

Fallstudie zum Persönlichkeitsrecht Zur Kommerzialisierung eines Künstlernamens – und was diesbezüglich rechtlich zu beachten ist

Der Umgang mit der Wurst

Bei Namensverletzungen ist mit Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch sowie mit Schadenersatzansprüchen zu rechnen.

PETER KRIST

Wien. Da Conchita Wurst alias Tom Neuwirth seit dem 10. Mai 2014 nicht nur in Österreich, sondern – mindestens – europaweit für Furore sorgt, darf er sich seitdem über zahlreiche Auftritte und Werbedeals freuen. Jedoch wittern auch andere ein großes Geschäft und nehmen den „Conchita Wurst-

„Unbefugter Namensgebrauch iSv § 43 ABG liegt vor, wenn schutzwürdige Interessen des Namensträgers verletzt sind.“

ELKE MARIA SAGMEISTER

Hype“ zum Anlass, den Künstlernamen von Tom Neuwirth in allen erdenklichen Produkt- und Dienstleistungskategorien als Aushängeschild zu verwenden. So hat ein Fleischermeister aus dem kürzlich unbenannten „Bart Mitterndorf“ seinen Umsatz dank einer Wurstdelikatesse namens „Conchita Wurst“ gesteigert. Der geschäfts-

tüchtige Fleischermeister denkt über Markenrechte nach, und einige große Wurstproduzenten hätten bereits reges Interesse bekundet.

„Auf die Fragen von weiteren umtriebigen Geschäftsmännern, ob der Name und/oder ein Bild ihres Lieblingskünstlers ‚einfach so‘ für die Bewerbung von Waren- und Dienstleistungen verwendet werden darf, ist in der Regel mit einem klaren Nein zu antworten, sofern dies ohne Einwilligung der betroffenen Person erfolgt“, sagt Elke Maria Sagmeister, Rechtsanwältin bei der Wiener Kanzlei PHH.

Welche Rechte können dabei konkret verletzt werden?

Berechtigtes Interesse

Beim Namensrecht handelt es sich um ein Persönlichkeitsrecht iSd § 16 Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch, in dessen Schutzbereich auch Künstlernamen fallen, sofern diese kennzeichnungskräftig sind oder Verkehrsgeltung haben. Ein unbefugter Namensgebrauch iSv § 43 Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch liegt dann vor, wenn schutzwürdige Interessen des Namensträgers verletzt sind. Dies ist dann der Fall, wenn der Anschein erweckt wird, als bestünden ideelle oder wirtschaftliche Beziehungen zwischen dem Erzeuger der Gegenstände und dem Künstler. Ganz allgemein muss dem Künstler ein berechtigtes In-



Der Künstlername von Tom Neuwirth darf nicht „einfach so“ verwendet werden.

teresse daran zuerkannt werden, dass sein Name nicht gebraucht wird, um die Aufmerksamkeit auf Aktivitäten zu lenken, mit denen er nichts zu tun hat.

Auch bei unbefugter Namensnennung in der Radiowerbung entschied der Oberste Gerichtshof, dass dadurch der Eindruck erweckt werde, der Künstler bewerbe das Unternehmen und beziehe dadurch ein zusätzliches Einkom-

men. Dies sei sowohl als Eingriff in die schutzwürdigen Interessen des Namensträgers als auch als objektives Ausnutzen des Bekanntheitsgrads des Betroffenen zu werten und daher als Namensverletzung zu qualifizieren – und bei einer solchen ist mit einem verschuldensunabhängigen Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch sowie mit Schadenersatzansprüchen zu rechnen.

Dürfte ein geschäftstüchtiger Fleischermeister seine selbst produzierten Wurstdelikatessen mit Bildern von Conchita Wurst ohne deren Zustimmung bewerben?

Wurst muss gefragt werden

§ 78 Urheberrechtsgesetz verbietet die Ausstellung und öffentliche Verbreitung von Personenbildnissen, wenn dadurch berechnete Interessen des Abgebildeten verletzt werden. Schutzobjekt ist somit nicht das Bildnis an sich, sondern die mit dem Bild verknüpften berechtigten Interessen des Persönlichkeitsrechtsträgers.

Zur Werbenutzung hat die Rechtsprechung wiederholt festgehalten, dass allein die Gefahr, durch die Werbung in ein schlechtes Licht gesetzt zu werden, rechtfertigt, dem Betroffenen allgemein die Entscheidung über die Werbenutzung vorzubehalten. Hinzu kommt, dass die Vermarktung des Künstler als Ware den Betroffenen zur bloßen Ware herabstufte und insoweit missbraucht, was allein schon als eine Beeinträchtigung ideeller Interessen anzusehen ist. Generell ist zu berücksichtigen, dass es auch Prominente, Künstler und Sportler gibt, die jede Form des kommerzialisierten Starkults und damit in Zusammenhang auch klassische Formen der Persönlichkeitsvermarktung aus grundsätzlichen Erwägungen ablehnen. www.phh.at

Idealer Printpartner der Finanzbranche Das innovative Unternehmen hat sich auch auf die Herstellung von Börsenprospekten spezialisiert

Vollendet: Financial Print by Bösmüller

„Financial Printers Team“ steht für beste Qualität, Flexibilität und Vertraulichkeit. Geliefert wird auch per „Overnight Service“.

Wien/Stockerau. In der Finanzbranche spielen langfristige Partnerschaften, Professionalität und Vertrauen eine wesentliche Rolle.

Firmengründer Franz Bösmüller und Geschäftsführerin Doris Wallner-Bösmüller sind seit vielen Jahren verlässliche Partner von namhaften Banken, wie der UniCredit Bank Austria AG oder der Erste Group Bank AG.

Auch börsennotierte Unternehmen wie die Teak Holz International AG oder AT&S zählen zu den Kunden des Familienunternehmens. Die Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG bietet nicht nur beste Qualität, Flexibilität, Termintreue und Vertraulichkeit, sondern auch ein eigenes „Financial Printers Team“, das für die Herstellung von Börsenprospekten verantwortlich zeichnet.



Börsenprospekte und Finanzberichte – ein Auftrag für seriöse Vollprofis.

Neben Direct Mailings, Imagebroschüren, Geschäftsberichten, Promotion-Verpackungen, Foldern, Flyern, Büchern, Geschäftsdrucksorten, Zeitschriften und anderen Erzeugnissen aus Papier und Karton ist das innovative Unternehmen auf die Herstellung von Börsenprospekten spezialisiert.

Der richtige Partner für komplexe Aufgaben

In dieser Hinsicht nimmt Bösmüller eine Schlüsselposition im österreichischen Finanzsektor ein, denn nur wenige Druckereien verfügen über jene Kompetenzen, die zur Produktion von Börsenprospekten erforderlich

sind. Für gewöhnlich sind internationale Spezialisten, sogenannte Financial Printers in London oder Frankfurt, Anlaufstelle der börsennotierten Unternehmen und Banken.

BÖSMÜLLER

Seit nunmehr 36 Jahren steht Bösmüller für persönlichen Einsatz und rasche Lösungen in allen relevanten Themen rund um Druck, Papier, Karton, Verpackung und Etiketten. Die Freude am Tun, die Begeisterung für das Werk und das wertschätzende Miteinander stehen hierbei im Mittelpunkt aller Handlungen und tragen maßgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei.

Infos/Kontakt: www.boesmueller.at



Stehen für „First Class“: Die GF Franz Bösmüller und Ing. Doris Wallner-Bösmüller.

Die Herausforderung bei der Herstellung von Börsenprospekten liegt darin, unter hohem Zeitdruck die Daten der Notare aufzubereiten, zu drucken, zu binden und zeitgerecht per „Overnight Service“ weltweit an internationale Banken zu versenden – für das eingespielte „Financial Printers Team“ von Bösmüller reine Routine.

Termintreue, Service und attraktive Konditionen

Kompetente Beratung und absolute Termintreue stehen neben der hochwertigen Fertigung des Printprodukts an oberster Stelle. Die direkte Vor-Ort-Betreuung der Kunden in Österreich durch das Bösmüller-Team zu attraktiven

Konditionen ist fixer Bestandteil des hochwertigen Beratungsprozesses.

Ignaz Bodenstorfer

Erste Group Bank AG
Director; Senior Legal
Counsel/ Corp. Finance
& Equity Capital Markets

Ich arbeite seit fast 15 Jahren mit Bösmüller zusammen und bin mit den Druckerzeugnissen sehr zufrieden. Ich schätze Betreuung und Zuverlässigkeit. Der Druck von Börsenprospekten ist eine zeitlich enge Angelegenheit und erfordert hohe Termintreue; Bösmüller ist auch in dieser Hinsicht der optimale Partner.“

Norbert Brigelhuber

UniCredit Bank Austria AG
Managing Director,
Head of Equity Capital
Markets

Vorbereitung und Durchführung von Eigenkapital-Transaktionen zeichnen sich durch hohe Komplexität, straffe Zeitpläne und geringe Fehlertoleranz aus. Franz Bösmüller und sein Team haben sich dabei als verlässlicher und kompetenter Partner hundertprozentig bewährt.“