

# 1. Das geistige Eigentum als Grundlage

## Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (Artikel 27 Absatz 2):

„Jeder hat das Recht auf Schutz der geistigen und materiellen Interessen, die ihm als Urheber von Werken der Wissenschaft, Literatur oder Kunst erwachsen.“

Die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte soll der Ausgangspunkt meiner Ausführungen sein – aber was versteht man unter „geistigem Eigentum“? Warum kann man Logos nicht patentieren? Welchen Schutz bieten der Copyright-Hinweis ©, das Markenrecht ® oder das Patentrecht? Und was bedeutet Designschutz? Dieses Kapitel bietet einen ersten Überblick.

Als ein Freund des Schweizer Elektroingenieurs *Ueli Sauter* 1993 verstarb und knapp zuvor den Wunsch äußerte, seine Asche möge in den Schweizer Bergen beigesetzt werden, hatte *Ueli Sauter* laut dem Journalisten *Bernd Bruns* eine „inzwischen patentierte Idee“: *Ueli Sauter* wusste, dass Asche bisweilen auch als Dünger genutzt wird. Er assoziierte die Totenasche, in Baumwurzeln eingebracht, mit der anschaulichen Symbolik von einem neuen Leben, das aus ihr hervorgeht: Der Baum sollte als Synthese zwischen Tod und Leben, als natürliches, individuelles und stetig wachsendes Denkmal eines verstorbenen Menschen nach dessen Tod Bestand haben. Die Vision des alternativen „Friedwaldes“ – in Analogie zum Friedhof – war entstanden.<sup>1</sup>

War diese damals (1993) zweifellos neuartige und originelle Idee einer Naturbestattung das geistige Eigentum von *Ueli Sauter*? War deren Realisierung durch abgedeckte Röhrchen im Wurzelwerk von Bäumen, in welche die Totenasche eingebracht werden kann, tatsächlich patentierbar? Hat *Ueli Sauter* auch ein Copyright auf seine (damals noch) unkonventionelle Bestattungsmethode? Oder auf den von ihm geschaffenen Begriff des „Friedwaldes“?<sup>2</sup>

Die Ikone der US-amerikanischen New-Age-Doktrin, *JZ Knight*, wirkt als Medium zu einer „spirituellen Wesenheit“, die sie „*Ramtha*“ nennt. Sie ist die Gründerin der von ihr geleiteten *Ramtha's School of Enlightenment*. *JZ Knight* betreibt seit 1978 „Channeling“ und tritt zu *Ramtha* in parapsychologischen Kontakt ([www.ramtha.com](http://www.ramtha.com)). Zugunsten ihrer *JZ Knight Inc* sind beim österreichischen Patentamt die Wortmarken „*Ramtha Dialogues*“ und „*Ramtha*“ registriert. Im September 1992 trat in Österreich erstmals eine andere Person als Medium in Erscheinung, welche sich als „*Medium, durch welches Ramtha spricht*“, bezeichnete. Vor dem Auftreten dieses Mediums „channelte“ nur *JZ Knight* mit der von ihr so bezeichneten Wesenheit „*Ramtha*“. Das amerikanische Medium

1 *Bernd Bruns*, Letzte Ruhe im „Friedwald“, auf <http://www.postmortal.de/Redaktion/Friedwald/friedwald.html> mit dem Hinweis: In der Schweiz patentierte das Bundesamt für geistiges Eigentum die Beisetzung in Bäumen.

2 <https://www.friedwald.ch/team/idee/>.

*JZ Knight* klagte das österreichische Medium und wollte ihm verbieten lassen, das Wort „Ramtha“ oder Zusammensetzungen oder Verbindungen mit diesem Wort für Seminare oder Seminarunterlagen zu verwenden, soweit diese nicht vom amerikanischen Medium stammten.<sup>3</sup>

Ist der von *JZ Knight* geschaffene Begriff „Ramtha“ ihr geistiges Eigentum? Ist „Ramtha“ urheberrechtlich schützbar? Besteht ein Unterschied zwischen einer Wortmarke „Ramtha“ und dem Urheberrecht? Oder hat *JZ Knight* gar ein Copyright auf die von ihr als „Ramtha“ bezeichnete Wesenheit oder das von ihr erfundene und praktizierte „Channeling“ als mediale Dienstleistung?

An der Frankfurter Buchmesse 2017 waren einige abstrakte Kunstwerke mit ansprechendem ästhetischem Gehalt ausgestellt. Künstliche Intelligenz (KI) hat dieser Kunstwerke entworfen – und das derart stilsicher und neuartig, dass dies so gut wie niemandem im Publikum auffiel. Schöpfer war ein Algorithmus, der neue und ästhetisch ansprechende Bilder erschafft, ohne andere Künstler zu plagieren. Der Algorithmus – ein Creative Adversarial Network (CAN) – war darauf trainiert, innovativ zu sein. Er besteht aus zwei miteinander kooperierenden neuronalen Netzwerken, welche mit gewaltigen Datensätzen aus *Rembrandts*, *Monets* oder *Picassos* trainiert wurden. Während das erste Netzwerk anhand seiner Trainingsdaten neue Bilder generierte, achtete das zweite Netzwerk darauf, dass sich diese nicht zu nahe an den Stil jener Künstler herantasteten, deren Bilder in den Trainingsdaten hinterlegt waren. Im Wechselspiel beider neuronalen Netze entstanden neuartige Bilder, ohne dass ein Mensch darauf Einfluss genommen hätte.<sup>4</sup>

Nach Medienberichten aus September 2022 verbieten die beiden großen Bildagenturen *Getty Images* und *Shutterstock* aufgrund rechtlicher Bedenken in ihrem Angebot künftig Bilder, die von KI-Systemen produziert worden sind.<sup>5</sup> Davon betroffen sind sowohl der Upload als auch der Verkauf derartiger Bilder.

Wir sehen an diesen Beispielen: Geistiges Eigentum berührt alle Bereiche unseres Lebens und wirft eine Fülle an rechtlichen Fragen auf. Bevor wir uns aber an deren Beantwortung wagen, müssen wir uns kurz überlegen, was die in unseren Beispielen verwendeten Begriffe

- geistiges Eigentum,
- Patent bzw patentierbar,
- Wortmarke bzw markenrechtlicher Schutz sowie
- Urheberrecht und Copyright

bedeuten und in welchem Zusammenhang sie stehen.

---

3 4 Ob 96/97i MR 2000, 30 („Ramtha“).

4 <https://www.spektrum.de/news/neuronale-netze-kreativitaet-aus-der-maschine/1557286>.

5 <https://www.urheberrecht.org/news/6981/>.

## 1.1. Was verstehen wir unter Urheberrecht und geistigem Eigentum?

Der Begriff „geistiges Eigentum“ ist als Oberbegriff zu verstehen. Er umfasst mehrere Rechtsgebiete, so ua auch das Urheberrecht und weitere Immaterialgüterrechte wie das Marken-, Muster- und Patentrecht. Sie bezwecken nicht den Schutz materieller körperlicher Gegenstände, sondern von Immaterialgütern. Geschützt sind jeweils nur jene Rechte, die die jeweiligen gesetzlichen Voraussetzungen erfüllen. Es handelt sich in ihrem Kern um Abwehrrechte gegen Dritte.

Der **Begriff** „Urheberrecht“ begegnet uns in den folgenden Kapiteln an zahlreichen Stellen. Er ist in einem doppelten Sinn zu verstehen: Einerseits bezeichnen wir damit eine **Rechtsmaterie**, nämlich die im UrheberrechtsG (UrhG) und im VerwertungsgesellschaftenG geregelten Sachverhalte, über die mein Werk umfassend informiert. Andererseits bezeichnen wir mit dem Begriff „Urheberrecht“ das dem Urheber eines Werks zustehende subjektive **Recht an seinem geistigen Eigentum**, soweit es urheberrechtlich geschützt ist. Im ersten Fall sprechen wir vom Urheberrecht im **objektiven** Sinn, im zweiten Fall vom Urheberrecht im **subjektiven** Sinn. Welcher Sinn im Einzelfall gemeint ist, ergibt sich aus dem jeweiligen Zusammenhang, in dem wir ihn in den folgenden Kapiteln verwenden.

Das Urheberrecht im objektiven Sinn ist ein **juristisches System**, das aus vier miteinander vernetzten Subsystemen besteht:

- Das **materielle Urheberrecht**, im UrhG geregelt – es betrifft die Persönlichkeitsrechte sowie die Verwertungsrechte der Autoren, Komponisten, bildenden Künstler (einschließlich Designern und Architekten sowie Fotografen), Filmurheber und Softwareprogrammierer;
- das **Leistungsschutzrecht**, ebenfalls im UrhG geregelt – es betrifft die Persönlichkeitsrechte sowie die Verwertungsrechte der ausübenden Künstler (Werkinterpreten), der Veranstalter, der Lichtbildhersteller (Fotografen), Tonträgerhersteller, Sendeunternehmer und Datenbankhersteller sowie der Presseverleger;
- das **Urhebervertragsrecht**, im UrhG geregelt, ergänzt durch das allgemeine Zivilrecht – es betrifft die Rechteeinräumung (Lizenzierung) der Urheber bzw Leistungsschutzberechtigten an Werkverwerter wie etwa Verlage oder Filmproduzenten im Zusammenhang mit Werknutzungsverträgen;
- das **Wahrnehmungsrecht**, im VerwertungsgesellschaftenG geregelt – es betrifft die kollektive Rechtewahrnehmung durch Verwertungsgesellschaften (wie zB AKM oder Literar Mechana) zugunsten ihrer jeweiligen Bezugsberechtigten (zB Komponisten, Musikverlage, Autoren, bildende Künstler) gegenüber Nutzern (zB Gastronomie).

### Basics des Urheberwissens

„Das Urheberrecht ist für die Entfaltung der schöpferischen Persönlichkeit und für das kulturelle Leben der Gesellschaft von grundlegender Bedeutung. Es sichert die Existenz der geistig Schaffenden und reguliert die Vermittlung von Kulturgütern. Sein Schutz als Grund- und Menschenrecht basiert auf dem Schutz des Eigentums und der Persönlichkeit.“<sup>6</sup>

Dieser fundamentalen Aussage des österreichischen Obersten Gerichtshofs entnehmen wir unter anderem, dass das dem jeweiligen Schöpfer zustehende Urheberrecht im subjektiven Sinn dem verfassungsgesetzlich geschützten Grundrecht der Unverletzlichkeit des Eigentums unterliegt. Die für uns wesentliche juristische Erkenntnis: Geistiges Eigentum ist ebenso geschützt wie das materielle Hab und Gut – also das Sacheigentum! Dies thematisiert auch die Charta der Grundrechte der Europäischen Union (GRC), die im Zusammenhang mit dem Eigentumsrecht in Art 17 Abs 2 – kurz und bündig – bestimmt: „*Geistiges Eigentum wird geschützt.*“

### 1.2. Warum sollten wir den Begriff „Copyright“ vermeiden?

Im täglichen Leben finden wir im Zusammenhang mit urheberrechtlichen Sachverhalten häufig den englischsprachigen Begriff „**Copyright**“, womit entweder das britische bzw US-amerikanische Urheberrecht oder nur das Vervielfältigungsrecht gemeint sein kann. Da das angelsächsische Urheberrecht auf anderen Grundsätzen beruht als das kontinentaleuropäische und „Copyright“ nicht dem „Urheberrecht“ (im subjektiven Sinn) gleichzusetzen ist, sollten wir diesen Begriff aufgrund seiner Mehrdeutigkeit im Zusammenhang mit dem österreichischen Urheberrecht nicht verwenden. Wir wissen schlichtweg nicht, was mit dem Begriff „Copyright“ im Rahmen der österreichischen Rechtsordnung exakt gemeint ist. Dies ist insbesondere von Bedeutung, wenn wir Verträge über die Nutzung von urheberrechtlich geschützten Werken abschließen. Verwenden wir damit im Zusammenhang den Begriff „Copyright“, dann ist der Umfang der Rechteinräumung nicht exakt geregelt und allfällige Missverständnisse zwischen Werk schöpfer und Werknutzer sind praktisch vorprogrammiert.

Der Begriff Copyright ist ein juristischer Fachbegriff aus dem englischsprachigen Raum, der geistiges Eigentum schützt. Die Bezeichnung setzt sich dabei aus den Wörtern „copy“ (kopieren) und „right“ (Recht) zusammen und regelt somit wortwörtlich das „Kopierrecht“, womit die Nahebeziehung zum Vervielfältigungsrecht offensichtlich wird. Anhand der wortwörtlichen Definition zum Copyright zeigt sich bereits, dass dieses stärker auf die wirtschaftliche Verwertung des geistigen Eigentums ausgerichtet ist. Das Copyright ist auf den Schutz der ökonomischen Verwertbarkeit ausgelegt. Damit steht es im Gegensatz zum österreichischen und deutschen UrhG,

---

6 4 Ob 127/01g MR 2001, 304 („Medienprofessor“).

deren hauptsächliches Ziel der Schutz von Urhebern und ihren Werken ist. Die ideale und künstlerische Bedeutung für den Urheber steht im Vordergrund.

Da das Copyright mehr auf die wirtschaftliche Verwertung von Werken ausgerichtet ist, handelt es sich beim Inhaber eines Copyrights – dem sog. „copyright holder“ – auch oft um ein Unternehmen. Begründen lässt sich dies durch eine Sonderregelung in den USA: Wird ein Werk als Auftragsarbeit („work made for hire“) geschaffen, gehen die ausschließlichen Nutzungsrechte automatisch an den Arbeitgeber über. Das Copyright liegt in diesem Fall nicht bei einer natürlichen Person, sondern es gilt das Unternehmen des Arbeitgebers als Urheber.

Vor dem Beitritt der USA zur Berner Übereinkunft war es notwendig, das Copyright zu beantragen. Möglich war dies im United States Copyright Office. Dieses befindet sich in der Library of Congress, der Nationalbibliothek der USA. Durch die Copyright-Registrierung soll ein eindeutiger Nachweis des Urhebers möglich sein, sodass Streitigkeiten über die Urheberschaft einfach zu klären sind. Mittlerweile ist die Anmeldung nicht mehr notwendig, da durch das Berner Übereinkommen (RBÜ) der Schutz des Werks bereits bei der Fertigstellung gesichert ist. Um in den USA die eigenen Rechte an den eigenen Werken durchzusetzen, ist es weiterhin von Vorteil, das Copyright förmlich zu beantragen. Nach dem US-amerikanischen Copyright ist es zwar nicht zwingend nötig, aber später von Vorteil, das Werk und somit das Copyright zu beantragen oder anzumelden. Amerikanische Gerichte richten sich häufig nach dem Datum der Urheberrechts-Meldung.

### 1.3. Was verstehen wir unter dem Begriff „Leistungsschutzrechte“?

#### Basics des Urheberwissens

Werke sind immaterielle Schöpfungen, die die Individualität seines Urhebers zum Ausdruck bringen. Vom Urheberrecht des Schöpfers (Urheberrecht im subjektiven Sinn) sind die sog. **verwandten Schutzrechte** oder **Leistungsschutzrechte** zu unterscheiden. Auch hierbei handelt es sich um **ausschließliche Rechte**, die dem Inhaber eines Leistungsschutzrechts aufgrund seiner Leistungen kraft Gesetzes zustehen und ihn dazu berechtigen, Dritte von der Nutzung dieser Leistungen auszuschließen. Man kann dieses Recht auch als **Ausschließungsrecht** bezeichnen. Es ist seiner Natur nach ein **Abwehrrecht**, über welches der Inhaber eines Leistungsschutzrechts im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten auch rechtsgeschäftlich verfügen kann, etwa durch die Erteilung von Lizenzen und den Abschluss von Werknutzungsverträgen.

Die Leistungsschutzrechte – auch verwandte Schutzrechte genannt – beziehen sich auf Leistungen, die keine eigentümlichen geistigen Schöpfungen wie zB Romane oder Musik sind, die aber im Zusammenhang mit Werken erbracht werden oder ihnen ähnlich sind und für die ebenfalls ein Schutzbedürfnis besteht. Hierbei handelt es sich in erster Linie um die Leistungen ausübender Künstler (Werkinterpreten wie Sänger oder Musiker) und um die technischen bzw organisatorischen oder unternehmerischen Leistungen von Veranstaltern, Rundfunkunternehmern und von Tonträger- sowie Filmproduzenten. Diese genießen einen Investitionsschutz.

### 1.4. Warum nützt uns das Sacheigentum aus urheberrechtlicher Sicht nichts?

Das Urheberrecht im objektiven Sinn betrifft die Schöpfer aller geistigen Leistungen, soweit diese Leistungen als Werke oder geschützte Leistungen im UrhG aufgezählt sind. Es regelt alle Aspekte des **geistigen Eigentums** (Intellectual Property) an diesen Leistungen. Dabei ist für uns die Unterscheidung zwischen **Sacheigentum** und **geistigem Eigentum** ganz besonders wichtig.

#### Basics des Urheberwissens

Sacheigentum besteht am körperlichen Gegenstand, auch Werkexemplar genannt, wie zB an einem (gedruckten) Buch, einer Skulptur oder einem Tonträger. Auch Musik- oder Bilddateien sind nur materielle Verkörperungen des Werks, aber nicht das Werk selbst. Sacheigentum hat mit dem geistigen Eigentum an dem im konkreten Werkexemplar verwirklichten unkörperlichen Gut (also dem Werk bzw dem geistigen Inhalt) – dem „Gestalt gewordenen Schöpfungsgedanken“ – nichts zu tun. Das unkörperliche Gut bezeichnen wir auch als Immaterialgut. Es ist vom Eigentum am materiellen Gut, dem Sacheigentum, komplett losgelöst.

Wenn wir ein (gedrucktes) Buch oder eine Musik-CD kaufen oder geschenkt erhalten, dann werden wir dessen/deren Eigentümer; wir erwerben daran Sacheigentum und dürfen daher das Buch bzw die Musik-CD verwenden und – aufgrund einer sog „freien Werknutzung“ – sogar einzelne Vervielfältigungsstücke (Kopien) zum privaten Gebrauch herstellen. Wir sind aber dessen ungeachtet nicht berechtigt, dieses Buch oder diesen Tonträger online zu stellen – also zu veröffentlichen – oder beliebig oft zu vervielfältigen und diese Vervielfältigungsstücke zu verkaufen oder zu verschenken, weil wir nicht Schöpfer des geistigen Inhalts sind. Dies gilt auch für die Veröffentlichung in sozialen Netzwerken. Wir sind zwar Sacheigentümer am Buch bzw Tonträger, aber nicht Eigentümer an seinem geistigen Inhalt. Eigentümer ist und bleibt der Autor bzw der Verlag, in dem das Buch erschienen ist, bzw der Tonträgerhersteller, der den Tonträger produziert hat.

### 1.5. Welche weiteren Schutzrechte für geistiges Eigentum gibt es?

Zum geistigen Eigentum im weitesten Sinn bzw zu den sog **Immaterialgütern**, die dem Inhaber ein ausschließliches Recht (Abwehrrecht) an unkörperlichen Wirtschaftsgütern gewähren, zählen wir neben dem Urheberrecht die eingangs bereits erwähnten gewerblichen Schutzrechte (Immaterialgüterrechte), die durch förmliche Registrierung erworben werden, wie

- Markenrecht,
- Patentrecht,
- Gebrauchsmusterrecht und
- Geschmacksmusterrecht (Designschutz).

In den folgenden Kapiteln dieses Buches befassen wir uns nicht weiter mit den Einzelheiten dieser Schutzrechte des geistigen Eigentums. Wir sollten sie aller-

dings nicht gänzlich außer Acht lassen, da es Berührungspunkte und zT Überlappungen mit dem Urheberrecht gibt. An weiterführender Literatur zum Thema „geistiges Eigentum“ und den genannten Immaterialgüterrechten stehen uns zahlreiche Werke sowie ausführliche Informationsangebote (einschließlich Erklärvideos) zur Verfügung, von denen als Einführungslektüre zu empfehlen sind:

- *Gratzl*, Grundriss der gewerblichen Schutzrechte<sup>2</sup> (2013)
- *Haybäck*, Das Recht am geistigen Eigentum<sup>2</sup> (2009)
- *Haybäck*, Marken- und Immaterialgüterrecht<sup>4</sup> (2014)

### Info

- <https://www.patentamt.at/>
- <https://www.patentamt.at/de/quicklinks/wiki-faqs/>
- <https://euipo.europa.eu/ohimportal/de/>
- <https://www.tmdn.org/>

## 1.6. Logo oder Bildmarke – wo ist der Unterschied?

### Die Geschichte von Biosativa

Der Geschäftsführer der klagenden Werbeagentur hat als Inhaber seiner als Einzelfirma geführten Werbeagentur die Wortbildmarke „Biosativa“ für seinen Kunden entwickelt. Die Wortbildmarke wurde – nach einer Übertragung der Verwendungs- und Verwertungsrechte auf den Kunden und nach Registrierung zugunsten von T\*\*\*\* R\*\*\*\* als Markeninhaber – am 8. 3. 2016 gelöscht. Die Urheberrechte an der Wortbildmarke verblieben vereinbarungsgemäß bei der Werbeagentur; sie ist die Rechtsvorgängerin der Klägerin. Die Beklagte vertreibt nach Löschung der Wortbildmarke unter dem Namen „Biosativa“ weiterhin ein ökologisches Reinigungskonzentrat, das über die Website „www.biosativa.com“ angeboten wird.

Die Klägerin begehrte vor Gericht, die Beklagte zur Löschung der Domain „www.biosativa.com“ zu verpflichten und argumentierte damit, ihr stünden die Urheberrechte an der vom ihrem Geschäftsführer entwickelten Wortbildmarke „Biosativa“ zu und dass das vom Rechtsvorgänger der Klägerin entwickelte Wort „Biosativa“ ein Sprachwerk sei. Bei der rechtlichen Beurteilung sei nicht nur auf die semantische Prüfung der beiden lateinischen Wörter „bio“ (ökologisch) und „sativa“ (Gepflanztes) und ihrer Kombination, sondern auf das dahinterstehende Gesamtkonzept samt Werbeslogan und Werbefrafik abzustellen. Maßgebend sei nach Auffassung der Klägerin, ob es wesentlicher Überlegungen eines Dritten bedürfe, um Rückschlüsse auf das Produkt zu ziehen.

### Die Entscheidung des Obersten Gerichtshofs

Ob das Wort „Biosativa“ gedankliche Rückschlüsse auf ein Reinigungsmittel zulässt oder nicht, war für die vom Obersten Gerichtshof zu beurteilende Frage des Werkcharakters nicht entscheidend. Bei den rechtlichen Ausführungen der Klägerin handelte es sich um markenrechtliche Überlegungen. Entgegen der Auffassung der Klägerin reicht die (kennzeichenrechtliche) Unterscheidungskraft eines Wortes für den urheberrechtlichen Schutz als Sprachwerk nicht aus. Die Bezeichnung „Biosativa“ ist für ein ökologisches Reinigungskonzentrat kein urheberrechtlich geschütztes Sprachwerk.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> 4 Ob 14/19s MR 2019, 191 („Biosativa“).

Wortbildmarken und Bildmarken sind – ebenso wie Wortmarken – im Markenrecht beheimatet. Das **Markenrecht** zählt zum Kennzeichenrecht. Es schützt keine geistigen Schöpfungen im urheberrechtlichen Sinn, sondern registrierte Marken und geschäftliche Bezeichnungen (zB sog Firmenschlagworte wie „Apotheke zum Adler“ oder „BILLA“) sowie die Ausstattung von Waren (zB Verpackungsdesign inklusive Farben). Der Schutz besteht gegen unbefugte Verwendung von anderen Zeichen, geschäftlichen Bezeichnungen oder Warenausstattungen, soweit sie verwechslungsfähig ähnlich sind. Das Markenrecht ist daher ein Abwehrrecht gegen Dritte. Es wird durch Registrierung beim Österreichischen Patentamt (ÖPA) (Wien) oder beim Amt der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO) (Alicante) erworben. Das UWG gewährt auch nicht registrierten Kennzeichenrechten (wie zB einem Firmenschlagwort oder einem Domain-Namen) rechtlichen Schutz, der an dieser Stelle nicht weiter vertieft werden soll.

Berührungspunkte zum Urheberrecht ergeben sich beim Schutz von **Logos**: Ein Logo kann als sog Gebrauchsgrafik urheberrechtlichen Schutz genießen; es kann zusätzlich auch im Markenregister als sog Wort-Bild-Marke oder einfache Bildmarke (mit oder ohne Wortbestandteile) registriert (nicht „patentiert“) sein, wie das Fallbeispiel „Biosativa“ zeigt. In einer derartigen Konstellation bestehen zwei voneinander unabhängige Schutzrechte, nämlich einerseits das Urheberrecht und andererseits das Markenrecht. Naturgemäß besteht zunächst das Urheberrecht, weil es mit der Erschaffung des Logos – ohne irgendein Registrierungsverfahren – entsteht, während ein allfälliges Markenrecht erst im Anschluss an die Schöpfung des Logos durch Registrierung im Markenregister erworben werden kann.

**Zu beachten:** Wer ein fremdes, urheberrechtlich geschütztes Logo übernimmt und als Wort-Bild-Marke oder Bildmarke anmeldet, ohne Schöpfer zu sein oder über eine entsprechende Werknutzungsbewilligung zu verfügen, handelt in aller Regel bösgläubig und verstößt damit gegen das MarkenschutzG (§ 34). Eine Löschung der Marke wegen Bösgläubigkeit ist über Antrag möglich.<sup>8</sup>

### 1.7. Wann besteht Titelschutz?

Auch beim **Werktitelschutz** bestehen Berührungspunkte zwischen Urheberrecht und Kennzeichenrecht: Der Titel eines Werks (zB eines Buches oder einer Zeitung) ist sowohl Teil des Werks als auch Kennzeichnungsmittel, um das Werk im Geschäftsverkehr von anderen Werken zu unterscheiden.

Das UrhG bestimmt daher, dass im geschäftlichen Verkehr weder der Titel oder die sonstige Bezeichnung eines Werks der Literatur oder Kunst noch die äußere

---

<sup>8</sup> OLG Wien 133 R 80/18i („UFO/KONFULON“).

Ausstattung von Werkstücken (zB Einbandgestaltung<sup>9</sup> oder Verlagsfarben) für ein anderes Werk auf eine Weise verwendet werden darf, die geeignet ist, Verwechslungen hervorzurufen (§ 80 UrhG). Charakteristisch für die Kennzeichnungsfunktion eines Werktitels ist seine **Unterscheidungskraft**. Diese schützt vor der **Verwechslungsgefahr** mit anderen Werken ähnlichen Titels. Eine vergleichbare (kennzeichenrechtliche) Bestimmung finden wir in § 9 UWG. Beide Normen sind aus bloß historischen Gründen im UrhG (seit 1936) bzw im UWG (seit 1923) enthalten – rein thematisch sollten sie im MarkenschutzG geregelt sein.

Grundsätzlich gilt für die Erlangung des Titelschutzes, dass die Bezeichnung eines (Druck-)Werks etwas Besonderes, Individuelles an sich haben muss; sie darf sich nicht auf die bloße Angabe des Inhalts oder des Gebietes beschränken, auf das es sich bezieht.<sup>10</sup> Vom Werktitelschutz erfasst werden daher nur **unterscheidungskräftige** Titel<sup>11</sup> von Druckschriften (Zeitungen,<sup>12</sup> Zeitschriften, Bücher etc), Filmwerken, Musikwerken, Radiosendungen<sup>13</sup> und Bühnenwerken, in jüngerer Zeit auch von Domains<sup>14</sup> und Apps. Dies ist den Grundsätzen des Kennzeichenrechts geschuldet. Der Titel „Fernsehwoche“ etwa ist für eine Programmzeitschrift nur beschreibend; einem solchen Zeichen fehlt an sich die Unterscheidungskraft.<sup>15</sup> Gattungstiteln fehlt regelmäßig die Unterscheidungskraft.<sup>16</sup>

Berechtigter und **Inhaber** des Titelrechtes ist regelmäßig der Inhaber des Rechts an dem – mit dem Titel bezeichneten – Werk.<sup>17</sup> Das ist im Allgemeinen entweder der Verfasser des Werks, zumeist aber der Verlag, der sich vom Autor die Titelrechte über den Verlagsvertrag<sup>18</sup> übertragen lässt.

Der Werktitelschutz entsteht durch die **Verwendung** des Titels im geschäftlichen Verkehr; in der Regel fällt dies mit der erstmaligen Veröffentlichung des Werks zusammen. Die in Deutschland gebräuchliche Publikation einer Titelschutzanzeige in einschlägigen Fachmedien (zB im Titelschutzanzeiger oder im Titelschutzjournal), welche den Titelschutz bereits mit der Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige und nicht erst mit der Veröffentlichung des Werks entstehen lässt, ist in Österreich zwar nicht unbekannt, rechtlich aber auch nicht anerkannt.

9 RIS-Justiz RS0077149 (Die Verwechslungsfähigkeit ... war gegeben, weil der Schutzumschlag des „Baby Book“ im Hinblick auf die Verwendung des gleichen Kinderkopfes in den gleichen Farben mit dem Buchumschlag des Buches „Unser Baby“ auf jeden Fall verwechslungsfähig ist.)

10 RIS-Justiz RS0077052.

11 4 Ob 1031/95 MR 1995, 188 („Österreichischer Juristenkalender“).

12 4 Ob 288/04p MR 2005, 326 („tvmedia/tvDIGITAL“); 4 Ob 15/06v MR 2006, 211 („Weekend“).

13 4 Ob 110/10w MR 2011, 99 („Musiktruch'n/Musigtruchn“).

14 17 Ob 22/11a MR 2012, 150 („Wetter.at“).

15 RIS-Justiz RS0077066.

16 4 Ob 38/03x MR 2004, 52 („Music Channel“).

17 RIS-Justiz RS0076543.

18 Siehe Kapitel 9.8. (Verlagsverträge und Herausgeberverträge).

Werktitel können zusätzlich zum Werktitelschutz auch markenrechtlichen Schutz genießen, wenn sie als Marke beim Patentamt (ÖPA) oder beim Amt der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO) – oder einem beliebigen anderen Markenamt – registriert worden sind.

### Basics des Urheberwissens

Der Titelschutz zählt zum Kennzeichenrecht. Er gilt auch für Publikationen, die keinen urheberrechtlichen Schutz genießen. Dies ist zwar in der Praxis nur sehr selten der Fall, zeigt aber, dass der Titelschutz mit dem urheberrechtlichen Schutz eines Werks nichts zu tun hat und diesen auch nicht voraussetzt.

### Info

- <https://www.patentamt.at/marken/>
- <https://www.patentamt.at/quicklinks/wiki/marke/>
- <https://www.buecher.at/titelschutz/>
- <https://www.buecher.at/wp-content/uploads/2016/05/Merkblatt-Titelschutz.pdf>
- <https://www.titelschutzjournal.de/>

## 1.8. Warum kann man Logos nicht patentieren?

**Patent** und **Gebrauchsmuster** sind technische Schutzrechte. Sie schützen Erfindungen, die naturwissenschaftliche Erkenntnisse durch verbale und/oder grafische Beschreibungen (Pläne und Skizzen) in technische Handlungsanweisungen bzw Problemlösungen umsetzen. Ästhetische Formschöpfungen (wie zB Logos) sind vom Erfindungsbegriff und damit vom Patentschutz ausdrücklich ausgenommen (§ 1 Abs 3 Z 4 PatG). Logos können daher nicht patentiert, sondern nur als Marke registriert werden. Eine neuartige technische Problemlösung ist aber auch urheberrechtlich nicht schutzfähig.<sup>19</sup> Berührungspunkte mit dem Urheberrecht bestehen daher nicht.

Einen für die Praxis ganz wesentlichen Unterschied zwischen Patent und Urheberrecht sollten wir uns vor Augen führen: Während technische Schutzrechte gegen die nicht genehmigte Ausführung der in ihnen verkörperten technischen Lehre bzw Problemlösung und gegen die Verwertung der mit ihrer Hilfe hergestellten Erzeugnisse Schutz bieten, schützt das Urheberrecht nicht vor der Ausführung bzw Umsetzung einer Idee oder eines Konzepts, selbst wenn das Konzept urheberrechtlich geschützt ist.

Technische Pläne und Ausführungszeichnungen sind häufig Bestandteil einer Patentschrift. Während das aufgrund einer Patentschrift erteilte Schutzrecht – das Patent – den Patentinhaber davor schützt, dass seine durch Pläne und Ausführungszeichnungen näher konkretisierte Erfindung, nämlich die Umsetzung einer technischen Problemlösung, nachgeahmt wird, gewährt das Urheberrecht an diesen Plänen und Ausführungszeichnungen keinen Schutz gegen die Umsetzung, sondern nur gegen die simple Vervielfältigung der Pläne und Zeichnungen sowie gegen deren Verbreitung.<sup>20</sup>

---

19 RIS-Justiz RS0076633.

20 Vgl OLG Wien MR 1989, 58 („Haus am Michaelerplatz“).