

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	11
Einleitung	17
A. Die kommerzielle Verwendung von Identitätsmerkmalen	19
I. Die menschliche Identität als Wirtschaftsgut	19
II. Die Ausgestaltung der kommerziellen Nutzung	19
1. Die werbemäßige Verwertung der Persönlichkeit	20
a) Die assoziative Verwertung	20
b) Die Nutzung als Blickfang	21
2. Die Primärverwertung	22
III. Die rechtlichen Aspekte der Kommerzialisierung	23
B. Das Right of Publicity als Schutzinstrument	25
I. Die historische Entwicklung des Right of Publicity	25
1. Das Right of Privacy	25
2. Das Right of Publicity	27
II. Rechtliche Grundlagen des Right of Publicity	29
1. Exkurs: Überblick über das Rechtssystem der USA	30
2. Die Regelungen der Bundesstaaten Kalifornien und New York	31
III. Rechtspolitische Begründung des Right of Publicity	33
IV. Die Rechtsnatur des Right of Publicity	35
1. Die Übertragbarkeit	35
2. Die Vererblichkeit	36
V. Der Regelungsbereich des Right of Publicity	37
1. Der kommerzielle Charakter der Verwertung	38
2. Die Schutzgüter des Right of Publicity	39
a) Der Schutz der Identität	39
b) Der Schutz von Darbietungen	39
3. Die Rechtsinhaber	41
VI. Die Begrenzung des Right of Publicity durch das First Amendment	42
1. Die Darstellung in den Medien	42
2. Die Darstellung in einem künstlerischen Kontext	44
3. Die Parodie	45
VII. Rechtsfolgen der Verletzung des Right of Publicity	48

1. Schadensersatz	48
2. Unterlassung	49
<b>VIII. Überblick über den persönlichkeitsrechtlichen Schutz in Deutschland</b>	<b>49</b>
1. Die historische Entwicklung	49
2. Das Verhältnis des allgemeinen Persönlichkeitsrechts zu den besonderen Persönlichkeitsrechten	50
3. Der Schutz vermögensrechtlicher Interessen	50
4. Die Schutzobjekte	51
5. Die Vererblichkeit und Übertragbarkeit von Persönlichkeitsrechten	52
6. Schranken des Schutzes	54
7. Rechtsfolgen der Verletzung	56
<b>C. Überblick über weitere Rechtsinstitute und ihr Verhältnis zum Right of Publicity</b>	<b>58</b>
1. Der wettbewerbsrechtliche Schutz von Identitätsmerkmalen	58
1. Allgemeines zum US-amerikanischen Wettbewerbsrecht	58
2. Das Verbot des False Endorsement gemäß Section 43 (a) Lanham Act	59
a) Klagebefugnis	59
b) Irreführung des Verbrauchers	61
c) Rechtsfolgen des Section 43 (a) Lanham Act	62
aa) Schadensersatz	63
bb) Unterlassungsanspruch	63
cc) Ersatz der Anwaltsgebühren	64
d) Verhältnis des Section 43 (a) Lanham Act zum Right of Publicity	64
3. Common Law of Unfair Competition	66
a) „Passing off“	66
b) „Misappropriation“-Doktrin	67
aa) Historische Entwicklung und Inhalt der Doktrin	67
bb) Verhältnis des Right of Publicity zur „Misappropriation“-Doktrin	68
4. Zusammenfassung	68
5. Der wettbewerbsrechtliche Schutz im deutschen Recht	69
a) Der Ausbeutungstatbestand des § 3 UWG	69
b) Das Irreführungsverbot der §§ 3, 5 UWG	70
c) Wettbewerbsverhältnis	70
d) Rechtsfolgen	71
e) Ergebnis	72
<b>II. Das Markenrecht</b>	<b>72</b>
1. Die Rechtsquellen	72
2. Die Voraussetzungen des markenrechtlichen Schutzes	73
3. Die Markenfähigkeit von Identitätsmerkmalen	74
4. Der Umfang des Schutzes	76

a) Der Schutz vor Verwechslungsgefahr	76
b) Der Schutz vor Verwässerungsgefahr	76
aa) Die Rechtsgrundlagen des Verwässerungsschutzes	77
bb) Der Zweck des Verwässerungsschutzes	77
cc) Die Voraussetzungen des Verwässerungsschutzes	78
dd) Der Verwässerungsschutz von Identitätsmerkmalen in der Praxis	79
5. Das Verhältnis des Right of Publicity zum markenrechtlichen Schutz von Identitätsmerkmalen	79
a) Der Schutz des „Goodwill“	80
b) Der Verwässerungsschutz	81
c) Die Vorteile des markenrechtlichen Schutzes	82
d) Ergebnis	83
6. Der markenrechtliche Schutz von Identitätsmerkmalen im deutschen Recht	83
a) Die Markenfähigkeit von Identitätsmerkmalen	83
b) Der Inhalt des markenrechtlichen Schutzes	85
c) Voraussetzung des markenrechtlichen Schutzes	85
7. Rechtsvergleichende Zusammenfassung und Konklusion	86
<b>III. Das Urheberrecht</b>	86
1. Die urheberrechtliche Schutzfähigkeit von Identitätsmerkmalen	87
2. Die urheberrechtliche Schutzfähigkeit von Darbietungen	88
3. Die Preemption-Regelung: Das Verhältnis des Right of Publicity zum Copyright	89
a) Der Regelungsgehalt der Preemption-Regelung	89
aa) Die Gleichwertigkeit des Right of Publicity und des Copyright	89
bb) Die Fixierung des Werks in einem Ausdrucksmittel	91
b) Zusammenfassung und Stellungnahme	91
4. Der urheberrechtliche Schutz von Identitätsmerkmalen im deutschen Recht	92
<b>IV. Zusammenfassung</b>	94
 <b>D. Gegenstand des Schutzes</b>	96
<b>I. Der Schutz des Namens</b>	97
1. Die Schutzvoraussetzungen	97
2. Der Umfang des Namenschutzes	98
3. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz des Namens im deutschen Recht	100
<b>II. Der Schutz des Erscheinungsbildes</b>	102
1. Der Begriff des Bildnisses	102
a) Die Art und Form der Darstellung	102
b) Die Erkennbarkeit	103

2. Die Verwendung von Doppelgängern	104
a) Die Abbildung eines Doppelgängers als Bildnis des Prominenten	104
b) Die Irreführung des Betrachters über die Identität des Abgebildeten	106
c) Die erkennbare Nutzung eines Doppelgängers	108
aa) Die Rechte des Doppelgängers	108
bb) Die Verwendung sogenannter „disclaimer“	109
cc) Stellungnahme und Ergebnis	111
3. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz des Erscheinungsbildes im deutschen Recht	112
a) Das deutsche Recht am eigenen Bilde	112
b) Der Schutz vor dem Einsatz von Doppelgängern	113
III. Der Schutz von Stilmerkmalen	114
1. Die Rechtsprechung zum Schutz von Stilmerkmalen	115
2. Kritische Erwägungen zum Schutz von Stilmerkmalen	116
a) Differenzierung zwischen primären und sekundären Identitätsmerkmalen	116
b) Die Gefahr der Monopolisierung	117
c) Rechtsprechung zum Gesangsstil: Erfordernis einer Irreführungsgefahr des Publikums	117
d) Stellungnahme	118
3. Der markenrechtliche Schutz von Stilmerkmalen	119
4. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz von Stilmerkmalen im deutschen Recht	120
5. Ergebnis	122
IV. Die Verwendung sonstiger identifizierender Merkmale	123
1. Der wirtschaftliche Wert der Identität als Schutzobjekt	123
2. Eine Analyse der Rechtsprechung	124
a) Die Abbildung von Gegenständen	124
b) Die Verwendung von Slogans	126
c) Die Vanna White-Entscheidung	128
aa) Das Urteil des 9th Circuit	128
bb) Kritische Anmerkungen zur Vanna White-Entscheidung	129
3. Stellungnahme und Ergebnis	132
4. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz sonstiger identifizierender Merkmale im deutschen Recht	133
V. Der Schauspieler in seiner Rolle – die Verwendung eines fiktiven Charakters	135
1. Problemstellung - Schutzmfang	135
a) Der Schauspieler hat den Charakter selbst entwickelt	136
b) Schauspieler und Schöpfer der Figur sind personenverschieden	138
c) Zusammenfassung und Konklusion	141
2. Schranken des Schutzes	142
a) Begrenzungen durch das First Amendment	142

aa) Unterscheidung zwischen der werbemäßigen und der filmischen Verwertung	142
bb) Kein Monopolrecht an der Rolle	144
cc) Stellungnahme	145
b) Die Rechte des Copyrightinhabers	146
aa) Exkurs: Die urheberrechtliche Schutzfähigkeit der fiktiven Figur	146
bb) Die Copyrightinhaber	147
cc) Die Kollision zwischen dem Right of Publicity und den Rechten des Copyrightinhabers	147
dd) Auseinandersetzung mit kritischen Erwägungen zur Anwendbarkeit des Right of Publicity	149
c) Der Anstellungsvertrag des Schauspielers	150
3. Zusammenfassung	151
4. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz des Schauspielers in seiner Rolle im deutschen Recht	152
<b>VI. Der Schutz der Stimme</b>	155
1. Die Stimmimitation	156
2. Die Nachahmung des Gesangsstils	162
3. Die direkte Übernahme der Originalstimme	163
4. Grenzen des Schutzes – Kollision mit dem Copyright	164
a) Stimmimitation	165
aa) Der Stand der Rechtsprechung	165
bb) Kritik der Literatur	166
cc) Stellungnahme	166
b) Originalstimme	167
aa) Problemstellung	167
bb) Konkretisierung der Stimme in der Darbietung	168
cc) Stellungnahme	169
5. Ergebnis	170
6. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz der Stimme im deutschen Recht	170
<b>VII. Der Schutz von Darbietungen im US-amerikanischen Recht</b>	172
1. Die Rechtssprechung zum Schutz von Darbietungen	172
2. Das Konfliktpotential mit dem First Amendment	174
a) Beispiele aus der Rechtsprechung	174
b) Stellungnahme	175
3. Die künstlerische Darbietung als Materie des Urheberrechts	176
4. Rechtsvergleichende Gegenüberstellung: Der Schutz der Darbietung im deutschen Recht	178
5. Zusammenfassung	179

E. Zusammenfassung und rechtsvergleichendes Resümee	180
I. Die Schutzinstrumente	180
1. Der persönlichkeitsrechtliche Schutz	180
2. Der wettbewerbsrechtliche Schutz	180
3. Der markenrechtliche Schutz	181
4. Der urheberrechtliche Schutz	182
II. Der Gegenstand des Schutzes	183
1. Der Name	183
2. Das Bildnis	184
3. Stilmerkmale	186
4. Sonstige identifizierende Merkmale	186
5. Der Schauspieler in seiner Rolle	188
6. Die Stimme	190
7. Darbietungen	192
III. Rechtsvergleichendes Resümee	193
Literaturverzeichnis	195
Rechtsprechungsverzeichnis	201