

bilder verwischen und wie Ähnlichkeiten von Gesichtszügen, wenn man die betreffenden Menschen nebeneinander stellt und sie genauer betrachtet, verschwinden, während die Unterschiede dann umso deutlicher werden. Die Domela-Komödie konnte ja überhaupt nur gespielt werden, weil ein dunkles Erinnerungsbild von dem Aussehen echter Hohenzollernprinzen auf zeitgeschichtlichem Grunde dem Publikum bekannt ist (nach Postkarten und Abbildungen in illustrierten Zeitschriften u. dergl.).

Offen bleibt aber noch die Frage, ob die besondere Art dieser Benützung des Bildes unerlaubt erscheint, etwa wenn sie nur zur Reklame für Domela oder sein Buch geschah, — also wenn das Bild des echten Prinzen an auffälliger Stelle anlockend, anreißerisch verwendet ist, sodaß dann neben dem ruhigen Zweck sachlich-bildhafter Gegenüberstellung ein marktstreuerischer irreführender Gebrauch mit dem Bilde gemacht wird.

Zwei höchst richterliche Entscheidungen beleuchten das Wesentliche des Problems ganz scharf. Die eine ist die schon oben erwähnte RG.-Entscheidung, Jur. Woch. 1925, 378, nach welcher ein Industrieller es zu gestatten hatte, daß sein Bild in einer ihm nicht genehmen Zeitschrift wiedergegeben wurde, und andererseits die RG.-Entscheidung in RGZ. Bd. 74 S. 308 ff., nach welcher Graf Zeppelin es untersagen durfte, daß sein Bild als Zigarrenmarke verwendet werde.

Der Unterschied ist deutlich genug. Nach der Entscheidung des ersten Falles geht das zeitgeschichtliche Interesse der Allgemeinheit vor, nach der des zweiten ist willkürliche geschäftliche Benützung untersagt. Persönliche Empfindlichkeiten werden nicht grundsätzlich beachtet, sofern sachlich nichts gegen die Wiedergabe eines Bildes aus der Zeitgeschichte einzuwenden ist. Wiedergabe eines Bildes ist aber etwas anderes als geschäftlich-reklamehafte Benützung.

Was zeigt dies für den vorliegenden Fall? Das Bild Harry Domelas ist auf der Vorderseite des Buchumschlages wiedergegeben, das des Prinzen Wilhelm in erheblich kleinerem Format auf der Innenklappe des Buchumschlages. Dieses Bild sieht man also erst bei näherer Beschäftigung mit dem Buche. Danach dürfte es hier von vornherein kaum als reklamehaft verwendet bezeichnet werden. Ganz zweifellos nicht reklamehaft würde die Wiedergabe erscheinen, wenn sie im Buch selbst geschehen wäre, also dort zur Kennzeichnung der Ähnlichkeit oder Unähnlichkeit zwischen dem echten und dem falschen Prinzen verwendet worden wäre. Im Buch selbst sind jedoch gar keine Bilder; angesichts dieser Tatsache dürfte die Verwendung des Bildes des echten Prinzen auf der Innenklappe des Umschlages nicht als eine reklamehafte Verwendung anzusprechen sein, da es für den Leser von Interesse ist, die für die ganze Angelegenheit wesentliche Ähnlichkeit oder Unähnlichkeit der beiden Persönlichkeiten nachprüfen zu können. Hier liegt der wichtige Gesichtspunkt, daß die Wiedergabe des Bildes nichts Gesuchtes an sich hat, sondern durch die Sachlage gegeben ist. Es handelt sich in diesem Buche ja tatsächlich um die Darstellung des echten Prinzen durch den falschen Prinzen. Nicht also wie im Zeppelinfalle ist die Benützung willkürlich und außerhalb der Zusammenhänge liegend, sondern der engste Zusammenhang ist gegeben.

Wenn der IV. Strafsenat des RG. auf die Frage des »berechtigten Interesses« des Prinzen, das durch diese Abbildung verletzt würde, eingegangen wäre und die Entscheidung aus diesem Gesichtspunkt hergeleitet hätte, so wäre das Endergebnis zu verstehen gewesen; aus jenem einzigen und sehr umstrittenen Punkt allein begründet, ist das Entscheidungsergebnis wenig überzeugend.

2. Einen gleich oder ähnlich gelagerten Fall hatte das Amtsgericht München (4. Novbr. 1927, Jur. Wochenschr. 1928 S. 376) bezüglich einer Postkarte mit dem Bild der Kommerzienrathin Therese Neumann zu entscheiden, den ich, obwohl

er nicht von einem »höheren Gericht« entschieden ist, hier im Zusammenhang doch kurz erwähnen möchte. Dort wird Therese Neumann (mit Recht!) als zur Zeitgeschichte gehörig bezeichnet, da »die Persönlichkeit im Leben des Volkes eine bemerkenswerte Stellung eingenommen hat«. Freilich wird dann auch hier die Allfeldsche Anschauung, daß dieses Eintreten in das öffentliche Leben bewußt geschehen sei, wiederholt, aber mit Recht von Goldbaum in der Anmerkung zu dieser Entscheidung in der Jur. Woch. als verfehlt abgewiesen. Goldbaum sagt treffend: »Die Grenzen des Bereichs der Zeitgeschichte sind in einer Epoche ungeheurer Publizität viel weiter zu ziehen als zur Zeit des Inkrafttretens des Gesetzes«. Das Eintreten in die Zeitgeschichte und das Verschwinden aus ihr bestimmt nicht der Abgebildete, sondern die Mitwelt. Das Gericht aber spricht der Abgebildeten das Recht zu, die Verbreitung ihres Bildes auf Postkarten zu verbieten, weil ein berechtigtes Interesse ihrer Person dadurch verletzt werde, und stützt dies insbesondere mit der religiösen Stellung der Therese Neumann. Auch diese Entscheidung also dürfte als juristisch bedenklich zu bezeichnen sein.

3. Wesentlich anders verhält es sich mit dem Prozeß Kaiser Wilhelm's gegen die Piscator-Bühne wegen der Drei-Kaiser-Szene im »Rasputin« (Kammergericht 10. Zivilsenat vom 18. Januar 1928, abgedr. in Jur. Wochenschr. 1928, S. 363 ff.). Hier ist das Moment der Wahrheit, der inneren Wahrheit, das im Malik-Falle zu wenig berücksichtigt worden ist, mit Recht als ausschlaggebend angesehen worden. Es ist sehr interessant und sehr beachtenswert, daß das Kammergericht die Anwendbarkeit des § 22 Kunstsch.Ges. auch auf die Bühnengestalt, das »lebende und sprechende« Bild bezieht und wie es dies begründet, indem es u. a. auf die Notwendigkeit einer ausdehnenden Auslegung der Persönlichkeitsrechte hinweist. Wichtiger noch als diese — wagemutige! — Konstruktion ist der Nachweis der Geschichts- und Charakterfälschung, die dort geschah, sodaß der Unterlassungsantrag im Sinne der Wünsche des ehemaligen Kaisers mit Recht stattgegeben wurde. Das sehr umfangreiche Urteil kann im Wortlaut hier nicht wiedergegeben werden.

Aussuchen von Bestellungen auf Druckschriften.

Zwei Entscheidungen des Bayerischen Obersten Landesgerichts (vom 8. März 1926 und 27. Juni 1927, beide in Jur. Wochenschr. 1928 S. 361/62 mitgeteilt) beschäftigen sich mit den Vorschriften der Gewerbeordnung über Reisevertrieb bzw. Hausiervertrieb mit Druckschriften. — Die eine Entscheidung kommt zu dem Ergebnis: Auf das Auffuchen von Bestellungen auf Druckschriften findet nur § 56 Abs. 3 Gew.O. entsprechende Anwendung (Ausschluß anstößiger Schriften, ferner mittels Zusicherung von Prämien und Gewinnen, oder Unterlassung der Angabe des Gesamtpreises), nicht aber § 56 Abs. 4 (Einreichung des Verzeichnisses behufs Genehmigung), sofern sich der Reisende auf das Auffuchen von Bestellungen (ev. mit Mustern) beschränkt und nicht die Ware selbst zur sofortigen Abgabe an den Käufer mit sich führt (Feilbieten). Gelegentliche Einziehung des Kaufpreises ist dabei von untergeordneter Bedeutung und begründet noch nicht den Tatbestand des Feilbietens. — Die andere Entscheidung besagt, wie die Jur. Wochenschr. zusammenfaßt: »Das Auffuchen von Bestellungen im Umherziehen auf Zeitungen und andere Druckschriften, deren Bezahler für Unfälle und Sterbefälle versichert sind, sowie das Feilbieten solcher Druckschriften im Umherziehen nach § 56 Abs. 3 Gew.O., ferner das Auffuchen von Bestellungen auf solche Druckschriften durch den Inhaber eines stehenden Gewerbes, soweit es außerhalb des Gemeindebezirks seiner gewerblichen Niederlassung durch ihn persönlich oder durch in seinem Dienste stehende Reisende im Rahmen des § 44 Abs. 1, 2, 3 Gew.O. geschieht, ist nach § 44 Abs. 4 Gew.O. als ein mittels Zusicherung von Gewinnen erfolgender Vertrieb von Druckschriften verboten«. In einer Anmerkung zu dieser Entscheidung bemängelt Prof. Stier-Somlo mit Recht, daß die Entscheidung eine freiere Rechtsauffassung vermischen lasse, und hält das Verbot für nicht hinreichend sachlich begründet.