

Aljosha Barath

Kommerzialisierung der Sportlerpersönlichkeit



Nomos

Schriften zum Medien- und Informationsrecht

herausgegeben von
Prof. Dr. Boris P. Paal, M.Jur.

Band 33

Aljosha Barath

Kommerzialisierung der Sportlerpersönlichkeit



Nomos

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Hamburg, Bucerius Law School, Diss., 2017

ISBN 978-3-8487-4541-8 (Print)

ISBN 978-3-8452-8794-2 (ePDF)

1. Auflage 2018

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2018. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Meinen Eltern

Vorwort

Die vorliegende Arbeit hat im Frühjahrstrimester 2016 der Bucerius Law School in Hamburg als Dissertation vorgelegen. Die mündliche Prüfung fand am 13. Juli 2017 statt.

Danken möchte ich meinem Doktorvater Professor Dr. Karsten Thorn, LL.M. (Georgetown) sowie Professor Dr. Christian Bumke für seinen Einsatz und die rasche Erstellung des Zweitgutachtens.

Mein Dank gilt besonders meiner Frau, Dr. Sarah Nietner, LL.M. (Columbia), für ihre unermüdliche Unterstützung.

Danken möchte ich schließlich meinen Eltern. Ihnen ist diese Arbeit gewidmet.

Inhaltsübersicht

Abkürzungsverzeichnis	17
Einführung	25
Erster Teil: Bestandsaufnahme – Persönlichkeitsrechte als Wirtschaftsgüter	31
§ 1. Organisation des professionellen Sports	31
§ 2. Dispositionen über Persönlichkeitsrechte	37
Zweiter Teil: Grundlagen der Kommerzialisierung	79
§ 3. Der Grundsatz der Privatautonomie	79
§ 4. Schutz der Persönlichkeit	103
§ 5. Persönlichkeitsrechte im Rechtsverkehr	165
Dritter Teil: Rechtliche Folgerungen – Die Persönlichkeitslizenz	207
§ 6. Dingliche Rechtswirkungen	207
§ 7. Besondere Wirkungen konstitutiver Übertragungen	217
§ 8. Einwilligungsfähigkeit und Minderjährigenschutz	263
§ 9. Internationale Sachverhalte	275
Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	303
Literaturverzeichnis	309

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	17
Einführung	25
A. Problemstellung	25
B. Gang der Darstellung	28
Erster Teil: Bestandsaufnahme – Persönlichkeitsrechte als Wirtschaftsgüter	31
§ 1. Organisation des professionellen Sports	31
A. Vereine	31
B. Verbände	33
C. Veranstalter	34
D. Sponsoren	35
E. Agenturen	35
F. Medien	36
§ 2. Dispositionen über Persönlichkeitsrechte	37
A. Gegenstand der weiteren Untersuchung	37
B. Werbeverträge	40
I. Begriffsklärung	40
II. Interessenlage	40
III. Vertragsstruktur	43
1. Hauptleistungspflichten	43
a) Aktive Werbepflichten	44
b) Passive Einräumung von Werbemöglichkeiten	45
2. Flankierende Regelungen	45
C. Sponsoringverträge	48
I. Begriffsklärung	48
II. Interessenlage	49

III. Vertragsstruktur	52
1. Hauptleistungspflichten	54
a) Passive Einräumung von Nutzungsmöglichkeiten	54
b) Aktive Werbepflichten	56
2. Flankierende Regelungen	57
D. Merchandisingverträge	58
I. Begriffsklärung und Interessenlage	58
II. Vertragsstruktur und persönlichkeitsbezogene Disposition	60
E. Agenturverträge	61
I. Begriffsklärung	61
II. Vertragsstruktur	62
F. Sportleistungsverträge	65
I. Begriffsklärung	65
II. Vertragsstruktur und persönlichkeitsbezogene Disposition	67
G. Athletenvereinbarungen	70
I. Begriffsklärung	70
II. Vertragsstruktur und Interessenlage	72
1. Allgemeine Bestimmungen	72
2. Regelanerkennung	73
3. Austauschvertragliche Pflichten und persönlichkeitsbezogene Disposition	74
H. Ergebnis	77
Zweiter Teil: Grundlagen der Kommerzialisierung	79
§ 3. Der Grundsatz der Privatautonomie	79
A. Autonomie	82
B. Privatautonomie und Parteiautonomie	84
C. Vertragsfreiheit, Verbandsautonomie und lex sportiva	85
D. Vertragsfreiheit und Selbstbindung(sfreiheit)	88
E. Privates Recht und Sportrecht	90
F. Vertragsfreiheit und höherrangiges Recht	92
G. Abschluss-, Form- und Inhaltsfreiheit	94
I. Abschlussfreiheit	95

II. Formfreiheit	96
III. Inhaltsfreiheit	96
§ 4. Schutz der Persönlichkeit	103
A. Verhältnis einzelner Persönlichkeitsrechte	104
I. Verfassungsrechtlicher und zivilrechtlicher Persönlichkeitsschutz	104
II. Nationaler, europäischer und internationaler Persönlichkeitsschutz	106
III. Allgemeiner, besonderer und „sonstiger“ Persönlichkeitsschutz	107
1. Besonderer Persönlichkeitschutz	107
2. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	109
3. Flankierender „sonstiger“ Schutz von Persönlichkeitsmerkmalen	112
a) Persönlichkeitsrechte und Immaterialgüterrechte	113
b) Grundsätze des Markenschutzes	114
IV. Ideeller und vermögensrechtlicher Persönlichkeitschutz	117
1. Meinungsspektrum in der Literatur	117
2. Haltung der Rechtsprechung	119
3. Folgerungen für diese Untersuchung	124
B. Vermögensrechtliche Persönlichkeitsmerkmale	126
I. Bildnis	126
1. Die Bildmarke	126
a) Die Marlene Dietrich-Entscheidungen der Rechtsprechung	127
aa) Bundespatentgericht	127
bb) Bundesgerichtshof	128
b) Stellungnahme	129
2. Das Recht am eigenen Bild	132
a) Schutzgegenstand	133
b) Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis	134
aa) Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte	134
(1) Begriff	135
(2) Ausnahme: Werbung	137
(a) Rechtsprechung	138
(b) Stellungnahme	139
bb) Kunst	143

3. Zusammenfassung	145
II. Name	147
1. Markenschutz	147
2. Das bürgerlich-rechtliche Namensrecht	149
a) Schutzgegenstand	149
b) Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis	152
3. Zusammenfassung	154
III. Stimme	155
1. Immaterialgüterrechte	155
2. Persönlichkeitsschutz	158
3. Zusammenfassung	162
IV. Unterschrift	162
1. Markenschutz	162
2. Allgemeiner Persönlichkeitsschutz	163
C. Ergebnis	163
§ 5. Persönlichkeitsrechte im Rechtsverkehr	165
A. Stufenleiter der Gestattungen	165
B. Einwilligung im engeren Sinne	169
C. Schuldrechtliche Gestattungsverträge	174
D. Dingliche Verfügungen	178
I. Meinungsspektrum in der Literatur	179
1. Das Dogma der Unübertragbarkeit	179
2. Neuere Ansätze: Übertragbarkeit von Persönlichkeitsrechten	180
a) Dualistischer Ansatz	180
b) Monistischer Ansatz	182
II. Haltung der Rechtsprechung	183
III. Stellungnahme	188
1. Ungeeignetheit der Einwilligung als Instrument zur Kommerzialisierung	188
a) Keine eigenen Abwehrrechte	189
b) Kein Sukzessionsschutz	194
c) Fehlende Verkehrsfähigkeit	195
2. Die Prämissen des Dogmas der Unübertragbarkeit	197
a) Untrennbarkeit von Person und Persönlichkeitsmerkmalen	197

b) Systematik des bürgerlichen Rechts	198
c) Verfassungsrechtliche Grenzen	200
3. Monistisches oder dualistisches Verfügungsmodell im deutschen Persönlichkeitsrecht?	202
E. Ergebnis: Persönlichkeitslizenzen als Grundtypus	205
Dritter Teil: Rechtliche Folgerungen – Die Persönlichkeitslizenz	207
§ 6. Dingliche Rechtswirkungen	207
A. Eigene Abwehrrechte	208
B. Sukzessionsschutz	209
C. Verkehrsfähigkeit	211
D. Zusammenfassung	214
§ 7. Besondere Wirkungen konstitutiver Übertragungen	217
A. Chancen und Grenzen des Blicks auf das Urheberrecht	217
B. Auslegung und „Zweckübertragungsgrundsatz“	219
I. Grundsätze	220
II. Anwendungsbeispiele	224
1. Personenmarken und Persönlichkeitslizenzen	224
a) Parallelität von Marken- und Persönlichkeitsrecht	224
b) Im Zweifel nur Persönlichkeitsrechte	226
2. Gestattungsverträge, Lizenzen oder translative Übertragungen	227
3. Beschränkte und unbeschränkte Lizenzen	229
a) Inhaltliche Beschränkungen	229
b) Räumliche und zeitliche Beschränkungen	234
4. Einfache und ausschließliche Lizenzen	238
a) Zulässigkeit ausschließlicher Lizenzen	238
b) Im Zweifel nur einfache Lizenzen	242
C. Kausalprinzip und „Heimfall des Rechts“	243
D. Lizenzgebühr und „angemessene Vergütung“	248
E. Widerruflichkeit und „Rückrufsrecht“	250
I. Regel-Ausnahme-Verhältnis	251
II. Voraussetzungen eines Widerrufs	254

III. Dogmatische Anknüpfung und Rechtsfolgen	257
F. Zusammenfassung	260
§ 8. Einwilligungsfähigkeit und Minderjährigenschutz	263
A. Meinungsspektrum	263
I. Uneingeschränkte Anwendung von § 107 BGB	264
II. Konkrete Einsichtsfähigkeit	265
III. Doppelte Zuständigkeit	266
B. Stellungnahme	266
I. Dogmatische Vorüberlegungen	266
II. Alleinentscheidungsrecht	268
III. Mitentscheidungsrecht	270
C. Zusammenfassung	274
§ 9. Internationale Sachverhalte	275
A. Qualifikation	276
B. Das auf die Persönlichkeitslizenz anwendbare Recht	280
I. Ungeeignetheit der deliktsrechtlichen Anknüpfung	280
1. Ubiquitätsprinzip	281
2. Handlungs- und Erfolgsort	281
3. Lizenzvertrag und Persönlichkeitslizenz	284
II. Akzessorische Anknüpfung an den Lizenzvertrag	287
1. Allgemeine Anknüpfungsgrundsätze	288
2. Werbevertrag	291
3. Sponsoringvertrag	292
4. Agenturvertrag	294
5. Merchandisingvertrag	295
6. Sportleistungsverträge	295
7. Athletenvereinbarung	298
C. Zusammenfassung	301
Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	303
Literaturverzeichnis	309

Abkürzungsverzeichnis

a.A.	anderer Ansicht
AB	Aktiebolag (schwedische Unternehmensform)
ABGB	Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch (Österreich) vom 1.6.1811, JGS Nr. 946/1811
ABl. EG	Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft
ABl. EU	Amtsblatt der Europäischen Union
Abs.	Absatz
AcP	Archiv für die civilistische Praxis
AfP	Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht
AG	Aktiengesellschaft/Amtsgericht
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
Alt.	Alternative
Anh.	Anhang
Anm.	Anmerkung
AöR	Archiv des öffentlichen Rechts
APR	Allgemeines Persönlichkeitsrecht
ArbG	Arbeitsgericht
Art.	Artikel
ASBL	Association sans but lucratif
AT	Allgemeiner Teil
ATP	Association of Tennis Professionals
Aufl.	Auflage
AuR	Arbeit und Recht
BAG	Bundesarbeitsgericht
BAGE	Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts
BAT	British American Tobacco
BB	Betriebs-Berater
Bd.	Band
BeckOFV	Beck'sche Online-Formulare Vertrag
Begr.	Begründer

Abkürzungsverzeichnis

BFH	Bundesfinanzhof
BFV	Bayerischer Fußball-Verband
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch vom 18. 8. 1896 in der Fassung der Bekanntmachung vom 2.1.2002, BGBl. I, S. 42, berichtigt S. 2909 und BGBl. 2003 I, S. 738
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in Zivilsachen
BPatG	Bundespatentgericht
Brüssel I-VO	Verordnung (EG) Nr. 44/2001 des Rates vom 22.12.2000 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen, ABl. EG 2001 Nr. L 12/1
BSD	Bob- und Schlittenverband für Deutschland
BT	Besonderer Teil
BT-Drucks.	Drucksachen des Deutschen Bundestages
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
bzw.	beziehungsweise
CaS	Causa Sport
CAS	Court of Arbitration for Sport
CD	Compact Disc
d.h.	das heißt
DB	Der Betrieb
ders.	derselbe
DFB	Deutscher Fußball-Bund e.V.
DFL	Deutsche Fußball Liga
dies.	dieselbe/dieselben
DIS	Deutsche Institution für Schiedsgerichtsbarkeit
DJT	Deutscher Juristentag
DOSB	Deutscher Olympischer Sportbund
DPMA	Deutsches Patent- und Markenamt
DStR	Deutsches Steuerrecht
DVD	Digital Versatile Disc
e.V.	eingetragener Verein

EG	Europäische Gemeinschaft
EGBGB	Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch vom 18. 8. 1896 in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. 9. 1994, BGBl. I, S. 2494, berichtigt 1997 I, S. 1061
EGMR	Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte
Einf.	Einführung
Einl.	Einleitung
EMRK	Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten in der Fassung der Bekanntmachung vom 22.10.2010, BGBl. II, S. 1198
ErfK	Erfurter Kommentar
EstG	Einkommensteuergesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 8.10.2009, BGBl. I, S. 3366, berichtigt 2009 I, S. 3862
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EU-GRCharta	Charta der Grundrechte der Europäischen Union vom 12.12.2007, ABl. EU Nr. C 303, S. 1, BGBl. 2008 II, S. 1165
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EUV	Vertrag über die Europäische Union in der Fassung des Vertrags von Lissabon vom 13.12.2007, ABl. Nr. C 306, S. 1, berichtigt ABl. EU 2008 Nr. C 111, S. 56, ABl. EU 2009 Nr. C 290, S. 1, ABl. EU 2011 Nr. C 378, S. 3.
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
f.	folgende/folgender
FamRZ	Zeitschrift für das gesamte Familienrecht. Ehe und Familie im privaten und öffentlichen Recht
FAZ	Frankfurter Allgemeine Zeitung
ff.	folgende
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FS	Festschrift
GG	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23. 5. 1949, BGBl. S. 1.
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung

Abkürzungsverzeichnis

GmbH & Co. KG	Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie Kommanditgesellschaft
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
GRUR Int	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht – Internationaler Teil
Harv.L.Rev.	Harvard Law Review, Buffalo, NY
HGB	Handelsgesetzbuch vom 10.5.1897, RGBl. S. 219
Hrsg.	Herausgeber
i.S.d.	im Sinne des/der
i.S.v.	im Sinne von
i.V.m.	in Verbindung mit
Infosoc-RL	Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft, ABl. EG Nr. L 167/10
IntWirtR	Internationales Wirtschaftsrecht
IOC	International Olympic Committee
IPR	Internationales Privatrecht
IPRax	Praxis des Internationalen Privat- und Verfahrensrechts
IZVR	Internationales Zivilverfahrensrecht
JA	Juristische Arbeitsblätter
JR	Juristische Rundschau
JuS	Juristische Schulung
JW	Juristische Wochenschrift
JZ	Juristenzeitung
KSzW	Kölner Schrift zum Wirtschaftsrecht
KunstUrhG	Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie vom 9.1.1907, RGBl. S. 7
LAG	Landesarbeitsgericht
LG	Landgericht
lit.	litera
LLP	Limited Liability Partnership
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen

MarkenG	Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen vom 25.10.1994, BGBl. I, S. 3082, berichtigt 1995, S. 156
MüKo	Münchener Kommentar
MuR	Medien und Recht
NJOZ	Neue Juristische Online-Zeitschrift
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
NJW-RR	NJW-Rechtsprechungs-Report Zivilrecht
NJWE-WettbR	NJW-Entscheidungsdienst Wettbewerbsrecht
NK	Nomos Kommentar
NOK	Nationales Olympisches Komitee
npoR	Zeitschrift für das Recht der Non Profit Organisationen
Nr.	Nummer/Nummern
NZA	Neue Zeitschrift für Arbeitsrecht
NZA-RR	Rechtsprechungs-Report Arbeitsrecht
NZG	Neue Zeitschrift für Gesellschaftsrecht
OLG	Oberlandesgericht
PatG	Patentgesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 16.12.1980, BGBl. 1981 I, S. 1
RabelsZ	Rabels Zeitschrift für ausländisches und internationales Privatrecht
RdA	Recht der Arbeit
RelKErzG	Gesetz über die religiöse Kindererziehung vom 15.7.1921, RGBl. S. 939
RG	Reichsgericht
RGBl.	Deutsches Reichsgesetzblatt
RGZ	Entscheidungen des Reichsgerichts in Zivilsachen
RIW	Recht der internationalen Wirtschaft, Außenwirtschaftsdienst des Betriebs-Beraters
RL	Richtlinie
Rn.	Randnummer
Rom I-VO	Verordnung (EG) Nr. 593/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17.06.2008 über das auf vertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht, ABl. EU 2008 Nr. L 177/6

Abkürzungsverzeichnis

Rom II-VO	Verordnung (EG) Nr. 874/2007 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11.07.2007 über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anzuwendende Recht, ABl. EU 2007 Nr. L 199/40
Rom II-VO	Verordnung (EU) Nr. 1259/2010 des Rates vom 20.12.2010 zur Durchführung einer Verstärkten Zusammenarbeit im Bereich des auf die Ehescheidung und Trennung ohne Auflösung des Ehebandes anzuwendenden Rechts, ABl. EU 2010 Nr. L 343/10
Rs.	Rechtssache
Rspr.	Rechtsprechung
RStV	Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag) vom 31.8.1991
Rz.	Randziffer
S.	Satz/Seite
s.	siehe
SchiedsVZ	Zeitschrift für Schiedsverfahren
SE	Societas Europaea
SGB I	Sozialgesetzbuch Erstes Buch, Allgemeiner Teil, vom 11.12.1975, BGBl. I, S. 3015
Slg.	Sammlung der Rechtsprechung des Gerichtshofes und des Gerichts Erster Instanz
sog.	sogenannte/sogenanntes/sogenannter
SPONSORS	Magazin für Sponsoring und Sportbusiness
SpuRt	Zeitschrift für Sport und Recht
StAZ	Das Standesamt. Zeitschrift für Standesamtswesen, Ehe- und Kindschaftsrecht, Staatsangehörigkeitsrecht
TAS	Tribunal Arbitral de Sport
TV	Television
u.a.	unter anderem
Überbl.	Überblick
UEFA	Union des Associations Européennes de Football
UFITA	Archiv für Urheber- und Medienrecht
UnterAbs.	Unterabsatz
UrhG	Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) v. 9.12.1965, BGBl. I, S. 1273

UrhWahrnG	Gesetz über die Wahrnehmung von Urheberrechten und verwandten Schutzrechten (Urheberrechtswahrnehmungsgesetz) vom 9.12.1965, BGBl. I, S. 1294
USA	United States of America
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der Fassung der Bekanntmachung vom 3.10.2010, BGBl. I, S. 254
v.	vom
VerlagsG	Gesetz über das Verlagsrecht vom 19.6.1901, RGBl. S. 217
VersR	Versicherungsrecht
vgl.	vergleiche
wfv	Württembergischer Fußballverband
WIPO	World Intellectual Property Organization
WM	Weltmeisterschaft/Wertpapier-Mitteilungen – Zeitschrift für Wirtschafts- und Bankrecht
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis
WTA	Women's Tennis Association
z.B.	zum Beispiel
ZBJV	Zeitschrift des Bernischen Juristenvereins
ZEuP	Zeitschrift für Europäisches Privatrecht
ZfA	Zeitschrift für Arbeitsrecht
ZHR	Zeitschrift für das gesamte Handels- und Wirtschaftsrecht
Ziff.	Ziffer
ZUM	Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht
ZUM-RD	Rechtsprechungsdienst, Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht
ZVglRWiss	Zeitschrift für vergleichende Rechtswissenschaft

Einführung

A. Problemstellung

Der professionelle Sport hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem selbstorganisierten und selbstregulierten Wirtschaftszweig und Teil der Gesellschaft entwickelt.¹ Die gemeinhin als Kommerzialisierung und Professionalisierung des Sports bezeichnete² Veräußerung von Medienrechten, Werbung, Merchandising und die Ausrichtung von Großveranstaltungen stellen ein Milliardengeschäft dar. Eine Form der Kommerzialisierung erfolgt durch eine Verwertung des Namens oder Bildnisses sowie der Stimme oder Unterschrift des Sportlers. Hierbei sind die vertraglichen Gestaltungsmöglichkeiten für die Verwertung und Vermarktung der Persönlichkeitsrechte des Sportlers so vielfältig wie die Interessengruppen: Vermarktungsagenturen, Wettkampfveranstalter, Sportverbände, Sportvereine und Sponsoren lassen sich Verwertungsrechte einräumen. Die zugrundeliegenden Vertragswerke werden je nach Inhalt als Ausrüsterverträge, Testimonialverträge, Sponsoringverträge, Werbeverträge oder Merchandisingverträge bezeichnet, ohne dass diese gesetzlich unregelmäßigten Vertragstypen Rückschlüsse auf die Rechtsnatur zuließen. Häufig sind Spitzensportler dabei in der Lage, Erlöse aus der Vermarktung ihrer Persönlichkeit zu generieren, die ihre Einnahmen aus der unmittelbaren sportlichen Leistung weit übersteigen. So soll beispielsweise der *Golfer Rory MacIlroy* 2012 mit dem Sportartikelhersteller Nike einen auf zehn Jahre angelegten Sponsoren- und Ausrüstungsvertrag abgeschlossen haben, der neben vielzähligen Sachleistungen eine Geldleistung von 250 Millionen US-Dollar vorsieht.³

Weitgehend geklärt ist, dass einzelne Elemente der Persönlichkeit durch das Immaterialgüterrecht, insbesondere das Markenrecht, geschützt sein können. Jedoch lässt sich mit dem Markenrecht allein die Entwicklung der

1 S. zur normativen Struktur des Sports *Rössner/Adolphsen* in Sportrecht in der Praxis, S. 1-7.

2 Statt aller *Fechner/Arnhold/Brodführer*, Sportrecht, S. 140.

3 Abrufbar unter: <http://newsticker.sueddeutsche.de/list/id/1403777>, zuletzt aufgerufen am 29.11.2014.

Kommerzialisierung von Persönlichkeitsrechten nur unzureichend erfassen, denn nicht jedes Element der Persönlichkeit ist markenfähig. In diese Lücke ist im *abwehrrechtlichen* Bereich der Persönlichkeitsschutz durch einzelne besondere Persönlichkeitsrechte (§ 12 BGB und §§ 22 f. Kunst-UrhG) sowie das allgemeine Persönlichkeitsrecht, das als absolutes Recht durch § 823 Abs. 1 BGB geschützt wird, getreten. Trotz der enormen praktischen Relevanz ist es jedoch noch nicht zu einer umfassenden Aufarbeitung der rechtlichen Grundlagen einer *vertraglichen* Disposition über Persönlichkeitsrechte gekommen.

Zwar waren die einzelnen Vertragstypen bereits Gegenstand von Untersuchungen. Diese beschäftigen sich aber zum einen vornehmlich mit dem Sponsoringvertrag.⁴ Zum anderen klammern bisherige Betrachtungen fast vollständig diejenigen vertraglichen Klauseln in den Vertragswerken aus, die offensichtlich auf die Übertragung und Verwertung von Persönlichkeitsrechten gerichtet sind. Sofern persönlichkeitsrechtliche Elemente untersucht werden, wird die Rechtsnatur der vertraglichen Disposition über die Persönlichkeit kaum beleuchtet, sondern lediglich auf das Erfordernis einer Einwilligung des Persönlichkeitsrechtsträgers hingewiesen.⁵ Nur selten und vorsichtig wird die vor einigen Jahren geführte, aber mittlerweile ins Stocken geratene Diskussion um die Einräumung *dinglicher* Nutzungsrechte an Persönlichkeitsrechten⁶ auf konkrete Vertragsverhältnisse übertragen.⁷ Parallel hierzu liegt auch auf kollisionsrechtlicher Ebene der Schwerpunkt der bisherigen Forschung auf deliktsrechtlichen Persönlichkeitsrechtsverletzungen.⁸

Dieser Befund ist angesichts der Praxisrelevanz der Kommerzialisierung von Persönlichkeitsrechten unbefriedigend. Es besteht Unsicherheit darüber, wo die Grenzen einer rechtsgeschäftlichen Disposition über Persönlichkeitsrechte liegen und welche Rechtsfolgen Verträge über Elemente

4 Z.B. *Schaub*, Sponsoring; *Wegner*, Sportsponsoringvertrag; *Weiand/Poser*, Sponsoringvertrag; *Bruhn/Mehlinger*, Sponsoring; zum Merchandising vgl. nur *Schertz*, Merchandising.

5 Statt vieler *Weiand/Poser*, Sponsoringvertrag, S. 90.

6 Insbesondere *Forkel*, GRUR 1988, 491-501; *Götting*, Persönlichkeitsrechte; *Bungart*, Dingliche Lizenzen.

7 S. nur *Schaub*, Sponsoring, S. 436 f.; *Wegner*, Sportsponsoringvertrag, S. 180 f.; vorsichtig auch *Pfister* in *Praxishandbuch Sportrecht*, S. 354.

8 Z.B. *Friedrich*, Unerlaubte Vermarktung, S. 103-224; *Herrestahl* in *Handbuch des Persönlichkeitsrechts*, S. 978; anders soweit ersichtlich nur *Pfister*, zuletzt in *IPRax* 2013, 493-497.

der Persönlichkeit zeitigen, da bereits die vorgelagerte Frage nach der Rechtsnatur ungeklärt ist. Der BGH hat bereits vor mehr als 15 Jahren die Verantwortung des Rechts und den Weiterentwicklungsbedarf der Dogmatik in diesem Bereich erkannt und wie folgt zusammengefasst:

„[Es] ist zu bedenken, dass die Rechtsordnung hinsichtlich der Vermarktung rechtlich geschützter Positionen kein starres System bildet, an dem sich die Wirklichkeit orientieren müsste. Vielmehr kommt dem Recht neben der nicht zu bestreitenden Aufgabe, durch Wertentscheidungen vorgegebene Gesetze zu setzen, auch eine dienende Funktion zu, indem es einen Ordnungsrahmen auch für neue Formen der Vermarktung bieten muss, die im Interesse sowohl des Vermarkters als auch desjenigen liegen, der eine solche Vermarktung seiner Person gestatten möchte“⁹.

Ziel dieser Arbeit ist es daher, dem praktischen Bedürfnis entsprechend eine allgemeine Dogmatik zur vertraglichen Disposition über Persönlichkeitsrechte zu entwickeln. Hierzu ist insbesondere der vom BGH aufgeworfene Interessenkonflikt zwischen Vermarkter einerseits und Persönlichkeitsrechtsträger andererseits angemessen aufzulösen. Grundlegende These dieser Arbeit ist dabei, dass die Interessenlage starke Parallelen zum Urheberrecht und der dort gesetzlich geregelten Übertragung von Nutzungsrechten aufweist. Unter Berücksichtigung der Unterschiede und Ähnlichkeiten zum Urheberrecht soll im Folgenden die Rechtsfigur der „Persönlichkeitslizenz“ entwickelt und in die allgemeine zivilrechtliche Dogmatik eingebettet werden. Es werden insbesondere folgende Fragen zu klären sein: Welche Rechtsnatur haben Dispositionen über die Persönlichkeit? Wie sind diese auszulegen, folgen sie den allgemeinen Regeln der Rechtsgeschäftslehre? Welche Besonderheiten ergeben sich aus der Betroffenheit der unkörperlichen und schwer fassbaren Persönlichkeit als Vertragsgegenstand?

Die wirtschaftlich besonders relevanten und gleichzeitig in besonderem Maße heterogenen Verträge der Sportbranche, in denen sich Klauseln zur Disposition über Persönlichkeitsrechte finden, sollen dabei als Beispiele dienen. Sie werden aber nur insoweit Gegenstand der Untersuchung sein, als dies für die Herausarbeitung der Interessenlage und die rechtliche Behandlung der Persönlichkeitslizenz erforderlich ist. Zudem konzentriert sich diese Arbeit auf die Disposition über Persönlichkeitsrechte mit *kommerziellem* Bezug, also die materielle Vermarktung von besonderen Ausprägungen der Persönlichkeit mit dem Ziel der Profitmaximierung. Dem-

9 BGH v. 1.12.1999, NJW 2000, 2195, 2199.

gegenüber werden vertragliche Bestimmungen über *ideelle* Aspekte der Persönlichkeit nicht Gegenstand der Untersuchung sein. Letztere reichen von einer Beschneidung der Lebensführung durch Dopingkontrollpflichten bis zu Eingriffen in die Religionsfreiheit (z.B. Kopftuchverbot bei der Sportausübung)¹⁰ und sind dadurch gekennzeichnet, dass es zur Auflösung der Interessenkonflikte einer einzelfallabhängigen Grundrechtsabwägung bedarf, die einer verallgemeinerungsfähigen rechtlichen Würdigung nur schwer zugänglich ist. Schließlich zielt diese Arbeit auf die Entwicklung einer allgemeinen bürgerlich-rechtlichen Rechtsfigur zur Disposition über Persönlichkeitsrechte ab und wird deshalb auf sich im Einzelfall ergebende Grenzen der Dispositionsfreiheit aus kartell-, wettbewerbs- oder medienrechtlichen Gründen nicht eingehen.¹¹

B. Gang der Darstellung

Die Arbeit gliedert sich in drei Teile. Der erste Teil widmet sich einer Bestandsaufnahme der Kommerzialisierung der Persönlichkeit. Ein Überblick über die verschiedenen Beteiligten (§ 1) und die Darstellung der Vertragspraxis (§ 2) ermöglicht es, den Gegenstand der weiteren Untersuchung zu konturieren, persönlichkeitsrechtliche Dispositionen zu identifizieren und die Interessenlage aufzuzeigen.

Im zweiten Teil folgt eine Aufarbeitung der rechtlichen Grundlagen der Kommerzialisierung. Dazu bedarf es zunächst eines Blickes auf den Grundsatz der Privatautonomie, ohne den eine vertragliche Disposition über Persönlichkeitsrechte nicht möglich wäre (§ 3). Dem schließt sich eine Untersuchung der Persönlichkeit als Vertragsgegenstand unter Herausarbeitung der einzelnen vermögensrechtlichen Persönlichkeitsmerkmale an (§ 4). Auf Grundlage dieser Erkenntnisse wird schließlich eine geeignete Rechtsfigur zur Disposition über Persönlichkeitsrechte in Gestalt der „Persönlichkeitslizenz“ entwickelt (§ 5).

Der dritte Teil dient der Einordnung der entwickelten Rechtsfigur der Persönlichkeitslizenz in die allgemeine zivilrechtliche Dogmatik und der

10 Vgl. AG Luzern-Land v. 25.1.2010, SpuRt 2010, 69; vgl. auch <http://www.spiegel.de/sport/sonst/olympia-vater-will-wojdan-shahrkhani-ohne-kopftuch-start-verbieten-a-847179.html>, zuletzt aufgerufen am 29.11.2013.

11 S. zum Sponsoring etwa *Grätz*, Missbrauch durch Sportverbände, S. 376-387; *Schaub*, Sponsoring, S. 410-425; *Bruhn/Mehlinger*, Sponsoring Bd. 1, S. 117-224.

Herausarbeitung der für die Praxis wesentlichen Rechtsfolgen. Geprägt wird die Persönlichkeitslizenz dabei durch das Spannungsverhältnis zwischen dinglicher Rechtsnatur (§ 6) und der besonderen Schutzbedürftigkeit des Persönlichkeitsrechtsträgers. Letztere folgt aus einem besonderen Band zwischen dem Menschen und seinen Persönlichkeitsmerkmalen (§ 7) sowie aus einer möglicherweise fehlenden Einsichtsfähigkeit (§ 8). Die Arbeit schließt mit einer Betrachtung internationaler Sachverhalte (§ 9).

