

# Berichterstattung über Social-Media-Inhalte aus urheber- und persönlichkeitsrechtlicher Sicht

Dr. Felix Laurin Stang, LL.M. (Columbia)\*

<b>A. Das Phänomen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte</b> .....	376
<b>B. Rechtliche Rahmenbedingungen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte</b> .....	377
<b>I. Zum Verfahren um den „Pranger der Schande“</b> .....	377
1. Gegenstand der Klage .....	377
2. Zur Prozessgeschichte .....	378
a) Verfügungsverfahren LG München I .....	378
b) Verfügungsverfahren OLG München .....	378
c) Hauptsacheverfahren LG München I und OLG München .....	378
<b>II. Urheberrechtliche Aspekte der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte</b> .....	379
1. Liegt in der Übernahme von Social-Media-Inhalten eine urheberrechtlich relevante Nutzungshandlung? .....	380
2. Rechtfertigung der Verwertung von Social-Media-Inhalten durch Schranken des Urheberrechts? .....	382
a) Berichterstattung über Tagesereignisse, § 50 UrhG .....	382
b) Zitatrecht, § 51 UrhG ....	383
c) Öffentliche Reden, § 48 UrhG .....	384
<b>III. Persönlichkeitsrechtliche Aspekte der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte</b> .....	385
1. Verbreitungshandlung .....	386
2. Einwilligung .....	387
3. Interessenabwägung .....	389
a) Sphäreneinordnung .....	389
b) Selbstbegebung/Selbstöffnung .....	392
c) Prangerwirkung .....	393
<b>C. Fazit</b> .....	396

## Abstract

*Der Beitrag widmet sich der Frage, welche urheberrechtlichen und persönlichkeitsrechtlichen Grenzen Medien bei der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte einzuhalten haben. Anhand des beim BGH anhängigen Verfahrens um die als „Pranger der Schande“ bekannt gewordene Berichterstattung der BILD-Zeitung werden die unterschiedlichen Regelungsmechanismen des Urheberrechts und des Persönlichkeitsrechts gegenübergestellt und bewertet. Dabei wird festgestellt, dass sich das Urheberrecht durch die zunehmende Flexibilisierung in der Rechtsprechung des EuGH, des BVerfG und des BGH, etwa durch die*

\* Der Verf. ist Rechtsanwalt bei RAUE LLP und Lehrbeauftragter an der Freien Universität Berlin. Der Beitrag basiert auf einem Vortrag, den der Verfasser am 29. Juni 2018 im Rahmen des Symposiums des Instituts für Urheber- und Medienrecht mit dem Titel “Die Bedeutung von Öffentlichkeit und Privatheit im Medien-/Urheberrecht und in der Medienforschung” anlässlich des UFITA-Relaunches im Literaturhaus München gehalten hat. Der Verfasser dankt Frau Julia Schafdecker für die redaktionelle Finalisierung dieses Beitrags.

*Subjektivierung des Begriffs der öffentlichen Wiedergabe oder durch Interessenabwägungen im Rahmen der Schrankenbestimmungen, dem als offenes Rahmenrecht ausgestalteten Persönlichkeitsrecht zunehmend annähert.*

## **A. Das Phänomen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte**

Als der US-amerikanische Supreme Court Ende Juni 2018 das umstrittene Einreiseverbot für Menschen aus islamischen Ländern für verfassungskonform erklärte, war offenbar selbst der für die Präsidentenverordnung verantwortliche US-Präsident *Donald Trump* etwas überrascht: Auf Twitter entfuhr es ihm

“SUPREME COURT UPHOLDS TRUMP TRAVEL BAN. Wow!”<sup>1</sup>

Der Beitrag gefiel rund 170.000 Nutzern und wurde fast 36.000-mal retweeted. 33.000 Nutzer hinterließen Kommentare, unter anderem „Bobbo“, der treffend anmerkte:

“Wow, even you can't believe it.”

Der Tweet des Präsidenten fand sich umgehend im Original in allen großen journalistischen Online-Plattformen. Mit zwei Mouseklicks konnte er direkt von Twitter auf jeder beliebigen Webseite eingebettet werden.

Wenn der US-amerikanische Präsident Politik per Twitter betreibt, wundert es wenig, wenn sogar Leit-Medien die Inhalte seiner Tweets aufgreifen und kommentieren. Auch in Deutschland werden politische Inhalte zunehmend über soziale Medien transportiert und Social-Media-Inhalte mehr und mehr zum Gegenstand der Berichterstattung in Print- und Online-Medien. Neben politischen Inhalten werden auch Fotos aus sozialen Netzwerken wie Instagram aufgegriffen und durch Verlinkung eingebettet. Social-Media-Phänomene wie die Meinungsmache im US- und Bundestagswahlkampf oder Hetzkampagnen auf Facebook sind Gegenstand der öffentlichen Diskussion geworden.

Dieser Beitrag widmet sich der Frage, welche urheberrechtlichen und persönlichkeitsrechtlichen Grenzen Medien bei der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte einzuhalten haben und welche Besonderheiten im Vergleich zur herkömmlichen Berichterstattung aufgrund der Tatsache gelten, dass Inhalte in sozialen Medien freiwillig von Nutzern veröffentlicht und damit einem breiten Publikum preisgegeben werden.

Darf über Hass-Posts unter Angabe von Name und Profilbild berichtet werden oder muss die Berichterstattung anonym erfolgen? Müssen Nutzungsrechte für die wiedergegebenen Inhalte eingeholt werden, greifen Schranken des Urheberrechts oder liegt gar eine Einwilligung vor? Spielt es eine Rolle, ob in einer öffentlichen Gruppe oder einer privaten Gruppe gepostet wurde? Gelten im Rahmen von Online-Berichterstattung und Print-Berichterstattung Unterschiede?

Diesen Fragen soll im Folgenden anhand einiger Beispiele aus der Praxis und der hierzu bisher ergangenen Rechtsprechung nachgegangen werden. Der Schwerpunkt soll dabei

1 Der Tweet ist abrufbar unter: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/1011620271327989760?lang=de> (zuletzt abgerufen am 5.11.2018).

auf einem Rechtsstreit um eine Berichterstattung der Bild-Zeitung liegen, die unter dem Namen „Pranger der Schande“ bekannt geworden ist.<sup>2</sup> Der Rechtsstreit eignet sich besonders gut zur Veranschaulichung der Rechtsfragen, die sich im Rahmen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte stellen und zur Beantwortung der Frage, welche dogmatischen Mittel das Persönlichkeitsrecht einerseits und das Urheberrecht andererseits bereithalten, um bei neuen Phänomenen, wie der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte, sachgerechte Ergebnisse zu erzielen. Kann das Persönlichkeitsrecht vom Urheberrecht lernen oder ist es vielleicht sogar umgekehrt?

## **B. Rechtliche Rahmenbedingungen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte**

### **I. Zum Verfahren um den „Pranger der Schande“**

#### **1. Gegenstand der Klage**

Gegenstand der Klage war die Abbildung eines Facebook-Eintrags der Klägerin in der Online-Ausgabe der Bild-Zeitung bild.de vom 20. Oktober 2015, auf dem Höhepunkt der öffentlichen Debatte um die sog. „Flüchtlingskrise“ in Deutschland. Der Artikel trug die Überschrift

„Hass auf Flüchtlinge – BILD stellt die Hetzer an den Pranger“.<sup>3</sup>

In dem Artikel wurden rund 40 Facebook-Einträge im Original als Screenshot wiedergegeben. Darunter auch der Eintrag der Klägerin, in dem diese sowohl mit ihrem bürgerlichen Namen genannt als auch durch das Profilbild erkennbar abgebildet war, und der auf dem öffentlich abrufbaren Profil der Klägerin gepostet war. Der Eintrag lautete wie folgt:

„Wie die Tiere und noch schlimmer, alles rennt zum gutgefüllten Futternapf, mal sehen wo sie hin rennen, wenn unser Napf leer gefressen ist ???“

Da der Text des Artikels auf bild.de in den Entscheidungsgründen des OLG München<sup>4</sup> eine entscheidende Rolle gespielt hat, soll er an dieser Stelle wiedergegeben werden:

„Hass auf Flüchtlinge – Bild stellt die Hetzer an den Pranger  
Deutschland ist entsetzt: Ganz offen und mit vollem Namen wird in sozialen Netzwerken zu Gewalt aufgerufen und gehetzt – gegen Ausländer, Politiker, Journalisten, Künstler.  
Hemmungslos und ungestört, vor allem auf Facebook und Twitter. So viel offener Hass war nie in unserem Land! Und wer Hass sät, wird Gewalt ernten.  
Längst ist die Grenze überschritten von freier Meinungsäußerung oder Satire zum Aufruf zu schwersten Straftaten bis zum Mord.

2 Der Verf. hat in den Verfahren den beklagten Verlag vertreten.

3 Online-Zeitungsartikel v. 20.10.2015, abrufbar unter: <https://www.bild.de/news/inland/social-media/der-pranger-der-schande-43073084.bild.html> (zuletzt abgerufen am 5.11.2018).

4 OLG München, GRUR-RR 2016, 304 – Internetpranger I.

BILD reicht es jetzt: Wir stellen die Hetzer an den Pranger! Herr Staatsanwalt, übernehmen Sie!“<sup>5</sup>

Nach Erscheinen des Artikels ging die Klägerin gegen die Veröffentlichung ihres Profilbildes zunächst im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes und anschließend im Hauptsacheverfahren vor. Gegenstand der Klage war allerdings nicht die identifizierende Angabe ihres Namens. Die Klage wurde vielmehr alleine auf das Recht am eigenen Bild sowie das Leistungsschutzrecht nach § 72 UrhG gestützt, weil es sich bei dem Profilbild um ein Selfie der Klägerin handelte.

## 2. Zur Prozessgeschichte

### a) Verfügungsverfahren LG München I

Das Landgericht München I hat über den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung mündlich verhandelt und den Antrag durch Urteil vom 10.12.2015 zurückgewiesen.<sup>6</sup> Urheberrechtliche Ansprüche wurden mangels Verwertungshandlung und aufgrund des Eingreifens von Schranken der Zitatfreiheit und der Berichterstattung über Tagesereignisse abgelehnt. Ein Anspruch nach § 22 KUG scheiterte im Rahmen der Interessenabwägung, die aufgrund der Aktualität der Debatte um die sog. „Flüchtlingskrise“ und die Nutzerkommentare in sozialen Medien zugunsten des berichtenden Verlags ausfiel.

### b) Verfügungsverfahren OLG München

Das OLG München hob das Urteil des LG München I mit Urteil vom 17. März 2016 auf und untersagte der Bild-Zeitung die Nutzung des Fotos im konkreten Kontext.<sup>7</sup> Die Urteilsgründe beschäftigen sich nur mit persönlichkeitsrechtlichen Ansprüchen, bei denen das Gericht im Rahmen der Abwägung zu dem Ergebnis kam, dass die Nutzung des Bildes im konkreten Kontext unzulässig war.

### c) Hauptsacheverfahren LG München I und OLG München

Im anschließenden Hauptsacheverfahren bestätigten sowohl das LG München I<sup>8</sup> durch Urteil vom 9. März 2017 als auch das OLG München durch Urteil vom 1. März 2018<sup>9</sup> diese

5 Online-Zeitungsartikel v. 20.10.2015, abrufbar unter: <https://www.bild.de/news/inland/social-media/der-pranger-der-schande-43073084.bild.html> (zuletzt abgerufen am 5.11.2018).

6 LG München I, ZUM-RD 2016, 406.

7 OLG München, GRUR-RR 2016, 304 – Internetpranger I.

8 Az. 7 O 8254/16 (nicht veröffentlicht).

9 OLG München, ZUM-RD 2018, 402 – Internetpranger II.

Linie. Die Revision wurde nicht zugelassen. Aktuell ist das Verfahren beim BGH im Rahmen einer Nichtzulassungsbeschwerde anhängig.<sup>10</sup>

## II. Urheberrechtliche Aspekte der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte

Die Geltendmachung von urheberrechtlichen Ansprüchen überrascht im Fall des „Prangers der Schande“ auf den ersten Blick. Natürlich lag der Schwerpunkt des Rechtsstreits auf der Frage, ob die identifizierende Darstellung der Klägerin im Zusammenhang mit ihrem Posting zulässig war. Eher zweitrangig erschien dabei die Frage, ob die Veröffentlichung in das ohnehin in digitalen Zeiten unter Legitimationsdruck geratene Leistungsschutzrecht des § 72 UrhG<sup>11</sup> eingegriffen hat, weil die Klägerin das Profilbild mit Hilfe der Enter-Taste ihres Laptops angefertigt hatte.

Es entspricht allerdings ganz allgemein einem zumindest fragwürdigen aktuellen Trend, das Urheberrecht zu instrumentalisieren, um inhaltlich unerwünschte Berichterstattungen zu verhindern: Ein Trend, der seinen prozessualen Höhepunkt zuletzt in der EuGH-Vorlage des BGH im Fall der Afghanistan-Papiere<sup>12</sup> gefunden hat und in dem der EuGH nun unter anderem zu entscheiden haben wird, ob die Informations- und Pressefreiheit eine Veröffentlichung eines unter Geheimhaltungsstufe an das Parlament gerichteten militärischen Lageberichts auch außerhalb des Schrankenkatalogs aus Art. 5 Abs. 2, Abs. 3 der Info-Soc-Richtlinie 2001/29/EG<sup>13</sup> rechtfertigen können.<sup>14</sup>

Wie weitere Urteile aus der Vergangenheit zeigen, ist die Übernahme von Social-Media-Inhalten aber durchaus von urheberrechtlicher Relevanz, also etwa für die Abbildung von auf Instagram geposteten Fotografien und Bildern, Profil- oder sonstigen hochgeladenen Fotos auf Facebook, aber unter Umständen auch für Twitter-Texte sowie YouTube-Videos, die übernommen werden.<sup>15</sup>

Im Nachfolgenden sollen daher zwei social-media-spezifische Fragen untersucht werden: Liegt in der Übernahme von Social-Media-Inhalten überhaupt eine urheberrechtlich relevante Nutzungshandlung? (Hierzu unter 1.). Kann die Veröffentlichung aufgrund des Eingreifens bestimmter Schranken des Urheberrechts zulässig sein und wenn ja, welche Schranken sind das? (Hierzu unter 2.).

10 Die Nichtzulassungsbeschwerde wird unter dem Az. VI ZR 149/18 geführt.

11 *Ohly*, Gutachten F zum 70. DJT, S. 33.

12 BGH, GRUR 2017, 901 Rn. 7 ff. – Afghanistan-Papiere.

13 Richtlinie 2001/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Mai 2001 zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte in der Informationsgesellschaft, ABl. Nr. L 167, S. 10, ber. 2002 ABl. Nr. L 6, S. 71.

14 Vgl. die Schlussanträge des Generalanwalts *Szpunar* v. 25.10.2018, Rs. C-469/17.

15 Ausführlich mit Einzelnachweisen MAH UrhR/König/Stang, § 31 Rn. 13 ff., 23 ff.

## 1. Liegt in der Übernahme von Social-Media-Inhalten eine urheberrechtlich relevante Nutzungshandlung?

Im Fall des „Prangers der Schande“ lehnte das LG München I im Rahmen des Verfügungsverfahrens den Verfügungsanspruch unter urheberrechtlichen Gesichtspunkten ab. Aus Sicht des Gerichts stellte die Einblendung des Screenshots des Facebook-Eintrags der Verfügungsklägerin keine öffentliche Wiedergabe dar.<sup>16</sup> Das Gericht verneinte – trotz Anfertigung eines Screenshots des Facebook-Eintrags – eine öffentliche Wiedergabe unter Verweis auf die Svensson-Entscheidung des EuGH<sup>17</sup> und nahm an, dass das öffentlich ohne Einschränkungen abrufbare und nicht mit Sicherheitseinstellungen gegen den allgemeinen Zugriff geschützte Facebook-Profil sich bereits an das gesamte Internetpublikum gerichtet hätte.<sup>18</sup> Die weitere Verbreitung im Internet – auch über den Umweg der Anfertigung eines Screenshots – erfolgte daher weder nach einem anderen technischen Verfahren, noch richtete sie sich an ein neues Publikum. Diese Auffassung dürfte angesichts der jüngsten Entscheidung des EuGH in der Sache „Cordoba“<sup>19</sup> nicht mehr haltbar sein.

Ein Ausschluss einer urheberrechtlich relevanten Nutzungshandlung kommt allerdings regelmäßig in Konstellationen des Verlinkens und Embeddens von Social-Media-Inhalten in Betracht.<sup>20</sup> Eine solche Funktion zur Weiterverbreitung geposteter Inhalte sehen die Social-Media-Plattformen teilweise selbst vor. So ist es technisch möglich und inzwischen bei Online-Berichterstattungen weit verbreitet, Original-Tweets direkt in eine Webseite einzubetten, ebenso wie Instagram-Bilder und YouTube-Videos.

Sind die verlinkten Inhalte mit Zustimmung des Rechteinhabers hochgeladen worden, ist die Verlinkung auf sie oder ihr Einbetten im Wege des Inline-Framings keine öffentliche Wiedergabe.<sup>21</sup> Wird auf rechtswidrig hochgeladene Inhalte verlinkt, liegt nur dann eine öffentliche Wiedergabe vor, wenn der Verlinkende die Rechtswidrigkeit der Veröffentlichung der Werke auf der anderen Internetseite kannte oder vernünftigerweise kennen konnte.<sup>22</sup> Im Hinblick auf den Nachweis der Kenntnis oder des Kennenmüssens wird unterschieden, je nachdem ob der Linksetzende in Gewinnerzielungsabsicht handelt oder nicht: Wird der Link ohne Gewinnerzielungsabsicht gesetzt, muss der Rechteinhaber die Bösgläubigkeit des Linksetzenden beweisen. Wird der Link mit Gewinnerzielungsabsicht gesetzt, so wird die Bösgläubigkeit vermutet.<sup>23</sup>

Die Grenzen dieser Vermutungswirkung sind allerdings nach wie vor unklar. Der BGH jedenfalls ist in seiner Entscheidung „Vorschaubilder III“ ohne Vorlage an den EuGH mutig

16 LG München I, ZUM-RD 2016, 406, 408.

17 EuGH, GRUR 2014, 360 m. Anm. *Jani/Leenen* – Nils Svensson ua/Retriever Sverige.

18 LG München I, ZUM-RD 2016, 406, 408.

19 EuGH, GRUR 2018, 911 Rn. 47 – Land Nordrhein-Westfalen/Dirk Renckhoff [Cordoba].

20 Hierzu umfassend MAH *UrhR/König/Stang*, § 31 Rn. 51 ff.

21 EuGH, GRUR 2014, 360 m. Anm. *Jani/Leenen* – Nils Svensson ua/Retriever Sverige.

22 EuGH, GRUR 2016, 1152 m. Anm. *Ohly* – GS Media/Sanoma ua.

23 EuGH, GRUR 2016, 1152 Rn. 51 m. Anm. *Ohly* – GS Media/Sanoma ua.

vorangeschritten und hat die Vermutungswirkung selbst einer aus seiner Sicht gebotenen individuellen Beurteilung unterzogen und im Hinblick auf Betreiber von Bildersuchmaschinen verneint.<sup>24</sup>

Was bedeutet diese Rechtsprechung für journalistische Medien? Sowohl die Verlinkung als auch das Einbetten von Social-Media-Inhalten dürfte in den allermeisten Fällen mit Gewinnerzielungsabsicht erfolgen, sodass nach der Rechtsprechung daraus eine Vermutung für die Kenntnis von der Rechtswidrigkeit oder ein Kennenmüssen folgen würde, die der Linksetzende widerlegen muss.

Ob die daraus resultierende Vorabüberprüfung aller verlinkten Inhalte auf ihre Rechtmäßigkeit für Medienhäuser angesichts der Pressefreiheit zumutbar ist, kann allerdings mit guten Gründen bezweifelt werden. In konsequenter Fortführung der BGH-Rechtsprechung ist die Vermutungswirkung auch hier einer gebotenen individuellen Beurteilung zu unterziehen.

Es würde wenig verwundern, wenn der BGH seine bisher schon im Rahmen der Störerhaftung für verlinkte Inhalte aufgestellten und insbesondere in der „Schöner Wetten“-Entscheidung<sup>25</sup> aus dem Jahr 2004 näher konkretisierten Grundsätze zu den Prüfpflichten der Medien auf die Frage der Vornahme einer öffentlichen Wiedergabe übertragen würde.

Analog zur Störerhaftung dürften dann auch für die Frage der Vornahme einer Handlung der öffentlichen Wiedergabe *„im Interesse der Meinungs- und Pressefreiheit (Art. 5 I GG) an die nach den Umständen erforderliche Prüfung der verlinkten Inhalte keine zu strengen Anforderungen gestellt werden“*.<sup>26</sup> Sofern ein Medienunternehmen Links nur zur Ergänzung eines redaktionellen Artikels setzt, dürften die Prüfungspflichten nur verletzt sein, wenn es sich *„bei der erforderlichen näheren Überlegung einer sich aufdrängenden Erkenntnis der Rechtswidrigkeit entzogen hätte“*,<sup>27</sup> mit anderen Worten: bei Offensichtlichkeit der Rechtswidrigkeit. Eingehende rechtliche Prüfungen wären danach nicht erforderlich.

Die weitere Entwicklung der Rechtsprechung des EuGH und des BGH in diesem Punkt bleibt abzuwarten. Eine Zwischenfeststellung lässt sich aber treffen: Die Subjektivierung des Begriffs der öffentlichen Wiedergabe durch den EuGH bietet auf Tatbestandsebene ein Einfallstor für grundrechtliche Wertungen und kann damit insbesondere im grundrechtsrelevanten Bereich journalistischer Berichterstattung zu flexiblen Ergebnissen führen. Nicht erfasst sind durch die Rechtsprechung des EuGH jedoch Fälle, in denen die Einbettung Urheberpersönlichkeitsrechte verletzt, etwa bei der Einbettung in einen aus dem Zusammenhang gerissenen Kontext.<sup>28</sup>

24 BGH, GRUR 2018, 178 Rn. 41 ff. m. Anm. Ohly – Vorschaubilder III.

25 BGH, GRUR 2004, 693 – Schöner Wetten.

26 BGH, GRUR 2004, 693, 695 – Schöner Wetten.

27 BGH, GRUR 2004, 693, 696 – Schöner Wetten.

28 Vgl. hierzu anschaulich Leistner; ZUM 2016, 580, 581 f.

## 2. Rechtfertigung der Verwertung von Social-Media-Inhalten durch Schranken des Urheberrechts?

Im Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Social-Media-Inhalten im Rahmen journalistischer Berichterstattung ist in erster Linie an die Schranken des § 50 UrhG (hierzu unter a)) und des § 51 UrhG (hierzu unter bb)) zu denken. Daneben ist eine Anwendung des § 48 UrhG jedenfalls in Betracht zu ziehen (hierzu unter cc)).

### a) Berichterstattung über Tagesereignisse, § 50 UrhG

Nach § 50 UrhG ist zur Berichterstattung über Tagesereignisse in Medien, die im Wesentlichen Tagesinteressen Rechnung tragen, die öffentliche Wiedergabe von Werken im gebotenen Umfang zulässig, wenn diese Werke im Verlauf der Tagesereignisse wahrnehmbar werden.

Im Fall des „Prangers der Schande“, in dem sich allein das LG München I im Verfügungsverfahren mit dem Urheberrecht auseinandersetzen musste, hat das Gericht die Rechtmäßigkeit der Nutzung des Fotos der Klägerin mit § 50 UrhG begründet.

Als Tagesereignis, also aktuelles Geschehen, das für die Öffentlichkeit von Interesse ist,<sup>29</sup> hat es dabei die öffentlichen Diskussionsbeiträge auf sozialen Netzwerken zur Flüchtlingsproblematik und generell das Phänomen der Internethetze angesehen.<sup>30</sup> Auch die zweite Tatbestandsvoraussetzung wurde bejaht: Im Rahmen der Diskussionsbeiträge bei Facebook wurden die Profilbilder der postenden Nutzer, wie das Bild der Klägerin, auch tatsächlich wahrnehmbar, nämlich sichtbar. Die Nutzung hielt sich nach Ansicht des LG München I im konkreten Fall auch im Rahmen des durch den Zweck der Berichterstattung gebotenen Umfangs, da das Profilbild im Artikel – auch im Vergleich zum Textbeitrag – deutlich in den Hintergrund trat.<sup>31</sup>

Die Schranke des § 50 UrhG dürfte auch in zahlreichen anderen Fällen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte von Relevanz sein. Das insoweit relevante Interesse der Öffentlichkeit an aktuellem Geschehen kann sich nach der Rechtsprechung des BGH auf alle Gebiete beziehen, also nicht nur auf Politik und Wirtschaft, sondern auch auf Kunst, Kultur sowie auf das gesellschaftliche und soziale Leben.<sup>32</sup>

Zu beachten ist allerdings, dass § 50 UrhG nur solange als Legitimationsgrundlage für die Nutzung von urheberrechtlichen Werken dienen kann, solange das Ereignis, über das

29 BGH, GRUR 2008, 693 Rn. 48 – TV-Total; BGH, GRUR 2002, 1050, 1051 – Zeitungsbericht als Tagesereignis.

30 LG München I, ZUM-RD 2016, 406, 409.

31 LG München I, ZUM-RD 2016, 406, 409.

32 BGH, GRUR 2008, 693 Rn. 48 – TV-Total; BGH, GRUR 2002, 1050, 1051 – Zeitungsbericht als Tagesereignis.



berichtet wird, noch als aktuelles Tagesereignis eingestuft werden kann.<sup>33</sup> Aktuell ist ein Ereignis nur, solange ein Bericht darüber von der Öffentlichkeit noch als Gegenwartsberichterstattung empfunden wird.<sup>34</sup>

Im Fall des „Prangers der Schande“ konnte die Aktualität der Debatte über Internethetze bis zuletzt durch Artikel über dieses Phänomen und auch die Reaktion des Gesetzgebers darauf durch Verabschiedung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes<sup>35</sup> belegt werden.

In anderen Fällen mag dies nicht immer gelingen. Da es sich bei der öffentlichen Wiedergabe nach der Rechtsprechung des BGH um eine Dauerhandlung handelt,<sup>36</sup> bedarf sie der permanenten Rechtfertigung. Dies hat – anders als bei Printartikeln – zur Folge, dass die Nutzung von Online-Artikeln nur solange von § 50 UrhG gedeckt ist, solange das Ereignis, über das berichtet wird, noch als Tagesereignis anzusehen ist.

Hier kommt es zum Auseinanderlaufen zwischen dem Urheberrecht und dem Persönlichkeitsrecht, das laut EGMR selbst im Falle einer Online-Archivierung eines identifizierenden Berichts über die Täter eines Mordes 28 Jahre nach der Tat nicht als verletzt anzusehen ist.<sup>37</sup>

#### b) Zitatrecht, § 51 UrhG

Ein weiteres Recht, das im Rahmen der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte häufig von Relevanz sein wird, ist das Zitatrecht nach § 51 UrhG. Auch das LG München I bejahte das Vorliegen dieser Schranke.

Die Veranschaulichung der im Artikel thematisierten Tatsache der offenen Kritik an Flüchtlingen mit vollem Namen und erkennbarem Profilbild durfte nach Auffassung des Gerichts durch Abbildung eines dieser Einträge belegt werden und bewegte sich damit auch im vom Zitatzweck gebotenen Umfang.<sup>38</sup>

Es ging der Beklagten gerade darum, zu belegen, dass Nutzer von sozialen Netzwerken offen und identifizierbar hetzerische Stellungnahmen abgeben. Eine anonymisierte Wiedergabe der Postings hätte nicht denselben Belegcharakter gehabt.

In anderen Fällen wird das Eingreifen der Schranke des § 51 UrhG bei der Berichterstattung im Einzelfall vielfach fehlen, weil keine ausreichende innere Verbindung zwischen

33 BGH, GRUR 2008, 693 Rn. 48 ff. – TV-Total; BGH, GRUR 2002, 1050, 1051 – Zeitungsbericht als Tagesereignis; Dreier/Schulze/Dreier, UrhG, § 50 Rn. 4; Wandtke/Bullinger/Lüft, UrhG, § 50 Rn. 4.

34 BGH, GRUR 2017, 1027 Rn. 49 – Reformistischer Aufbruch; BGH, GRUR 2011, 415 Rn. 11 – Kunstaussstellung im Online-Archiv; Dreier/Schulze/Dreier, UrhG, § 50 Rn. 4.

35 Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG) vom 1.9.2017, veröffentlicht am 7.9.2017 in BGBl. 2017 Teil I, Nr. 61, S. 3352.

36 BGH, GRUR 2011, 415 Rn. 12 – Kunstaussstellung im Online-Archiv.

37 EGMR, Urt. v. 28.6.2018, Az. 60798/10 und 65599/10 – Sedlmayr (nicht veröffentlicht); vgl. hierzu Briske, GRUR-Prax 2018, 357.

38 LG München I, ZUM-RD 2015, 406, 408.

den in der Berichterstattung wiedergegebenen Gedanken und den aus Social-Media-Plattformen übernommenen Inhalten besteht. Die bloße Zugänglichmachung von Informationen genügt zum Erreichen des Zitat Zwecks bekanntlich nicht.<sup>39</sup>

Es stellt sich also die Frage, ob auch außerhalb dieses engen durch § 51 UrhG gesteckten Rahmens und außerhalb der in der Info-Soc-Richtlinie enthaltenen Ausnahmen und Beschränkungen Fälle denkbar sind, in denen die Grundrechte der Informationsfreiheit (Art. 11 Abs. 1 S. 2 GRCh) oder der Pressefreiheit (Art. 11 Abs. 2 GRCh) Ausnahmen rechtfertigen können.

Die Antwort des EuGH auf diese vom BGH in seiner Vorlage zu den Afghanistan-Papieren gestellten Fragen<sup>40</sup> bleibt mit Spannung abzuwarten.<sup>41</sup>

Festzustellen ist jedenfalls, dass das Diktum vom enumerativen Schranken-katalog durch die Rechtsprechung des BVerfG zu „Metall auf Metall“<sup>42</sup> erheblich unter Druck geraten ist. Darin hatte das BVerfG mit Blick auf die nach dem Grundrecht der Kunstfreiheit notwendige kunstspezifische Betrachtung die Zulässigkeit der Nutzung einer zweisekündigen Tonsequenz quasi als gesetzt vorgegeben, die konkrete dogmatische Umsetzung aber dem BGH überlassen.<sup>43</sup> Dass dieser sich nun auch im Hinblick auf andere Grundrechte (wie die Pressefreiheit) ermutigt fühlt, eine grundrechtsspezifische ergebnisorientierte Betrachtung der Schranken vorzunehmen, ist im Ansatz zumindest zu begrüßen und birgt – eine offene Haltung des EuGH in diesem Punkt vorausgesetzt – die Chance einer größeren Flexibilität des Urheberrechts, die gerade im Hinblick auf aktuelle, bislang vom Gesetzgeber nicht berücksichtigte Sachverhalte zu angemessenen Ergebnissen beitragen kann.

### c) Öffentliche Reden, § 48 UrhG

Am Rande zu erwähnen bleibt noch, dass auch das LG München I die grundsätzliche Bereitschaft zu einer solchen flexiblen Anwendung der Schranken des Urheberrechts im Lichte der Pressefreiheit gezeigt hat.

Zumindest in der mündlichen Verhandlung vertrat die Kammer noch die Auffassung, dass neben §§ 50 und 51 UrhG auch die Schranke des § 48 UrhG in analoger Anwendung eingreife, der die Wiedergabe öffentlicher Reden privilegiert.

Die Vorschrift des § 48 UrhG soll sicherstellen, dass die Allgemeinheit über zum öffentlichen Leben gehörende Geisteserzeugnisse und damit an die Öffentlichkeit gerichtete

39 BGH, GRUR 2017, 901 Rn. 26 – Afghanistan-Papiere.

40 BGH, GRUR 2017, 901 Rn. 31 ff. – Afghanistan-Papiere.

41 Vgl. Schlussanträge GA *Szpunar* v. 25.10.2018, Rs. C-469/17, Rn. 34 ff., Rn. 66, Rn. 73, der zu der Einschätzung gelangt, dass sich ein Mitgliedstaat nicht auf das Urheberrecht berufen könne, um die Meinungs- und Informationsfreiheit nach Art. 11 GRCh einzuschränken. Allerdings folge hieraus noch keine Beantwortung der Frage, ob aus Art. 11 GRCh eine generelle Beschränkung des Urheberrechts resultiere (Rn. 71).

42 BVerfG, GRUR 2016, 690 – Metall auf Metall.

43 BVerfG, GRUR 2016, 690 Rn. 81 ff., Rn. 95, Rn. 112 – Metall auf Metall.

Reden hinreichend informiert werden kann.<sup>44</sup> Die Norm dient dem freien, öffentlichen und individuellen Meinungsbildungs- und Kommunikationsprozess u.a. durch die Medien.<sup>45</sup>

Gut vertreten lässt sich dabei, dass es sich bei den Facebook-Postings um öffentliche Redebeiträge handelt, die nach dem Wunsch der Postenden einschließlich ihres Profilbildes von jedermann wahrgenommen werden sollen und damit durch öffentliche Wiedergabe i.S.d. § 19a UrhG veröffentlicht wurden (§ 48 Abs. 1 Nr. 1 UrhG). Bei der vor dem Hintergrund des beschriebenen Gesetzeszwecks gebotenen grundrechtskonformen Auslegung des § 48 UrhG im Lichte der Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG sind die Facebook-Postings daher als öffentliche Reden i.S.d. § 48 UrhG einzustufen. Untrennbarer Teil der Postings und des insoweit einheitlich zu betrachtenden Redebeitrags der auf Social-Media-Plattformen postenden Nutzer sind die Profilfotos, deren Wiedergabe zum Zwecke der Information und Meinungsbildung dann ebenfalls von der Privilegierung des § 48 UrhG umfasst sein könnten.

### III. Persönlichkeitsrechtliche Aspekte der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte

Im Bereich des Persönlichkeitsrechts ist zu unterscheiden zwischen dem Allgemeinen Persönlichkeitsrecht einerseits und dem Recht am eigenen Bild nach §§ 22, 23 KUG andererseits. Das Allgemeine Persönlichkeitsrecht ist insbesondere für die Frage relevant, ob von Nutzern gepostete Inhalte, also Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen, von den Medien aufgegriffen und im Rahmen der Berichterstattung wiedergegeben werden dürfen, wobei hier der Frage eine zentrale Rolle zukommt, ob der Name der betroffenen Person wiedergegeben werden darf.

Das Recht am eigenen Bild kommt bei Fallkonstellationen wie im Fall des „Prangers der Schande“ in Betracht, also insbesondere dann, wenn Abbildungen von Nutzern in den Medien wiedergegeben werden sollen.

Die Reichweite des APR als Rahmenrecht steht nicht absolut fest, sondern muss erst durch eine Abwägung der widerstreitenden grundrechtlich geschützten Belange bestimmt werden, bei der die besonderen Umstände des Einzelfalles sowie die betroffenen Grundrechte und Gewährleistungen der Europäischen Menschenrechtskonvention zu berücksichtigen sind.<sup>46</sup>

Die Zulässigkeit einer Bildnisveröffentlichung nach den §§ 22, 23 KUG ist nach dem von der Rechtsprechung aus den Vorschriften abgeleiteten abgestuften Schutzkonzept zu

44 BT-Drucks. IV/270, S. 65 „[...] um die schnelle Unterrichtung der Allgemeinheit zu erleichtern.“; Dreier/Schulze/Dreier, UrhG, § 48 Rn. 1.

45 BeckOK UrhR/Engels, UrhG, § 48 Rn. 1.

46 BVerfG, NJW 1980, 2070, 2071; BVerfG, GRUR 2007, 1085 Rn. 71 – Roman „Esra“; OLG Saarbrücken, AfP 2017, 439, 440; BeckOK Grundgesetz/Lang, GG, Art. 2 Rn. 34; MAH UrhR/Hollenders/Müller, § 12 Rn. 39 ff.

bestimmen.<sup>47</sup> Die dabei vorgenommene Interessenabwägung, bei der ebenfalls sämtliche Umstände des Einzelfalles berücksichtigt werden, trägt einerseits dem Schutzbedürfnis der abgebildeten Person, andererseits den von den Medien vermittelten Informationsinteressen der Allgemeinheit Rechnung.<sup>48</sup>

Hierbei stellt sich die Frage nach den rechtlichen Besonderheiten bei der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte und wie diese bisher von der Rechtsprechung bewertet wurden.

Die Besonderheit liegt in der Selbstdarstellung von Nutzern durch die von ihnen geposteten Social-Media-Inhalte, mit denen sie sich an die Öffentlichkeit richten. Das OLG München spricht davon, dass das „visuelle Selbstdarstellungsrecht durch die Online-Veröffentlichung erheblich an Gewicht verloren hat“.<sup>49</sup> Führt dieser zweifellos bestehende Gewichtsverlust, der oft mit einem Gesichtsverlust einhergeht, auch zu einem Rechtsverlust?

## 1. Verbreitungshandlung

Sowohl das Allgemeine Persönlichkeitsrecht als auch die Vorschriften des KUG knüpfen allgemein an die Handlung des Verbreitens oder des öffentlichen zur Schau Stellens an. Die Voraussetzung an diese technologieneutral auszulegenden Handlungen sind durch jede Form der Berichterstattung in Online- und Printmedien zweifelsohne erfüllt, und zwar selbst dann, wenn Social-Media-Inhalte im Wege des Inline-Framings eingebettet werden.

Insbesondere gibt es bislang keine dem Urheberrecht vergleichbare dogmatische Konstruktion, wonach eine Verbreitungshandlung ausscheidet, wenn der Betroffene den Berichterstattungsgegenstand zuvor bereits selbst veröffentlicht hatte und sich die Verlinkung bzw. Einbettung insofern nicht an ein „neues Publikum“ im Sinne der urheberrechtlichen EuGH-Rechtsprechung<sup>50</sup> richtet.<sup>51</sup> Vereinzelt wird zwar eine Übertragung der Rechtspre-

47 BVerfG, GRUR 2007, 527 Rn. 9 f. – Winterurlaub; MAH UrhR/*Amelung*, § 14 Rn. 44.

48 BVerfG, NJW 2008, 1793 Rn. 55 – Caroline von Hannover.

49 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 404 – Internetpranger II; vgl. BeckOK UrhG/*Engels*, Kunst-UrhG, § 22 Rn. 38.

50 EuGH, GRUR 2013, 500, Rn. 37 – ITV Broadcasting/TVC; EuGH, GRUR 2014, 1196 Rn. 14 – BestWater [Die Realität]; EuGH, GRUR 2014, 360 Rn. 24 m. Anm. *Jani/Leenen* – Nils Svensson ua/Retriever Sverige; EuGH, GRUR 2016, 1152 Rn. 37 m. Anm. *Ohly* – GS Media.

51 Siehe allerdings jüngst die Entscheidung des EGMR vom 4. Dezember 2018, 11257/16 (*Magyar Jeti Zrt/Ungarn*), wonach ein Presseorgan nicht automatisch, sondern nur unter bestimmten Umständen für die Verlinkung auf persönlichkeitsrechtsverletzende Inhalte (im konkreten Fall auf ein Video auf YouTube) haftet, da ansonsten das Recht des Presseorgans auf freie Meinungsäußerung nach Art. 10 EMRK verletzt wird. Die Kriterien, die der EGMR anwendet – Billigung oder Wiederholung des verlinkten Inhalts, bloße Verlinkung, Kenntnis oder fahrlässige Unkenntnis vom rechtsverletzenden Charakter des verlinkten Inhalts sowie die Beachtung journalistischer Sorgfaltspflichten – weisen einerseits gewisse Parallelen zur Rechtsprechung des EuGH iS „GS-Media“ auf (vgl. oben Fn. 23) und erinnern andererseits an die bereits durch BVerfG und BGH etablierten Grundsätze zum Persönlichkeitsrecht, vgl. BVerfG, NJW-RR 2010, 470 sowie BGH, MMR 2012, 623 – RSS-Feeds.

chung des EuGH i.S.v. „Svennsson“<sup>52</sup> und „Bestwater“<sup>53</sup> auf das KUG gefordert. *Louisa Specht* spricht insoweit von einem Reformbedarf des Kunsturhebergesetzes.<sup>54</sup>

Zu beachten ist allerdings, dass die Rechtsprechung des EuGH sich nur auf die Erfüllung des Tatbestands einer Verwertungshandlung erstreckt und damit auf den rein monetären Aspekt des Urheberrechts. Nicht erfasst sind daher Sachverhalte, bei denen sich die Unzulässigkeit der Nutzung aus urheberpersönlichkeitsrechtlichen Aspekten ergibt, etwa, wenn ein Video einer Schlagersängerin auf der Internetseite einer rechtsradikalen Vereinigung eingebettet wird.<sup>55</sup>

Das Problem liegt also auf anderer Ebene.

## 2. Einwilligung

In Betracht kommt eine Einwilligung in die Berichterstattung durch das öffentliche Posten von Inhalten auf Social-Media-Plattformen.

Wer einem Fernsightteam auf der Straße bei laufender Kamera ein Interview gibt, willigt in der Regel konkludent in die Ausstrahlung des Interviews ein, weil ihm Zweck, Art und Umfang der Veröffentlichung bekannt sein dürften.<sup>56</sup> Wer bei einer öffentlichen Veranstaltung mit prominenten Gästen, auf der Fotografien der Gäste angefertigt werden, als Hostess arbeitet, muss auch mit der Veröffentlichung von Fotografien der eigenen Person rechnen.<sup>57</sup>

Wie verhält es sich mit öffentlichen Posts in Social-Media-Kanälen?

Wenn *Donald Trump* per Twitter die Nachricht verbreitet, dass sein Atomknopf größer und stärker als der von *Kim Jong-un* sei und außerdem funktioniere,<sup>58</sup> dann dürfte das – ganz unabhängig von der Frage, ob ein öffentliches Interesse die Berichterstattung rechtfertigt – sicherlich als konkludente Einwilligung – im Falle von *Trump* sogar als Aufforderung – in die Übernahme in der Berichterstattung in sämtlichen Medien aufzufassen sein.<sup>59</sup> Mit anderen Worten: Eine Botschaft an die Welt darf weltweit in allen Medien verbreitet werden.

52 EuGH, GRUR 2014, 360 Rn. 24 m. Anm. *Jani/Leenen* – Nils Svensson ua/Retriever Sverige.

53 EuGH, GRUR 2014, 1196 Rn. 14 – BestWater [Die Realität].

54 *Specht*, MMR 2017, 577 f.

55 Vgl. hierzu *Leistner*, ZUM 2016, 580, 581 f.

56 Vgl. Wandtke/Bullinger/Fricke, 4. Aufl. 2014, KunstUrhG § 22 Rn. 15; Loewenheim/Schertz, Handbuch des Urheberrechts, 2. Aufl. 2010, § 18 Rn. 16; vgl. ferner OLG Frankfurt, ZUM-RD 2011, 408; OLG Hamburg ZUM-RD 2005, 129.

57 Vgl. BGH, GRUR 2015, 295 – Hostess auf Eventportal.

58 Der Tweet *Donald Trumps* ist abrufbar unter: <https://twitter.com/realdonaldtrump/status/94835557022420992?lang=de> (zuletzt abgerufen am 5.11.2018).

59 Zum Re-Tweet-Button bei Twitter s. *Ludyga*, AfP 2017, 284, 286.

Wie aber verhält es sich mit Facebook-Posts nicht in der Öffentlichkeit stehender Personen zu öffentlichen Themen in öffentlichen Profilen oder öffentlichen Gruppen oder Meinungsforen?

Die Auffassungen gehen hier auseinander: *Ludyga* geht davon aus, dass jedermann, der sich auf Facebook bewegt und sich zu einem aktuellen Geschehen öffentlich äußert, in den Abdruck seines Profilbildes in Print- und Onlinemedien einwilligt und insofern sogar einen Vertrauenstatbestand schafft.<sup>60</sup> Die Rechtsprechung ist in diesem Punkt bislang weit zurückhaltender: Das OLG München verweist im Fall des „Prangers der Schande“ zwar auf die insoweit parallel gelagerte Vorschaubilderrechtsprechung des BGH, wonach jedermann, der ein Foto ins Internet stellt, ohne von möglichen Zugriffssperren Gebrauch zu machen, in die Nutzung durch Bildersuchmaschinen einwilligt.<sup>61</sup> Eine Erstreckung dieser Einwilligung auf die Berichterstattung durch Online- und Printmedien lehnt das OLG München aber ausdrücklich ab,<sup>62</sup> wie übrigens auch das LG Hamburg in einem anderen Fall aus dem Jahr 2017.<sup>63</sup>

Auch das OLG Frankfurt hat in einer Entscheidung aus dem Jahr 2016 die Annahme einer konkludenten Einwilligung in die beliebige Weiterverbreitung von Facebook-Fotos abgelehnt. Das Social-Media-Netzwerk Facebook sei kein allgemeiner, jedem ohne Weiteres wie ein Marktplatz öffentlich zugänglicher Raum, da nur Inhaber eines Facebook-Accounts Zugang haben.<sup>64</sup> Bilder können dort also hochgeladen werden, ohne dass diese gleichsam im Allgemeingebrauch frei verfügbar würden.

In seiner ersten Entscheidung im Verfügungsverfahren lässt das OLG München ganz in diesem Sinne auch noch anklingen, dass eine Einwilligung jedenfalls anzunehmen sein dürfte für eine Weiterverbreitung innerhalb des Kreises der konkret zugriffsberechtigten Mitglieder des Netzwerkes.<sup>65</sup>

Streng genommen bedeutet dies, dass derjenige, der bei Facebook öffentlich postet, in die Nutzung und Weiterverbreitung durch potentiell aktuell 2,2 Milliarden Facebook-Nutzer einwilligt.

Bei Twitter ist das zumindest bei öffentlichen Accounts anders: Hier kann jedermann die Nachrichten abrufen und weiterverbreiten: Diese leidvolle Erfahrung machte im Jahr 2013 eine New Yorker PR-Beraterin, die kurz vor ihrem Abflug nach Afrika twitterte:

*Going to Africa. Hope I don't get AIDS. Just kidding. I'm white.*

60 *Ludyga*, AfP 2017, 196, 198.

61 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 404 – Internetpranger II unter Verweis auf BGH, GRUR 2010, 628 Rn. 18 – Vorschaubilder I.

62 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 404 – Internetpranger II.

63 LG Hamburg, ZUM 2018, 371.

64 OLG Frankfurt, ZUM-RD 2016, 573, 574.

65 OLG München, GRUR-RR 2016, 304 Rn. 19 – Internetpranger I.

Übrigens mit vollem Namen und ihrem Profilbild. Während sie im Flugzeug saß, verbreitete sich der Tweet in Windeseile unter dem Hashtag #hasJustineLandedyet.<sup>66</sup> Und in der Tat: Als sie landete, war ihr Ruf ruiniert und sie verlor ihren Arbeitsplatz. Sämtliche Medien berichteten, fast alle unter Verwendung des Tweets mit Foto und Namen.

Eine spannende Frage im Rahmen der Einwilligung ist also: Welche Rolle spielen die jeweils im sozialen Netzwerk integrierten technischen Möglichkeiten des Weiterverbreitens und des Einbettens von Inhalten, wie dies bei Twitter, Instagram und YouTube möglich ist.

Bei YouTube jedenfalls lässt sich die „Embedding“-Funktion beim Hochladen von Videos deaktivieren. Ob dies im Umkehrschluss bedeutet, dass jeder, der die Funktion aktiviert, in die Verbreitung einwilligt, ist eine offene Frage, deren höchstrichterliche Klärung abzuwarten bleibt.

### 3. Interessenabwägung

Sowohl im Rahmen der Beurteilung der Zulässigkeit einer Berichterstattung nach dem Allgemeinen Persönlichkeitsrecht als auch bei der Prüfung der Zulässigkeit der Verwendung von Bildnissen zu Berichterstattungszwecken ist zentraler Punkt die Abwägung der betroffenen Interessen.

Auch insofern stellt sich die Frage, welche rechtlichen Besonderheiten im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte zu beachten sind. Hierbei sind insbesondere drei Aspekte hervorzuheben:

#### a) Sphäreneinordnung

Eine zentrale Weichenstellung bei der Abwägung sowohl im Rahmen des APR als auch des abgestuften Schutzkonzeptes nach §§ 22, 23 KUG liegt in der Frage, in welcher Sphäre eine Berichterstattung den Betroffenen berührt.

Die Rechtsprechung unterscheidet bekanntermaßen nach

- Intimsphäre, die den innersten Kernbereich privater Lebensgestaltung betrifft, etwa Vorgänge im Sexualbereich oder nicht äußerlich wahrnehmbare gesundheitliche Zustände,<sup>67</sup>
- Privatsphäre, also der Bereich, der vom Betroffenen regelmäßig einer öffentlichen Erörterung und Zurschaustellung entzogen wird,<sup>68</sup> und
- Sozialsphäre, die die persönliche Eigenart des Menschen in seinen Beziehungen zur Umwelt sowie in seinem öffentlichen, wirtschaftlichen und beruflichen Wirken schützt.

66 Ronson, „How one stupid Tweet blew up Justine Sacco’s Life“, Artikel v. 12.2.2015, The New York Times Magazine, abrufbar unter: <https://www.nytimes.com/2015/02/15/magazine/how-one-stupid-tweet-ruined-justine-saccos-life.html> (zuletzt abgerufen am 5.11.2018).

67 BVerfG, NJW 1978, 807, 809 – Sexualerziehung in der Schule; MAH UrhR/Hollenders/Müller, § 12 Rn. 79 f. mwN. Anzumerken ist, dass Gesundheitszustände zum Teil auch in den Bereich der Privatsphäre fallen können, s. BGH, GRUR 1996, 373, 374 – Caroline von Monaco.

68 BGH, GRUR 1979, 418 m. Anm. Bauer – Telefongespräch.

Sie betrifft den Bereich, in dem sich die persönliche Entfaltung von vornherein im Kontakt mit der Umwelt vollzieht.<sup>69</sup>

Die Einordnung in eine dieser Sphären ist deshalb von entscheidender Bedeutung, weil die Eingriffe je nach betroffener Sphäre unterschiedlich gewichtet werden:

- Eingriffe in die Intimsphäre sind in der Regel nicht erlaubt,<sup>70</sup>
- bei Eingriffen in die Privatsphäre sind die konkreten Umstände des Einzelfalles im Rahmen einer Abwägung sämtlicher Interessen zu beurteilen,<sup>71</sup>
- Eingriffe in die Sozialsphäre sind in der Regel zulässig. Äußerungen im Rahmen der Sozialsphäre dürfen in Fällen schwerwiegender Auswirkungen auf das Persönlichkeitsrecht mit negativen Sanktionen verknüpft werden, so etwa dann, wenn eine Stigmatisierung, soziale Ausgrenzung oder eine Prangerwirkung zu besorgen sind.<sup>72</sup>

Die Einordnung ist Sache des Einzelfalles. Inhalte von Social-Media-Einträgen können im Grunde alle Sphären betreffen, je nachdem, was der Hochladende von sich preisgibt: Dies können Beziehungsprobleme, Krankheitsberichte, Privatangelegenheiten oder wie im Falle des „Prangers der Schande“ Beiträge zu öffentlichen Debatten sein.

Ebenso ist schon nach dem allgemeinen Sprachgebrauch vorstellbar, zu öffentlich debattierten Themen seine „Privatmeinung“ zu vertreten. Allerdings entspricht es dem Trend, diese früher allenfalls im kleinen Kreis oder am Stammtisch verbreiteten und hier sicherlich noch eher als privat geltenden Meinungen heute ungeschützt und öffentlich kundzutun. Eine solche öffentliche Kundgabe geschieht vielfach auch in vollem Bewusstsein, insbesondere dann, wenn Postende die Öffentlichkeit geradezu suchen, weil es ihnen nicht mehr reicht, die Meinung im privaten Umfeld kundzutun. Die breite Rezeption ist das Ziel, es sind öffentliche Beiträge im Rahmen einer öffentlich geführten Debatte oder im Rahmen eines echten „Meinungskampfes“.

Überzeugend ist daher die Annahme des OLG München im Fall des „Prangers der Schande“, dass die Berichterstattung schon deshalb dem Bereich der Sozialsphäre zuzuordnen ist, weil sich die Klägerin mit ihrer Äußerung, ihrem Namen und ihrem Foto

*„bewusst in die Öffentlichkeit gewagt und dazu Veranlassung gegeben hat, dass die Beklagte diese Äußerung in ihrer Berichterstattung aufgreift, um den Informationsanspruch des Publikums zu erfüllen und damit einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung zu leisten. Durch ihren Eintrag bei Facebook und die öffentliche Kundgabe ihrer ablehnenden Haltung gegenüber Flüchtlingen hat die Klägerin den Bereich der Privatsphäre verlassen.“*

69 BGH, NJW 1981, 1089, 1092 – Der Aufmacher I.

70 BVerfG, NJW 1957, 297, 298 – Elfes; BVerfG, NJW 1973, 891, 892 – Tonbandaufnahme.

71 BVerfG, GRUR 1973, 541, 544 – Lebach; BGH, GRUR 1979, 418, 419 m. Anm. Bauer – Telefongespräch.

72 BGH, GRUR 2007, 350 Rn. 13 – Klinik-Geschäftsführer; BGH, ZUM-RD 2012, 253 Rn. 12 – Babyklappe.



*Ihre Äußerung betrifft daher den Bereich der Sozialsphäre, in dem sich die persönliche Entfaltung von vorneherein mit der Umwelt vollzieht“.*<sup>73</sup>

Diese Einschätzung liegt auf einer Linie mit weiteren im Bereich von Berichterstattung über Social-Media-Inhalte ergangenen Urteilen der Instanzgerichtsrechtsprechung:

- Ein Fall, den das OLG Saarbrücken im letzten Jahr zu entscheiden hatte, betraf einen bei Facebook geposteten „Mordaufruf“. Der Kläger (ein selbständiger Unternehmensberater) hatte auf der öffentlichen Profilseite des Schriftstellers *Akif Pirincci* einen Post hinterlassen. *Pirincci* hatte darin die Arbeit von *Elisabeth Tuidor*, Professorin für Gesellschaftswissenschaften an der Universität Kassel kritisiert, die sich dort mit geschlechter- und migrationspolitischen Themen sowie mit Queer-Theorien beschäftigt. Dieser Kritik schloss sich der Kläger mit den Worten an, er hätte nichts dagegen,

*„diesen Genderlesben 8x9 mm in das dumme Gehirn zu jagen“.*

Über diesen inzwischen gelöschten Kommentar berichtete die „Tageszeitung“ unter Namensnennung.<sup>74</sup>

Das OLG Saarbrücken nahm an, dass der Kläger nur in seiner Sozialsphäre betroffen sei, weil er selbst aus freien Stücken durch das Absetzen des Posts auf der Facebook-Seite an die Öffentlichkeit gegangen ist.<sup>75</sup>

Da sich der Pressebericht auf eine schlichte Wiedergabe des Posts beschränkte, verneinte das OLG Saarbrücken eine unzulässige Anprangerung oder diffamierende Schmähung und bestätigte die Zulässigkeit der Berichterstattung als Ergebnis der Abwägung sämtlicher im konkreten Fall betroffener Interessen.

- Rechtlich ebenfalls interessant ist ein medial bekannt gewordener Fall über eine an *Till Schweiger* privat gerichtete Facebook-Nachricht: Vorgegangen war dieser das Gerücht, *Till Schweiger* habe erklärt, er wolle im Falle des Einzugs der AfD in den Bundestag das Land verlassen. Nach dem Einzug der AfD schickte eine Nutzerin *Schweiger* eine private Nachricht mit folgendem Inhalt:

*„Sie wollen doch Deutschland verlassen. Warum lösen Sie ihr Versprechen nicht endlich ein. Ihr Demokratieverständnis und Ihr Wortschatz widern mich an.  
Mit freundlichen Grüßen“*

Diese private Nachricht hatte *Schweiger* mittels Screenshots auf seinem öffentlichen Profil einschließlich seiner Antwort gepostet,

73 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 405 – Internetpranger II.

74 Der Artikel ist abrufbar unter: <http://www.taz.de/!5037014/> (zuletzt abgerufen am 5.11.2018).

75 OLG Saarbrücken, AfP 2017, 439, 441.

*„Hey Schnuffi....! Date!? Nur wir beide?“*

Das LG Saarbrücken<sup>76</sup> betonte zwar zunächst, dass die Vertraulichkeitssphäre und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung das Interesse schützen, dass der Inhalt privater Nachrichten nicht an die Öffentlichkeit gelangt.<sup>77</sup> Gleichwohl ging das LG im nächsten Schritt davon aus, dass die Klägerin durch die Veröffentlichung der Nachricht lediglich in ihrer Sozialsphäre berührt sei. Dabei stellte es maßgeblich auf den Inhalt der Nachricht, die ein öffentlich diskutiertes Thema betraf, nicht jedoch auf das sie vermittelnde Medium, also eine private Nachricht ab.<sup>78</sup>

Auch hier kam das Gericht am Ende der Abwägung zu dem Ergebnis, dass die Veröffentlichung unter Namensnennung und Fotoabbildung zulässig sei, weil von der Veröffentlichung keine schwerwiegenden Auswirkungen auf das Persönlichkeitsrecht ausgingen, weil keine Stigmatisierung, soziale Ausgrenzung oder eine Prangerwirkung zu besorgen waren.<sup>79</sup>

Es ist als vorläufiges Ergebnis also festzuhalten, dass sich die Frage, welche Sphäre betroffen ist, sowohl aus dem gewählten Medium als auch aus dem Inhalt des Posts ergeben kann.<sup>80</sup> Private Themen können durch das öffentliche Posten aus dem Bereich der Privatsphäre in die Sozialsphäre gehoben werden. Umgekehrt können privat verschickte Nachrichten aufgrund ihres öffentlichen Themen betreffenden Inhalts in die Sozialsphäre auf- oder je nach Blickwinkel auch absteigen.

#### *b) Selbstbegebung/Selbstöffnung*

Selbst wenn man der Privatsphäre zuzuordnende Themen auch nach ihrer öffentlichen Bekanntgabe weiterhin der Privatsphäre zuordnen würde, wäre im Rahmen der Interessenabwägung der Umstand ihrer öffentlichen Bekanntgabe zu berücksichtigen. Auch das ist im Rahmen der bisher ergangenen Rechtsprechung durchweg anerkannt worden. Zur rechtlichen Einordnung des Verhaltens ist dann am ehesten an die bisher aus der Rechtsprechung bekannt gewordene Fallgruppe der „Selbstöffnung“ oder „Selbstbegebung“ zu denken.

Nach der ständigen Rechtsprechung des BVerfG, die vom EGMR bestätigt wurde, entfällt der Schutz der Privatsphäre vor öffentlicher Kenntnisnahme, wenn „sich jemand selbst damit einverstanden zeigt, daß bestimmte, gewöhnlich als privat geltende Angelegenheiten öffentlich gemacht werden, etwa indem er Exklusivverträge über die Berichterstattung aus seiner Privatsphäre abschließt“.<sup>81</sup>

76 LG Saarbrücken, ZUM-RD 2018, 115.

77 LG Saarbrücken, ZUM-RD 2018, 115, 117 unter Verweis auf BGH, ZUM-RD 2015, 83.

78 LG Saarbrücken, ZUM-RD 2018, 115, 118.

79 LG Saarbrücken, ZUM-RD 2018, 115, 118.

80 LG Saarbrücken, ZUM-RD 2018, 115, 118.

81 BVerfG, GRUR 2000, 446, 450 – Caroline von Monaco; EGMR, NJW 2012, 1053 Rn. 111 mwN – von Hannover Nr. 2.

Unter Bezugnahme auf diese Rechtsprechung hat der BGH die Rechtsfigur der Selbstöffnung in der Entscheidung „Rivalin“ von Uschi Glas<sup>82</sup> aus dem Jahr 2004 näher konkretisiert und hierzu ausgeführt:

*„Der Schutz der Privatsphäre vor öffentlicher Kenntnisnahme entfällt, soweit sich jemand selbst damit einverstanden zeigt, dass bestimmte, gewöhnlich als privat geltende Angelegenheiten öffentlich gemacht werden; die Erwartung, dass die Umwelt die Angelegenheiten oder Verhaltensweisen in einem Bereich mit Rückzugsfunktion nur begrenzt oder nicht zur Kenntnis nimmt, muss situationsübergreifend und konsistent zum Ausdruck gebracht werden.“<sup>83</sup>*

Die Selbstbegebung kennt nach bisheriger Interpretation durch die Gerichte allerdings auch Grenzen: So hat das OLG München im „Pranger der Schande“-Fall ausgeführt, dass die partielle Selbstöffnung der Klägerin durch ihr Facebook-Posting nicht gleichzusetzen sei mit der als Pranger bezeichneten Wiedergabe der mit Foto und Namen versehenen Äußerung in einem Massenmedium. Die Klägerin müsse zwar aufgrund ihres Facebook-Posts damit rechnen, ihre Äußerung zur Flüchtlingsdebatte auch in einem Massenmedium kritisch bewertet zu finden. Sie müsse jedoch nicht damit rechnen, ausdrücklich an den Pranger gestellt zu werden.<sup>83</sup>

Womit der für den Fall „Pranger der Schande“ entscheidende Aspekt der Abwägung angesprochen ist, die Prangerwirkung.

### c) Prangerwirkung

In der Rechtsprechung des BVerfG und BGH ist anerkannt, dass schwerwiegende Auswirkungen auf das Persönlichkeitsrecht die Grenze sowohl der Wort- als auch der Bildberichterstattung bilden, insbesondere dann, wenn eine Stigmatisierung, soziale Ausgrenzung oder eine Prangerwirkung zu besorgen sind.<sup>84</sup>

Unter Verweis auf diese Rechtsprechung hat das OLG München die Berichterstattung im Fall „Pranger der Schande“ für unzulässig eingestuft. Dabei hat es maßgeblich auf die Art der Darstellung und die konkrete Wortwahl des Berichts abgestellt, in der das Wort „Pranger“ sogar ausdrücklich zweimal vorkomme. Dadurch habe die Beklagte ihre Initiative, einzelne Hetzer gegen Flüchtlinge öffentlich an den Pranger zu stellen, unterstrichen.<sup>85</sup> Ziel der Beklagten sei nicht lediglich die Darstellung der Stimmungslage in der Bevölkerung zur Flüchtlingskrise und die Missbilligung des Verhaltens von Teilen der Bevölkerung gewesen, sondern jedenfalls auch die personalisierte Anprangerung einzelner Personen.<sup>86</sup>

82 BGH, GRUR 2005, 76, 78 – „Rivalin“ von Uschi Glas.

83 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 406 – Internetpranger II.

84 BVerfG, GRUR 2010, 544 Rn. 25 – Zitat aus Anwaltsschreiben; BGH, GRUR 2007, 350 Rn. 13 – Klinik-Geschäftsführer; BGH, ZUM-RD 2012, 253 Rn. 12, Rn. 18 – Babyklappe.

85 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 406.

86 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 406.

Ferner könne sich die Beklagte auch nicht darauf berufen, dass sie zur Behebung von Missständen in der Gesellschaft im Einzelfall auch zu drastischen Mitteln greifen dürfe.<sup>87</sup>

So sehr die Begründung des OLG München angesichts der Wortwahl des angegriffenen Artikels auf den ersten Blick einzuleuchten scheint, sie greift nach hier vertretener Auffassung zu kurz: Nicht nur scheint das OLG München nicht zu berücksichtigen, dass nicht jede Form der Anprangerung stets die Unzulässigkeit einer Äußerung oder Bildveröffentlichung zur Folge hat, sondern diese im Einzelfall haben *kann*.<sup>88</sup>

Die Begründung des OLG München unterliegt daneben offensichtlich dem semantischen Irrtum, dass der journalistisch gebrauchte Begriff des „Prangers“ gleichzusetzen sei mit dem Rechtsbegriff der „Anprangerung“ als möglicher äußerster Grenze der Zulässigkeit einer Berichterstattung. Es erscheint jedoch keineswegs zwingend, dass die zugespitzte Wahl des Wortes „Pranger“ in einer Berichterstattung stets die in rechtlicher Hinsicht relevante Schwelle der Anprangerung erreicht. So beschreibt das BVerfG die Anprangerung als Phänomen, bei dem *„eine Einzelperson aus der Vielzahl derjenigen, die das vom Äußern den kritisierte Verhalten gezeigt haben, herausgehoben wird, um die Kritik des als negativ bewerteten Geschehens durch Personalisierung zu verdeutlichen.“*<sup>89</sup> Im streitgegenständlichen Artikel ging es allerdings um insgesamt rund 40 Personen, die allesamt in derselben Weise mitsamt ihren Postings dargestellt wurden. Ob bei einer solchen Anzahl noch von einer Heraushebung von Einzelpersonen gesprochen werden kann, ist zweifelhaft.

Daneben wird der Begriff der „Anprangerung“ von BVerfG und BGH nicht ohne Grund stets in einem Atemzug mit „Stigmatisierung“ und „sozialer Ausgrenzung“ genannt. Gemeinsam ist allen Begriffen, dass der Betroffene durch die angegriffene Äußerung oder Bildveröffentlichung in Form einer Art Ächtung in eine Position der Randständigkeit gebracht wird, die er zuvor nicht selbst eingenommen hat. Der Betroffene mag ein „beanstandungswürdiges Verhalten“<sup>90</sup> an den Tag gelegt haben, aber erst die Berichterstattung macht diesen Umstand einer „breiteren Öffentlichkeit bekannt“<sup>91</sup> und versieht den Betroffenen dadurch mit einer Art Brandmal als Ausdruck der Missachtung, was sich dann wiederum „schwerwiegend auf Ansehen und Persönlichkeitsentfaltung des Betroffenen auswirkt“.<sup>92</sup> Ob diese Maßstäbe auch gelten, wenn das „beanstandungswürdige Verhalten“ gerade in einem an eine breite Öffentlichkeit gerichteten Hass-Ausruf besteht, darf mit guten Gründen bezweifelt werden. Mit anderen Worten: Ob jemand, der sich selbst hassschreiend auf einen Marktplatz stellt, überhaupt noch im rechtlichen Sinne „angeprangert“ werden kann, ist äußerst fraglich.

87 OLG München, ZUM-RD 2018, 402, 406.

88 BVerfG, GRUR 2010, 544, Rn. 25.

89 BVerfG, GRUR 2010, 544, Rn. 25.

90 Vgl. BVerfG, GRUR 2010, 544, Rn. 25.

91 Vgl. BVerfG, GRUR 2010, 544, Rn. 25.

92 Vgl. BVerfG, GRUR 2010, 544, Rn. 25.

Entscheidend erscheint in diesem Zusammenhang noch ein weiterer Aspekt: Nach der Rechtsprechung des BVerfG ist im Rahmen des vielfach mit dem Stichwort „Recht auf Gegenschlag“<sup>93</sup> bezeichneten Bereichs des gegenseitigen medialen Schlagabtausches für die Zulässigkeit einzelner Äußerungen darauf abzustellen, ob und in welchem Ausmaß der von herabsetzenden Äußerungen Betroffene seinerseits an dem von Art. 5 Abs. 1 GG geschützten Prozess öffentlicher Meinungsbildung teilgenommen, sich damit aus eigenem Entschluss den Bedingungen des Meinungskampfes unterworfen und sich durch dieses Verhalten eines Teils seiner schützenswerten Privatsphäre begeben hat.<sup>94</sup>

*„Wer im öffentlichen Meinungskampf zu einem abwertenden Urteil Anlass gegeben hat, muss eine scharfe Reaktion auch dann hinnehmen, wenn sie das persönliche Ansehen mindert.“*<sup>95</sup>

Insbesondere bei Vorliegen eines „unmittelbar vorangegangenen Angriffs auf die Ehre“ kann eine „diesem Angriff entsprechende, ähnlich wirkende Erwiderung“ gerechtfertigt sein.<sup>96</sup>

Überträgt man diese Grundsätze des BVerfG auf den Bereich der Berichterstattung über Internethetze, so ist zunächst festzuhalten, dass die Presse von dieser Hetze zwar unmittelbar selbst betroffen sein kann, aber nicht notwendiger Weise sein muss. Sie wird sich gleichwohl auf die Rechtsprechung des BVerfG – jedenfalls den ihr zugrundeliegenden Rechtsgedanken – berufen können, wenn sie den Inhalt von Hassnachrichten, die sich an eine breite Öffentlichkeit richten, aufgreift und kommentiert. Eine „scharfe Reaktion“ muss auch und gerade der Presse möglich sein, um ihrer vom EGMR regelmäßig betonten Funktion als „Wachhund der Öffentlichkeit“<sup>97</sup> nachkommen zu können.

Des Weiteren fällt insbesondere beim Phänomen der Internethetze gegen Flüchtlinge auf, dass diese in besonderem Maße von echter Stigmatisierung, sozialer Ausgrenzung und einer bewussten Anprangerung geprägt ist und – anders als noch vor einigen Jahren – nicht mehr anonym, sondern unter vollständiger Offenlegung der Identität, also unter Verwendung von Klarnamen und Profilbildern betrieben wird. „In welchem Ausmaß“ eine derartige Teilnahme an der öffentlichen Meinungsbildung stattgefunden hat, ist nach der Rechtsprechung des BVerfG für die Frage des zulässigen Umfangs des „Gegenschlags“ zu berücksichtigen:

Durch den Inhalt ihrer die Menschenwürde missachtenden Äußerung („Wie die Tiere...“) und durch die Art und Weise der Äußerung (öffentlich mit Namen und Profilbild bei Facebook) hat sich die Klägerin im Fall „Pranger der Schande“ nach hier vertretener Auffassung den Bedingungen des Meinungskampfes im Sinne der Rechtsprechung des BVerfG

93 So bspw. BVerfG, NVwZ 2016, 761 Rn. 29.

94 BVerfG, NJW 1980, 2069.

95 BVerfG, NJW 1961, 819, 822. S. ferner BVerfG, NJW 1969, 227, 228; BVerfG, NJW 1980, 2069 – Kunstkritik.

96 BVerfG, NJW 1969, 227; BVerfG NVwZ 2016, 761, Rn. 25.

97 Vgl. EGMR, NJW 2012, 1053 Rn. 102 mwN – von Hannover Nr. 2.

nicht nur unterworfen, sondern diese Bedingungen selbst bestimmt. In einem solchen Fall muss es sich ein Betroffener daher gefallen lassen, bei der Wiedergabe der Äußerung ebenfalls mit scharfen Worten und in derselben Form, also unter Verwendung des Namens und des Profils, öffentlich kritisiert zu werden. Unter Umständen kann nach hier vertretener Auffassung ausnahmsweise sogar eine Anprangerung hinzunehmen sein, wenn sich der Betroffene zuvor selbst „stigmatisierend“, „sozial ausgrenzend“ und „anprangernd“ geäußert hat. Unter diesen Bedingungen kann eine insofern „ähnlich wirkende Erwiderung“ durch eine die Äußerungen aufgreifende Berichterstattung im Sinne der BVerfG-Rechtsprechung im Einzelfall gerechtfertigt sein.

Natürlich kennt das „Recht auf Gegenschlag“ auch Grenzen. Die Presse darf sicherlich nicht zum Mord an demjenigen aufrufen, der seinerseits bei Facebook zum Mord aufgerufen hat. Sie darf aber zur Erfüllung ihrer Funktion als „Wachhund der Öffentlichkeit“ ein solches in Social-Media-Kanälen zur Schau getragenes Verhalten widerspiegeln. Dass sie sich dabei bei ihrer Reaktion, anders als die mit voller Identität und erkennbarem Profilbild Hetzenden, auf eine anonymisierte und das Konterfei schwärzende Spiegelung des Verhaltens beschränken muss, ist bei konsequenter Übertragung der Rechtsprechung des BVerfG zum „Recht auf Gegenschlag“ im Ergebnis nicht überzeugend.

### C. Fazit

Am Beispiel des Falles „Pranger der Schande“, der eine Berichterstattung über eine Facebook-Hetzerin unter Verwendung von Name und Profilbild zum Gegenstand hatte, wurde gezeigt, an welchen Stellen der journalistischen Berichterstattung über Social-Media-Inhalte durch das Urheberrecht und das Persönlichkeitsrecht Grenzen gesetzt sind.

Das Persönlichkeitsrecht ist als Rahmenrecht dabei einer angemessenen Berücksichtigung der konkreten Umstände des Einzelfalles und neuerer Besonderheiten, wie einzelner Aspekte des Social-Media-Phänomens, von vornherein zugänglicher als das insbesondere durch den abschließenden Schrankenkatalog starrere Urheberrecht.

Die Rechtsprechung des EuGH im Bereich der öffentlichen Wiedergabe im Urheberrecht, die durch Berücksichtigung von Prüfungspflichten letztlich zu einer Subjektivierung der objektiven Tathandlung führt und dafür dogmatisch von vielen Seiten kritisiert wird, führt zu einer größeren Flexibilität, von der auch die Presse profitiert, wenn die Berücksichtigung der grundrechtlich verbürgten Pressefreiheit zu einer Einschränkung der Prüfungspflichten führt.

Auch die mutige Rechtsprechung des BVerfG in Sachen „Metall auf Metall“, in deren Folge der BGH gleich mehrere Vorlagen an den EuGH gerichtet hat, kann zu einer größeren Flexibilisierung führen. Voraussetzung hierfür ist die konsequente Fortbildung einer höchstgerichtlichen Rechtsprechung und eine Vorlagepraxis, die zu einer Konturierung der geöffneten Tatbestände führen und so die mit einer Öffnung einhergehenden Nachteile einer größeren Rechtsunsicherheit wieder ausgleichen kann.

Vor diesem Hintergrund sei noch eine abschließende Kritik am Urteil des OLG München erlaubt: So richtig es angesichts der damit verbundenen Flexibilität ist, dass insbesondere im Bereich des Persönlichkeitsrechts aufgrund des offenen Tatbestands sämtliche Umstände des Einzelfalles berücksichtigt werden können, so wichtig ist es gleichzeitig, dass dem BGH bei neuen Sachverhalten die Gelegenheit gegeben wird, dem Allgemeinen Persönlichkeitsrecht als Rahmenrecht auch bei neuen Sachverhalten Konturen zu verleihen. Hierzu zählt mit Sicherheit der Bereich der Berichterstattung über Social-Media-Inhalte. Es ist vor diesem Hintergrund wenig nachvollziehbar, warum das OLG München die Revision in dieser Sache nicht zugelassen hat. Es bleibt daher zu hoffen, dass der BGH die Chance ergreifen und die Sache zur Revision annehmen wird.