

## **Titelschutz und Titelklau**

Es ist nicht der Titel, der ein Buch ausmacht. Aber ein wenig doch, glaubt man den Schreibenden. Da wird ein Substantiv gedreht und gewendet, mal in bestimmte Form gesetzt, mal in unbestimmte, da wird ein Eigenschaftswort gegen ein anderes ausgetauscht und alles so lange auf den Kopf gestellt, bis Rhythmus, Klang und Farbe zusammenstimmen. Viel Herzblut geht dabei verloren, auch wenn es letztlich Sache der Verlage ist, den Buchtitel festzulegen – sozusagen als Verkaufsargument, bei dem die Einmaligkeit und Unterscheidungskraft von anderen Buchtiteln im Vordergrund steht.

Sofern einem Titel hinreichende Individualität zukommt, genießt dieser als eigenständiges Werk urheberrechtlichen Schutz. So bestimmt es Art. 2 Abs. 4 des Urheberrechtsgesetzes (URG) ausdrücklich und formuliert damit gleichzeitig den Kernpunkt des Problems: Titel müssen von originellem Gepräge sein, Ausdruck einer schöpferischen Tätigkeit, sich von Bestehendem unterscheiden. Dies alles versteht die Rechtsprechung unter individuellem Charakter. Unter diesen Voraussetzungen führt das Bundesgericht in einem der wenigen einschlägigen Entscheide aus, dass ein Titel «für sich allein» wohl selten urheberrechtlicher Schutz beanspruchen dürfte (BGE 64 II 109) und präzisiert, ein Titel müsse «die Erhebung in den Rang eines literarischen Kunstwerks» verdienen (BGE 77 II 383). Diese Forderung könnte missverständlich sein, geht es im Urheberrecht doch nicht um die hehre Kunst auf dem Sockel, nicht um den ästhetischen Gehalt, sind Werke doch «unabhängig von ihrem Wert oder Zweck» geschützt (Art. 2 Abs. 1 URG). Dies war schon damals so, im Jahre 1951, als sich das Bundesgericht mit der Mickey-Mouse zu befassen hatte. Es hakte ebenfalls beim individuellen Charakter ein, heisst es im Urteil im unmittelbaren Umfeld der bereits zitierten Passage weiter: «Eine Maus Mickey zu nennen (englische Formung für Michael), wie man überall den Tieren menschliche Vornamen besonders in Koseform zulegt, und wie in Tiergeschichten menschliche Rufnamen auch mit tierischen Gattungsnamen verbunden werden, ist denn doch allzu naheliegend und gewöhnlich [...]. Wenn das Fremdsprachige der Bezeichnung Mickey-Mouse noch irgendwie originell anmuten sollte, so weicht dieser Eindruck sofort vor der wörtlichen Übertragung ins Deutsche, die «Michael Mäuserich» lauten müsste. Für die Wahl eines gebräuchlichen Vornamens als Werktitel bedarf es kaum eines geistigen Aufwandes. Und gar schöpferisch ist die Individualisierung einer Tierfigur mittels eines (schon vorhandenen) Vornamens hier so wenig wie sonst.»

## **Hohe Hürden im Urheberrecht**

Somit scheiden schon mal alle Eigennamen von einem urheberrechtlichen Titelschutz aus – zum einen aus den angeführten Überlegungen, zum andern weil der Titel eben eine eigenständige Werkkategorie bildet, welche für sich und unabhängig von irgendwelchen Verknüpfungen mit dem Buchinhalt existiert. Und weil das Bundesgericht mit der Grundsatzentscheidung zu Mickey-Mouse selbst den Rang eines literarischen Kunstwerks verdient, sei nochmals daraus zitiert: «Wem würden nicht, wenn er z. B. die Worte «Jürg Jenatsch», «Ekkehard», «Wilhelm Meister» oder «Uli der Knecht» hört oder liest, die betreffenden Romane im Geiste erscheinen? Wer würde nicht, wenn das Wort «Gioconda» vor ihm ausgesprochen wird, das berühmte Gemälde Leonardo da Vincis sich vergegenwärtigen? Und wem drängte sich nicht der Name «Gioconda» auf die Lippen, wenn sein Blick auf das Bildnis oder auch nur auf eine Reproduktion desselben fällt?» (BGE 77 II 380 f.) – Die originellen und mithin urheberrechtlich geschützten Gedanken materialisieren sich in den Romanen und Gemälden und nicht in der Bezeichnung im Titel, führt das Bundesgericht

weiter aus, welches sich seit dem Urteil von 1951 mit keinen neuen Erkenntnissen zum Schutz von Buchtiteln mehr hat verlauten lassen.

So bleibt es in der juristischen Lehre denn umstritten, wann Wortbildungen zum Sprachwerk werden und Titel ausreichende Individualität entfalten. Weit gehende Einigkeit herrscht hinsichtlich Titelungetümen wie Jean Pauls «Des Feldpredigers Schmelzles Reise nach Flätz mit fortgehenden Noten; nebst der Beichte des Teufels bey einem Staatsmanne». Die Weitschweifigkeit erlaubt eher originelle Formulierungen. Bei Peter Høegs «Fräulein Smillas Gespür für den Schnee» ist der Titelschutz unter Experten hingegen schon fraglich. Noch schwieriger wird es, in kurzen Wortkombinationen die erforderliche Eigenart auszuprägen. Vor allem die beliebten Zweiergruppen, die praktisch in ungezählt vielen Spielarten denkbar sind, erreichen kaum urheberrechtliche Individualität. «Kaltes Glück», «Sieben Jahre», «Alte Liebe», «Mauvaise Fille» oder «Vento scomposto» gehören zum sprachlichen Allgemeingut. Selbst Glücksfunde oder Paradoxa wie André Bretons «Weisshaariger Revolver» («Revolver à cheveux blancs»), die an Originalität nichts zu wünschen übrig lassen, gelten als gleichsam allen gehörige Bauelemente der Sprache und urheberrechtlich als «ungeschützte Koppel», wie sich Max Kummer ausdrückt.\* Dasselbe meint er zu «Bonjour Tristesse», wenngleich nicht ungeteilt, gibt es doch andere Experten, welche ebendiesen Titel geschützt wissen wollen, weil er für sich bildstark und deshalb individuell sei. Wer Recht hat, wissen wir nicht. Es gibt Argumente dafür und dagegen, der Ermessensspielraum ist gross.

### **Kein Wettbewerbs- und Markenschutz für Buchtitel in der Schweiz**

So bleiben praktisch nur wenige Ausnahmefälle, in denen das Urheberrecht Schutz vor Titelklau gewährt, und es fragt sich, ob dieser aus anderen Rechtsgebieten abzuleiten ist, beispielsweise unter dem Gesichtspunkt der Verwechselbarkeit aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Letzteres erfasst sämtliche Kennzeichen mit Unterscheidungs- und Individualisierungskraft, mithin eigentlich auch Buchtitel. Art. 3 lit. d UWG verpönt sämtliche Massnahmen als unlauter, die nebst anderen geeignet sind, Verwechslungen mit Waren, Werken oder Leistungen von anderen herbeizuführen. Klingt, als ob diese Bestimmung perfekt für den Schutz von Buchtiteln passen würde. Allerdings verlangt das Wettbewerbsrecht, dass dem Titel eine betriebliche Herkunftsfunktion zukomme. Dies ist bei Buchtiteln in der Regel nicht der Fall, weil sich die meisten im Laden nach der Autorin oder dem Autor und nicht nach dem Verlag erkundigen. Gewichtige Ausnahmen bilden Bücher, welche schon auf dem Umschlag auf die Herkunft hinweisen, wie der Duden, Larousse oder Zanichelli.

Nicht anders sieht es in der Schweiz mit dem Markenschutz aus. Zwar gibt es in der juristischen Literatur Stimmen, welche Buchtitel durchaus für markenfähig erachten. Dem steht ebenfalls die wirtschaftliche Funktion einer Marke entgegen, handelt es sich bei letzterer doch um ein Kennzeichen, das Waren und Dienstleistungen einem bestimmten Unternehmen zuschreibt und dieses dadurch von anderen unterscheidet.

### **Titelschutzanzeigen nach europäischem Recht**

Ganz anders verhält es sich im EU-Raum. Dort geniessen Buchtitel markenrechtlichen Schutz, aufgrund der Richtlinie 89/104 zur Angleichung der Rechtsvorschriften über die Marken. Diese belässt den Mitgliedstaaten nur geringe Gestaltungsmöglichkeiten bei der Umsetzung ins nationale Recht, weshalb sich die einschlägigen Vorschriften in der gesamten

Europäischen Union gleichen: Der Titelschutz entsteht automatisch mit der Ingebrauchnahme, also bei Erscheinen des Buches, oder mit der Schaltung einer Titelschutzanzeige in einem Branchenblatt der Verlage oder des Buchhandels im Vorfeld einer Buchpublikation. Ein solches Inserat lautet für Deutschland: «Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für «Wildsau Franz» in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien.» Diese Online-Anzeige hat ein deutscher Autor unter [www.lektoren.ch](http://www.lektoren.ch) aufgegeben.

Hinter dieser Adresse steckt gemäss eigenem Bekunden eine der führenden Lektoratsagenturen im deutschsprachigen Raum mit Sitz in Zug. Sie verspricht den Inserenten Titelschutz für den gesamten deutschsprachigen Raum nach deutschen Vorschriften. Pech nur, dass nationale Gesetze nicht über die Landesgrenzen hinaus wirken. Dass der Schutz nach deutschem Recht also nur für Deutschland gilt, jener nach französischen Bestimmungen ausschliesslich in Frankreich und italienische Vorschriften nur innerhalb Italiens Geltung haben. So wird der Schweizer Autor, der bei den [lektoren.ch](http://lektoren.ch) den Titel «Sag's per SMS» hinterlegt gleich zweifach enttäuscht werden. Zum einen führt seine Anzeige in der Schweiz, auch wenn sie ins weltweite Netz gestellt ist, in keinem deutschsprachigen Land zu einem Titelschutz – die Schweiz kennt das Instrument der Titelschutzanzeige gar nicht und in anderen deutschsprachigen Gebieten von Siebenbürgen, Österreich über die Bundesrepublik und Luxemburg bis nach Mallorca kann nicht extraterritorial aus der Schweiz nach deutschem Recht verfügt werden. Der Schweizer müsste also in deutschen und vielleicht auch noch in österreichischen Branchenblättern eine Schutzanzeige schalten.

Die zweite Ernüchterung dürfte dem Schweizer Autor die Erkenntnis bereiten, dass «Sag's per SMS» trotz Titelschutzanzeige in keiner rechtlichen Auseinandersetzung mit einem Titelusurpator helfen würde. Denn sein SMS-Sätzchen ist weder neu noch originell noch unterscheidungskräftig. Dies wären aber auch die Voraussetzungen an einen Titelschutz unter dem Markenrecht. Ob diese erfüllt sind, prüft niemand bei der Aufgabe einer Titelschutzanzeige.

Unter diesen Vorzeichen macht eine Titelschutzanzeige nur beschränkt Sinn, beispielsweise vor der Buchpublikation, damit der Verlag in Vorschauen und mittels Werbung kundtun kann, einen bestimmten Titel zu beanspruchen. Doch vermag das Markenrecht in der Europäischen Union bei genauer Betrachtung kaum mehr zu bieten als das Urheberrecht, bei dem der Schutz automatisch entsteht, sobald ein Titel individuellen Charakters vorliegt – mit einer Ausnahme: nämlich dann, wenn ein an und für sich nicht unterscheidungskräftiger Titel Verkehrsgeltung erreicht hat oder anders ausgedrückt als Hinweis auf eine bestimmte Publikation dient. Dies dürfte beispielsweise für «Fräulein Smillas Gespür für den Schnee» zutreffen, selbst in der Kurzform «Smilla», in der über das Buch in praktisch sämtlichen Sprachen gesprochen wird.

Kommt es also zu einem Titelklau, sind Nerven, Geld und Zeit raubende gerichtliche Auseinandersetzungen mit einem nicht zu unterschätzenden Risiko des Verlierens behaftet. Das heisst in einem solchen Fall aber keineswegs klein begeben. Die Streitansage mit einer pragmatischen Lösung im Hinterkopf kann sich durchaus lohnen, wie das Beispiel eines AdS-Mitglieds zeigt. Die Autorin hatte in einem Schweizer Kleinverlag ein Buch mit einem Einwort-Titel veröffentlicht, der durchaus als poetisch, aber urheberrechtlich zu wenig individuell bezeichnet werden kann. Später gab ein bedeutendes deutsches Verlagshaus ein Buch mit identischem Titel heraus. Auf genügend nachdrückliche Intervention der Autorin einigte man sich darauf, ihr Buch unter einem anderen Titel in Deutschland neu auf den Markt

zu bringen. So kam die Autorin zu einem professionellen Verlag und musste sich nicht mehr mit einer untätigen Schweizer Verlegerin, mit der sie sich überworfen hatte, herumschlagen.

Regula Bähler, Rechtsberaterin des AdS

\*Max Kummer: Das urheberrechtlich schützbare Werk, Bern 1968, S. 83.