

# Inhaltsverzeichnis

Einführung	15
A. Einleitungsgedanke	15
B. Methodik und Forschungsstand	16
C. Gang der Darstellung	18
– Erster Teil –	19
Erstes Kapitel: Das Plakat	21
A. Arten und Formen des Plakats unter Berücksichtigung der historischen Einordnung	21
I. Einleitung	21
II. Die kunsthistorischen und -soziologischen Vorläufer	22
III. Typologie des Plakats	26
1. Das Plakat und seine werbende Funktion	26
2. Das politische Plakat	28
3. Das künstlerische politische Plakat	31
4. Das künstlerische Politsatire-Plakat	35
B. Ein Zwischenfazit	37
Zweites Kapitel: Vom Komischen zum Satirischen. Eine Begriffsannäherung	38
A. Das Komische und das Witzige – der Humor	39
B. Das Ironische, das Sarkastische, das Zynische	41
C. Die Karikatur, die Parodie, der Pastiche und die Persiflage	44
I. Die Karikatur	44
II. Die Parodie	45
1. Die etymologische und kunst- und literaturwissenschaftliche Einordnung	45
2. Die rechtliche Einordnung	45
III. Der Pastiche	47
1. Die etymologische und kunst- und literaturwissenschaftliche Einordnung	47

2. Die rechtliche Einordnung des Begriffs „Pastiche“	48
IV. Die Persiflage	50
D. Die Satire, das Satirische und die literaturwissenschaftliche Satiretheorie	50
I. Einführung in eine Begriffsnäherung	50
II. Die Definitionen der deutschen Autoritäten	53
III. Die konstituierenden Merkmale nach der Literaturwissenschaft	54
1. Einführung	54
2. Die Elemente nach Schönerer, Brummack und Zymner	55
3. Die überzeitlichen Merkmale der Satire: Angriff, Indirektheit und Normbezug	58
a) Angriff und Aggression	58
b) Normbezug	58
c) Indirektheit	59
d) Zwischenfazit	60
IV. Die nicht-konstituierenden Merkmale der Satire?	60
1. Die Ironie	60
2. Das Lachen: Humor, Witz und Komik	61
V. Funktion, Ziel und Wirkung der Satire	63
1. Die Funktionen der Satire in Bezug auf den Rezipienten	63
2. Die Funktionen der Satire in Bezug auf den Satiriker	66
VI. Bewertung	67
1. Das Problem der Rezipientenabhängigkeit	67
2. Das Problem der Indirektheit und des Angriffs	69
3. Das Problem der Kontextbezogenheit	70
4. Das Problem des Lachens	70
5. Eine Näherung durch Beschreibungen	71
E. Ein Zwischenfazit	72
Drittes Kapitel: Das satirische Plakat im rechtlichen Konflikt	74
A. Einführung	74
B. Der rechtliche Satirebegriff	75
I. Der verfassungsrechtliche Satirebegriff	75
II. Der rechtliche Satirebegriff in Bezug auf den literatur- bzw. kulturhistorischen Satirebegriff	78

C. Der verfassungsrechtliche Schutz der Satire	80
I. Die Meinungsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	80
1. Die Notwendigkeit des Schutzes	80
2. Die Meinung	82
3. Meinung und Werbung	84
4. Meinung und Satire	84
II. Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG	86
III. Kunstfreiheit, Art. 5 Abs. 3 S. 1 GG	87
1. Der Begriff der Kunst	88
2. Die Satire und die Kunstfreiheit	90
3. Das satirische Plakat in Bezug auf die Kunstfreiheit	91
IV. Das Verhältnis	92
1. Einführung	92
2. Verhältnis von Kunst- und Meinungsfreiheit	92
3. Verhältnis zu anderen Grundrechten	93
D. Eingriffe in den Schutzbereich	94
E. Das künstlerische Politsatire-Plakat und seine Grenzen	95
I. Die Schranken und Schranken-Schranken der Satire im Allgemeinen	95
1. Das Zensurverbot des Art. 5 Abs. 1 S. 3 GG	96
2. Die allgemeinen Gesetze und der Ehrschutz nach Art. 5 Abs. 2 GG	96
3. Die Schranken der Kunstfreiheit	98
II. Die absoluten Grenzen	99
1. Schmähkritik und Formalbeleidigungen	99
2. Angriff auf die Menschenwürde	101
III. Die (satirische) Äußerung in Abwägung mit dem Persönlichkeitsrecht	102
1. Vermutungsregel bei Beiträgen zur öffentlichen Meinungsbildung	103
2. Rede und Gegenrede, das Recht auf Gegenschlag	104
3. Erhöhte Schwelle durch die Idee der Reizüberflutung	106
4. Die Sphärentheorie	106
5. Schritt in die Öffentlichkeit	107
6. Rahmen der Äußerung	108
7. Besonders schützenswerte Personen	108
8. Ergebnis	109

IV. Die Kriterien für die Auslegung der Satire im Besonderen	109
1. Auslegungsmethodik der Rechtsprechung: Die Entkleidung der Aussage	109
2. Kritik und Auslegungsvorschläge der Literatur	111
a) Kritik an der Ausführung des Gesamtkontextkonzepts	111
b) Die „erträgliche“ Form	112
c) Die alleinige Fokussierung auf den Aussagekern	113
d) Kritik an dem Maßstab des Durchschnittsbetrachters	114
3. Der Auslegungsmaßstab im Fall des künstlerischen Politsatire-Plakats	116
V. Die satirische Äußerung in Kollision	116
1. Die Satire in Kollision mit dem Namensrecht	117
2. Die Satire in Kollision mit dem Markenrecht	117
F. Satire im Lichte der EMRK und des EU-Rechts	119
I. Die Rechtsprechung des EGMR	119
1. Der Schutz der Satire unter den Kommunikationsfreiheiten	119
2. Der Schutz der Satire unter der Kunstfreiheit	122
a) Satire und Sexualmoral	123
b) Der zeitliche und örtliche Bezug	124
II. Die Rechtsprechung des EuGH	126
1. Deckmyn gegen Vandersteen	126
a) Der Sachverhalt	126
b) Rechtliche Bewertung: Zwischen Parodie und Satire	127
c) Zwischen Parodie und Satire im Lichte des Europarechts	128
2. Das Spannungsverhältnis Persönlichkeitsrecht und Kommunikationsfreiheiten im Europarecht	129
G. Zwischenfazit	130
– Zweiter Teil –	132
Viertes Kapitel: Die Plakate Klaus Staecks	133
A. Ausgangslage: Der Stand der Plakatkunst in der BRD	133
B. Klaus Staeck	134
I. Kurzbiographie	134
II. Wichtige künstlerische Stationen	135
1. Intermedia 69	135

2. Die Verbindung zu Joseph Beuys	136
C. Die Plakate Klaus Staecks	138
I. Ein Einblick in die frühen Plakataktionen Klaus Staecks	138
II. Die Methodik	140
1. Die Montage	143
2. Text-Bild-Verhältnisse	143
a) Die bild-linguistische Untersuchung der Plakate im Allgemeinen	145
b) Plakatbeispiele	146
aa) Dominanz und Redundanz	146
bb) Komplementarität	147
cc) Kontradiktion	148
dd) Kontextualität	149
c) Das Satirische in den Plakaten Staecks	149
D. Konflikte und Aktionen nicht juristischer Art	150
I. Der Fall Staeck	150
II. Der sogenannte Bonner Bildersturm	152
E. Kritische Rezeption Staecks	154
F. Zwischenfazit	156
Fünftes Kapitel: Die Prozesse	157
A. Ein Staeckmotiv im Strafprozess	157
I. Sachverhalt	157
II. Entscheidung	158
III. Bewertung	158
B. Die zivilrechtlichen Prozesse gegen Arbeiten Klaus Staecks	160
I. Plakate mit satirischer Wahlaufforderung zu Lasten der CDU	160
1. „Die Reichen müssen reicher werden. Deshalb CDU“	160
a) Sachverhalt	160
b) Entscheidung	161
c) Bewertung	162
2. „Die Reichen müssen reicher werden, wählt christdemokratisch“	163
3. BVG Berlin und das Niedersachsenroß	164
4. Zwischenfazit	166
II. „Juso beißt wehrloses Kind“	167

III. „Alle reden vom Frieden. Wir nicht“	169
1. Einstimmung	169
2. Das Plakat	169
3. Der Hintergrund	170
4. Verfahrensverlauf – ein Überblick	171
5. Die Verfahren im Einzelnen	172
a) Die Verfahren in der ersten Instanz	172
aa) Die Anträge	172
bb) Die Beschlüsse	174
b) Die Verfahren in der zweiten Instanz	175
aa) Die Anträge	175
bb) Entscheidungen	176
6. Bewertung	180
a) Die Auseinandersetzung der Gerichte mit der Satire	180
b) § 23 Abs. 1 Nr. KUG	181
7. Nachtrag	182
IV. „Alle reden vom Klima. Wir ruinieren es“	183
1. Das Plakat	183
2. Der Hintergrund	184
3. Die Verfahren	185
a) Verfahrensverlauf – ein Überblick	185
aa) Kali Chemie AG	185
bb) Hoechst AG	186
cc) Zwischenergebnis	187
b) OLG Celle	187
c) OLG Frankfurt am Main	189
d) BGH	190
e) BVerfG	192
aa) Die Verfassungsbeschwerde von Greenpeace	193
bb) Die Verfassungsbeschwerde des Vorstandsvorsitzenden	194
4. Bewertung	195
a) Methodik des satirischen Plakats	195
b) Verpflichtungen der Satire	197
c) „Alle reden vom Klima. Wir ruinieren es“ und „Alle reden vom Frieden. Wir nicht“ – Ein Vergleich	198
V. „Der größte Schwindel seit der Farbe Grün“	199
1. Plakat und Hintergrund	199
2. Verfahren	200
3. Bewertung	201

VI. Zwischenfazit zu den zivilrechtlichen Prozessen	201
C. Klaus Staeck als Kläger	202
I. „typisch faschistisch“	202
II. „Vetternwirtschaft ist für sowas ein noch zu freundlicher Ausdruck“	205
III. Reaktionen	208
D. Klaus Staeck der rechtsstaatliche Künstler	208
E. Klaus Staeck als Gesamtkunstwerk	211
I. Die Motive	211
1. Der Topos des Prozessrisiko als finanzielles Existenzrisiko	211
2. Die David-Goliath-Inszenierung	211
3. Die starke mediale Berichterstattung	212
4. Der Künstler ist anwesend	212
5. Der Künstler als eigener Archivar	212
6. Der Künstler als Publizist	214
7. Der Rechtskonflikt als Ausstellungsobjekt	216
8. Gerichtlicher Prozess und die Verfahren als verkaufsförderndes Moment	217
9. Klaus Staeck, Künstler oder Kämpfer für die Meinungsfreiheit?	218
10. Gerichtsprozess als Katharsis	221
II. Das Gesamtkunstwerk und seine Auswirkungen	222
F. Zwischenfazit	223
– Dritter Teil –	225
Sechstes Kapitel: Satirerechtsprechung nach Staeck	227
A. Die Satire in der Satirezeitschrift	227
B. Die Satire-Fernsehshow	229
I. Das „Schmähgedicht“: Die Satire um der Satire willen	229
II. „Nazi-Schlampe“: Die Satire als Argument	231
III. „Darf ich zuspitzen“: Der Kontextbezug	233
C. Zwischenfazit	235

Siebtens Kapitel: Ausblick: Neue Problemfelder des Plakats und der Satire	237
A. Die Zukunft des Plakats	237
I. Das Plakat ist tot	237
II. Es lebe das Plakat	238
1. Das Wahlplakat der Satire-Partei	238
2. Adbusting und Street Art in der Tradition Staecks	239
B. Ausblick: politische Satire und politische Manipulation	242
I. Die Satire im Fernsehformat	243
II. Formen der partizipativen Satire	245
III. Satire und „Fake News“	248
1. Schritt 1: „Fake News“ und „Hate Speech“	248
2. Schritt 2: Unter dem Deckmantel der Satire	250
3. Schritt 3: Die notwendige Abgrenzung	253
C. Zwischenfazit	256
Schlussgedanke	257
Anhang	261
A. Rheinmetall AG, Pressemitteilung „Rheinmetall contra Staeck“, 21.12.1981	261
B. Leserbrief des Bundestagsabgeordneten Wilfried Böhm, Hersfelder Zeitung, 26.5.1976	262
C. Zeitungsartikel mit Erklärung des CDU-Fraktionsvorsitzenden im Gemeinderat, Dr. Raban von der Malsburg, Rhein-Neckar Zeitung vom 28.3.1994	263
Abbildungen	265
Literaturverzeichnis	277
Abbildungsverzeichnis	294