfassung	107
V. Systematisierende Betrachtung unter Berücksichtigung der Straftatvermarktung	109
1. Ausgangslage	109
2. Prüfungsmodell	110
a) Tatbestand: Erkennbarkeit	110
b) Rechtswidrigkeit: Interessenabwägung	112
(1) Nahegelegter Wirklichkeitsbezug	113
(a) Dokumentation und Biografie	116
(b) Dokufiktion	117
(c) Fiktion	120
(2) Risikoabwägung	120
(a) Risikosetzung	120
(b) Risikobewertung	121
3. Anwendung auf die Straftatvermarktung	122
 3. Kapitel      Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Filme	 125
I.      Darstellung zeitgeschichtlicher Ereignisse	126
1. Relevante Entscheidungen	126
a) »Der Fall Angelika – Ein Schicksal im Schatten der deutschen Teilung«	126
b) »Das Mädchen Olivia«	127
c) »Contergan«	128
(1) Entscheidung des BVerfG	128
(2) Entscheidung des OLG Hamburg	129
d) »Der Baader-Meinhof-Komplex«	130
(1) Verfahren der Tochter Meinhof	130
(2) Verfahren der Witwe Ponto	131
2. Zusammenfassung	132
II.      Darstellung von Verbrechen	134
1. »Lebach«	134
a) »Der Soldatenmord von Lebach«	134
b) »Verbrechen, die Geschichte machten – Der Fall Lebach (1969)«	136
2. »Rothenburg«	137
a) Entscheidung des BGH	138
b) Entscheidung des BVerfG	139
3. Weitere Entscheidungen	139
a) »Aus nichtigem Anlass?«	139
b) »Kommissarin Lucas – Das Verhör«	141

4. Zusammenfassung	142
III. Systematisierende Betrachtung unter Berücksichtigung der Straftatvermarktung	144
1. Gemeinfreiheit abstrakter Ereignisse	145
2. Prüfungsmodell	146
a) Erkennbare Darstellung des äußeren Erscheinungsbilds einer Person	146
(1) Bildnis im Sinne des § 22 S. 1 KUG	146
(2) Einschränkungen gemäß § 23 Abs. 1 KUG	147
(a) § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG	148
(b) § 23 Abs. 1 Nr. 4 KUG	150
(3) Berechtigte Interessen des Abgebildeten gemäß § 23 Abs. 2 KUG	152
(a) Film als Kunstwerk im Sinne des Art. 5 Abs. 3 GG	153
(b) Genretypische Eingriffstiefe	154
(c) Weitere Kriterien	155
b) Erkennbarkeit aus den Umständen, Darstellung eines Persönlichkeitsbilds	157
(1) Tatbestand: Erkennbarkeit	157
(2) Rechtswidrigkeit: Interessenabwägung	158
(a) Nahegelegter Wirklichkeitsbezug	158
(b) Medienspezifische Wirkungsintensität	161
(c) Risikoabwägung	162
3. Anwendung auf die Straftatvermarktung	164
4. Kapitel Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Theaterstücke	167
I. »Ehrensache«	168
1. Entscheidung des BVerfG	169
2. Entscheidung des BGH	170
3. Zusammenfassung	171
II. Systematisierende Betrachtung unter Berücksichtigung der Straftatvermarktung	171
1. Erkennbare Darstellung des äußeren Erscheinungsbilds einer Person	172
a) Theaterstück als Kunstwerk im Sinne des Art. 5 Abs. 3 GG	173
b) Genrespezifische Eingriffstiefe	174
c) Weitere Kriterien	174
2. Erkennbarkeit aus den Umständen, Darstellung eines Persönlichkeitsbilds	175

a)	Tatbestand: Erkennbarkeit	175
b)	Rechtswidrigkeit: Interessenabwägung	176
(1)	Nahegelegter Wirklichkeitsbezug	176
(2)	Medienspezifische Wirkungsintensität	178
(3)	Risikoabwägung	179
3.	Anwendung auf die Straftatvermarktung	181
5. Kapitel	Persönlichkeitsrecht und Exklusivvermarktung	183
I.	Relevante Entscheidungen	183
1.	»Lengede«	183
2.	»Exklusivinterview nach Haftentlassung«	184
3.	Interviews mit Inhaftierten	185
a)	»Interview in Auslieferungshaft«	185
b)	»Interview mit Untersuchungsgefangenem bei Verdunkelungsgefahr«	186
c)	»Fernsehinterview mit inhaftierter Mörderin«	187
II.	Systematisierende Betrachtung unter Berücksichtigung der Straftatvermarktung	188
1.	Vertragsgegenstand	188
a)	Schuldrechtlicher Ansatz	189
b)	Verfügungsrechtlicher Ansatz	190
2.	Wirksamkeit des Vertrages	192
a)	Verschließen einer Informationsquelle	193
b)	Kollision mit Persönlichkeitsrechten Dritter	193
3.	Besonderheiten bei Interviews mit Inhaftierten	194
a)	Interviews mit Untersuchungsgefangenen	195
b)	Interviews mit Strafgefangenen	197
6. Kapitel	Isolierte Betrachtung der Vermarktung von Straftaten	199
I.	Konfliktlage	199
1.	Kommerzialisierbarkeit von Einzelheiten aus der Privatsphäre	200
a)	Traditionelle Auffassung	201
b)	Dualistischer Ansatz	202
c)	Monistischer Ansatz	203
d)	Kritische Würdigung	204
2.	Betroffene Rechtspositionen	207
a)	Das Verfügungsrecht über die Darstellung der eigenen Person	208

b)	Weiterentwicklungen in der Literatur	209
c)	Zusammenfassung	211
II.	Lösungsweg	212
1.	Das »Ob« der Straftatvermarktung	213
a)	Grundsatz	213
b)	Ausnahmen	213
(1)	Straftat als Ereignis der Zeitgeschichte	214
(2)	Figur als Beiwerk einer Gesamtdarstellung	217
(3)	Vermarktungsergebnis als Kunstwerk	218
c)	Zusammenfassung	219
2.	Das »Wie« der Straftatvermarktung	220
a)	Akzessorietät der Persönlichkeitsrechte von Täter und Opfer	220
(1)	Berichterstattung über Straftaten	222
(a)	Berichterstattung über verurteilte Straftäter	222
(b)	Verdachtsberichterstattung	223
(2)	Online-Archive und »Recht auf Vergessenwerden«	225
(a)	Zulässigkeit des Bereithaltens identifizierender Altmeldungen in Online-Archiven	225
(b)	Vereinbarkeit mit einem »Recht auf Vergessenwerden«	229
(3)	Ergebnis	232
b)	»Fair Use« geschützter Informationen	234
(1)	Bestimmung von »Fair Use« zugunsten der Medien	234
(2)	Übertragbarkeit auf die Straftatvermarktung	235
c)	Verzichtstheorie	236
(1)	Begriff	236
(2)	Anwendung auf die Straftatvermarktung	237
d)	Hilfskriterien im Rahmen der Abwägung	239
(1)	Modellhaftigkeit der Darstellung	239
(2)	Anerkennenswerte Zielsetzung des Täters	240
(3)	Weitere Kriterien	242
3.	Ergebnis	243
7. Kapitel	Rechtsfolgen	247
I.	Persönlichkeitsrechtsverletzungen zu Lebzeiten	247
1.	Anspruch auf Unterlassung	247
2.	Anspruch auf Gegendarstellung, Berichtigung und Widerruf	250

3.	Anspruch auf Ersatz materiellen Schadens	252
a)	Anspruchsvoraussetzungen	252
b)	Schadensermittlung	253
	(1) Entwicklung der Rechtsprechung	254
	(2) Anwendbarkeit auf die Vermarktung der Privatsphäre Unbekannter	255
c)	Anspruchshöhe	257
4.	Anspruch auf Bereicherungsausgleich	258
a)	Anspruchsvoraussetzungen	259
b)	Anwendbarkeit auf die Vermarktung der Privatsphäre Unbekannter	260
c)	Anspruchshöhe	262
5.	Anspruch auf Gewinnherausgabe	263
6.	Anspruch auf Geldentschädigung	264
a)	Dogmatische Grundlage und Funktion	265
b)	Anspruchsvoraussetzungen	267
c)	Anspruchshöhe	268
7.	Verhältnis der Ansprüche zueinander	270
8.	Sicherung der Ansprüche durch § 1 OASG	272
II.	Postmortaler Persönlichkeitsschutz	275
1.	Ansprüche auf Unterlassung, Gegendarstellung, Beseitigung und Widerruf	276
2.	Ausgleichsansprüche wegen postmortaler Verletzung vermögenswerter Persönlichkeitsrechtsbestandteile	277
a)	Ansprüche auf Ersatz materiellen Schadens und Bereicherungsausgleich	278
	(1) Voraussetzungen des Anspruchs auf Ersatz materiellen Schadens	278
	(2) Voraussetzungen des Anspruchs auf Bereicherungsausgleich	279
	(3) Zuerkennung der Ansprüche im Falle der Vermarktung vermögenswerter Persönlichkeitsrechtsbestandteile verstorbener Privatpersonen	279
	(a) »Postmortaler Persönlichkeitsschutz«	280
	(b) »Unfalltote«	281
	(c) Kritische Würdigung	282
	(d) Ergebnis	284
b)	Anspruch auf Gewinnherausgabe	285
c)	Schutzdauer	285
3.	Verhältnis der Ansprüche zueinander	286

4.	Ausgleichsansprüche wegen postmortaler Verletzung ideeller Persönlichkeitsinteressen	286
a)	Geldentschädigungsanspruch des Verstorbenen	288
b)	Geldentschädigungsanspruch der Hinterbliebenen	290
(1)	Vererblichkeit des Geldentschädigungsanspruchs	290
(2)	Andenkenschutzlehre	293
c)	Ansprüche der Hinterbliebenen auf Bereicherungsausgleich oder Gewinnherausgabe	294
(1)	Anspruchsvoraussetzungen	294
(2)	Anspruchsberechtigung	295
d)	Schutzdauer	298
5.	Sicherung der Ansprüche durch § 1 OASG	299
III.	Rechtsverfolgung und Prozesspublizität	300
1.	Beschränkung der Prozesspublizität	301
2.	Zulässigkeit der Publikation von Gerichtsentscheidungen	303
8. Kapitel	Überblick über die Rechtslage in den USA	307
I.	Ausgangspunkt	308
II.	Rechtslage	309
1.	Das First Amendment	311
2.	Verfassungsrechtlicher Privatsphärenschutz	313
3.	Das Right of Privacy	314
a)	Entstehung	314
b)	Die Fallgruppenbildung nach Prosser	317
c)	Grenzen	321
d)	Rechtsnatur	324
4.	Das Right of Publicity	325
a)	Entstehung	325
b)	Inhalt	328
(1)	»Personal Names«	328
(2)	»Images of People«	329
(3)	»Personal Voice« und »Objects associated with a Person«	331
c)	Rechtsinhaber	332
d)	Grenzen	334
e)	Rechtsnatur	336
5.	Verhältnis von Right of Privacy und Right of Publicity	338
6.	Die Anti-Profit Statutes	340
a)	Entstehung	340
b)	Inhalt	342
c)	Verfassungsmäßigkeit	344



III.	»Speech-versus-Privacy-Conflicts«	347
1.	»Autobiographical Speech and Information Privacy«	347
a)	Widerstreitende Rechtspositionen	348
b)	Lösungsansätze	349
(1)	»Property Right in Personal Information«	350
(2)	»Implied Contract or Duty of Confidentiality«	351
(3)	»Justified Disclosure«	352
(a)	»Legitimate Concern to the Public«	353
(b)	»Offensiveness«	356
2.	»Fiction and Docudrama«	357
a)	Konfliktkonstellationen	357
b)	Lösungsansätze	358
(1)	Der New Yorker Sonderweg	359
(2)	Rechtsprechung in anderen Bundesstaaten	361
(3)	Der »Transformative Balancing Test«	363
3.	»A Right to Be Forgotten?«	365
a)	Grundsatz	366
(1)	»Public Records«	366
(2)	»Information of Legitimate Concern to the Public«	368
b)	Ausnahmen	368
(1)	»Administrative Data Collections«	369
(2)	»Expansion of Privacy Rights Through the Use of Publicity Rights«	370
IV.	Postmortaler Persönlichkeitsschutz	371
1.	»Anti-Postmortem Rule for Rights of Privacy«	371
2.	»Postmortem Right of Publicity«	372
V.	Rechtsfolgen	375
1.	Anspruch auf Unterlassung	375
a)	Anspruchsvoraussetzungen	375
b)	Grenzen	377
2.	Anspruch auf Schadensersatz	378
a)	Schadensersatzanspruch wegen Verletzung des Right of Privacy	378
b)	Schadensersatzanspruch wegen Verletzung des Right of Publicity	380
c)	»Punitive Damages«	382
3.	Rechtsverfolgung und Prozesspublizität	385
VI.	Rechtsvergleichendes Resümee	387
1.	Grundprinzipien	388
a)	Prinzip Würde versus Prinzip Freiheit	388
b)	Einzelfallabwägung versus Regelorientierung	390

c) Rechtsbehelfsvielfalt versus Vorrang repressiven Rechtsschutzes	392
2. Mediale Vermarktung von Straftaten	395
a) Kommerzielle Verwertung von Einzelheiten aus der Privatsphäre Dritter	396
b) Zulässigkeit der Vermarktung	398
c) Inhalt und Umfang der Vermarktung	401
 Zusammenfassung der Ergebnisse	 405
I. Normativer Rahmen und Meinungsstand in der Literatur	405
II. Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Literatur	406
III. Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Filme	406
IV. Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Theaterstücke	407
V. Persönlichkeitsrecht und Exklusivvermarktung	408
VI. Prüfungskonzept für die Vermarktung von Straftaten	408
VII. Rechtsfolgen	409
VIII. Rechtslage in den USA	410
IX. Rechtsvergleich	412
 Literaturverzeichnis	 415