

# Företags personliga integritet (Tyskland)

**HAJO MICHAEL HOLTZ**

Dr. iur. (Hannover), LL.M. (Edinburgh)  
Universitetslektor handelsrätt  
Företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet  
[hajo.holtz@fek.uu.se](mailto:hajo.holtz@fek.uu.se)



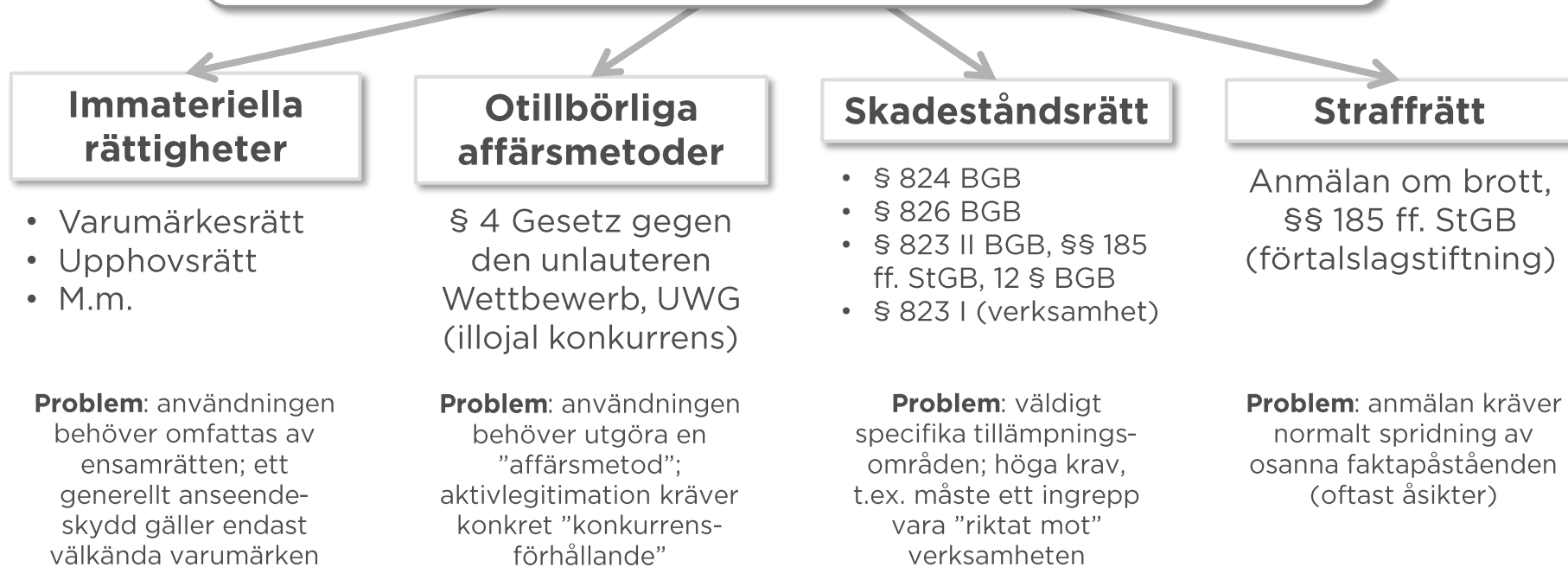
# Disposition

1. **Översikt över olika anspråk**
2. **Företags personliga integritet**
3. **Några exempel från praktiken**



# Översikt över olika anspråk

Enligt tysk rätt diskuteras främst följande anspråk som **juridiska personer** kan ha vid "kränkningar"



Rättspraxis/doktrin har utvecklat **företags rätt till personlig integritet** („*Unternehmenspersönlichkeitsrecht*“) som ett skyddsintresse inom ramen för **§ 823 I BGB** (bredvid ett skydd mot ingrepp i kommersiell verksamhet)!



# Företags rätt till skydd av personlig integritet

- **Vad är det som är unikt med rättigheten?**
  - Det krävs inte att företaget/varumärket är ”välkänt”
  - Det krävs inte något vinstsyfte (även föreningar omfattas)
  - Intrångsgöraren behöver inte vara näringsidkare
- **Främsta tillämpningsfall**
  - Kränkningar som härrör från privatpersoner
  - Vid avsaknaden av ett konkret konkurrensförhållande
- **Exempel**
  - Misskreditering utanför UWG
  - Kränkande bedömningar från privatpersoner
  - Varningar från privatpersoner
  - Användning av varumärken utanför varumärkesrätten



# Hur kan företag vara bärare av ”personlig” integritet?

## Artikel 19 III GG:

*”De grundläggande fri- och rättigheterna gäller även för inhemska juridiska personer i den mån dessa, till sin natur, är tillämpliga på dem.”*

- **BVerfG:** Juridiska personer har rätt till självbestämmande över personlig information enligt **artikel 2 I GG**, Beschluss vom 13. 6. 2007 – 1 BvR 1550/03
- **BGH:** Juridiska personer har rätt till skydd av personlig integritet (*”Unternehmenspersönlichkeitsrecht”*) enligt **artikel 2 I GG**, Urteil vom 26. 1. 2017 – I ZR 217/15
- Ibland i kombination med **artikel 12 GG** (yrkesfrihet) eller med **artikel 14 GG** (rätt till egendom, *”Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb”*)
- Rättigheter som härleds från mänsklig värdighet, **artikel 1 I GG**, kan inte tillämpas på juridiska personer

[40] b) Das Unternehmenspersönlichkeitsrecht schützt als Ausprägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts den durch Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 19 Abs. 3 GG, Art. 8 Abs. 1 EMRK gewährleisteten sozialen Geltungsanspruch von Kapitalgesellschaften als Wirtschaftsunternehmen (vgl. BGH, Urteil vom 3. Juni 1986 – VI ZR 102/85, BGHZ 98, 94, 97; Urteil vom 8. Februar 1994 – VI ZR 286/93, GRUR 1994, 394, 395 = WRP 1994, 306; Urteil vom 11. März 2008 – VI ZR 7/07, AfP 2008, 297 Rn. 9; BGH, GRUR 2015, 289 Rn. 12 – Hochleistungsmagneten).



# Tillämpningen

## Intresseavvägning!

Ob

ein Eingriff in das Persönlichkeitsrecht rechtswidrig ist, muss wegen seiner Eigenart als ein Rahmenrecht durch eine Abwägung der widerstreitenden grundrechtlich geschützten Belange bestimmt werden, bei der die besonderen Umstände des Einzelfalls sowie die betroffenen Grundrechte und Gewährleistungen der Europäischen Menschenrechtskonvention zu berücksichtigen sind. Der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht ist nur dann rechtswidrig, wenn das Schutzinteresse des betroffenen Unternehmens die schutzwürdigen Belange der anderen Seite überwiegt (vgl. BGH, Urteil vom 29. April 2014 – VI ZR 137/13, GRUR 2014, 802 Rn. 8; Urteil vom 17. Dezember 2013 – VI ZR 211/12, BGHZ 199, 237 Rn. 22; Urteil vom 30. September 2014 – VI ZR 490/12, GRUR 2015, 92 Rn. 19).

BGH, Urteil vom 26. 1. 2017 – I ZR 217/15

**Viktning:** Den relativt svaga rätten till skydd av ett företags integritet (s.k. ramrättighet) måste **överväga** den viktiga **ytrandefriheten**; i många fall lyckas företagen inte att motivera varför ytrandefriheten ska stå tillbaka!

**Subsidiaritet:** Andra civilrättsliga anspråk har företräde framför ett anspråk enligt skadeståndsrätten (*lex specialis*, risk för urholkning av specifika intressen/värderingar) – gäller främst i relation till otillbörliga affärsmetoder (UWG) och immateriella rättigheter!



# Några exempel

## Negativt utfall för företaget

- BGH, Urteil vom 11.3.2008 VI ZR 7/07
  - **Beteckning som „Gen-Milch“ (konsumentinformation, kritik)**
- BGH, Urteil vom 16.12.2014 VI ZR 39/14
  - **Varningsbrev till kunder (saklig grund)**
- BGH, Urteil vom 26.1.2017 I ZR 217/15
  - **Företagsnamn i domännamn** "www. f. [Unternehmensname] schaden.eu"
- LG Hamburg, Beschl. v. 12.4.2023 Az. 324 O 96/23
  - **Designer av läderplagg betecknades som "mördare"**

## Positivt utfall för företaget

- BGH, Urteil vom 1.3.2016 VI ZR 34/15
  - **Osaklig bedömning på bedömningsportal för läkare**
- LG München I, Urteil vom 15.2.2022 Az. 33 O 4811/21
  - **Felaktigt åberopande av affärsförbindelse („BMW“)**



# Lärdomar för Sverige?

- Skillnad i Tyskland: högre krav på **aktivlegitimation** av konkurrenter enligt UWG
- Skillnad i Tyskland: renommésnyltning enligt UWG måste relatera till en **efterbildning** av en produkt/tjänst
- I Sverige skulle vissa fall kunna lösas genom **5, 6 §§ MFL** (renommésnyltning, misskreditering)
- Hur stort är behovet av att skydda näringsidkare mot ”kränkningar” från **privatpersoner**?
- Hur stort är behovet av att skydda juridiska personer **utanför näringsverksamhet**?

