

Die Säulen der Erde – zum Verhältnis zwischen Urheber- und Ausstattungsschutz

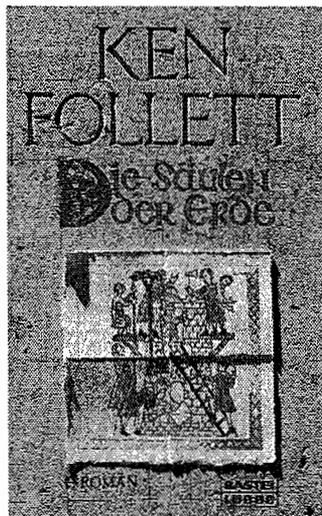
Clemens Thiele

Franz-Rehrl-Platz 7, 5020 Salzburg
Anwalt.Thiele@eurolawyer.at.

Schlagworte: Werkbegriff, Ausstattungsschutz, Designschutz, Nachahmungsschutz
Abstract: Anhand eines in Deutschland entschiedenen Falles erörtert der folgende Beitrag das Zusammenspiel zwischen dem kennzeichenrechtlichen Schutz für bestimmte „Ausstattungen“ und dem urheberrechtlichen Werkschutz.

1. Das Problem

Der Grafikerdesigner und spätere Kläger hatte den Umschlag zu dem Buch „Die Säulen der Erde“ des Autors Ken Follett gestaltet:



Der später beklagte Verlag hatte diese Illustration ohne Rücksprache mit dem Kläger für eine im Folgenden erschienene Hörbuchreihe des Verlages (Audio-Books) verwendet:

Als Vorlage für den illustrierten Buchumschlag diente dem Kläger eine alte Bauhandwerkerszene aus dem 12. Jahrhundert, die vom Verlag ausgewählt worden war. Der Verlag wandte im Verfahren ein, dass der Umschlag wegen der Verwendung dieser „gemeinfreien Vorlage“ ohnehin

urheberrechtlich nicht schutztauglich sein könne. Das Gericht hatte letztlich die Frage zu klären, ob dem entworfenen Umschlag urheberrechtlicher Schutz zukäme.

2. Die Entscheidung des Gerichts

Das LG Düsseldorf¹ entschied zu Gunsten des Klägers und untersagte eine ungenehmigte Verwendung des von ihm entworfenen Buchumschlags für die Hörbuchreihe. Das Gericht begründete den Urheberschutz wie folgt:

„Der von dem Kläger erstellte Schutzumschlag ‚Die Säulen der Erde‘ stellt eine persönliche geistige Schöpfung dar. Dabei kann dahin stehen, ob der Mitarbeiter der Beklagten die Bauhandwerkerszene entdeckt und ausgewählt hat. Allein die Art, wie der Kläger dieses Motiv in sein Werk eingebaut hat, stellt eine urheberrechtlich geschützte Leistung dar. Dabei ist es nicht so sehr entscheidend, dass der Kläger die Zeichnung im Stil mittelalterlicher Bilderhandschriften koloriert hat. Dies ist zwar eine sorgfältige, historisch stimmige, aber nur handwerksmäßige Leistung. Entscheidend ist die unstreitig vom Kläger stammende Idee, diese Bauhandwerkerszene zweifach gefaltet auf dem kalksteinartigen Hintergrund zu platzieren. Durch die zweifache Faltung entsteht der Eindruck, das die Bauhandwerkerszene zeigende Büttenpapierblatt sei von einer Person, beispielsweise dem Baumeister, mitgebracht und auf einem für den Kirchenbau bestimmten Stein abgelegt worden. Hierdurch weckt der Kläger gekonnt Assoziationen beim Betrachter. Gerade der an der Zeit des Mittelalters interessierte Betrachter weiß, dass das mittelalterliche Wissen der Baumeister nicht von Universitäten vermittelt wurde, sondern aus langjähriger Erfahrung resultierte. Dieses Wissen wurde gerade von den besonders erfahrenen Baumeistern als ein Geschäftsgeheimnis gehütet und nur an ausgewählte Schüler weitergegeben. Der Betrachter hat nun das Glück, eine solche zufällig liegen gebliebene Zeichnung sehen zu können. Ihm wird der Eindruck vermittelt, an den Geheimnissen eines mittelalterlichen Baumeisters teilhaben zu können. Durch die Gestaltung des Schutzumschlages schlägt der Kläger so eine Brücke zwischen dem Betrachter und der Thematik des Buches. Es gibt wenige Buchbände, die derart gekonnt mit den Assoziationen des Betrachters spielen. Das Werk des Klägers weist folglich einen hohen schöpferi-

1 29. 3. 2000, 12 O 98/98 – *Die Säulen der Erde*, n.v. (die bemerkenswerten Ausführungen zum Schadenersatz bleiben aus Platzgründen unerörtert).

schen Eigentümlichkeitsgrad auf, die das rein Handwerksmäßige und Alltägliche weit überragt. Daher kann dem Werk ein Urheberrechtsschutz nicht versagt werden.“²

3. Eigene Stellungnahme

3.1 Urheberrechtsschutz für Werke der angewandten Kunst

Davon abzugrenzen ist der **urheberrechtliche Ausstattungsschutz**. Er scheidet i. d. R. mangels erforderlicher Eigentümlichkeit i. S. des § 1 UrhG aus,³ ist aber z. B. für ein Zeitungslayout, eine Website⁴ udgl. keineswegs ausgeschlossen. Auch bei Schutzumschlägen von Büchern kann es sich durchaus um künstlerische Leistungen aus dem Bereich der angewandten Kunst nach § 3 Abs. 1 UrhG handeln wie z. B. der zum Buch „*Die Säulen der Erde*“ des Autors Ken Follet.⁵

Das Kriterium der **urheberrechtlichen Unterscheidbarkeit**⁶ im Sinne eines reduzierten Originalitätsbegriffs gilt nach der restriktiven Auffassung österreichischer Gerichte bloß im Bereich der Lichtbildkunst, nicht hingegen bei den sonstigen Werk(kategori)en.

Werke i. S. des Urheberrechtsgesetzes sind eigentümliche geistige Schöpfungen auf den Gebieten der Literatur, der Tonkunst, der bildenden Künste und der Filmkunst. Ein Werk genießt nach § 1 Abs. 2 UrhG als Ganzes und in seinen Teilen urheberrechtlichen Schutz. Als Werke der bildenden Künste gelten nach § 3 Abs. 1 insbesondere auch Werke der angewandten Kunst (des Kunstgewerbes).

Zur Frage, ob ein bestimmtes Logo urheberrechtlichen Schutz genießt, besteht eine unterschiedliche Rechtsprechung. Für den Werkcharakter nach §§ 1, 3 Abs. UrhG kommt es entscheidend darauf an, ob der künstlerische Gedanke auch hinreichend deutlich zum Ausdruck kommt. Das Logo

2 LG Düsseldorf 29. 3. 2000, 12 O 98/98 – *Die Säulen der Erde*, n.v.

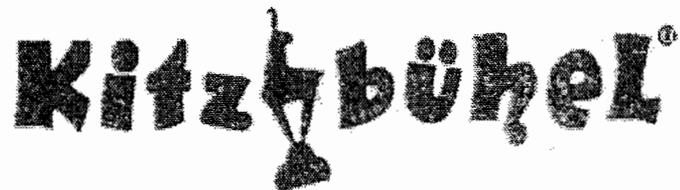
3 OGH 15. 5. 1979, 4 Ob 344/79 – *Thorn-News*, ÖBl 1980, 51 = UFITA 89 (1981), 364.

4 OGH 24. 4. 2001, 4 Ob 94/01d – *www.telering.at*, MR 2001, 147 = wbl 2001/318, 537 (*Thiele*) = ÖBl-LS 2001/149, 220 = ÖBl-LS 2001/150, 220 = ecolex 2001/316, 847 (*Schanda*) = RdW 2001/609, 592 = MR 2001, 234 (*Guggenberger*) = *JUS Z/3247* = ÖBl 2001, 276 = ecolex 2002, 438 (*Schumacher*).

5 LG Düsseldorf 29. 3. 2000, 12 O 98/98 – *Buchumschlag*, n.v. mit lesenswerter Begründung.

6 Zu diesem Begriff grundlegend *Walter*, Die Schutzvoraussetzung der Originalität im Rechtssystem nach österreichischem und europäischem Urheberrecht in *Fallenböck/Galla/Stockinger* (Hrsg.), *Urheberrecht in der digitalen Wirtschaft* (2005), 19, 24 f.

müsste sich vom alltäglichen, landläufigen und üblicherweise hervor-
gebrachten abheben. So haben die Gerichte⁷ dem so genannten „Kitzbüheler
Waldelogo“



Werkcharakter zugebilligt, ebenso dem Schriftzug „Zimmermann Fit-
ness“⁸ mit folgendem Aussehen:



Hingegen wurde in jüngster Zeit dem Firmenlogo „Securo“ eines Zaun-
bauunternehmens der urheberrechtliche Schutz versagt:⁹



Im Verfahren wurde dazu u. a. vorgebracht, dass die erforderliche Indivi-
dualität und Eigentümlichkeit in der Formgebung und Farbwahl zum Aus-
druck käme – wie von der Erstklägerin trefflich geschildert –, *weil es sich
um eine Signalfarbe, eine warme Farbe handelt und genau um das ging es,
um das Gefühl einer warmen sicheren Umzäunung*. Die klagende Künst-
lerin fühlte sich nach wie vor mit dem Signet verbunden und würde es
auch in einen Katalog ihrer Werke aufnehmen. Jeder einzelne Teil des Sig-
nets trug zu dessen Eigenart bei:

„Die Abänderung des Anfangsbuchstabens ‚S‘ und damit des gesamten
Wortbild erfolgt zu einem Bildausdruck. Es entsteht hierbei die stärkste

7 OGH 24. 5. 2005, 4 Ob 63/05a – Kitzbüheler Gams, MR 2005, 252 (Walter) = ecolex 2005/447,
926 (Schachter) = ÖBl-LS 2005/238, 209 = ÖBl-LS 2005/247, 211 = RdW 2005/759, 692.

8 OGH 22. 6. 1999, 4 Ob 159/99g, MR 1999, 282 = ÖBl 2000, 130 (Kuckso).

9 OGH 10. 7. 2007, 4 Ob 103/07 m – Zaunbau Securo, MR 2007, 263 (krit. Walter).

Auseinandersetzung zwischen ‚sichtbar‘ und ‚lesbar‘. Dieser Doppeleffekt wird durch die für das Entstehungsjahr 1986 moderne Grafik ausgenutzt, um das Formensignet erinnerungsstark zu gestalten, indem im Beobachter die ‚Intrige‘ zwischen der abstrakten Alphabetform und der ausgeprägten Bildform angefacht wird. Dabei kehrt der Buchstabe zum Bild zurück und wird der Schriftzug von der bloßen Ligatur zum prägnanten Ornament. Was das klägerische ‚Securo-Logo‘ als Markenzeichen erscheinen lässt, ist der Stilisierungsgrad, den die klägerische Künstlerin bewusst zum grafischen Effekt hin gestaltet hat. Der Grad der Erkennbarkeit des Wortes ‚SECURO‘ ist damit verschieden von herkömmlichen Schreibweisen, jedoch absolut eindeutig. [...]

Das von den Klägern geschaffene Signet gewinnt seine Individualität und eigentümliche Charakteristik wesentlich aus der unterschiedlichen Gestaltung und speziellen Kombination seiner Elemente:

Zunächst fällt der **vollflächige, einfarbige Hintergrund** ins Gewicht, der den schwarzen Schriftzug Securo mit dem **lang gezogenen ‚S‘** hervorhebt.

Das dazu **im Kontrast** gehaltene Wortelement ‚Zaubau‘ befindet sich zur Gänze in der **stark erweiterten Oberlänge** des lang gezogenen ‚S‘ und zwar exakt im oberen Zentrum des Signets. Durch diese Verbindung wird nicht nur die Kompaktheit des Signets betont, sondern auch der Wiedererkennungswert erheblich gesteigert, da nach kurzem Hinsehen eben der Begriff ‚Zaubau‘ im Zusammenhang mit dem Schriftzug ‚Securo‘ in Erinnerung bleibt (d. h. optisch haften bleibt).

Schließlich sind sowohl der Securo-Schriftzug als auch das Element ‚Zaubau‘ in **kursiven Großbuchstaben** gesetzt, wodurch die Dynamik des lang gezogenen ‚S‘ betont wird. Gleichzeitig stellt aber die in Orange einheitlich gehaltene rechteckige Grundfläche des Signets eine Begrenzung im Sinne einer Einfriedung dar, wodurch die um- und abschließende Funktion eines Zaunes symbolisiert wird.“

Das Rekursgericht¹⁰ verneinte demgegenüber die Werkeigenschaft des Signets unter Hinweis auf vergleichbare Rsp.¹¹, da „weder die Verwendung des Buchstabens S in lang gezogener Form noch die Einfügung des Wortes Zaubau in den solcherart geschaffenen oberen Balken dieses Buchstabens – auch bezogen auf den Zeitpunkt 1986 – einen sonderlich neuen Gedanken oder eine besonders originelle Ausgestaltung“ darstellt. Wörtlich: „*Daran*

10 OLG Linz 12. 4. 2007, 2 R 54/07k.

11 OGH 7. 4. 1992, 4 Ob 36/92 – *Bundesheer-Formblatt*, MR 1992, 199 (Walter) = wbl 1992, 340 = ÖBl 1992, 81 = EvBl 1993/36 = SZ 65/51; 18. 5. 1993, 4 Ob 34/93 – *Flügelsymbol*, ecolex 1993, 688 = wbl 1993, 368 = MR 1993, 186 (Walter) = ÖBl 1993, 132.

können auch die kunsttheoretischen Überlegungen des Rekurses zum künstlerischen Gedanken bei der Schaffung des streitgegenständlichen Logos nichts ändern, kommt es für den Werkcharakter nach §§ 1, 3 Abs. 1 UrhG doch darauf an, ob dieser künstlerische Gedanke auch zum Ausdruck kommt. Letzteres muss im vorliegenden Fall verneint werden, zumal sich das klagsgegenständliche Logo vom Alltäglichen, Landläufigen und üblicherweise Hervorgebrachten nicht abhebt.“¹²

Im Zusammenhang mit dem **europäischen Werkbegriff** muss demgegenüber ein Werk im Sinne des Urheberrechtsgesetzes das Ergebnis der eigenen geistigen Schöpfung seines Urhebers sein, ohne dass es eines besonderen Maßes an Originalität bedarf. Es genügt, dass eine individuelle Zuordnung zwischen Werk und Schöpfer insofern möglich ist, als dessen Persönlichkeit aufgrund der von ihm gewählten Gestaltungsmittel zum Ausdruck kommt und eine Unterscheidbarkeit bewirkt.

Die eingangs skizzierte Entscheidung zeigt sehr deutlich den richterlichen Ansatz in Deutschland bei der Entscheidung darüber, ob eine Illustration urheberrechtlichen Schutz erlangen kann oder nicht. Die sehr sorgfältige Prüfung macht deutlich, wie hoch die Ansprüche an die Schöpfungshöhe sind. Der überwiegende Anteil der Illustrationen von Schutzumschlägen dürfte nach diesen Grundsätzen daher als urheberrechtlich schutzuntauglich anzusehen sein, jedenfalls nach derzeit h.Rsp.¹³ in Österreich.

3.2 Ausstattungsschutz für Werkstücke (§ 80 UrhG)

§ 80 Abs. 1 UrhG nennt – wie schon das UrhG 1895/1920 – die „äußere Ausstattung“. Deren Schutz setzt aber – entgegen § 9 Abs. 3 UWG – keine Verkehrsgeltung¹⁴ voraus, sodass anstelle des Begriffes „Ausstattung“ – besser – jener der „**äußeren Aufmachung von Werkstücken**“ verwendet wird.¹⁵ „**Äußere Aufmachung**“ bedeutet, dass das Werkstück bestimmte Gestaltungen oder Merkmale aufweist, die geeignet sind, dem Verkehr die Unterscheidung von gleichartigen Werkstücken anderer Herkunft zu ermöglichen. Die äußere Aufmachung des Werkstücks muss bereits veröffentlicht sein,

12 OLG Linz 12. 4. 2007, 2 R 54/07k.

13 OGH 10. 7. 2007, 4 Ob 103/07 m – *Zaunbau Securo*, MR 2007, 263 (krit. *Walter*).

14 *Walter*, Entscheidungsanmerkung, MR 1989, 176 Pkt. 2; a. A. OGH 14. 6. 1988, 4 Ob 33/88 – *Apotheke Gottes III*, MR 1988/4, 122 (krit. *Walter*) = SZ 61/145.

15 Ebenso *Schönherr*, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht Grundriß Allgemeiner Teil (1982), Rz 574 FN 8.

zumindest aber angekündigt, und zwar in einer sinnlich wahrnehmbaren Gestaltung, z. B. in der Fernsehwerbung, an Plakatwänden etc.

Zur äußeren Aufmachung gehören z. B. die Form und Farbe des Einbandes oder Umschlages der Vervielfältigungsstücke.¹⁶ Die **Verwendung desselben Titelbilds** für je eine Nummer verschiedener Romanserien ist unzulässig;¹⁷ ebenso die Verwendung des gleichen Kinderkopfes in gleichen Farben für den Schutzumschlag zweier verschiedener Baby-Bücher.¹⁸

Das **Format** an sich ist hingegen **nicht** geschützt. Die Herausgabe einer populär-wissenschaftlichen Zeitschrift, deren Aufmachung nur im Format, nicht aber in ihrer übrigen Aufmachung, einer anderen Zeitschrift gleicht, ist daher zulässig.¹⁹

Keine schützenswerte äußere Aufmachung liegt in den technisch notwendigen Merkmalen, das sind diejenigen, die aus technischen Gründen erforderlich sind, eine gleichartige Ausstattung zu ermöglichen.²⁰ In diesem Fall kann auch eine allfällige Verkehrsgeltung keinen Kennzeichenschutz begründen.²¹

Ausstattungsschutz nach § 80 UrhG durch ein Verbreitungsverbot für ein Buch kommt z. B. wegen verwechselbar ähnlicher Gestaltung des Umschlages in Betracht.²² „FORMAT Money“ verletzte die Ausstattung des Magazins „FOCUS MONEY“, insbesondere auch die grafische Darstellung der Kurstabellen und damit den Titel- und Ausstattungsschutz nach § 80 UrhG.²³

3.3 Ausstattungsschutz nach § 9 UWG

Der **Schutz der Ausstattung ein und desselben**, bei verschiedenen Verlegern erschienenen **Werkes** ist nach § 9 UWG und nicht nach § 80 UrhG zu beurteilen, wenn der eine Verleger dagegen Schutz begehrt, dass ein anderer Verleger die für seine Ausgabe charakteristische Ausstattung nach-

16 EB 1936 zit. nach Dillenz, ÖSGRUM 3, 165.

17 OLG Wien 7. 12. 1951, 1 R 1082/51 – *Buffalo-Story*, EvBl 1953/447.

18 OGH 16. 10. 1954, 3 Ob 462/54 – *Baby-Book*, EvBl 1954/ 449 = ÖBl 1955, 19 = SZ 27/249.

19 OGH 23. 5. 1951, 1 Ob 336/51 – *Zeitschriften*, SZ 24/143.

20 Vgl. OGH 10. 3. 1987, 4 Ob 315/87 – *Komfortverschluss*, GRURInt 1988, 520 = ÖBl 1987, 63 = wbl 1987, 162.

21 OGH 15. 12. 1987, 4 Ob 343/86 – *Easy Rider*, MR 1988, 23 = ÖBl 1988, 41 = wbl 1988, 122.

22 OGH 6. 10. 1954, 3 Ob 462/54 – *Baby Book*, EvBl 1954/499 = SZ 27/249.

23 Vgl. OGH 16. 07. 2002, 4 Ob 124/02t – *FORMAT Money I*, MR 2002, 325; 11. 01. 2005, 4 Ob 216/04z – *FORMAT Money II*, JUS Z/3954 = MR 2005, 132.

geahmt habe, sodass die beiden Ausgaben miteinander verwechselt werden können.²⁴ Insoweit besteht **volle Konkurrenz**.²⁵

Demgegenüber kann sich der Titel- und Ausstattungsschutz bei **zwei verschiedenen Werken** nur auf § 80 UrhG, nicht aber auf § 9 UWG stützen.²⁶ Die Ausstattung wird nämlich nur insofern nach § 80 UrhG geschützt, als die Verwechslung zwischen zwei Werken i. S. des UrhG vermieden werden soll. Pastellfarbene Pflanzen und Blumen auf der Titelseite eines Buches über Heilkräuter genießen ohne Verkehrsgeltung mangels Unterscheidungskraft keinen solchen **Ausstattungsschutz i. S. des § 80 UrhG**.²⁷ Dass zwei populärwissenschaftliche Zeitschriften das gleiche Format und ein farbiges Bild als Titelblatt haben, begründet allein eine Verwechselbarkeit nicht, weil auch eine Unzahl anderer populärer Zeitschriften verschiedensten Inhalts diese beiden Ausstattungsmerkmale aufweist.²⁸

4. Sonstiger Designschutz

4.1 Nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster

Seit dem Jahr 2002 besteht neben dem nationalen Geschmacksmusterrecht²⁹ ein Schutz unmittelbar auf der Grundlage des Gemeinschaftsrechts. Die **Verordnung** (EG) Nr. 6/2002 des Rates vom 12. 12. 2001 über das **Gemeinschaftsgeschmacksmuster**³⁰ erleichtert seit ihrem Inkrafttreten am 6. 3. 2002 den europaweiten Schutz für Designleistungen. Im Gegensatz zum österreichischen Rechtsverständnis wird dabei ein Erzeugnis auch ohne formale Anmeldung als ein so genanntes „nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster“ nach Art. 1 Abs. 2 lit. a GGVO geschützt. Der Schutz beginnt mit dem Tag, an dem es der Öffentlichkeit innerhalb eines Landes der Europäischen Union³¹ erstmals offenbart wurde. Es liegt dann vor, wenn die einschlägigen Fachkreise von der Veröffent-

24 OGH 15. 12. 1954, 3 Ob 670/54 – *Wildgans Gesamtausgabe*, ÖBl 1955, 17 = SZ 27/316; 5. 5. 1987, 4 Ob 390/86 – *Apotheke Gottes I*, MR 1988, 91 (Walter) = ÖBl 1988, 78.

25 So bereits *Seiller*, JBl 1930, 89, 90 lSp; *Bettelheim*, JBl 1937, 94, 95 rSp.

26 OGH 27. 6. 1988, 4 Ob 37/89 – *Apotheke Gottes IV*, MR 1989, 173 (Walter).

27 OGH 27. 6. 1988, 4 Ob 37/89 – *Apotheke Gottes IV*, MR 1989, 173 (Walter).

28 OGH 23. 5. 1951, 1 Ob 336/51 – *Zeitschrift U*, SZ 24/143.

29 Auf dieses Registerrecht wird im Folgenden nicht eingegangen.

30 ABl. L 3 vom 5. 1. 2002, 1; im Weiteren kurz „GGVO“.

31 So ausdrücklich nunmehr Art. 110a Abs. 5 GGVO.

lichung im normalen Geschäftsverlauf Kenntnis erlangen können.³² Im System der Immaterialgüterrechte steht das nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster dem Urheberrecht nahe, dessen Schutz in Deutschland und Österreich ebenfalls keiner Registrierung oder Anmeldung bedarf.³³ Das eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster muss wie die Gemeinschaftsmarke beim Harmonisierungsamt (HABM) in Alicante angemeldet werden. Für beide Schutzmöglichkeiten gilt das **Erfordernis der Neuheit des Designs**. Dieses Kriterium zielt auf eine statistische Einmaligkeit ab, wengleich Doppelschöpfungen im Designbereich durchaus möglich sind.

Für die **Eigenart des Designs** ist kein hohes Maß an Originalität oder Gestaltungskraft erforderlich. Es reicht, wenn sich das betreffende Design von vorbekannten Gestaltungen unterscheidet, ohne dass dabei eine bestimmte Schöpfungs- oder Gestaltungshöhe erreicht werden müsste. Damit ist der Schutzbereich für Website-Gestaltungen,³⁴ Icons³⁵ und animierte Zeichen ebenso eröffnet wie z. B. für bestimmte Fernsehformate wie z. B. die Millionenshow.³⁶ Der Ausschluss der Computerprogramme vom Geschmacksmusterschutz nach Art. 3 lit. b GGVO steht dem nicht entgegen.

Das Europäische Designrecht (kurz: GGM) dient damit gerade dem Schutz einfacher Gestaltungen, soweit sie ein Mindestmaß an Unterscheidbarkeit aufweisen und nicht lediglich technisch bedingt sind. Bei der Beurteilung der Eigenart kommt es weniger auf die Gestaltungskraft (wie im Urheberrecht), sondern vielmehr auf die Unterscheidungskraft an. Insoweit erscheint es gerechtfertigt anstatt von „Eigenart“ von musterrechtlicher Unterscheidungskraft zu sprechen.³⁷ Der Schutz für ein nicht eingetragenes GGM kommt auf den eingangs skizzierten Sachverhalts allerdings nicht zur Anwendung, weil das Design vor dem 4. April 2002 geschaffen und veröffentlicht wurde, nämlich bereits 1995.

32 Internetplattformen bieten an neue Designleistungen zu präsentieren, um jederzeit den Nachweis einer globalen Offenbarung führen zu können: <http://www.designtresor.at>.

33 Näher zur Einordnung des GGM innerhalb der Immaterialgüterrechte *Thiele/Schneider*, *Europäischer Designschutz in Deutschland und Österreich* (2006), 30 ff.

34 Vgl. näher *Heutz*, *Freiwill Internetdesign?* MMR 2005, 567, 571.

35 Vgl. KG Berlin, 19. 11. 2004, 5 W 170/04 – *Meersalzlogo*, CR 2005, 672 (*Klawitter*) = ZUM 2005, 230 (*Boddien*).

36 Vgl. *Thiele*, *Nochmals: Der (urheber-)rechtliche Schutz von Fernsehformaten*, MR 2006, 314, 316.

37 Vertiefend *Thiele/Schneider*, *Designschutz*, 52 ff.

4.2 Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz

Ausgangspunkt der Überlegungen ist, dass man eine ungeschützte fremde Leistung grundsätzlich für eigene Zwecke verwenden darf. Dies ist im Interesse einer Fortentwicklung sogar wünschenswert. Erst wenn ein Schutz von Gebrauchsgrafiken durch ein Sonderrecht, z. B. Urheberrecht, ausscheidet, kann der nachgelagerte **subsidiäre Leistungsschutz nach § 1 UWG** zum Tragen kommen. Das Wettbewerbsrecht knüpft insoweit nicht an das Leistungsergebnis, sondern an die Art und Weise der Erbringung der Leistung, also an eine Handlung an. Diese darf nicht unlauter sein und den Wettbewerb zum Nachteil des anderen beeinträchtigen. Ein Überspannen des wettbewerbsrechtlichen Schutzes würde ein Unterlaufen der Wertungen des Urheberrechts bedeuten. Es bedarf vielmehr **zusätzlicher Umstände**, die als missbilligenswert einzustufen sind.³⁸ Die eine Unzulässigkeit der Nachahmung infolge Sittenwidrigkeit bewirkenden Umstände kategorisiert die Rsp.³⁹ mit

- (bewusster) sklavischer Nachahmung,
- vermeidbarer Herkunftstäuschung,
- Erschleichen des fremden Arbeitsergebnisses oder sein Erlangen durch Vertrauensbruch,
- systematisches Nachahmen, um den Mitbewerber zu behindern, und
- Ausbeuten des guten Rufs eines fremden Erzeugnisses.

Sie haben gemeinsam, dass der Nachahmer entweder vorsätzlich in Bezug auf die als sittenwidrig zu beurteilende Handlung vorgegangen ist oder fort-dauernd die wettbewerbsrechtlich zu beanstandende Situation hervorruft, wie z. B. Verwechslungsgefahr oder Rufschädigung.

Eine nicht unbeachtliche Erleichterung hat insofern die UWG-Novelle 2007⁴⁰ gebracht. Nach § 2 Abs. 3 Z. 1 UWG 2007 gilt eine Geschäftspraktik ferner als irreführend, wenn sie geeignet ist, einen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte und das Folgende enthält, und zwar durch „*jegliche Vermarktung eines Produkts einschließlich vergleichender Werbung, die eine Verwechslungsgefahr mit einem Produkt oder Unternehmenskennzeichen eines Mitbewerbers begründet*“. § 2 UWG 2007 erfasst damit auch das „Imitationsmarketing“, also die Herbeiführung von Verwechslungsgefahr mit einem anderen Produkt oder Unternehmenskennzeichen. Dies bedeutet

38 Siehe die Nachweise bei *Wiltschek UWG* § 1 E 1089 ff.

39 Statt vieler OGH 11. 8. 2005, 4 Ob 114/05a – *Kooperationspartner*, ÖBL-LS 2005/264, 255.

40 BGBl I 79/2007, in Kraft seit 12. 12. 2007.

vor allem, dass die bisher von der Rsp. unter § 1 UWG subsumierte Herkunftstäuschung durch „sklavische Nachahmung“ nunmehr unter § 2 Abs. 3 Z. 1 UWG fällt und der Unterlassungsanspruch ohne weitere subjektive Voraussetzungen zu gewähren ist.

Darüber hinaus besteht nunmehr – anders als nach bisheriger Rspr.⁴¹ – zwischen den Verbotstatbeständen des Kennzeichenrechts nach §§ 9 UWG, 51 MSchG und dem allgemeinen Irreführungstatbestand des § 2 UWG kumulative Anspruchskonkurrenz. Damit besteht ein Gleichrang zwischen dem Immaterialgüterrecht und dem Wettbewerbsrecht. Der Neuheitswert dieser Regelung ist daher nicht zu unterschätzen, eröffnet sich doch dadurch ein erheblicher Anwendungsbereich der Vorschrift. Denn dieser darf nicht mit dem Begriff „Kennzeichen eines Unternehmens“ im Sinn von § 9 UWG gleichgesetzt werden. Die UPG-RL⁴² geht nämlich von einem weiten Begriff des Unternehmenskennzeichens aus nach Art. 6 Abs. 2 lit. a UGP-RL: „Verwechslungsgefahr mit einem anderen Produkt, Warenzeichen, Warennamen oder anderen Kennzeichen eines Mitbewerbers“. Daraus folgt, dass jede Art von Unterscheidungszeichen, das geeignet ist, ein Unternehmen oder die Produkte eines Unternehmens zu identifizieren, darunterfällt. In der Praxis wird dies vor allem für Ausstattungen (wie grafische oder farbliche Designelemente) Bedeutung haben, gegen deren verwechslungsfähigen Gebrauch auf der Grundlage des § 2 Abs. 3 Z. 1 UWG 2007 auch dann vorgegangen werden kann, wenn keine Verkehrsgeltung vorliegt.⁴³

5. Zusammenfassung

Die eingangs aufgeworfene Frage nach dem Verhältnis zwischen Werk- und Ausstattungsschutz ist – typisch juristisch – zu beantworten: Es kommt darauf an. Ein illustrierter Schutzumschlag stellt dann ein urheberrechtlich geschütztes Werk dar, wenn es sich um eine „persönlich geistige Schöpfung“ des Gestalters handelt. Wie auch schon bei der Frage nach dem grundsätzlichen Schutz von Designleistungen dargestellt, kommt es bei

41 OGH 7. 7. 1981, 4 Ob 362/81 – *Bosch-Kundendienst*, ÖBl 1982, 101 m. w. N.

42 RL 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern, ABl. L 149, 22.

43 Ebenso *Schuhmacher*, Die UWG-Novelle 2007, wbl 2007, 557, 563 m. w. N.

der Beantwortung ausschließlich auf die Betrachtung des Einzelfalles an. Grundsätzlich ist der Maßstab, also die zu erreichende Schöpfungshöhe, die einen urheberrechtlichen Schutz gewährt, sehr hoch angesiedelt. Auch bei den Schutzumschlägen von Büchern handelt es sich um künstlerische Leistungen aus dem Bereich der angewandten Kunst. Das Design muss die Durchschnittsgestaltung weit überragen, es darf nicht nur handwerksmäßig oder routinemäßig hergestellt worden sein.