

Vor dem Hintergrund dieser Ausgangslage plädiert der Autor dafür, jedenfalls in Konstellationen, in denen Persönlichkeitsverletzungen durch Internetdienste zur Massenkommunikation zur Beurteilung stehen, stets ein «internationales Verhältnis» im Sinne von Art. 1 Abs. 1 IPRG anzunehmen und nicht einen Binnensachverhalt festzustellen, da rechtsverletzende Inhalte auch außerhalb der Schweiz abrufbar seien (S. 42). Im Anschluss an diese grundlegende Weichenstellung prüft *Kernen* die Zuständigkeit schweizerischer Gerichte nach dem schweizerischen Gesetz über das internationale Privatrecht (IPRG) und dem Lugano-Übereinkommen (LugÜ). Dabei differenziert er nach zahlreichen Anknüpfungspunkten, die den Schädiger und den Geschädigten sowie die Rechtsgrundlage der möglichen Ansprüche (Vertrag/Delikt) betreffen. Dank der stringenten Gliederung behält der Leser in diesem Hauptteil der Arbeit (S. 65–356) stets den Überblick. Im Ergebnis befürwortet der Autor den Lösungsansatz der eDate-Entscheidung des EuGH vom 25.10.2011, allerdings mit der gravierenden Einschränkung, als Alternative zu einem weltweit fliegenden Gerichtsstand nur eine Zuständigkeit der Gerichte an dem Haupterfolgsort, dem Interessenmittelpunkt des Betroffenen, anzunehmen. Ob die Reduzierung der Erfolgsortzuständigkeit auf den sog. Haupterfolgsort der «einzig gangbare Weg» ist, wie der Autor meint, um Rechtssicherheit, Vorhersehbarkeit und Zuständigkeitsklarheit zu erreichen, oder ob der individuelle Schutz des Opfers nicht eine weiter gehende Option (Klageerhebung am «Ort der Abrufbarkeit») erfordert und rechtfertigt, wird weiter diskutiert werden müssen. Die lesenswerte Arbeit von *Kernen* leistet hierzu jedenfalls einen ernst zu nehmenden Beitrag.

RA Dr. Eckhard Höckelmann, Osnabrück

Bull, Hans Peter: Sinn und Unsinn des Datenschutzes. Mohr Siebeck Verlag, Tübingen 2015, 133 S., ISBN 978-3-16-154182-7, € 24.–/CHF (fPr) 32.50

Der langjährige Bundesbeauftragte für den Datenschutz und Innenminister des Landes Schleswig-Holstein nutzte nach seiner Emeritierung als Professor für öffentliches Recht der Universität Hamburg seinen reichen Erfahrungsschatz für die Zwecke einer allgemeinverständlichen, «konkreten, problembezogenen Aufklärung ... über die tatsächliche Lage wie über die zu realisierenden Werte» des Datenschutzrechts (S. 117). Ein mit geschickt ausgewählten Belegen versehener und elegant formulierter Mix aus rechtshistorischen, rechtsssoziologischen, rechtsphilosophischen und rechtsdogmatischen Feststellungen zum Thema, wenn auch in seiner Aneinanderreihung ohne roten Faden. Als Einfüh-

rung in die vielschichtige, im starken Wandel befindliche Materie hervorragend geeignet.

Prof. Dr. *Manfred Rehbinder*, Zürich

Andersen, Stella: Gesellschaftspolitische Meinungsäußerungen in der Werbung. Ein Rechtsvergleich zwischen deutschem und US-amerikanischem Recht. Schriften zum geistigen Eigentum und zum Wettbewerbsrecht Bd. 70, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2015, 267 S., ISBN 978-3-8487-1880-1, € 69.–/CHF (fPr) 85.–

Wie im Urheberrecht so wird auch im Persönlichkeitsrecht zwischen den ideellen und den vermögenswerten Bestandteilen unterschieden und entsprechend der monistischen Theorie die untrennbare Verknüpfung der beiden Bestandteile vertreten. Das führt zur Unübertragbarkeit und zur mangelnden Lizenzierbarkeit auch der kommerziellen Bestandteile des Persönlichkeitsrechts. Demgegenüber vertritt das US-amerikanische Recht die dualistische Theorie und unterscheidet die persönlichkeitsrechtliche Seite (right of privacy) von der kommerziellen Seite (right of publicity), welch letztere sie als property right kennzeichnet, das übertragbar und (in Anlehnung an das Urheberrecht) auch durch Einräumung von Lizzenzen nutzbar ist. Die von *Götting* betreute Dresdener Dissertation von *Stella Andersen* zeigt auf, wie die richterrechtliche dogmatische Konstruktion der kommerziellen Seite des Persönlichkeitsrechts im deutschen Recht bis heute Schwierigkeiten bereitet. Doch ist festzustellen, dass beide Rechtsordnungen im Grossen und Ganzen zu gleichwertigen Ergebnissen gelangen (S. 249), nachdem mit der Marlene-Dietrich-Entscheidung endlich ein Schutz auch kommerzieller Interessen durch das Persönlichkeitsrecht vom BGH (BGHZ 143, 214) anerkannt wurde, wäre da nicht eine neuerliche Entwicklung in der Rechtsprechung des BGH, die Anlass zu dieser Arbeit wurde.

Ausgehend von der BGH-Entscheidung «Rücktritt des Finanzministers» *Oskar Lafontaine* (GRUR 2007, 139) geht es um die Beurteilung gesellschaftspolitischer Meinungsäußerungen in der Werbung. Beruft sich die werbetreibende Wirtschaft für den Inhalt ihrer Werbung auf die Meinungsäußerungsfreiheit und die von der Meinungsäußerung betroffene Person auf den Schutz ihrer kommerziellen Persönlichkeit, so ist nach der Lehre von der mittelbaren Drittwirkung der Grundrechte eine «Gewichtung kommerzieller Meinungsäußerungen im antagonistischen Verhältnis von Persönlichkeitsrecht und Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG zu hinterfragen» (*Andersen*, S. 257). Während das ame-