

B. Firmenrecht

Das Firmenrecht ist in den §§ 17 – 37 HGB geregelt. Die Vorschriften regeln einen wichtigen Teilausschnitt des Rechts von Geschäftsnamen und -zeichen. Sie sind aber keineswegs eine erschöpfende Regelung der Materie. Die Normen gehen zum Teil über die Regelungen des MarkenG hinaus, zum Teil bleiben sie hinter ihnen zurück.

I. Begriff der Firma

Die Firma eines Kaufmanns ist „*der Name, unter dem er seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt*“, § 17 Abs. 1 HGB. Die §§ 18 f. HGB regeln, wie die Firma zu bilden ist. Die §§ 21 f. HGB bestimmen, unter welchen Voraussetzungen eine bestehende Firmenbezeichnung, die nach den Maßstäben der §§ 18 f. HGB aufgrund von Unternehmensveränderungen „*eigentlich*“ ebenfalls verändert werden müsste, gleichwohl fortgeführt werden darf.

II. Beschränkung auf Firmen

Die §§ 17 ff. HGB beschränken sich ausschließlich auf die Firma. Andere Bezeichnungen erfassen sie nicht. An einer Firmenbezeichnung kann es aus vielen Gründen fehlen, zum Beispiel weil das Unternehmen kein kaufmännisches Unternehmen ist oder weil es um den Schutz einer zusätzlich zur Firma geführten Bezeichnung geht. Das MarkenG ist dagegen nicht auf Firmen im Sinne der §§ 17 ff. HGB beschränkt, sondern erfasst eben auch Namen oder besondere Bezeichnungen von Unternehmen.

III. Öffentlicher und privater Firmenschutz

§ 37 Abs. 1 HGB normiert den öffentlichen Firmenschutz. Danach müssen die Registergerichte denjenigen, der eine ihm nach den §§ 17 ff. HGB nicht zustehende Firma gebraucht, durch das Festsetzen von Ordnungsgeld zur Unterlassung anhalten. Im Markenrecht gibt es dazu kein Gegenstück.

§ 37 Abs. 2 HGB regelt den privaten Firmenschutz.

- Der in § 37 Abs. 2 Satz 1 HGB normierte handelsrechtliche Unterlassungsanspruch bezweckt, die private Initiative zur Durchsetzung der firmenrechtlichen Prinzipien einzusetzen, BGH vom 10.11.1969, BGHZ 53, 65, 70. Der Anspruch steht daher nicht nur dem materiell Berechtigten zu (= dem Inhaber des verletzten Firmenrechts), sondern jedem, der in „rechtlichen Interessen wirtschaftlicher Art“ betroffen ist, BGH vom 10.11.1969, BGHZ 53, 65, 70. Das ist zum Beispiel bei Mitbewerbern des Verletzers der Fall.

Der markenrechtliche Unterlassungsanspruch steht dagegen allein dem „*Inhaber der geschäftlichen Bezeichnung*“ zu, § 15 Abs. 4 Satz 1 MarkenG.

IV. Firmenunterscheidbarkeit, § 30 Abs. 1 HGB

Sowohl der öffentliche als auch der private Firmenschutz greifen nur gegebenüber ganz bestimmten Verletzungen ein, nämlich gegenüber solchen, die in den §§ 17 ff. HGB normiert sind.

Eine besonders wichtige solche Regelung ist **§ 30 Abs. 1 HGB**. Sie normiert den Grundsatz der Firmenunterscheidbarkeit.

1. Voreintragung

Die Vorschrift kann eingreifen, soweit sich eine neue Firma nicht ausreichend von den bereits bestehenden und in das Handelsregister eingetragenen Firmen unterscheidet. Sie setzt also zwingend die Voreintragung einer bereits bestehenden Firma voraus, § 29 HGB.

Dagegen verlangt das Markenrecht nicht zwingend nach einer Voreintragung der Firma oder des betreffenden Zeichens, sondern setzt grundsätzlich nur dessen Priorität (**§ 6 MarkenG**) voraus.

2. Deutliche Unterscheidung

§ 30 Abs. 1 HGB verlangt, dass sich die neue Firma „*von allen bereits eingetragenen Firmen deutlich unterscheidet*“. Die Anforderung ist branchenunabhängig zu beurteilen! Für die Unterscheidbarkeit für den Bezirk des Handelsregisters gelten strenge Anforderungen. Der Wortlaut des § 30 HGB ist insoweit eindeutig: Danach muss die Firma völlig branchenunabhängig „*von allen bereits eingetragenen Firmen*“ nicht nur abweichen, sondern sich „*deutlich unterscheiden*“.

Das Markenrecht arbeitet stattdessen mit dem abweichenden Begriff der „Verwechslungsgefahr“. Es fragt dabei unter anderem nach der Branchennähe und der Kennzeichnungskraft des verletzten Zeichens und damit nach Kriterien, die in § 30 Abs. 1 HGB nicht angelegt sind. Markenrechtliche Verwechslungsgefahr und das Unterscheidbarkeitserfordernis nach § 30 HGB decken sich daher nicht (zum Teil str.).

Der Unterschied zwischen deutlicher Unterscheidbarkeit und Verwechslungsgefahr erklärt sich aus dem unterschiedlichen Zweck der betreffenden Vorschriften. § 15 MarkenG dient dem Schutz des Berechtigten und verleiht nur diesem Klagerechte. **§ 30 HGB** weicht davon ab, weil die Vorschrift auch maßgeblich dem Schutz des Publikums dient und dem Rechtsverkehr die Identifikation eines Unternehmens ermöglichen soll (Beispiel: Klagezustellung an Firma Bruno Braun in Bonn).

3. Territoriale Bindung an den Handelsregisterbezirk

§ 30 Abs. 1 HGB ist darauf beschränkt, dass sich die neue Firma allein von den Firmen unterscheiden muss, die an „*demselben Ort*“ bereits bestehenden und in das Handelsregister eingetragen sind. Den Fall, dass die betreffende Bezeichnung unzulässig an einem anderen Ort (= außerhalb des betreffenden Handelsregisterbezirks) geführt wird, erfasst die Vorschrift nicht. Hier kann nur § 15 MarkenG helfen.

V. Sonstiges

Das Handelsrecht normiert keine eigenständigen Schadensersatzansprüche desjenigen, der durch den Gebrauch einer unzulässigen Firma in seinen Rechten verletzt wird, **§ 37 Abs. 2 Satz 2 HGB**. Die Schadensersatzansprüche

bestimmen sich „nach sonstigen Vorschriften“, also namentlich nach § 15 Abs. 5 Satz 1 MarkenG.

C. Werktitel

Der Werktitel (§§ 1 Nr. 2, 5 Abs. 3 MarkenG) bezieht sich auf ein bestimmtes „Werk“. Er bezeichnet die im Werk zum Ausdruck kommende geistige Leistung, den gestalteten gedanklichen Inhalt. Der Werktitel ist im Unterschied zur Marke primär inhaltsbezogen und dient vorrangig der Unterscheidung eines Werks von anderen Werken, nicht dagegen notwendigerweise zur betrieblichen Herkunftsunterscheidung.

Der Unterschied zeigt sich insbesondere, wenn ein und dasselbe Werk von verschiedenen Unternehmen angeboten wird, etwa weil ein Roman gemeinfrei (§ 64 UrhG) geworden ist. So ist zum Beispiel „Winnetous Erben“ ein Werktitel, der ein bestimmtes Werk als solches bezeichnet, nämlich die entsprechende Winnetou-Erzählung von Karl May. Siehe BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440, 441.

Gleichwohl können sich Werktitel und Marke miteinander überschneiden. So ist etwa die Bezeichnung „Tagesschau“ sowohl als Wortmarke für die Produktion von Fernseh-Nachrichten (= Dienstleistungen) zugunsten der ARD eingetragen als auch ein Werktitel, siehe BGH vom 1.3.2001 (Tagesschau), BGHZ 147, 56 ff.

I. Name, besondere Bezeichnung

Der „Name“ ist auch im Hinblick auf den Werktitelschutz etwas, was originäre Unterscheidungskraft hat, also per se dazu geeignet ist, ein Werk von anderen zu unterscheiden, BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440, 441.

Die Rechtsprechung stellt für den Medienbereich an die Unterscheidungskraft grundsätzlich geringe Anforderungen.

Für den Werktitelschutz von Zeitschriften ist beispielsweise nur ein Mindestmaß an Individualität erforderlich, das dem Verkehr die Unterscheidung einer Zeitschrift von anderen Zeitschriften erlaubt. BGH vom 21.6.2001 (Auto Magazin), GRUR 2002, 176 hat zum Beispiel den Titel „Auto Magazin“ als schutzfähig angesehen, weil auf dem Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt seit jeher Zeitungen und Zeitschriften unter mehr oder weniger farblosen Gattungsbezeichnungen angeboten würden. Da eine Vielzahl von Autozeitschriften neben dem beschreibenden Begriff „Auto“ allenfalls schwach individualisierende Merkmale aufwiesen, sei der Verkehr gewohnt, bereits auf bloße Zusätze besonders zu achten.

Reine Gattungsbezeichnungen, wie zum Beispiel „Magazin“, haben aber selbst für den Medienbereich keine ausreichende Unterscheidungskraft.

Eine bloße „Bezeichnung“ ohne originäre Unterscheidungskraft erlangt die erforderliche Unterscheidungskraft und damit die Werktitelqualität der „besonderen Bezeichnung“, wenn sie Verkehrsgeltung erlangt, BGH vom 1.3.2001 (Tagesschau), BGHZ 147, 56, 62 mwN. Dafür ist erforderlich, dass der Titel in der Auffassung des Verkehrs ein bestimmtes Werk bezeichnet, nicht etwa nur eine bloße Werkkategorie, Nordemann in: Ingerl/Rohnke/Nordemann,

4. Auflage 2023, § 5 MarkenG Rn. 124. Im Übrigen gelten dieselben Anforderungen wie bei §§ 4 Nr. 2, 5 Abs. 2 MarkenG.

Fehlt es an der Unterscheidungskraft, zum Beispiel aufgrund von Freihaltebedürfnissen, so greift der Werktitelschutz nicht ein.

LG Berlin vom 14.2.2008 (Internetrecht), MMR 2008, 842 f. mit Anmerkung *Hoeren*: Die Klägerin verlegt seit 1997 ein Lehrbuch, das den Titel „Internetrecht“ trägt. Später bringt die Beklagte einen Kommentar heraus, den sie ebenfalls „Internetrecht“ nennt. Das LG wies die Klage der Klägerin auf Unterlassung (§ 15 Abs. 4 Satz 1 MarkenG) zu Recht ab. Der Titel des Lehrbuchs „Internetrecht“ habe einen rein beschreibenden Sinngehalt. Es fehle ihm an Unterscheidungskraft und er sei deshalb kein schutzfähiger Werktitel.

Dem Titel „Internetrecht“ der Klägerin sei auch nicht schon deshalb Kennzeichnungskraft zuzusprechen, weil die Klägerin ihn erstmalig als Titel für ein Buch benutzt habe. Es handele sich um einen freihaltebedürftigen Allgemeinbegriff für ein Rechtsgebiet, von dem schon 1997 zu erwarten war, dass es in Zukunft viele juristische Werke zu diesem Thema geben würde.

Der von der Klägerin verwendete Titel habe auch keine Verkehrsgeltung erlangt. Er werde angesichts der zahlreichen Werke zu diesem Bereich nur noch inhaltlich begriffen und nicht mit dem bei der Klägerin zuerst erschienenen Lehrbuch in Verbindung gebracht.

Im Übrigen lehnte das LG im Streitfall auch eine Verwechslungsgefahr zwischen dem Lehrbuch und dem Kommentar ab.

II. Erfasste Werke

§ 5 Abs. 3 MarkenG schützt die Bezeichnungen für Werke, insbesondere für „*Druckschriften*“ („Der Spiegel“, „Bild“, „Die Zeit“), „*Filmwerke*“ („Vom Winde verweht“), „*Tonwerke*“ („Beethovens 5. Symphonie“, „Verdammt ich lieb Dich“) und „*Bühnenwerke*“ („Nathan der Weise“).

Die Vorschrift erfasst darüber hinaus auch „*sonstige vergleichbare Werke*“. Das markenrechtliche „*Werk*“ setzt keine urheberrechtliche Schutzfähigkeit im Sinne von § 2 UrhG voraus, BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440, 441. Es verlangt aber eine eigenständige geistige Leistung, die sich in dem Werk verkörpert, Nordemann in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Auflage 2023, § 5 MarkenG Rn. 85.

Sonstige vergleichbare Werke sind solche, die „ihrem Wesen nach“ den speziell aufgelisteten Werken vergleichbar sind, BGH vom 21.1.1993 (Zappelfisch), BGHZ 121, 157, 158 zur Druckschrift und zu § 16 UWG 1909. Eine Vergleichbarkeit kommt insbesondere in Betracht, wenn ein gewisser Kommunikationsbezug besteht und ein geistiger Gehalt transportiert wird.

Der Werktitelschutz erfasst beispielsweise auch Titel von Fernsehsendungen („Das aktuelle Sportstudio“, „Sesamstraße“), BGH vom 25.2.1977 (Der 7. Sinn), BGHZ 68, 132, 137.

Der Schutz erfasst auch Apps für Mobilgeräte und Informationsangebote im Internet. Die Rechtsprechung misst die originäre Unterscheidungskraft solcher Bezeichnungen an den allgemeinen Maßstäben und nicht an niedrigeren Anforderungen für den Medienbereich. Die Bezeichnung „wetter.de“ hat beispielsweise keine für den Schutz nach § 5 Abs. 3 MarkenG erforderliche originäre Unterscheidungskraft, BGH vom 28.1.2016 (wetter.de), GRUR 2016, 939 ff. Der Werktitelschutz hängt daher davon ab, ob die Bezeichnung eine hinreichende Verkehrsbekanntheit erlangt.

III. Entstehen des Schutzes

Der Werktitelschutz für originär unterscheidungskräftige Bezeichnungen beginnt, wenn die Bezeichnung geschäftlich in Benutzung genommen worden ist. Das ist bei Druckschriften grundsätzlich mit dem ersten Erscheinen des Werks der Fall, BGH vom 22.6.1989 (Titelschutzanzeige), BGHZ 108, 89, 92.

Der Werktitel ist also im Vergleich zur Marke an privilegierende Schutzvoraussetzungen gebunden. Es gibt weder ein Eintragungserfordernis (es gibt für Werktitel kein amtliches Register) noch – für per se unterscheidungskräftige Titel – das Erfordernis der Verkehrsgeltung.

Wird das Werk unter seinem Titel vorab öffentlich angekündigt (Titelschutzanzeige) und erscheint es in angemessener Frist unter dem angekündigten Titel, so genießt der Berechtigte bereits ab dem Zeitpunkt der Ankündigung Schutz, BGH vom 22.6.1989 (Titelschutzanzeige), BGHZ 108, 89, 92 f. mwN.; BGH vom 1.3.2001 (Tagesreport), GRUR 2001, 1054, 1055.

Die Titelschutzanzeige muss in den branchenüblichen Blättern beziehungsweise Onlinemedien veröffentlicht werden, zum Beispiel in „Filmecho/Filmwoche“ oder in „DER TITELSCHUTZ ANZEIGER“.

Ist die Bezeichnung nicht per se unterscheidungskräftig, so entsteht der Schutz erst mit Erlangen der Verkehrsgeltung.

IV. Inhaber

Wer Inhaber des Werktitelrechts ist, lässt sich nicht ganz glatt beantworten und kann von den Umständen des Einzelfalls mit abhängen, *Nordemann* in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Auflage 2023, § 5 MarkenG Rn. 102.

Bei Büchern steht das Werktitelrecht zunächst dem Autor zu, BGH vom 13.10.2004 (Das Telefon-Sparbuch), GRUR 2005, 264, 265. Das Werktitelrecht kann auf den herausgebenden Verlag als Rechtsnachfolger übergehen. Ebenso kann der Verlagsvertrag vorsehen, dass die Titelrechte auf den Verlag übergehen. Hat ein Ghost-Writer das Buch geschrieben, so steht das Werktitelrecht demjenigen zu, der es nach außen in Anspruch nimmt, *Nordemann* in: Ingerl/Rohnke/Nordemann, 4. Auflage 2023, § 5 MarkenG Rn. 131 mwN. Bei gemeinfreien Werken steht das Werktitelrecht jedem zu, der den Titel für die originalen Bücher benutzt, BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440.

Bei Zeitungen und Zeitschriften steht das Werktitelrecht in der Regel dem Verlag zu, BGH vom 10.4.1997 (B.Z./Berliner Zeitung), GRUR 1997, 661, 662.

Bei einer Rundfunksendung kann das Werktitel der Produktionsfirma zustehen, aber auch dem Sender.

V. Ansprüche, Verwechslungsgefahr

Die Ansprüche des Rechtsinhabers bestimmen sich nach **§ 15 MarkenG**.

Die Verwechslungsgefahr bestimmt sich nach den denselben Grundregeln wie bei den anderen Kennzeichenrechten. Maßgebend sind die Kennzeichnungskraft des Klagetitels, die Nähe der infrage stehenden Werke, die Titelähnlichkeit und die Wechselwirkung zwischen diesen drei Kriterien, BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440, 441 mwN.

Im Streitfall von BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440 ff. begehrte der Kläger Schutz für die Titel „Winnetou I“, „Winnetou II“, „Winnetou III“ und „Winnetous Erben“. Der Beklagte hatte unter dem Titel „Winnetou's Rückkehr“ einen Film produziert. Die Handlung des Films basierte darauf, dass Winnetou tatsächlich nicht gestorben, sondern nur ins Koma gefallen war und später der Häuptling eines Stammes von Waldindianern wurde.

BGH vom 23.1.2003 (Winnetous Rückkehr), GRUR 2003, 440, 441 sah die Kennzeichnungskraft der Klagetitel als „gering“ an, weil der Name „Winnetou“ vielfach nur noch als eine allgemein gebräuchliche Bezeichnung für einen edlen Indianerhäuptling gebraucht werde. Die Nähe der betreffenden Werke sei hoch. Es handele sich zwar einerseits um Romane und andererseits um einen Film, doch lägen beide gleichwohl eng nebeneinander, weil in Filmen häufig Romanvorlagen umgesetzt würden. Die Ähnlichkeit der einander gegenüberstehenden Titel sei dagegen nur gering. Der Verkehr achte genau darauf, welche weitere Bezeichnung dem Namen „Winnetou“ hinzugefügt werde. Die Zusätze „Erben“ und „Rückkehr“ seien nicht miteinander verwechslungsfähig.

III. TEIL: PERSÖNLICHKEITSRECHT

§ 12: NAMENSRECHT

A. Überblick

Das Namensrecht sichert die Möglichkeit, Personen zu identifizieren und voneinander zu unterscheiden. Es ist in **§ 12 BGB** normiert. Die Vorschrift ist keine umfassende Regelung, sondern sieht allein Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche gegen zwei besonders wichtige Arten der Namensverletzung vor.

Wird wegen einer Verletzung des Namensrechts Schadensersatz begehrt, so ist die Anspruchsgrundlage **§ 823 Abs. 1 BGB**. Das Namensrecht ist nämlich zugleich ein Persönlichkeitsrecht. Wird wegen der Verletzung des Namensrechts eines Unternehmens Schadensersatz verlangt, so ist es sachgerecht, im Rahmen von § 823 Abs. 1 BGB auf das Recht am Unternehmen und nicht auf das – grundsätzlich auf natürliche Personen zugeschnittene – allgemeine Persönlichkeitsrecht abzustellen.

B. Einzelheiten zu § 12 BGB

I. Berechtigte

Ansprüche aus § 12 BGB stehen dem „*Berechtigten*“ zu. Berechtigter ist zunächst der „*Mensch*“ (**§ 1 BGB**), zu dem der betreffende Name gehört.

§ 12 BGB beschränkt sich nach seiner systematischen Stellung im Gesetz an sich auf den Schutz natürlicher Personen. Die Rechtsprechung hat aber nach und nach den Kreis der Berechtigten ausgeweitet. Maßgebend war dafür, dass sich das Interesse an Individualisierung und Unterscheidbarkeit nicht auf natürliche Personen beschränkt, sondern auch Unternehmen, Behörden, Organisationen und sonstige Institutionen erfasst, BGH vom 19.12.1960, BGHZ 34, 91, 94 f. Das Namensrecht erfasst daher insbesondere auch

- Namen von juristischen Personen des Privatrechts oder des öffentlichen Rechts, zum Beispiel den Namen eines religiösen Ordens, BGH vom 24.10.1990 (Johanniter-Bier), GRUR 1991, 157, den Namen einer Universität, BGH vom 23.9.1992 (Universitätsement), BGHZ 119, 237, 245 f., den Namen einer Stadt oder einer Gebietskörperschaft.
- Namen von sonstigen Personenvereinigungen, wie der OHG, der GmbH-Vorgesellschaft, der GbR, dem nichtrechtsfähigen Verein und der Erbengemeinschaft.

II. Name

Der „*Name*“ ist das äußere (sprachliche) Kennzeichen einer Person zur Unterscheidung ihrer sozialen Individualität gegenüber anderen, BGH vom 18.3.1959 (Caterina Valente), BGHZ 30, 7, 9. Grundsätzlich erfasst § 12 BGB jede Bezeichnung, die eine Namensfunktion erfüllt, also eine Person identifizieren und von anderen unterscheiden kann.

1. Bürgerlicher Name

Mit Name ist vor allem der bürgerliche Name einer natürlichen Person gemeint, der sich aus dem Vor- und Familiennamen zusammensetzt. Der Familienname wird nach **§§ 1616 ff. BGB** bestimmt. Der Vorname wird von den Personensorgeberechtigten formlos durch Benennung erteilt, BGH vom 4.2.1959, BGHZ 29, 256, 257; BGH vom 15.4.1959, BGHZ 30, 132, 134.

Beim bürgerlichen Namen wird nach allgemeiner Ansicht der Vorname allein nicht durch § 12 BGB geschützt, weil dem Vornamen grundsätzlich keine selbständige Namensfunktion zukommt (Ausnahmen denkbar, zu „Uwe“ Seeler BGH vom 27.1.1983, NJW 1983, 1184 f.).

Adelsbezeichnungen gehören seit dem Inkrafttreten der Weimarer Reichsverfassung zu den Bestandteilen des bürgerlichen Namens und dürfen nicht mehr neu verliehen werden, **Art. 109 Abs. 3 Satz 2 WRV**. Akademische Grade sind dagegen kein Bestandteil des Namens, BGH vom 8.8.1957, BGHZ 38, 380, 382.

2. Künstlername

Der Künstlername ist ein von **§ 12 BGB** geschützter Name, wenn er in der Öffentlichkeit in Gebrauch genommen wurde, auf eine bestimmte Person hinweist und Verkehrsgeltung erlangt hat, BGH vom 26.6.2003 (maxem.de), BGHZ 155, 273, 277 f. Der Namensschutz entsteht also nicht bereits mit dem Führen des Künstlernamens, sondern erst wenn die Bezeichnung im Verkehr auch als Name verstanden wird.

3. Firma, besondere Bezeichnungen von Geschäftsbetrieben oder Unternehmen

Die Ausweitung des Kreises von Berechtigten hatte auch eine Ausweitung des Namensbegriffs zur Folge, weil das Bedürfnis nach Individualisierung und Unterscheidbarkeit etwa von Unternehmen nicht davon abhängt, ob dabei ein Name im klassischen Sinne betroffen ist. Als „Name“ wird daher auch angesehen

- jede Firma im Sinne von **§ 17 Abs. 1 HGB**, BGH vom 6.7.1954 (Farina), BGHZ 14, 155, 159 mwN.
- jede Geschäftsbezeichnung, einschließlich von Abkürzungen, Namensteilen, Schlagworten, Wahrzeichen etc., sofern diese das Unternehmen als ganzes namensmäßig kennzeichnen.

4. Bezeichnungen/Kennzeichen mit Individualisierungs- und Unterscheidungsfunktion

Die Rechtsprechung wendet § 12 BGB auch auf Zeichen an, die zwar kein Name im klassischen Verständnis sind, aber eine individualisierende Unterscheidungskraft haben und damit zur namensmäßigen Kennzeichnung geeignet sind, BGH vom 23.9.1992 (Universitätseblem), BGHZ 119, 237, 245 mwN.

Beispiele: Domainbezeichnungen, BGH vom 22.11.2001 (shell.de), BGHZ 149, 191, 197 ff.; Wappen und Siegel einer Universität, BGH vom 23.9.1992 (Universitätseblem), BGHZ 119, 237, 245; die Bezeichnung „Rotes Kreuz“, BGH vom 23.6.1994 (Rotes Kreuz), BGHZ 126, 287, 291 f.

III. Verletzungstatbestände

Der in § 12 BGB normierte Namensschutz sichert nur gegen bestimmte Verletzungen, nämlich gegen Namensanmaßung und Namensbestreitung. Die beide Tatbestände schützen gegen Handlungen, die zu einer Identitäts- oder Zuordnungsverwirrung führen.

1. Namensbestreitung, § 12 Satz 1 Alt. 1 BGB

Der Tatbestand der Namensbestreitung ist erfüllt, wenn das Namensrecht eines anderen ausdrücklich oder konkludent in Frage gestellt wird.

Beispiel: Odysseus

2. Namensanmaßung, § 12 Satz 1 Alt. 2 BGB

Eine unerlaubte Namensanmaßung ist gegeben, wenn der Name durch einen anderen unbefugt gebraucht und dadurch ein schutzwürdiges Interesse des Namensinhabers verletzt wird.

Beispiel: Spartakus.

Der Anspruchsgegner muss den „*gleichen Namen*“ benutzen wie der Berechtigte. § 12 BGB ist auf das Benutzen eines identischen Namens, darüber hinaus aber auch auf jede Namensverwendung anwendbar, durch die im Verkehr der Anschein erweckt wird, der Berechtigte stehe in irgendeiner Beziehung zu der mit dem Namen bezeichneten Person, Gegenstand oder Leistung.

Der fremde Name kann „*gebraucht*“ werden, indem er zum Beispiel zur Bezeichnung der eigenen oder einer dritten Person benutzt wird oder zur Bezeichnung eines Unternehmens, einer Ware oder sonstiger Dinge. Die verwendete Bezeichnung muss aber den Namen als Herkunftshinweis zu erkennen geben. Kein Namensgebrauch im Sinne von § 12 BGB ist die bloße Namensnennung, zum Beispiel das Aufrufen eines Studenten während der Vorlesung durch den Professor.

Der Namensgebrauch ist „*unbefugt*“, wenn kein Recht zur Benutzung des Namens besteht.

Besondere Probleme werfen unter anderem die Fälle der Gleichnamigkeit auf. Grundsätzlich ist es niemandem verwehrt, unter seinem bürgerlichen Namen aufzutreten, BGH vom 4.2.1959, BGHZ 29, 256, 263. Führen mehrere Personen denselben Familiennamen, dann kann der eine nicht beanspruchen, dass der andere zur Vermeidung von Verwechslungen stets einen Vornamen beifügt. Gleichnamigkeit ist im privaten Bereich grundsätzlich hinzunehmen.

Gleichnamigkeit im geschäftlichen Verkehr wird zu Recht strenger beurteilt. In BGH vom 22.11.2001 (shell.de), BGHZ 149, 191, 197 ff. hatte der Beklagte, ein Herr Peter Shell, für sich die Domain „shell.de“ registrieren lassen. Er führte im Nebengewerbe ein Unternehmen, das unter anderem Übersetzungen sowie die Erstellung von Pressetexten betrieb. Er bot der Klägerin, der Deutschen Shell AG, an, ihren Internetauftritt unter dem Domainnamen zu konzipieren und zu organisieren. Der Beklagte gab auf die Abmahnung durch die Shell AG die strafbewehrte Unterlassungserklärung ab, die Domain nicht mehr im geschäftlichen Verkehr zu verwenden. Den privaten Gebrauch der Domain sah der BGH nach § 12 BGB als unzulässig an. Der Beklagte rufe nämlich durch den Gebrauch der Domainbezeichnung Verwechslungsgefahren hervor. Die massive Beeinträchtigung der Klägerin in schutzwürdigen geschäftlichen Interessen sei auch unter Beachtung des Umstands rechtswidrig, dass der Beklagte lediglich seinen Namen verwende. Der Beklagte dürfe daher den eigenen Namen nur in Verbindung mit einem unterscheidenden Zusatz als Internetadresse nutzen.

Der Namensgebrauch muss außerdem die „Interessen“ des Berechtigten verletzen. In Betracht kommt jedes dem Rechtsschutz überhaupt würdige Interesse, namentlich vermögensrechtliche und geschäftliche, aber auch rein persönliche und idelle Interessen und sogar ein Affektionsinteresse, BGH vom 24.2.1965, BGHZ 43, 245, 255. Bei der Prüfung der Schutzwürdigkeit des Interesses müssen auch entgegenstehende Interessen berücksichtigt werden und es muss gegebenenfalls abgewogen werden, welches Interesse die größere Berechtigung hat.

3. Andere Verletzungen des Namensrechts

Andere Verletzungen des Namensrechts erfasst § 12 BGB nicht. Sie sind an § 823 Abs. 1 BGB und den allgemeinen persönlichkeitsrechtlichen Regeln zu messen. Die enge Interpretation von § 12 BGB dient dazu, dass die einschlägigen Fälle anhand des allgemeinen Persönlichkeitsrechts gelöst werden (siehe unten) und dadurch in ein einheitliches Sammelbecken fallen.

Es ist umstritten, ob § 12 BGB das Verwenden eines fremden Namens zu Werbezwecken erfasst. Der BGH wendet das Namensrecht an, wenn die Werbung den Eindruck erweckt, die angepriesenen Erzeugnisse oder Leistungen seien irgendwie als Leistungen oder Erzeugnisse des Namensträgers anzusehen oder zu behandeln, so dass eine Identitäts- oder Zuordnungsverwirrung entstehen könne. Dagegen scheide § 12 BGB aus, wenn die Art des Hinweises in der Werbung die Annahme ausschließe, dass die Erzeugnisse, für die geworben werde, dem in der Werbung erwähnten Namensträger irgendwie zuzurechnen seien, BGH vom 18.3.1959 (Caterina Valente), BGHZ 30, 7, 9 f.; BGH vom 31.1.1990 (Boris Becker Superstar), BGHZ 110, 196, 200. Meines Erachtens wäre die Anwendung von § 1004 Abs. 1 BGB analog vorzugswürdig.

Für die Fußballer Bastian Schweinsteiger und Lukas Podolski waren 2005 die Spitznamen „Schweini“ und „Poldi“ populär geworden. Ein Fleischgroßhändler ließ die Bezeichnungen für sich als Marke für Fleischwaren eintragen. Dagegen klagte Bastian Schweinsteiger und verlangte unter anderem Unterlassung und Schadensersatz. LG München I vom 8.3.2007 (Schweini), GRUR-RR 2007, 214 ff. gab der Klage statt. Der Spitzname „Schweini“ sei ein Name und werde unbefugt im Sinne von § 12

Satz 1 BGB gebraucht. Ebenso schulde der Fleischgroßhändler nach § 823 Abs. 1 BGB Schadensersatz, weil er das Namensrecht des Klägers bewusst verletzt habe.

C. Verhältnis zum Markenrecht

Die Ausweitungen von § 12 BGB führen zu Überschneidungen des Namensrechts mit dem Markenrecht. Insbesondere sind Unternehmenskennzeichen (§ 5 Abs. 2 MarkenG) automatisch auch Namen im Sinne von § 12 BGB.

I. Erfordernis des geschäftlichen Verkehrs

Das Namensrecht setzt kein Handeln im geschäftlichen Verkehr voraus, wie es die §§ 14 Abs. 2, 15 Abs. 2 MarkenG für die markenrechtlichen Kennzeichen verlangen. § 12 BGB kann daher zum Beispiel vor einem unbefugten Gebrauch des Namens in der Presse schützen.

Soweit dagegen der Name im geschäftlichen Verkehr gebraucht wird und der Anwendungsbereich des MarkenG eröffnet ist, geht der markenrechtliche Schutz dem Namensschutz aus § 12 BGB vor, BGH vom 22.11.2001 (shell.de), BGHZ 149, 191, 195 f. Das Namensrecht kann aber in bestimmten Konstellationen neben dem MarkenG eingreifen, insbesondere wenn es an einer Verwechslungsgefahr fehlt, weil das Zeichen außerhalb der erforderlichen Branchennähe benutzt wird, BGH vom 22.1.2014 (wetteronline.de), GRUR 2014, 393, 394 Rn. 16 mwN. Dasselbe gilt, wenn das Namensrecht eine Rechtsfolge ermöglicht, die das MarkenG nicht kennt, BGH vom 22.1.2014 (wetteronline.de), GRUR 2014, 393, 394 Rn. 16 mwN.

II. Name als Marke oder Werktitel

Marken sind grundsätzlich kein Name. Sie dienen nämlich zur Bezeichnung von „*Waren oder Dienstleistungen*“ (§ 3 Abs. 1 MarkenG) und nicht zur Benennung einer Person. Ebenso fallen Werktitel grundsätzlich nicht unter § 12 BGB, weil sie eben „*Druckschriften, Filmwerke, Tonwerke, Bühnenwerke*“ etc. (§ 5 Abs. 3 MarkenG) und keine Personen bezeichnen. Wenn aber eine Marke oder ein Werktitel den Namen des Geschäftsinhabers, seiner Firma oder seine besondere Geschäftsbezeichnung oder auch nur Teile davon enthält, dann kann in ihrem Gebrauch zugleich ein Namensgebrauch liegen.