

JUS PRIVATUM

7

Horst-Peter Götting

Persönlichkeitsrechte als Vermögensrechte



J. C. B. MOHR (PAUL SIEBECK) TÜBINGEN

JUS PRIVATUM

Beiträge zum Privatrecht

Band 7

Persönlichkeitsrechte als Vermögensrechte

von

Horst-Peter Götting



J. C. B. Mohr (Paul Siebeck) Tübingen

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Götting, Horst-Peter:

Persönlichkeitsrechte als Vermögensrechte / von Horst-Peter Götting. –

Tübingen: Mohr, 1995

(Jus privatum; Bd. 7)

ISBN 3-16-146243-2

NE: Ius privatum

978-3-16-157886-1 Unveränderte eBook-Ausgabe 2019

© 1995 J. C. B. Mohr (Paul Siebeck) Tübingen.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von Gulde-Druck in Tübingen aus der Times Antiqua belichtet, auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier der Papierfabrik Niefern gedruckt und von der Großbuchbinderei Heinr. Koch in Tübingen gebunden.

ISSN 0424-6985

Gerhard Schricker
in Dankbarkeit und Verehrung

Vorwort

Die vorliegende Untersuchung wurde im Sommersemester 1993 von der Juristischen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München als Habilitationsschrift angenommen. Das Manuskript wurde im Januar 1993 abgeschlossen. Später erschienene Rechtsprechung und Literatur konnten nur vereinzelt in den Fußnoten berücksichtigt werden.

Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Gerhard Schriker, der die Arbeit angeregt und betreut hat. Ihm und Herrn Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Friedrich-Karl Beier danke ich für die fortwährende wissenschaftliche Förderung, die ich zunächst als Stipendiat und später als Referent am Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Patent-, Urheber- und Wettbewerbsrecht erfahren habe. Besonders verbunden bin ich auch Herrn Prof. Dr. Wolfgang Fikentscher, der das Zweitgutachten erstellt hat. Dank schulde ich ferner Frau Sabine von Witzleben für ihre vorzügliche Betreuung des Manuskripts und meinem Assistenten Ulrich Himmelmann für die vorbildliche Ausführung der mühevollen und zeitraubenden Korrekturarbeiten. Schließlich bedanke ich mich beim Verlag J. C. B. Mohr (Paul Siebeck) für die Aufnahme der Arbeit in die Schriftenreihe »Jus Privatum«.

Dresden, Herbst 1994

Horst-Peter Götting

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XV
Einleitung – Problemstellung	1

1. Teil

Begriffliche und dogmatische Grundlagen

1. Kapitel: Das Verhältnis zwischen Persönlichkeits-, Vermögens- und Immaterialgüterrechten	4
I. Gründe für die einseitige Ausrichtung der Persönlichkeitsrechte auf den Schutz ideeller Interessen	4
II. Der Wandel der Anschauungen über das Verhältnis von Persönlichkeits- und Vermögensrechten	7
III. Die Vermengung der Begriffe Vermögens- und Immaterialgüterrecht	9

2. Teil

Die Entwicklung von Persönlichkeitsrechten zu Vermögensrechten

2. Kapitel: Das Recht am eigenen Bilde	12
I. Das Recht am eigenen Bilde als Persönlichkeitsrecht	12
1. Tatsächlicher Hintergrund und historische Entwicklung des Bildnisschutzes	12
2. Inhalt und Grenzen des Rechts am eigenen Bilde	26
a) Das geschützte Interesse	26
b) Die Begrenzung des Bildnisschutzes durch das Informationsinteresse der Öffentlichkeit	31
3. Die Unübertragbarkeit und Unvererblichkeit des Rechts am eigenen Bilde	37
a) Unübertragbarkeit	37
b) Der postmortale Bildnisschutz	39

II.	Das Recht am eigenen Bilde als Vermögensrecht	41
1.	Tatsächlicher Hintergrund der Kommerzialisierung des Rechts am eigenen Bilde	41
2.	Das Festhalten am rein persönlichkeitsrechtlichen Ansatz in der älteren Rechtsprechung	45
3.	Die Anerkennung des Rechts am eigenen Bilde als Vermögens- recht	49
a)	Die Rechtsprechung zur Lizenzanalogie	49
b)	Die Begrenzung der vermögensrechtlichen Interessen durch das Informationsinteresse der Öffentlichkeit	58
4.	Zweifel am Dogma der Unübertragbarkeit	60
III.	Abschließende Bewertung der Rechtsnatur des Rechts am eigenen Bilde	66
3. Kapitel: Das Namensrecht		70
I.	Das Namensrecht als Persönlichkeitsrecht	70
1.	Tatsächliche Hintergründe und historische Entwicklung des Namensschutzes	70
2.	Inhalt und Grenzen des Namensrechts	82
a)	§ 12 BGB	82
aa)	Das rechtlich geschützte Interesse	82
bb)	Grenzen des Schutzes	93
b)	Der ergänzende Schutz durch das allgemeine Persönlichkeitsrecht	96
aa)	Kein »Recht auf Namensanonymität« – Der Grundsatz der »Freiheit der Namensnennung«	96
bb)	Der Schutz vor Namensnennung in der Werbung	99
3.	Die Unübertragbarkeit und Unvererblichkeit des Namensrechts	101
a)	Unübertragbarkeit	101
b)	Unvererblichkeit	106
II.	Das Namensrecht als Vermögensrecht	108
1.	Der Name als Warenzeichen	108
2.	Der Name als Firma	118
3.	Der Name als Werbemittel	126
III.	Abschließende Bewertung der Rechtsnatur des Namensrechts	130
4. Kapitel: Das wirtschaftliche Persönlichkeitsrecht		134
I.	Die Ausdehnung der Kommerzialisierung auf andere Persönlich- keitsmerkmale als Name und Bildnis	134
II.	Das wirtschaftliche Persönlichkeitsrecht als Teilaspekt des allgemeinen Persönlichkeitsrechts	136
III.	Verfassungsrechtliche Grundlagen	139

3. Teil

Dispositionen über Persönlichkeitsrechte

5. Kapitel: Die Einwilligung als Mittel zur Einräumung von Nutzungsbefugnissen an Persönlichkeitsrechten 142

 I. Funktion und Rechtsnatur der Einwilligung 142

 II. Einzelfragen 149

 1. Die Widerruflichkeit der Einwilligung 149

 2. Die Einwilligung beschränkt geschäftsfähiger Minderjähriger . . . 153

 3. Einwilligung und Vertrag 158

 a) Die Geltung des Trennungs- und Abstraktionsprinzips 158

 b) Die Durchsetzbarkeit der vertraglichen Verpflichtung zur Einwilligung 161

 4. Die Übertragbarkeit der Einwilligung 162

 III. Abschließende Stellungnahme 166

4. Teil

Die Entwicklung im U.S.-amerikanischen Recht

6. Kapitel: Das Right of Privacy 168

 I. Die Entstehungsgeschichte des Right of Privacy 168

 II. Inhalt und Grenzen des Right of Privacy 178

 1. Die Einteilung in Fallgruppen durch Prosser 179

 a) Eindringen in die Privatsphäre 180

 b) Veröffentlichung peinlicher Tatsachen aus dem Privatleben 181

 c) Falsche oder entstellende Darstellung in der Öffentlichkeit 182

 d) Ausnutzung von Persönlichkeitsmerkmalen für eigene Zwecke 183

 2. Die Kritik an Prossers Fallgruppenbildung 185

 3. Die Begrenzung des Right of Privacy durch das Grundrecht der Meinungs- und Pressefreiheit 186

 III. Rechtsnatur – Unübertragbarkeit – Unvererblichkeit 188

 IV. Rechtsfolgen der Verletzung des Right of Privacy 189

7. Kapitel: Das Right of Publicity 191

 I. Die geschichtliche Entwicklung des Right of Publicity 191

 II. Rechtspolitische Gründe für die Anerkennung des Right of Publicity 204

 III. Inhalt und Grenzen des Right of Publicity 211

 1. Der Kreis der Rechtsinhaber 211

2. Der Gegenstand des Schutzes	215
a) Das Bildnis	216
b) Der Name	218
c) Die Stimme	219
d) Slogans	220
e) Gegenstände	223
3. Die Begrenzung des Right of Publicity durch das »Right of Free Speech«	223
IV. Rechtsnatur – Übertragbarkeit – Vererblichkeit	233
1. Das Right of Publicity als »Intellectual Property Right«	233
2. Die Übertragbarkeit	234
3. Die Vererblichkeit	237
V. Das Verhältnis des Right of Publicity zu anderen Rechten und Rechtsinstituten	242
1. Zum Right of Privacy	242
2. Zum Copyright Law	245
3. Zum Markenrecht	249
4. Zum Misappropriation-Tatbestand des Unfair Competition Torts	253
5. Zum Verbot des False Advertising nach § 43 (a) Lanham Act	255
VI. Rechtsfolgen der Verletzung des Right of Publicity	257
1. Schadensersatz	257
a) Voraussetzungen der Haftung	257
b) Inhalt und Umfang der Haftung	259
2. Unterlassung	264

5. Teil

Zusammenfassung und Ergebnisse

8. Kapitel: Rechtsvergleichendes Resümee und Schlußfolgerungen für die weitere Entwicklung des deutschen Rechts	266
I. Rechtsvergleichendes Resümee	266
1. Dogmatische Grundlagen des Schutzes der vermögensrechtlichen Seite von Persönlichkeitsrechten	266
2. Inhalt und Grenzen des vermögensrechtlichen Schutzes	268
a) Rechtsinhaber	268
b) Gegenstand des Schutzes	269
c) Die Begrenzung durch das Grundrecht der Meinungs- und Pressefreiheit	269
3. Die Frage der Übertragbarkeit und Vererblichkeit	271
a) Übertragbarkeit	271

b) Vererblichkeit	273
4. Rechtsfolgen	274
II. Schlußfolgerungen für die weitere Entwicklung des deutschen Rechts	275
Literaturverzeichnis	285
Register	301

Abkürzungsverzeichnis

A.A., a.A.	anderer Ansicht
A.a.O., a.a.O.	am angegebenen Ort
a.E.	am Ende
a.F.	alter Fassung
Abs.	Absatz
AcP	Archiv für civilistische Praxis
ADHGB	Allgemeines Deutsches Handelsgesetzbuch
AfP	Archiv für Presserecht
AGB	Allgemeine Geschäftsbedingungen
AGBG	Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen
Ala.	Alabama
Alt.	Alternative
A.L.R.	American Law Reports
Anh.	Anhang
Anm.	Anmerkung
ArchBürgR	Archiv für Bürgerliches Recht
ArchPR	Archiv für Presserecht (seit 1970 AfP)
Ariz.	Arizona
Ark.	Arkansas
ARSP	Archiv für Rechts- und Sozialphilosophie
Art.	Artikel
BAG	Bundesarbeitsgericht
BAGE	Entscheidungen des Bundesarbeitsgerichts
BayObLG	Bayerisches Oberstes Landesgericht
BayObLGZ	Entscheidungen des Bayerischen Obersten Landesgerichts in Zivilsachen
BB	Der Betriebs-Berater
Bd.	Band
BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
Begr.	Begründung
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BGHZ	Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in Zivilsachen
Bost.	Boston
BSG	Bundessozialgericht
BT	Bundestag
Bull. Cr. Soc.	Bulletin of the Copyright Society of the USA
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
Cal.	California
Cal. 2d	California Reports, 2d series (Supreme Court)

Cal. 3d	California Reports, 3d series (Supreme Court)
Cal. App.	California Appellate Reports (Court of Appeals)
Cal. App. 2d	California Appellate Reports, 2d series (Court of Appeals)
Cal. App. 3d	California Appellate Reports, 3d series (Court of Appeals)
cert. denied	certiorari denied
Chi.	Chicago
Cir.	Circuit Court of Appeals
Colo.	Colorado
Colum.	Columbia
Comm.	Communication
Conn.	Connecticut
D. Chron.	Recueil Dalloz, Teil Chroniques
D.C.	District Court
d.h.	das heißt
DB	Der Betrieb
Del.	Delaware
ders.	derselbe
dies.	dieselbe; dieselben
Diss.	Dissertation
DJZ	Deutsche Juristenzeitung
DRiZ	Deutsche Richterzeitung
DRZ	Deutsche Rechtszeitschrift
E.D.	Eastern District
Einf.	Einführung
Einl.	Einleitung
Ent.	Entertainment
EWiR	Entscheidungen zum Wirtschaftsrecht
F.	Federal Reporter
f.	folgende
F. 2d	Federal Reporter, 2nd series
F. Supp.	Federal Supplement
FamRZ	Ehe und Familie im privaten und öffentlichen Recht. Zeitschrift für das gesamte Familienrecht
ff.	fortfolgende
Fla.	Florida
Fn.	Fußnote
FS	Festschrift
F.T.C.	Federal Trade Commission
FuR	Film und Recht
Ga.	Georgia
Geo.	Georgetown
GG	Grundgesetz
Gruch	Gruchot Beiträge zur Erläuterung des deutschen Rechts
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
h.M.	herrschende Meinung
Harv.	Harvard
Hb.	Halbband
HGB	Handelsgesetzbuch
i.S.d.	im Sinne des/der
IIC	International Review of Industrial Property and Copyright Law

Ill.	Illinois
Ind.	Indiana
JA	Juristische Arbeitsblätter
JArbSchG	Jugendarbeitsschutzgesetz
Iher. Jb.	Iherings Jahrbuch für die Dogmatik des Bürgerlichen Rechts
JPOS	Journal of the Patent Office Society
JR	Juristische Rundschau
JuS	Juristische Schulung
JW	Juristische Wochenschrift
JZ	Juristenzeitung
Kan.	Kansas
Kap.	Kapitel
KG	Kammergericht
KTS	Zeitschrift für Konkurs-, Treuhand- und Schiedsgerichtswesen
KUG	Kunsturhebergesetz
Ky.	Kentucky
L. & Contemp. Prob.	Law and Contemporary Problems
L. Rev.	Law Review
L.J.	Law Journal
La.	Louisiana
LG	Landgericht
MA	Der Markenartikel
Mass.	Massachusetts
Md.	Maryland
MDR	Monatsschrift für deutsches Recht
Me.	Maine
Mich.	Michigan
Minn.	Minnesota
Miss.	Mississippi
Mo.	Missouri
Mont.	Montana
Mot.	Motive zum BGB
MünchKomm/ Bearbeiter	Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, 2. A. 1984 ff.
MuW	Markenschutz und Wettbewerb
N.D.	Northern District
N.E.	North Eastern Reporter
N.E. 2d	North Eastern Reporter, 2d series
N.H.	New Hampshire
N.J.	New Jersey
N.M.	New Mexiko
N.W.	North Western Reporter
N.W. 2d	North Western Reporter, 2d series
N.Y.	New York
N.Y.	New York Reports (Court of Appeals)
N.Y. 2d	New York Reports, 2d series (Court of Appeals)
N.Y.S.	West's New York Supplement (Court of Appeals)
N.Y.S. 2d	West's New York Supplement, 2d series (Court of Appeals)
Neb.	Nebraska
Nev.	Nevada

NJW	Neue Juristische Wochenschrift
NJW-RR	NJW-Rechtsprechungsreport – Zivilrecht
Nw.	Northwestern
ÖBl.	Österreichische Blätter
OLG	Oberlandesgericht
Pat. L. Ann.	Patent Law Annual
Prot.	Protokolle der Kommission für die II. Lesung des Entwurfs des BGB
RabelsZ	Rabels Zeitschrift für ausländisches und internationales Privatrecht
Rdn.	Randnummer
Rep.	Reporter
RG	Reichsgericht
RGSt	Reichsgerichtsentscheidungen in Strafsachen
RGZ	Reichsgerichtsentscheidungen in Zivilsachen
RIDC	Revue International de Droit Comparé
RIW	Recht der internationalen Wirtschaft
RKEG	Gesetz über religiöse Kindererziehung
Rpfleger	Der Deutsche Rechtspfleger
S.	Seite
S.D.	Southern District
S.E.	South Eastern Reporter (Supreme Court Georgia)
S.E. 2d	South Eastern Reporter, 2d series (Supreme Court Georgia)
S.W.	South Western Reporter
S.W. 2d	South Western Reporter, 2d series
Schulze	Erich Schulze, Rechtsprechung zum Urheberrecht, Entscheidungssammlung
Seuff. A.	Seufferts Archiv
SJZ	Süddeutsche Juristenzeitung
StGB	Strafgesetzbuch
Sup. Ct.	Supreme Court
Super. Ct.	Superior Court
TMR	Trademark Reporter
U.	University
U.S.	United States Supreme Court Reports
Überbl.	Überblick
UFITA	Archiv für Urheber-, Film-, Funk- und Theaterrecht
UrhG	Urheberrechtsgesetz
USPQ	United States Patents Quaterly
v.	versus
Vand.	Vanderbilt
VerlG	Gesetz über das Verlagsrecht
VersR	Versicherungsrecht
vgl., Vgl.	vergleiche
Vol.	Volume
Vor.	Vorbemerkung
W.D.	Western District
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis
WZG	Warenzeichengesetz
z.B.	zum Beispiel
ZHR	Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht und Wirtschaftsrecht

ZIP	Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
zit.	zitiert
ZPO	Zivilprozeßordnung
ZRP	Zeitschrift für Rechtspolitik
ZUM	Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht

Einleitung – Problemstellung

Persönlichkeitsrechte sind nach dem im allgemeinen Rechtsbewußtsein und auch in der Rechtsdogmatik fest verwurzelten Verständnis auf den Schutz ideeller Interessen ausgerichtet. Als Gegenstände ihres Schutzes werden die Ehre, das Ansehen sowie die Privatsphäre angesehen, die unter dem starken Einfluß des amerikanischen Right of Privacy zumeist in den Vordergrund gerückt wird. Aus der unauflöselichen Verknüpfung dieser Rechtsgüter mit der Person, also ihrer Höchstpersönlichkeit, wird das lange Zeit als unumstößlich geltende Prinzip abgeleitet, daß sie unverzichtbar, unveräußerlich und demzufolge auch unübertragbar seien.

Die Vermarktung des Bildnisses und des Namens Prominenter läßt diese Charakterisierung von Persönlichkeitsrechten in einem neuen Licht erscheinen und weckt Zweifel, ob an ihr uneingeschränkt festgehalten werden kann. Die Entwicklung der Massenmedien und die sie kennzeichnende Breitenwirkung brachten nicht nur eine Bedrohung des Anonymitätsinteresses durch unerwünschte Publizität mit sich, sondern schuf auch die Möglichkeit, daß Personen aus der durch ihr öffentliches Wirken gewonnenen Popularität Kapital schlagen, indem sie gegen ein oft stattliches Honorar für Produkte oder Dienstleistungen unterschiedlichster Art Werbung treiben. Diese inzwischen weitverbreitete sogenannte konkrete Leitbildwerbung mit Stars und Berühmtheiten aus den verschiedensten Bereichen, insbesondere aber des Sports und der Unterhaltung, hat zu einer Interessenverlagerung geführt. Durch eine unautorisierte Verwertung ihrer Identität für Werbezwecke werden nicht so sehr im herkömmlichen Sinne persönlichkeitsrechtliche, ideelle Interessen, sondern überwiegend oder zumindest auch vermögensrechtliche, kommerzielle Belange berührt. Gleichzeitig gerät damit auch das Dogma der Unübertragbarkeit ins Wanken, da sowohl auf seiten der Rechtsinhaber als auch auf seiten der Verwerter ein Bedürfnis nach Verkehrsfähigkeit besteht, das mit der traditionellen Deutung der Persönlichkeitsrechte unvereinbar erscheint. Hieraus ist eine Kluft zwischen Rechtsdogmatik und Rechtswirklichkeit entstanden.

In krassem Widerspruch zum Postulat der Unübertragbarkeit ist es in der Praxis längst üblich geworden, in Werbe- und Merchandising-Verträgen Vereinbarungen zu treffen, wonach das Recht am eigenen Bilde oder das Na-

mensrecht zum Zwecke der kommerziellen Verwertung »übertragen« wird. Unter dem Eindruck dieser Diskrepanz zwischen den rechtlichen und den tatsächlichen, wirtschaftlichen Gegebenheiten mehrten sich in Deutschland aber auch in anderen Ländern, wie etwa Frankreich, gewisse Anzeichen in der Rechtsprechung und vor allem in der Literatur, die auf ein Abrücken vom starren Dogma der Unübertragbarkeit hindeuten. Am weitesten vorgewagt haben sich einige Bundesstaaten der USA, die als Reaktion auf die zunehmende Kommerzialisierung mit traditionellen persönlichkeitsrechtlichen Grundsätzen in radikaler Weise gebrochen haben. Auf der Grundlage des Common Law hat die Rechtsprechung in Gestalt des Right of Publicity ein »kommerzielles Persönlichkeitsrecht« geschaffen, das als Immaterialgüterrecht uneingeschränkt übertragbar ist und selbständig neben dem auf den Schutz ideeller Interessen ausgerichteten Right of Privacy steht.

Ziel der Arbeit ist es, die Entwicklung bestimmter kommerzialisierbarer Persönlichkeitsrechte zu Vermögensrechten nachzuzeichnen und zu untersuchen, welche Folgerungen hieraus, insbesondere hinsichtlich des Grundsatzes der Unübertragbarkeit zu ziehen sind.

Um sich auf sicherem Boden zu bewegen, gilt es zunächst, sich über den Gehalt der Begriffe »Persönlichkeits-«, »Vermögens-« und »Immaterialgüterrecht« und ihr Verhältnis zueinander Klarheit zu verschaffen (1. Teil, 1. Kapitel).

Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen die klassischen Persönlichkeitsrechte, nämlich das Recht am eigenen Bilde und das Namensrecht, die nicht nur die ältesten Persönlichkeitsrechte sind, weil sie schon lange Zeit vor Anerkennung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts gesetzlich geregelt wurden, sondern auch zu allererst Gegenstand einer kommerziellen Nutzung in der Werbung wurden (2. Teil, 2. und 3. Kapitel).

Um den Hintergrund auszuleuchten und die Tragweite der durch die Kommerzialisierung ausgelösten Veränderungen sichtbar zu machen, wird nach einer Betrachtung ihrer tatsächlichen Bedeutung und einem Rückblick auf ihre historische Entwicklung zunächst der Gehalt des Rechts am eigenen Bilde und des Namensrechts aus der traditionellen persönlichkeitsrechtlichen Sicht herausgearbeitet (2. Kapitel, I.; 3. Kapitel, I.). Von dieser Grundlage aus wird analysiert, ob und in welchem Umfang die genannten Rechte vermögensrechtliche, wenn nicht gar immaterialgüterrechtliche Qualität angenommen haben (2. Kapitel, II.; 3. Kapitel, II.).

Da sich die Kommerzialisierung nicht auf das Bildnis und den Namen beschränkt, sondern auch andere Identitätsmerkmale, wie etwa die Stimme, erfaßt, ist der in der Literatur diskutierten Frage nachzugehen, ob in Abstraktion von den verschiedenen Einzelphänomenen als Ergänzung zum allgemeinen Persönlichkeitsrecht, das traditionell in erster Linie den Schutz ideeller Interessen im Auge hat, ein »wirtschaftliches Persönlichkeitsrecht« anzuerken-

nen und wie dies gegebenenfalls dogmatisch zu verankern ist (2. Teil, 4. Kapitel).

Im Anschluß hieran wird untersucht, in welcher Weise und inwieweit trotz des geltenden Prinzips der Unübertragbarkeit mittels der Einwilligung über Persönlichkeitsrechte disponiert werden kann (3. Teil, 5. Kapitel). Dabei wird die Funktion und Rechtsnatur der Einwilligung beleuchtet (5. Kapitel, I.), und es wird eine exemplarische Auswahl von Einzelproblemen erörtert, die in der Gerichtspraxis aufgetreten sind und in Rechtsprechung und Literatur kontrovers diskutiert werden (5. Kapitel, II.).

Um Denkanstöße für die Weiterentwicklung des deutschen Rechts zu gewinnen, wird sodann ein Blick auf das US-amerikanische Recht geworfen (4. Teil). Ein Überblick über das Right of Privacy, das lange Zeit die wichtigste Grundlage des Persönlichkeitsschutzes bildete, dabei aber vermögensrechtliche Interessen ausklammerte (6. Kapitel), soll die Bedeutung und das Ausmaß der jüngsten Entwicklungen verständlich machen. Im Anschluß hieran wird das Right of Publicity in seinen Grundzügen dargestellt (7. Kapitel).

Die Arbeit schließt mit einem rechtsvergleichenden Resümee und einem Ausblick auf die weitere Entwicklung des deutschen Rechts (5. Teil, 8. Kapitel).

1. Teil

Begriffliche und dogmatische Grundlagen

1. Kapitel

Das Verhältnis zwischen Persönlichkeits-, Vermögens- und Immaterialgüterrechten

I. Gründe für die einseitige Ausrichtung der Persönlichkeitsrechte auf den Schutz ideeller Interessen

Der Gedanke, daß Persönlichkeitsrechten vermögensrechtliche Qualität zukommen kann, muß auf den ersten Blick provokant erscheinen, denn er rührt an einer in der deutschen Dogmatik fest verankerten Vorstellung über das Verhältnis beider Rechte zueinander. Der Begriff des Persönlichkeitsrechts ist in hohem Maße von idealistischen Maßstäben geprägt. Nicht ohne ein gewisses Pathos wird es als Aufgabe und Zweck der Persönlichkeitsrechte herausgestellt, die höchsten, unantastbaren, unveräußerlichen Rechtsgüter des Menschen zu schützen¹. Dabei werden Persönlichkeitsrechte in einen antinomischen Gegensatz zu den Vermögensrechten gestellt. Während diese dem Schutz der materiellen Interessen dienen, bezwecken jene die nicht nach ökonomischen Kategorien bewertbaren ideellen Interessen. Besonders deutlich tritt dieses Verständnis bei der Klassifizierung des Urheberrechts² und des Firmenrechts³ zutage, die als Mischrechte aus Persönlichkeits- und Vermögensrecht bezeichnet werden. Damit wird unterstellt, daß ein Recht nicht gleichzeitig Persönlichkeits- und Vermögensrecht sein kann, sondern daß beides sich gegenseitig ausschließt.

Die Gründe für diese Ausrichtung der Persönlichkeitsrechte auf den ideellen Bereich und ihre disjunktive Abgrenzung von den Vermögensrechten sind vielschichtig. Sie sind in verschiedenen Entwicklungsphasen wirksam geworden und überlagern sich, ohne daß sich einer als der entscheidende herausgreifen ließe. Die Idee des Persönlichkeitsrechts ist eine Frucht der Naturrechtsleh-

¹ Siehe etwa die Übersicht über die Definitionen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts in Rechtsprechung und Literatur bei *Hubmann*, Das Persönlichkeitsrecht, S. 9ff.

² Siehe etwa *Ulmer*, Urheber- und Verlagsrecht, § 18, insbesondere III.1., S. 117, IV., S. 118.

³ Siehe etwa *Cappelle/Canaris*, Handelsrecht, § 10 I.4., S. 134.

re der Philosophie des deutschen Idealismus, insbesondere Kants⁴, die mit der Lehre von der Autonomie der Persönlichkeit erstmals das mit dem Recht auf Freiheit und Selbstverantwortung ausgestattete Individuum in das Zentrum eines philosophischen Systems rückte, dabei aber nicht den Menschen als konkretes Einzelwesen mit seinen vielfältigen, auch materiellen Interessen im Auge hatte, sondern das überindividuelle Vernunftsubjekt der »sittlichen Persönlichkeit« im Sinne einer ethischen Maxime⁵. Dieses Leitbild der autonomen Persönlichkeit, das die Philosophie des 19. Jahrhunderts bestimmte, hat zwar auch auf die Zivilrechtsdogmatik nachhaltigen Einfluß ausgeübt. Es führte zur Anerkennung der Rechtsfähigkeit, der Privatautonomie und bildete die Grundlage für die Idee eines das Individuum in seiner Gesamtheit umfassenden allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Obwohl die Person dabei als Subjekt, als Bezugspunkt von Rechten in den theoretischen Konzepten der Wissenschaft in den Mittelpunkt gestellt wurde, gelang es geraume Zeit nicht, das Persönlichkeitsrecht in das Gefüge des Zivilrechts einzuordnen, da es nicht den Strukturprinzipien des am Eigentumsrecht orientierten subjektiven Rechts entsprach⁶. Kennzeichnend hierfür war die Willensherrschaft des Subjekts über ein bestimmtes Objekt, welches den Gegenstand von Verfügungen bildete und einen Vermögenswert besaß. In krassem Gegensatz dazu stand das unveräußerliche Persönlichkeitsrecht, das nicht auf ein Herrschaftsobjekt bezogen ist, sondern auf das Subjekt, die Person »als Zweck an sich«⁷, die ihren angeborenen ethischen Wert in sich selbst trägt⁸. Die Verhaftung in sachenrechtlichen Denkkategorien und deren Unvereinbarkeit mit der Idee des Persönlichkeitsrechts kommt besonders anschaulich in einer Aussage von Savigny zum Ausdruck. Danach laufe die Anerkennung von Persönlichkeitsrechten auf die Annahme eines Herrschaftsrechts durch die eigene Person hinaus. Eine

⁴ Siehe dazu und zum folgenden *Klippel*, S. 198 ff.; *Dölemeyer/Klippel*, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht in Deutschland, FS zum hundertjährigen Bestehen der Deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht und ihrer Zeitschrift, 185, 196 ff.; *Leuze*, Die Entwicklung des Persönlichkeitsrechts im 19. Jahrhundert, S. 27 ff.; *Scheyhing*, AcP 158 (1959/1960), 503, 511 ff. Siehe auch *Coing*, Europäisches Privatrecht, Bd. II, S. 297.

⁵ *Kaufmann*, Rechtsphilosophie im Wandel, S. 232.

⁶ Siehe *Leuze*, Die Entwicklung des Persönlichkeitsrechts im 19. Jahrhundert, S. 46 ff.; *Simon*, Das allgemeine Persönlichkeitsrecht und seine gewerblichen Erscheinungsformen, S. 175; *Scheyhing*, AcP 158 (1959/1960), 508, 517 ff. Siehe auch *Hubmann*, Das Persönlichkeitsrecht, S. 113 ff.

⁷ Siehe zur »Selbstzweckhaftigkeit der Person« in der Philosophie Kants (und Müllers) als Grundlage von Recht und Ethik *Hruschka*, JZ 1990, 1 ff.

⁸ Siehe in diesem Zusammenhang auch *Schwab*, Einführung in das Zivilrecht, S. 177, Rdn. 280, der die Persönlichkeitsrechte und ihre Antinomie zu den Vermögensrechten mit dem Gleichheitssatz in Verbindung bringt: Persönlichkeitsrechte stünden jedermann von Geburt aus zu. Demgegenüber kämen niemand von Geburt an Vermögensrechte zu, sondern man müsse sie sich erst erwerben und ihre Verteilung sei ungleich.

solche Ineinssetzung von Subjekt und Objekt widerspreche nicht nur der Logik, sondern mißachte auch die ethische Wertigkeit der Person, denn sie würde in letzter Konsequenz zu dem inakzeptablen Ergebnis eines Rechts auf Selbstmord führen⁹. Da sich ein Recht der Person an sich selbst nicht mit der Subjekt-Objekt-Relation des von Herrschaftsvorstellungen geprägten Begriffs des subjektiven Rechts vereinbaren ließ, der auf das Eigentum als den Prototyp eines Vermögensrechts zugeschnitten war, entwickelte sich das Verständnis, daß Persönlichkeitsrechte den antithetischen Gegensatz zu Vermögensrechten darstellen, da sie nicht dem Schutz gegenständlicher, materieller Werte, sondern dem gegenständlich nicht faßbarer, immaterieller, ideeller Werte dienen. Verstärkt wurde die hieraus resultierende Tendenz strikt zwischen der Sphäre des Materiellen und Ideellen zu trennen und damit zumindest mittelbar auch die Neigung, die auf materielle Güter bezogenen Vermögensrechte, vor allem das Eigentum und die auf die geistigen Güter ausgerichteten Persönlichkeitsrechte in einen Gegensatz zu stellen, durch den Ausschluß des immateriellen Schadensersatzes in § 253 BGB¹⁰. Von wesentlicher Bedeutung für die idealistische Prägung der Persönlichkeitsrechte ist ferner, daß das nach dem Zweiten Weltkrieg anerkannte allgemeine Persönlichkeitsrecht nachhaltig durch die in Amerika¹¹ entwickelte Idee des Privatsphärenschutzes beeinflusst wurde, die angesichts der durch die technische Entwicklung bestimmten wachsenden Bedrohung einer Ausspähung des Privatlebens ebenso wie in vielen anderen Ländern auch in Deutschland aufgegriffen wurde und als der typische Zweck und Inhalt des Persönlichkeitsschutzes angesehen wird¹², bei dem vermögensrechtliche Interessen naturgemäß keine wesentliche Rolle spielen¹³. Schließlich war die Anerkennung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts eine Reaktion auf den Humanitätsverfall während der nationalsozialistischen Gewaltherrschaft und wurde aus den vom Grundgesetz in Art. 1 und 2 gewährleisteten

⁹ *Savigny*, System des heutigen Römischen Rechtes, Bd. I, S. 336; zit. nach *Coing*, Europäisches Privatrecht, Bd. II, S. 297; *Leuze*, Die Entwicklung des Persönlichkeitsrechts im 19. Jahrhundert, S. 49; *Simon*, Das allgemeine Persönlichkeitsrecht und seine gewerblichen Erscheinungsformen, S. 175; *Scheyhing*, AcP 158 (1959/1960), 503, 517.

¹⁰ Siehe dazu eingehend *Simon*, S. 166ff. Im Unterschied zur Rechtslage in Deutschland wurde in der französischen Rechtsprechung auf der Grundlage des Art. 1382 Code civil bei Verletzungen von Persönlichkeitsrechten schon seit Mitte des 19. Jahrhunderts Schadensersatz für »dommage moral« zugesprochen, der zum Teil außerordentlich hoch ausfiel. Siehe dazu *Coing*, Europäisches Privatrecht, Bd. II, S. 294f.

¹¹ Siehe zum amerikanischen Right of Privacy unten 6. Kapitel.

¹² Siehe etwa *Larenz*, Allgemeiner Teil des Deutschen Bürgerlichen Rechts, § 8 II, S. 128, wo als Hauptgrund und wesentlicher Zweck der Anerkennung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts der Schutz vor einem unbefugten Eindringen in die Privat- und Intimsphäre durch neuartige technische Mittel genannt wird.

¹³ Siehe zu dem Aspekt der Ausrichtung des Persönlichkeitsschutzes auf den nichtwirtschaftlichen Bereich der Privatsphäre auch *Forkel*, FS für Neumeyer, 229, 238.

ethischen Fundamentalwerten der Menschenwürde und Selbstbestimmung abgeleitet¹⁴.

II. Der Wandel der Anschauungen über das Verhältnis von Persönlichkeits- und Vermögensrechten

Der Konzeption der Hauptarchitekten der Persönlichkeitsrechtstheorie entspricht die Annahme eines solchen kontradiktorischen Verhältnisses zwischen den Persönlichkeits- und Vermögensrechten nicht. Ganz im Gegenteil findet sich bei *Gierke*¹⁵, neben Kohler der wohl bedeutendste Persönlichkeitsrechtler, die ausdrückliche Feststellung, daß manche Persönlichkeitsrechte zugleich Vermögensrechte seien. Diese Aussage erklärt sich daraus, daß Persönlichkeitsrechte auch und gerade Rechtspositionen betrafen, die zwar in einer engen Verbindung zur Persönlichkeit standen, bei denen es aber auch und zum Teil sogar vorrangig um den Schutz wirtschaftlicher Interessen ging¹⁶. So wurde etwa das Warenzeichenrecht lange Zeit – sogar ungeachtet seiner Übertragbarkeit – zu den Persönlichkeitsrechten gezählt, weil das Warenzeichen früher ganz überwiegend aus dem Namen des Inhabers des Geschäftsbetriebs gebildet wurde und als Ausdruck seiner persönlichen Leistung galt¹⁷. Auch das Wettbewerbsrecht wurde anfänglich aus einem Persönlichkeitsrecht auf wirtschaftliche Betätigung abgeleitet¹⁸. Im Rückblick auf ihre historische Entwicklung bilden Persönlichkeits- und Vermögensrechte somit keine unvereinbaren Gegensätze. Aber auch aus heutiger Sicht läßt sich eine solche Annahme sachlich nicht rechtfertigen, denn sie ginge an den Realitäten vorbei. Angesichts der zunehmenden Vermarktung der Popularität bekannter Persönlichkeiten durch die Werbung läßt sich nicht ernsthaft bestreiten, daß etwa der Name oder das Bildnis einen unter Umständen ganz erheblichen Geldwert besitzen können. Es ist deshalb denjenigen Stimmen in der Literatur beizupflichten, die sich unter Hinweis auf die faktischen Gegebenheiten gegen die noch immer vorherrschende Auffassung eines disjunktiven Verhältnisses der Begriffe Persön-

¹⁴ Siehe etwa BGH vom 14. 2. 1958, GRUR 1958, 408, 409 – »Herrenreiter«; *Coing*, JZ 1958, 558, 560; *Hubmann*, Das Persönlichkeitsrecht, S. 107 ff.

¹⁵ Deutsches Privatrecht, 1. Bd., S. 706.

¹⁶ Siehe dazu eingehend *Simon*, Das allgemeine Persönlichkeitsrecht und seine gewerblichen Erscheinungsformen, passim; *Klippel*, S. 192 ff.; *Dölemayer/Klippel*, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht in Deutschland, FS zum hundertjährigen Bestehen der Deutschen Vereinigung für Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht und ihrer Zeitschrift, 185, 224 ff., Rdn. 67 ff.

¹⁷ Siehe dazu unten 3. Kapitel, II. 1.

¹⁸ Siehe etwa *Gierke*, Deutsches Privatrecht, 1. Bd., S. 714, 747; *Kohler*, Das Recht des Markenschutzes, S. 77 ff.; *Dölemayer/Klippel*, a.a.O., S. 229 f., Rdn. 75 f.; *Simon*, a.a.O., S. 122 ff.

lichkeits- und Vermögensrecht wenden und betonen, daß ein und dasselbe Recht sehr wohl gleichzeitig zu beiden Kategorien gehören kann¹⁹. In dieselbe Richtung weisen auch Äußerungen des BGH, der von »vermögensrechtlichen Bestandteilen« von Persönlichkeitsrechten²⁰ spricht und das Recht am eigenen Bilde als »vermögenswertes Ausschließlichkeitsrecht«²¹ bezeichnet.

Daß sich diese an sich naheliegende Erkenntnis nicht früher durchgesetzt hat, wird zum Teil darauf zurückgeführt, daß – zumeist unausgesprochen – unterstellt wird, zu den Vermögensrechten zählten nur verkehrsfähige, übertragbare Rechte²², woraus sich zwangsläufig die Unvereinbarkeit mit den Persönlichkeitsrechten ergibt, weil für diese gerade die Unübertragbarkeit²³ kennzeichnend ist. Als Begründer dieser Auffassung gilt *Sohm*²⁴, der Anfang dieses Jahrhunderts in einer Reihe von Publikationen zum Begriff des Vermögensrechts nur verkehrsfähigen Rechten den maßgeblichen Geldwert zusprach und dementsprechend die Übertragbarkeit zum wesentlichen Kriterium für die Zuordnung zu den Vermögensrechten erhob²⁵. Für eine derartige Verengung des Begriffs des Vermögensrechts besteht kein triftiger Grund. Auch unübertragbare Rechte können einen Geldwert besitzen. Dies gilt nicht nur für Persönlichkeits- und Urheberrechte. Auch der Nießbrauch (§ 1059 BGB) und die beschränkte persönliche Dienstbarkeit (§ 1092 BGB) sind unübertragbar, ohne daß man ihnen deshalb eine vermögensrechtliche Qualität absprechen würde²⁶. Dasselbe gilt für die unveräußerliche Forderung (§§ 399, 400 BGB), die ungeachtet der fehlenden Verkehrsfähigkeit einen Aktivposten im Vermögen bildet²⁷. Die hier vertretene Meinung befindet sich auch in Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, wonach unter

¹⁹ *Forkel*, Gebundene Rechtsübertragungen, S. 199; *ders.*, FS für Paulick, 101, 108f.; *ders.*, GRUR 1988, 491, 496, 498; *Groppler*, UFITA 25 (1958), 385, 395ff.; *Hubmann*, Das Persönlichkeitsrecht, S. 283f. (im Zusammenhang mit der Frage nach der Rechtsnatur der Firma).

²⁰ BGH vom 20. 3. 1968, NJW 1968, 1773, 1774 – »*Mephisto*«.

²¹ BGH vom 8. 5. 1956, GRUR 1956, 427, 429 – »*Paul Dahlke*«.

²² Siehe *Groppler*, UFITA 25 (1958), 385, 396f.; *Forkel*, Gebundene Rechtsübertragungen, S. 199.

²³ Siehe zum Grundsatz der Unübertragbarkeit von Persönlichkeitsrechten allgemein statt vieler nur *Larenz*, Allgemeiner Teil des Deutschen Bürgerlichen Rechts, § 13 II 1, S. 214. Siehe zum Recht am eigenen Bilde unten 2. Kapitel, I.3.; zum Namensrecht 3. Kapitel, I.3.

²⁴ Der Gegenstand, S. 8, 22, 48, 87; ArchBürgR 28 (1906), 173, 179; IhrJb. 53 (1908), 373, 377.

²⁵ Ablehnend *Binder*, ZHR 59 (1907), 1, 16ff.

²⁶ Siehe *Enneccerus/Nipperdey*, 1. Halbbd., § 79 A.I.3., S. 458, wo diese beschränkten Nutzungsrechte trotz ihrer Unübertragbarkeit unter die Vermögensrechte eingeordnet werden.

²⁷ So *Binder*, ZHR 59 (1907), 1, 20f. als Einwand gegen die Auffassung von *Sohm* (siehe oben Fn. 24).

den Schutz des Art. 14 GG alle Rechte fallen, die einen Vermögenswert besitzen, ohne daß es entscheidend auf die Übertragbarkeit ankommt²⁸.

III. Die Vermengung der Begriffe Vermögens- und Immaterialgüterrecht

Die häufig anzutreffende Annahme einer Dichotomie von Persönlichkeits- und Vermögensrechten findet ihre Ursache in einer terminologischen Ungenauigkeit; ihr liegt eine Vermengung von Begriffen zugrunde. Der behauptete Gegensatz im Hinblick auf das Merkmal der Unübertragbarkeit bzw. Übertragbarkeit besteht in Wahrheit nicht zwischen Persönlichkeits- und Vermögensrechten, sondern zwischen Persönlichkeits- und Immaterialgüterrechten. Wie bereits dargelegt wurden anfänglich diejenigen Rechte, die heute den Immaterialgüterrechten zugeordnet werden, wie insbesondere das Warenzeichenrecht, von einem weit verstandenen Begriff des Persönlichkeitsrechts erfaßt²⁹. Die Unterscheidung zwischen beiden Kategorien geht auf *Kohler* zurück, der den Begriff des Immaterialgüterrechts prägte, nachdem sich herausgestellt hatte, daß sich in Deutschland anders als in Frankreich oder England die Idee des »geistigen Eigentums« nicht durchsetzen konnte³⁰. Entscheidend hierfür war, daß sich der Widerstand gegen eine Ausdehnung des Eigentumsbegriffs, der sich nach der in der Pandekten-Wissenschaft tief verwurzelten Auffassung ausschließlich auf körperliche Gegenstände bezog, nicht überwinden ließ, weil man eine völlige »Verflüchtigung« des Eigentumsbegriffs fürchtete³¹. Nach der Definition *Kohlers*³², an der bis heute festgehalten wird, ist das wesentliche Abgrenzungskriterium für die Unterscheidung zwischen Persönlichkeits- und Immaterialgüterrechten in dem Grad der Verkehrsfähigkeit und damit Veräußerlichkeit zu sehen. Während Persönlichkeitsrechte wegen ihrer Verknüpfung mit dem Rechtsträger als höchstpersönliche Rechte unübertragbar sind und nur in eng begrenztem Maße kraft obligatorischer

²⁸ BVerfG vom 9. 1. 1991, JZ 1991, 774, 775.

²⁹ Siehe dazu und zum folgenden *Dölemeyer/Klippel*, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht in Deutschland, FS zum hundertjährigen Bestehen der deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht und ihrer Zeitschrift, 185, 228 f., Rdn. 73 f. mit umfassenden Nachweisen.

³⁰ Siehe dazu *Kohler*, AcP 82 (1894), 141 f.

³¹ Siehe *Kohler*, a. a. O.: »Hiernach kann die Konstruktion des geistigen Eigentums weder für das Autor- und Erfinder- noch weniger für das Markenrecht wissenschaftlich aufrecht erhalten werden; und zwar deßhalb, weil sie den Eigentumsbegriff so sehr ausdehnen und verflüchtigen würde, daß er wenig mehr geeignet wäre, die juristische Erkenntniß zu fördern und ihr Halt und Stütze zu geben; es wäre, wie wenn man eine so weitgehende botanische Spezies aufstellen wollte, daß diese das verschiedenartigste umfaßt, so daß mithin das Bewußtsein der Zugehörigkeit zu dieser Spezies uns in der Erkenntniß recht wenig förderte.«

³² Autorrecht, S. 74.

Vereinbarungen disponibel sind, sind Immaterialgüterrechte Rechte an verselbständigten, verkehrsfähigen geistigen Gütern³³. Obwohl beide Rechte begrifflich einander ausschließende Gegensätze bilden, stehen sie schon aufgrund ihrer gemeinsamen historischen Wurzeln sachlich in einem engen Zusammenhang. So können Immaterialgüterrechte einen persönlichkeitsrechtlichen Einschlag besitzen, wie etwa das Erfinderpersönlichkeitsrecht im Patentrecht zeigt. Außerdem ist die Einordnung in eine der Kategorien nicht von axiomatischer, zeitloser Gültigkeit, sondern unterliegt Veränderungen. So kann ein Persönlichkeitsrecht sich aufgrund bestimmter Umstände, wie der technischen Entwicklung oder gewandelter Anschauungen, derart von der Person ablösen und verselbständigen, daß es zu einem Immaterialgüterrecht wird³⁴. Ein Beispiel für einen solchen Entwicklungsprozeß liefert das Warenzeichenrecht, das lange Zeit von der herrschenden Meinung in Rechtsprechung und Literatur als Persönlichkeitsrecht angesehen und heute unangefochten als Immaterialgüterrecht qualifiziert wird³⁵. Schließlich gibt es Mischformen, wie das Urheberrecht, in denen ideelle und materielle Interessen untrennbar ineinander verwoben sind. Im Sinne der hier vertretenen Auffassung, aber im Gegensatz zu der häufig anzutreffenden Terminologie, ist es zugleich Persönlichkeits- und Vermögensrecht³⁶. Einerseits bleibt es in seinem Kerngehalt unauflöslich an den Urheber gebunden, weil sich im geschützten Werk dessen Persönlichkeit verkörpert, andererseits ist es aber Gegenstand des Wirtschaftsverkehrs und besitzt einen vom Markt nach Angebot und Nachfrage bestimmten Geldwert. Zu den Immaterialgüterrechten zählt das Urheberrecht aber deshalb nicht, weil es gemäß § 29 Satz 2 UrhG nicht übertragbar ist, und zwar weder als Ganzes noch in seinen Teilen³⁷. Dieser Grundsatz der Unübertragbarkeit bezieht sich nicht nur auf das Urheberpersönlichkeitsrecht, sondern auch auf die Verwertungsrechte³⁸. Allerdings nähert sich das Urheberrecht in starkem Maße einem Immaterialgüterrecht an, da der Urheber die Möglichkeit hat, in weitem Umfang darüber zu disponieren, indem er anderen sogar quasideinglich wirkende Nutzungsrechte einräumt. Zudem sind nicht nur die verwertungs-

³³ *Forkel*, FS für Paulick, 101, 108; *Hubmann*, FS für Lehmann, 813, 821; *Klippel*, S. 497; *Dölemeyer/Klippel*, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht in Deutschland, FS zum hundertjährigen Bestehen der deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht und ihrer Zeitschrift, 185, 229, Rdn. 74; *Merkl*, Der Begriff des Immaterialgüterrechts, S. 78 ff., 180; *Seetzen*, Der Verzicht im Immaterialgüterrecht, S. 36 ff.; *Schönherr*, FS für Troller, 57, 62; jeweils mit weiteren Nachweisen.

³⁴ In diesem Sinne *Staudinger/Coing/Habermann*, § 12, Rdn. 27.

³⁵ Siehe dazu unten 3. Kapitel, II. 1.

³⁶ Vgl. in diesem Sinne auch *Forkel*, FS für Paulick, 101, 108, der das Firmenrecht anders als dies vielfach geschieht, nicht als Mischrecht aus Vermögens- und Persönlichkeitsrecht bezeichnet, weil er beide Begriffe zurecht nicht als disjunktiv betrachtet, sondern als Mischrecht aus Immaterialgüter- und Persönlichkeitsrecht charakterisiert.

³⁷ Siehe zur Unübertragbarkeit *Schricker/Schricker*, UrhG, § 29 Rdn. 7.

³⁸ *Schricker/Schricker*, a.a.O., Rdn. 8.

Register

- Abstraktionsprinzip
– bei vertraglicher Einwilligungserteilung 159f.
- Bildnis
– Begriff 26f., 31
– Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte 32ff.
- Bildnisherstellung
– Zulässigkeit 25f.
»Bismarck«-Entscheidung (des RG) 18f.
Brandeis 174ff.
- »Catarina Valente«-Entscheidung (des BGH) 92f., 99, 128f.
Commercial Speech 225f.
- Das Recht am eigenen Bilde 12ff.
– als Herrschaftsrecht 26ff.
– als Persönlichkeitsrecht 12ff., 45ff.
– als Vermögensrecht 41ff., 49ff., 66ff.
– als Eigentumsrecht 15
– das geschützte Interesse 26ff.
– historische Entwicklung 15ff., 45ff.
– im US-amerikanischen Recht 177f., 216ff.
– tatsächlicher Hintergrund 12ff.
- Defamation 169
- Einwilligung 142ff., 147ff.
– beim Recht am eigenen Bilde 38f.
– des Gemeinschuldners bei Veräußerung von Warenzeichen und Firma durch Konkursverwalter 116ff., 123f.
– im Namensrecht 110f.
– Minderjähriger 153ff.
– Rechtsnatur 149ff.
– Übertragbarkeit 162ff.
– Verhältnis zum Vertrag 158ff.
– Vollstreckbarkeit der Verpflichtung zur 161f.
– Widerruflichkeit 38f., 69
- Gestattung
– bei der Firma 119
– beim Warenzeichen 105f.
»Graf Zeppelin«-Entscheidung (des RG) 35, 45ff.
»Herrenreiter«-Entscheidung (des BGH) 50ff.
- Identitätsinteresse
– als Schutzgut des § 12 BGB 82
- Immaterialgüterrechte
– Begriff und Verhältnis zu Persönlichkeits- und Vermögensrechten 9ff.
- Individuierungsinteresse
– als Schutzgut des § 12 BGB 86ff.
- Informationsinteresse der Öffentlichkeit
– als Grenze des Bildnisschutzes 31, 58ff.
- Interessenabwägung
– im Rahmen des § 23 Abs. 1, Abs. 2 KUG 34ff.
- Keyßner
– zur Begründung und Rechtsnatur des Rechts am eigenen Bilde 20f.
- Kohler
– Individualrechte 21
– Rechtsnatur des Rechts am eigenen Bilde 22
– Stellungnahme zur »Bismarck«-Entscheidung 19
- Kommerzialisierung
– des Namensrechts 109f.
– des Rechts am eigenen Bilde 41ff., 45ff.
- Lanham Act (§ 43 a)
– Verbot des False Advertising 255ff.
- Lebens- und Charakterbild 31
- Lizenzanalogie
– beim Namensrecht 128ff., 268, 274
– beim Recht am eigenen Bilde 50ff., 57, 61, 63, 268, 274

- Minderjährigenschutz
 – bei Einwilligung zu Eingriffen in Persönlichkeitsrechte 153 ff.
- Namensfreiheit 102 f.
 Namensgebrauch 83 ff.
 Namensnennung (in der Werbung) 99 ff.
 Namensrecht
 – als Persönlichkeitsrecht 78 ff., 132 f.
 – als Immaterialgüterrecht 131 f.
 – historische Entwicklung 71 ff.
 – im amerikanischen Recht 218
 – nach § 12 BGB 79 ff., 82 ff.
 – Schutzgut 82, 86 ff.
 – tatsächlicher Hintergrund 70 f.
 »NENA«-Entscheidung (des BGH) 37 f., 60 ff.
 Nimmer 199 f., 213
 Nutzungsrechte
 – Einräumung allgemein bei Persönlichkeitsrechten 142 ff., 166 f.
 – Einräumung beim Namensrecht 130 ff.
 – Einräumung beim Recht am eigenen Bilde 65, 69
 »Paul Dahlke«-Entscheidung (des BGH) 35, 49 ff.
 Personen der Zeitgeschichte 32 ff.
 – absolute und relative 32
 Persönlichkeitsrecht
 – allgemeines 24 f., 96 ff.
 – besonderes 24
 – persönlichkeitsrechtlicher Charakter des Namensrechts 70 ff.
 – persönlichkeitsrechtlicher Charakter des Rechts am eigenen Bilde 12 ff., 45 ff., 66 ff.
 – persönlichkeitsrechtlicher Charakter des Warenzeichenrechts 7, 10, 80
 – wirtschaftliches 134 ff., 269
 – Verhältnis zum Vermögens- und Immaterialgüterrecht 5 ff., 266 ff.
- Photographie
 – Folgen für den Bildnisschutz 14 f., 44
 Postmortaler Persönlichkeitsschutz
 – Bildnisschutz 39 ff.
 – im US-amerikanischen Recht 237 ff.
 – Namensschutz 107
 – Wahrnehmungsberechtigung 40 f., 107
 Prangerwirkung (von Bildnisveröffentlichungen) 14, 23
- Privatsphäre
 – als Schutzgut des Rechts am eigenen Bilde 28
- Recht auf Namensanonymität 96 ff.
 Right of Free Speech (First Amendment) 170, 186 ff., 225 ff., 269 f.
 Right of Publicity 191 ff.
 – Abgrenzung zum Copyright Law 245 ff.
 – Abgrenzung zum Irreführungsverbot (Lanham Act – § 43 a) 255 ff.
 – Abgrenzung zum Markenrecht 249 ff.
 – Abgrenzung zum Right of Privacy 242 ff.
 – Begrenzung durch Meinungs- und Pressefreiheit 223 ff., 269 f.
 – Entstehungsgeschichte 191 ff.
 – Rechtsfolgen der Verletzung 257 ff.
 – Rechtsinhaber 211 ff.
 – Rechtspolitische Rechtfertigung 204 ff.
 – Schutzgegenstände 215 ff., 269
 Right of Privacy 168 ff.
 – Abgrenzung zum Right of Publicity 242 ff.
 – Begrenzung durch Meinungs- und Pressefreiheit 186 ff.
 – Entstehungsgeschichte 168 ff.
 – Fallgruppen (nach Prosser) 179 ff.
 – Rechtsfolgen bei Verletzung 189 f.
 – Rechtsnatur 188 ff., 197
 Rückrufrecht 151
- Schadensersatzhaftung (beim Right of Publicity)
 – Inhalt und Umfang (Berechnung) 259 ff.
 – Punitive damages 263 f., 275
 – Voraussetzungen 256 ff.
 Schmerzensgeld 41, 52, 56 f., 274 f.
 Selbstbestimmungsrecht
 – als Schutzgut des Rechts am eigenen Bilde 29 f., 54 f.
 – wirtschaftliches 54
 Selbstdarstellung (Recht auf) 30
 Slogans
 – Schutz durch das Right of Publicity 220 ff.
 Stimme
 – Schutz im amerikanischen Recht 219
 – Schutz im deutschen Recht 135
- Trennungsprinzip
 – bei vertraglicher Einwilligungserteilung 158 f.
 »Tull Harder«-Entscheidung (des RG) 47

- Übertragbarkeit
 - des Right of Publicity 234 ff.
 - von Persönlichkeitsrechten im allgemeinen 271 ff.
- Unbefugter Namensgebrauch 93 ff.
- Unterlassung
 - beim Right of Privacy 190
 - beim Right of Publicity 264 f.
- Unübertragbarkeit
 - der Einwilligung 162 ff.
 - des Firmenrechts 120
 - des Namensrechts 101, 132 f.
 - des Rechts am eigenen Bilde 37 ff., 60 ff.
 - des Right of Privacy 188 f., 197
- Unvererblichkeit
 - des Namensrechts 106 f.
 - des Rechts am eigenen Bilde 39 ff.
- Urheberrecht
 - im US-amerikanischen Recht (Verhältnis zum Right of Publicity) 245 ff.
 - Rechtsnatur 10
- Vererblichkeit
 - des Right of Publicity 237 ff.
 - von Persönlichkeitsrechten im allgemeinen 273 f.
- Vermögensrecht
 - Verhältnis zu Persönlichkeits- und Immaterialgüterrechten 7 ff.
 - vermögensrechtlicher Charakter des Namensrechts 108 ff.
 - vermögensrechtlicher Charakter des Rechts am eigenen Bilde 41 ff., 49 ff., 66 ff.
- Vertrauensschaden
 - bei Widerruf der Einwilligung 151 f.
- Von Gierke
 - Rechtsnatur der Persönlichkeitsrechte 20
- Warenzeichenrecht
 - als Immaterialgüterrecht 112
 - als Persönlichkeitsrecht 7, 10, 80, 113 ff.
 - im US-amerikanischen Recht 249 ff.
 - Verhältnis zum Namensrecht 88, 108 ff.
- Warren 174 ff.
- Werbung
 - Namensnennung in der 99 ff., 127 ff.
 - Verwendung von Bildnissen für 35 f.
- Widerruflichkeit
 - der Einwilligung 149 ff.
 - zum Schutz Minderjähriger 157 ff.
- Wirtschaftliches Persönlichkeitsrecht
 - als Teilaspekt des allgemeinen Persönlichkeitsrechts 136 ff., 269
 - Schutzgegenstand 269
 - Verfassungsrechtliche Grundlagen 139 ff.
- Zuordnungsverwirrungen
 - der Schutz vor als Zweck des § 12 BGB 86 ff.

