[FR] Parasitismus mit Blick auf einen Spielfilm in der Werbung

IRIS 2004-5:1/12

Amélie Blocman
Légipresse

Ist der Film „Das 5. Element" Opfer seines Erfolgs? Es scheint so, wie das jüngste Urteil des Pariser Tribunal de Grande Instance zeigt: Der Regisseur und der Produzent des Films hatten die Mobiltelefoniegesellschaft SFR sowie die Werbeagentur Publicis wegen Verstoßes gegen das Urheberrecht und wegen Parasitismus verklagt. Luc Besson und die Gesellschaft Gaumont warfen den Beklagten vor, diese hätten in einer groß angelegten Werbekampagne für einen neuen Dienst des Telefonbetreibers die Darstellerin und Heldin des Films, Mila Jovovich, in Aussehen und Kleidung der Hauptperson des Films gezeigt und Jovovich in Situationen und vor Kulissen präsentiert, die dem Film ähnlich gewesen seien und sich damit die für den Film getätigten Investitionen zu eigen gemacht.

Mit Blick auf die Urheberrechtsverletzung wies das Gericht darauf hin, dass eine Werbekampagne eine Urheberrechtsverletzung eines Filmwerks darstellen kann, wenn sich in ersterer zahlreiche Ähnlichkeiten und gemeinsame Punkte mit dem Film feststellen ließen, insbesondere was die behandelten Sujets, die dargestellte Situation, die Entwicklung der Geschichte, die Illustration der Ideen, die Personeneigenschaften und die Inszenierung betreffe. Im vorliegenden Fall warf Luc Besson den Beklagten vor, das Erscheinungsbild der Filmheldin, Leeloo, in Form ihrer roten Haare, ihrer Kleidung mit weißen Bändchen und ihrer übernatürlichen Kräfte sowie das städtische und futuristische Dekor, in dem sie sich bewegte, in der Werbekampagne nachgestellt zu haben. Für das Gericht reichen zwei Elemente des äußeren Erscheinungsbildes nicht aus, um schützenswerte Charakteristika einer Person zu sein. Die das Dekor betreffenden Charakteristika seien am Genre festzumachen, hier das Dekor einer Großstadt, das nicht urheberrechtlich geschützt sei. Die vorgeworfenen Ähnlichkeiten seien somit nicht zahlreich genug gegeben, um den Tatbestand der Urheberrechtsverletzung zu erfüllen.

Das Gericht wies jedoch darauf hin, dass jedwede Person, die sich mit Gewinnabsicht und ungerechtfertigterweise beträchtlich und ohne absolute Notwendigkeit den wirtschaftlichen Wert, der ihr einen Wettbewerbsvorteil bringt und der die Frucht der geistigen Arbeit und Investition eines anderen ist, zueignet, ein schuldhaftes parasitäres Verhalten an den Tag legt.

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2025

Die Wahl der Darstellerin Mila Jovovich in der Werbung war nicht zufällig, da durch die Persönlichkeit, die sie verkörpert, sofort die Aufmerksamkeit der Zielgruppe (junge Städter zwischen 24-35 Jahren) erregt wird und es zu einer unmittelbaren Identifikation mit der Titelfigur aus dem „5. Element", deren äußeres Erscheinungsbild Jovovich übernimmt (Kleidung, Frisur), kommt. Dieses von den Richtern als parasitär beurteilte Verhalten hat der Gesellschaft Gaumont einen gewissen wirtschaftlichen Schaden zugefügt, so dass ihr angesichts des Ausmaßes der Werbekampagne von SFR (2000 TV-Werbespots, 180 000 Plakate, Abdrucke in 150 Zeitungen...) EUR 300 000 an Schadensersatzzahlungen zugesprochen wurden. Zudem verfügte das Gericht die Einstellung der Werbekampagne.

Tribunal de grande instance de Paris (3e ch., 3e sect.), 30 mars 2004, Luc Besson et SA Gaumont c/ SFR et Publicis Conseil

Tribunal de grande instance von Paris (3. Kammer, 3. Abteilung), 30. März 2004, Luc Besson und Gaumont AG gegen SFR und Publicis Conseil

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2025

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat) 2025