

Werberecht für Bestatter

Ein kurzer Überblick

Von Rechtsanwalt Michael Terhaag
und Rechtsanwalt Christian Schwarz

Eine gute Marktpräsenz ist unerlässlich. Dazu gehört es auch, mit Werbung auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen. Doch gerade im Wettbewerbsrecht lauern einige rechtliche Fallen. Dann kann eine geschickte Werbeidee schnell zu Ärger führen.

Immer wieder mussten sich Gerichte mit der Frage zulässiger oder unzulässiger Werbemaßnahmen in der Bestattungsbranche befassen. Mal standen die Kleidung der Mitarbeiter, mal die Fahrzeuge eines Bestattungsunternehmens auf dem Prüfstand. Auch der Versand von Werbung oder die Verwendung von Fotos von Beerdigungen kann immer wieder zu Problemen führen. Die Entscheidung, ob eine Werbemaßnahme erlaubt ist oder nicht, ist häufig eine Frage des konkreten Einzelfalls.

I. Werbung auf dem Friedhof Firmenschriftzug auf dem Hemdkragen oder der Blumenvase

Das Oberlandesgericht (OLG) München hatte sich mit der Frage zu befassen, ob Bestatter bei einer Beerdigung auf ihrer Arbeitskleidung den Schriftzug ihres Unternehmens tragen dürfen. Die Mitarbeiter trugen weiße Oberhemden, welche mit einem schwarzen Schriftzug des Bestattungsunternehmens versehen waren. Die Richter des OLG München nahmen einen Wettbewerbsverstoß an, weil das Bestattungsunternehmen gegen die Regelungen der konkreten Friedhofssat-

zung handelte. Nach dieser war „Reklame irgendwelcher Art“ auf dem Friedhof untersagt – dazu gehöre, nach Ansicht des Gerichts, auch der Namensschriftzug auf der Bekleidung.

Ähnlich entschied auch das Landgericht Trier in Bezug auf einen Steinmetz, welcher auf Gräbern Blumenvasen mit Werbeaufklebern aufstellte. Auch hier lag nach Meinung des Gerichts ein Verstoß gegen die Friedhofssatzung vor, wonach das Verteilen und Aufstellen von Werbung verboten war.

Die Gerichte hielten Werbung auf der Kleidung oder Vasen in beiden Fällen jedoch wohl nicht per se für unzulässig. Es kam bei den Entscheidungen jeweils auf die Satzung des konkreten Friedhofs an, auf welchem die Werbemaßnahme stattfand.

Der Unternehmensname auf dem Fahrzeug

Gegen einen Firmenschriftzug eines Bestattungsunternehmens auf einem Fahrzeug ist grundsätzlich nichts einzuwenden. Anders kann dies jedoch sein, wenn das Fahrzeug auf dem Friedhof abgestellt wird. Dann kann es maßgeblich auf den Abstellort ankommen, ob die Werbung zulässig ist.

Das OLG München hatte sich damit zu befassen, ob es unzulässig ist, einen LKW mit Firmenschriftzug eines Bestattungsunternehmens auf dem Friedhof zu parken. Das Bestattungsunter-

men war mit Restaurierungsarbeiten an Gräbern beauftragt. Hierfür war ein LKW, welcher Gerätschaften transportierte und Grabaushub verwahrte, auf dem Friedhof abgestellt. Der Anblick sei jedoch für Friedhofsbesucher zumutbar, solange das Abstellen des LKW der Durchführung der dort anfallenden Arbeiten diene und das Fahrzeug in unmittelbarer Nähe zu den Mitarbeitern abgestellt würde, entschied das Gericht. Eine unzulässige Werbung nahm es demnach nicht an.

Ähnlich entschied das OLG München bereits sechs Jahre zuvor im Fall eines auf dem Friedhofsgelände abgestellten Firmenfahrzeugs mit Anhänger. Solange dieses nicht besonders werbewirksam platziert werde, sei dies nicht zu beanstanden. Etwas Anderes nahm das Gericht hingegen hinsichtlich eines abgestellten Grabaushubcontainers an. Das

Kurz & bündig

Michael Terhaag und Christian Schwarz sind Rechtsanwälte in der Kanzlei Terhaag & Partner in Düsseldorf (www.aufrecht.de). Ihr Tätigkeitsschwerpunkt liegt bundesweit u.a. im Wettbewerbs-, Urheber- und Medienrecht. Zudem beraten sie Unternehmer regelmäßig im Bereich des Reputationsmanagements.



Foto: © Thorsten Schmidtkord

Michael Terhaag

Foto: © Christian Schwarz

Christian Schwarz

beklagte Bestattungsunternehmen hatte den Container in unmittelbarer Nähe zu den Gräbern abgestellt. Auf dem Container war von allen Seiten sichtbar das Firmenschlagwort des Bestattungsunternehmens angebracht. Das Gericht sah in der Werbung zwar kein gezieltes werbliches Herantreten des Bestattungsunternehmens an Hinterbliebene. Dennoch können, so das OLG München, Teilnehmer eines Begräbnisses und sonstige Friedhofsbesucher erwarten, auf einem Friedhof nicht derartigen Werbemaßnahmen ausgesetzt zu sein.

II. Veröffentlichung von Fotos im Internet

Bei Werbung mit Fotos – zum Beispiel auf der eigenen Website oder den sozialen Netzwerken – gibt es ein paar grundsätzliche Dinge zu beachten.

So ist gerade bei Fotografien, welche von Trauerfeiern gefertigt werden, Vorsicht geboten – insbesondere, wenn auf den Bildern auch die Gäste zu sehen sind. Ohne ihre ausdrückliche Erlaubnis zur Aufnahme und zur konkreten Veröffentlichung sollten die Bilder nicht angefertigt und verwendet werden. Dies könnte unter Umständen einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht der fotografierten Personen darstellen. Das Landgericht Frankfurt/Oder entschied, dass die Trauergäste in diesem Moment aufgrund der emotionalen Belastung besonders schützenswert sind. Auch sollten Bilder eines bei der Trauerfeier aufgebahrten Sarges oder einer Urne nicht ohne Erlaubnis veröffentlicht werden, insbesondere wenn der Name oder möglicherweise ein aufgestelltes Foto der verstorbenen Person darauf erkennbar sind. Möglicherweise stellt

dies nämlich einen Eingriff in das sog. postmortale Persönlichkeitsrecht dar. Danach ist der allgemeine Achtungsanspruch des Verstorbenen geschützt.

Zurückhaltend sollte man unter Umständen bei der Verwendung von Bildern von Grabsteinen und Gräbern sein. Ob hierdurch auch das postmortale Persönlichkeitsrecht verletzt wird, wenn der Name der verstorbenen Person oder sonstige identifizierende Daten erkennbar werden, ist meist eine Frage des konkreten Einzelfalls. Hier kommt es sicherlich auch auf den Zweck der Veröffentlichung an. Das Amtsgericht Mettmann hielt eine Veröffentlichung eines Grabstein-Fotos in einer Online-Grabstein-Datenbank für zulässig. Allerdings könnte eine Verwendung eines solchen Bildes zu Werbezwecken rechtlich auch anders beurteilt werden. Zudem können ausgefallene →

Grabsteine unter Umständen urheberrechtlichen Schutz genießen, so dass eine nicht genehmigte Verbreitung von Fotos mit Grabsteinen zur Durchsetzung von Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen des Rechteinhabers (z.B. des Steinmetzes) führen kann.

Ohnehin sollten im eigenen Angebot nur Lichtbilder verwendet werden, für die man eine Erlaubnis hat – entweder, weil man sie selbst angefertigt hat oder weil die erforderlichen Nutzungsrechte für die konkrete Verwendung eingeräumt wurden. Keinesfalls sollten Lichtbilder von Dritten, z.B. von einer fremden Website oder aus einem Social-Media-Auftritt, einfach kopiert und verwendet werden.

III. Werbung per Post oder mittels Vertreter

Der Bundesgerichtshof (BGH) musste sich mit der Frage der Zulässigkeit von Werbung für Grabmale per Post, welche zwei Wochen nach dem Todesfall an Angehörige versandt wurde, befassen. Der Beklagte, ein Händler für Grabsteine, versandte Werbung an Hinterbliebene,

die das Versterben eines Angehörigen in der lokalen Tageszeitung angezeigt hatten. Die Klägerin, ein Wettbewerbsverband, hielt die Werbung innerhalb der ersten vier Wochen nach dem Todesfall für eine unzumutbare Belästigung, welche nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) unzulässig wäre.

Der BGH sah das anders: Er ging zwar ebenfalls davon aus, dass eine gewisse Wartefrist nach dem Todesfall eingehalten werden müsse. Denn ein Werbeschreiben für Grabausstattung kurz nach einem Todesfall sei geeignet, die Gefühle der Hinterbliebenen zu verletzen, da diese es als pietätlos empfänden, wenn unmittelbar nach dem Verlust eines nahen Angehörigen der Trauerfall zum Gegenstand geschäftlicher Bemühungen gemacht werde. Dies sei bei einem Abwarten von zwei Wochen jedoch nicht unbedingt der Fall.

In einer bis heute zitierten Entscheidung des BGH aus dem Jahr 1971 wurde die Werbung für Grabsteine bei einem unaufgeforderten Vertreterbesuch hingegen für unlauter gehalten. Ein Steinmetz ließ Grabsteine durch Ver-

treter vertreiben, welche Hinterbliebene nach Todesfällen zu Hause aufsuchten. Dies sei deshalb unzulässig, weil ein Vertreterbesuch die Hinterbliebenen unter Druck setzen könnte. Wegen ihrer besonderen seelischen Verfassung würden diese einem Vertreter womöglich weniger Widerstand entgegensetzen als im üblichen Alltag. ■

Terhaag & Partner Rechtsanwälte
Grabenstraße 5
40213 Düsseldorf
Telefon: 0211 16 888 600
anwalt@aufrecht.de
www.aufrecht.de

Auswahl zitierter Entscheidungen:

- BGH, Urteil vom 22. April 2010, Az. I ZR 29/09 – Werbung mit der Post
- BGH, Urteil vom 12. März 1971, Az. I ZR 119/69 – Vertreterbesuch
- OLG München, Urteil vom 16. Mai 2002, Az. 29 U 5753/01 – Grabaushubcontainer
- OLG München, Urteil vom 17. Januar 2008, Az. 29 U 4576/07 – Friedhofswerbung mit LKW
- LG Trier, Urteil vom 25. Mai 2016, Az. 7 HK O 6/16 – Werbung mit Blumenvase
- LG Frankfurt/Oder, Urteil vom 25. Juni 2013, Az. 16 S 251/12 – Pressefotos bei Beerdigung
- AG Mettmann, Urteil vom 16. Juni 2015, Az. 25 C 384/15 – Foto von Grabstein