



---

## Sachstand

---

### **Das „Fälschen“ von Wahlplakaten** Zivilrechtliche Implikationen

**Das „Fälschen“ von Wahlplakaten**

## Zivilrechtliche Implikationen

Aktenzeichen: WD 7 - 3000 - 124/18  
Abschluss der Arbeit: 18. Juni 2018  
Fachbereich: WD 7: Zivil-, Straf- und Verfahrensrecht, Umweltschutzrecht,  
Bau und Stadtentwicklung

---

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

**Inhaltsverzeichnis**

<b>1.</b>	<b>Einleitung</b>	<b>4</b>
<b>2.</b>	<b>Namenschutz</b>	<b>4</b>
<b>3.</b>	<b>Geistiges Eigentum</b>	<b>7</b>
3.1.	Markenrecht	7
3.2.	Urheberrecht	7

## 1. Einleitung

Immer wieder kommt es vor, dass „gefälschte“ Wahlplakate oder andere Wahlkampf- bzw. Informationsmaterialien in Umlauf gebracht werden – also Inhalte, die mit dem Namen und/oder dem Logo einer politischen Partei versehen und täuschend echt im jeweiligen „Corporate Design“ gehalten sind, obwohl sie nicht von der ausgewiesenen Partei, sondern von Dritten stammen.<sup>1</sup> Mitunter bedienen sich Berichten zufolge auch Parteien selbst dieser Mittel, um den politischen Gegner zu bekämpfen.<sup>2</sup>

Vorliegend soll summarisch dargelegt werden, welche zivilrechtlichen Möglichkeiten Parteien, deren Name oder Logo derart gebraucht wurde, grundsätzlich offen stehen können, um gegen eine solche Verwendung vorzugehen.

## 2. Namensschutz

Der Name einer politischen Partei wird durch § 12 BGB<sup>3</sup> geschützt.<sup>4</sup> Um den Schutz ihres Namens geltend zu machen, stehen der Partei die privatrechtlichen Ansprüche aus dem Namensrecht zur Verfügung.<sup>5</sup> Deren materieller Gegenstand ist durch § 4 PartG<sup>6</sup> dahingehend ausgeweitet worden, dass sich der Name einer Partei oder eine Kurzbezeichnung von dem Namen oder der Kurzbezeichnung einer bereits bestehenden Partei deutlich unterscheiden muss und dass in der Wahlwerbung und im Wahlverfahren nur der satzungsmäßige Name oder dessen Kurzbezeichnung geführt werden darf.<sup>7</sup>

§ 12 BGB „hat den Schutz des Namens in seiner Funktion als Identitätsbezeichnung der Person seines Trägers zum Ziel. Daher liegt eine Verletzung des Namensrechts vor, wenn ein Dritter den Namen unbefugt gebraucht und dadurch eine Zuordnungsverwirrung auslöst.“<sup>8</sup>

---

1 Vgl. Schinkel, Der Troll im Wahlplakat – Falsche Wahlwerbung lässt sich leicht produzieren und im Netz rasch verbreiten, correctiv.org vom 13.09.2017 (abrufbar unter <https://correctiv.org/echtjetzt/artikel/2017/09/13/plakate-gefalscht-trolle-wahlkampf/>); Peters, Unbekannte fälschen Hunderte Grünen-Plakate in Sachsen-Anhalt, Süddeutsche Zeitung vom 08.03.2016 (abrufbar unter <http://www.sueddeutsche.de/politik/sachsen-anhalt-unbekannte-faeltschen-hunderte-gruenen-plakate-in-sachsen-anhalt-1.2896267>).

2 Vgl. etwa Becker/Stöckigt, Gefälschte FDP-Plakate – „Ein Foul der Grünen“, tagesschau.de vom 13.07.2017 (abrufbar unter <http://faktenfinder.tagesschau.de/inland/plakat-fdp-gruene-101.html>).

3 Bürgerliches Gesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 2. Januar 2002 (BGBl. I S. 42, 2909; 2003 I S. 738), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 20. Juli 2017 (BGBl. I S. 2787) geändert worden ist.

4 Säcker, in: Münchener Kommentar zum BGB, 7. Auflage 2015, § 12 Rn. 24 m.w.N.

5 BGH, Urteil vom 28.01.1981 - IVb ZR 581/80.

6 Parteiengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 31. Januar 1994 (BGBl. I S. 149), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 18. Juli 2017 (BGBl. I S. 2730) geändert worden ist.

7 BGH, Urteil vom 28.01.1981 - IVb ZR 581/80.

8 Säcker, in: Münchener Kommentar zum BGB, 7. Auflage 2015, § 12 Rn. 96.

Für den Fall, dass ein Dritter sich unbefugt – insbesondere in verschleiender Absicht – des Namens oder der Kurzbezeichnung einer Partei bedient, kommt damit ein Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch direkt aus § 12 BGB in Betracht, bei Verschulden auch ein Schadensersatzanspruch aus § 823 BGB.<sup>9</sup>

Ob ein Anspruch tatsächlich vorliegt, kann nur im jeweiligen Einzelfall beurteilt werden. Insbesondere dann, wenn der Name oder das Logo einer Partei im Rahmen einer Satire oder Parodie genutzt wird, kann der Gebrauch aufgrund der Kunst- und/oder Meinungsfreiheit des „Zweitnutzers“ nach Artikel 5 Absatz 1 und 3 GG<sup>10</sup> gerechtfertigt sein.<sup>11</sup>

Beim Verbreiten von gefälschten Wahlplakaten bzw. -grafiken, die so täuschend echt erstellt sind, dass sie – auch wegen des Fehlens eines entsprechenden eindeutigen Kontexts wie etwa einer Satiresendung oder einem Satiremagazin – vom Betrachter tatsächlich der genannten Partei zugeordnet werden, dürfte indes eine Rechtfertigung als Satire im Regelfall kaum in Betracht kommen, wie das OLG Karlsruhe in einem Urteil zu einem Fall ausgeführt hat, in dem ein SPD-Mitglied ein vermeintliches CDU-Plakat herstellte und im Wahlkampf öffentlich verbreitete:

„Dieser unbefugte Gebrauch ihres Namens verletzt auch die berechtigten Interessen des Namensträgers. Es ist unerheblich, ob der Beklagte und die SPD, der er angehört, die Aussage des Plakats für richtig halten. Entscheidend ist allein, dass der Name der CDU im Wahlkampf namensmäßig gebraucht wird, um gegen sie Propaganda zu machen. Das verletzt auf jeden Fall berechnete Interessen des Namensträgers. Er braucht es sich nicht gefallen zu lassen, dass eine gegen ihn gerichtete Parole in einer Weise verwendet wird, die durch den Gebrauch seines Namens zunächst den Irrtum hervorruft, dass sie von ihm stamme. Das hat mit dem Stilmittel der Parodie nichts zu tun. Denn die Parodie ruft keinen Identitätsirrtum über den Urheber hervor, wenn sie die Eigentümlichkeit einer Person oder eines Werks durch Übersteigerung ins Lächerliche zieht. Dasselbe gilt für die Satire als literarische Form. Das Impressum, das den Namen des Beklagten nennt, weist ihn nur als den presserechtlich Verantwortlichen aus, wie es § 8 des Landespressegesetzes vorschreibt. Über den befugten oder unbefugten Gebrauch des Namens der CDU gibt es keine Auskunft und ist deshalb nicht geeignet, den Identitätsirrtum des Lesers zu beseitigen, abgesehen davon, dass es bei einem Straßenplakat kaum gelesen wird. (...) Das Recht der freien Meinungsäußerung des Beklagten wird durch die Untersagung des Gebrauchs eines fremden Namens nicht verletzt. Das Recht der freien Meinungsäußerung steht nach Art. 5 Abs. 2 GG unter dem Vorbehalt der allgemeinen Gesetze. Zu diesen allgemeinen Gesetzen gehören die Normen des bürgerlichen Rechts und daher auch § 12 BGB. Zwar müssen die allgemeinen Gesetze nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts seit dem Lüth-Urteil vom 15.1.1958 (BVerfGE 7, 198 ff, 208) in ihrer "das Grundrecht beschränkenden Wirkung ihrerseits im Lichte der Bedeutung dieses Grundrechts gesehen und so interpretiert werden, dass der besondere Wertgehalt dieses Rechts, der in der freiheitlichen Demokratie zu einer grundsätzlichen Vermutung für die Freiheit der Rede in

---

9 Mansel, in: Jauernig, Kommentar zum BGB, 16. Auflage 2015, § 12 Rn. 6.

10 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 100-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 13. Juli 2017 (BGBl. I S. 2347) geändert worden ist.

11 Säcker, in: Münchener Kommentar zum BGB, 7. Auflage 2015, § 12 Rn. 122 f.

allen Bereichen, namentlich aber im öffentlichen Leben, führen muß, auf jeden Fall gewahrt bleibt. Die gegenseitige Beziehung zwischen Grundrecht und "allgemeinem Gesetz" ist also nicht als einseitige Beschränkung der Geltungskraft des Grundrechts durch die "allgemeinen Gesetze" aufzufassen; es findet vielmehr eine Wechselwirkung in dem Sinne statt, dass die "allgemeinen Gesetze" zwar dem Wortlaut nach dem Grundrecht Schranken setzen, ihrerseits aber aus der Erkenntnis der wertsetzenden Bedeutung dieses Grundrechts im freiheitlichen demokratischen Staat ausgelegt und so in ihrer das Grundrecht begrenzenden Wirkung selbst wieder eingeschränkt werden müssen." Im vorliegenden Fall führt diese Abwägung des Rechts des Klägers, gegen Mißbrauch seines Namens gerade im Wahlkampf vorzugehen, und der Freiheit der Meinungsäußerung des Beklagten dazu, dass das allgemeine Gesetz des § 12 BGB nach Art. 5 Abs. 2 GG dem Beklagten die von ihm gewählte Form der Meinungsäußerung untersagt. Es stehen ihm alle möglichen Formen frei, seine Meinung über die CDU zu äußern, die dahingeht, wer die CDU wähle, bewirke, dass infolge ihrer Politik die Reichen noch reicher würden, aber nicht so, dass dies in Plakaten geschieht, die die CDU als Urheberin dieses Spruches ausgeben. Der Schutz des Namens einer politischen Partei gegen den Gebrauch im Sinne des § 12 BGB durch den politischen Gegner dient gleichzeitig der Offenheit und Fairneß des politischen Kampfes. Der Gegner einer Partei muß sich als solcher zu erkennen geben und darf nicht mit einem fremden Namen operieren. Dadurch wird seine Freiheit, die Meinung über den jeweiligen Gegner zu sagen, nicht beschränkt. Er kann sie sagen, muß es aber im eigenen und nicht unter Mißbrauchs des Namens des Gegners tun. 6. Auch die Freiheit der Kunst wird nicht verletzt, wenn dem Beklagten der Mißbrauch des Namens der CDU verwehrt wird. Trotz der scheinbar absolute Freiheit garantierenden Formulierung des Art. 5 Abs. 3 Satz 1 GG ist sie nicht von jeder Schranke frei. (...) Der Vorbehaltslosigkeit des Grundrechts kommt die Bedeutung zu, dass seine Grenzen von der Verfassung her unter Berücksichtigung ihrer Wertordnung zu bestimmen sind (BVerfGE 30, 173, 193). So kann die Kunstfreiheit etwa mit dem ebenfalls verfassungsrechtlich geschützten Persönlichkeitsbereich der Menschenwürde, in Konflikt kommen (aaO S. 193/194). Zu den Konkretisierungen der Menschenwürde im einfachen Recht gehören das Recht der persönlichen Ehre, das Recht am eigenen Bilde und das Recht am eigenen Namen. Der Kunstfreiheit steht das Namensrecht der Klägerin gegenüber, wie ihr das Recht am eigenen Bilde und das Recht der persönlichen Ehre gegenüber stehen. So wenig wie die Berufung auf die Freiheit der Kunst einem Fotografen oder Maler gestatten kann, jemanden unter Verletzung des § 22 KunstUrhG zu fotografieren oder zu malen, oder einem verleumderischen Gedicht den Charakter der Verleumdung nimmt, macht sie den unbefugten Namensgebrauch rechtmäßig. Denn die Kunst kann sich auch ohne den erwähnten Einbruch in die Rechte anderer entfalten. Es ist dem Beklagten zuzugeben, dass der Einfall, auf den er mit der Herstellung dieses Plakats kam, durchaus originell ist. Der Leser des Plakats sieht nicht nur ein Schlagwort, sondern wird zum Nachdenken angeregt. Aber dieser Einfall konnte nur in die Tat umgesetzt werden, unter Verletzung des Rechts des Klägers an seinem eigenen Namen, also auf Kosten eines anderen, und insofern zieht das Recht des anderen an seinem Namen der Konkretisierung auch guter Einfälle Schranken.<sup>12</sup>

Im Regelfall dürfte eine Partei damit gegen den Gebrauch von gefälschten Wahlplakaten oder Grafiken einen Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch aus § 12 BGB geltend machen können.

---

12 OLG Karlsruhe, Urteil vom 01.09.1972 – 10 U 137/72.

### 3. Geistiges Eigentum

Nicht von vornherein ausgeschlossen sind je nach Konstellation des Einzelfalls auch markenrechtliche oder urheberrechtliche Ansprüche.

#### 3.1. Markenrecht

Markenrecht kann deshalb tangiert sein, weil politische Parteien regelmäßig ihre Parteilogos in verschiedenen Gestaltungen und Formgebungen in Bezug auf mannigfaltige Waren- bzw. Dienstleistungsklassen als Marke registrieren lassen.<sup>13</sup> Gemäß § 14 Absatz 2 MarkenG<sup>14</sup> ist es Dritten untersagt, ein mit der Marke identisches Zeichen ohne Zustimmung des Inhabers im geschäftlichen Verkehr zu benutzen. Wer ein Zeichen gleichwohl benutzt, kann vom Inhaber der Marke bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 14 Absatz 5 MarkenG). Wer die Verletzungshandlung vorsätzlich oder fahrlässig begeht, ist dem Inhaber der Marke zum Ersatz des durch die Verletzungshandlung entstandenen Schadens verpflichtet (§ 14 Absatz 6 MarkenG). Eine Benutzung „im geschäftlichen Verkehr“ liegt dabei (nur) dann vor, „wenn die Benutzung im Zusammenhang mit einer auf einen wirtschaftlichen Vorteil gerichteten kommerziellen Tätigkeit und nicht lediglich im privaten Bereich erfolgt, also wenn die Benutzung einem beliebigen eigenen oder fremden Geschäftszweck dient“.<sup>15</sup> Einer Gewinnerzielungsabsicht bedarf es dabei allerdings ebenso wenig wie der Entgeltlichkeit der angebotenen Waren oder Dienstleistungen.<sup>16</sup> Ob eine Benutzung nach diesen Grundsätzen in einem konkreten Fall „im geschäftlichen Verkehr“ erfolgt, kann nur im Einzelfall unter Einbeziehung der handelnden Personen und der Benutzungshandlung beurteilt werden. Ein Handeln aus rein ideellen oder politischen Zwecken spricht grundsätzlich dafür, eine Benutzung im geschäftlichen Verkehr zu verneinen.<sup>17</sup>

#### 3.2. Urheberrecht

Der Urheber eines Werkes im Sinne des Urheberrechtsgesetzes (UrhG)<sup>18</sup> genießt für sein Werk umfassenden Schutz: So hat er das Recht, eine Entstellung oder eine andere Beeinträchtigung seines Werkes zu verbieten, die geeignet ist, seine berechtigten geistigen oder persönlichen Interessen am Werk zu gefährden (§ 14 UrhG). Der Urheber hat das ausschließliche Recht, sein Werk in körperlicher Form zu verwerten, also insbesondere zu vervielfältigen und zu verbreiten (§ 15

---

13 Vgl. etwa die eingetragenen Marken mit den Registernummern 302010002883 (CDU), 302008053049 (SPD) und 302017005230 (AfD), abrufbar über die Datenbank des DPMA unter <https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/einsteiger>.

14 Markengesetz vom 25. Oktober 1994 (BGBl. I S. 3082; 1995 I S. 156; 1996 I S. 682), das zuletzt durch Artikel 11 des Gesetzes vom 17. Juli 2017 (BGBl. I S. 2541) geändert worden ist.

15 BeckOK MarkenR/Mielke, 12. Ed. 1.1.2018, MarkenG § 14 Rn. 54 m.w.N.

16 BeckOK MarkenR/Mielke, 12. Ed. 1.1.2018, MarkenG § 14 Rn. 55.

17 BeckOK MarkenR/Mielke, 12. Ed. 1.1.2018, MarkenG § 14 Rn. 56.

18 Urheberrechtsgesetz vom 9. September 1965 (BGBl. I S. 1273), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 1. September 2017 (BGBl. I S. 3346) geändert worden ist.

---

UrhG). Schließlich dürfen auch Bearbeitungen oder andere Umgestaltungen des Werks grundsätzlich nur mit Einwilligung des Urhebers des bearbeiteten oder umgestalteten Werks veröffentlicht oder verwertet werden (§ 23 UrhG). Wer das Urheberrecht widerrechtlich verletzt, kann vom Verletzten auf Beseitigung der Beeinträchtigung, bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 94 Absatz 1 UrhG). Wer die Handlung vorsätzlich oder fahrlässig vornimmt, ist dem Verletzten zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet (§ 94 Absatz 2 UrhG). Voraussetzung für all diese Rechte ist aber, dass überhaupt ein Werk im Sinne des Urheberrechtsgesetzes vorliegt. Zwar können unter bestimmten Voraussetzungen auch Werbegrafiken und Logos Urheberrechtsschutz genießen – eine Beurteilung des Vorliegens eines Werkes ist jedoch von den Details der jeweiligen Konstellation abhängig und kann nur im Einzelfall erfolgen.<sup>19</sup>

\* \* \*

---

19 Bullinger, in: Wandtke/Bullinger, Praxiskommentar zum Urheberrecht, 4. Auflage 2014, § 2 Rn. 102.