

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 „Channeling“ als mediale Dienstleistung?

Wir sehen an diesen Beispielen: Geistiges Eigentum berührt alle Bereiche unseres Lebens und wirft eine Fülle an rechtlichen Fragen. 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.

1.1. Was verstehen wir unter Urheberrecht und geistigem Eigentum?

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 Urheberrechtsgesetz (UrhG) und im Verwertungsgesellschaftengesetz 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 Urheberrechtsgesetz (UrhG) geregelt – es betrifft die Persönlichkeitsrechte sowie die Verwertungsrechte der Autoren, Komponisten, bildenden Künstler (einschließlich Designern und Architekten sowie Fotografen), Filmurheber und Softwarehersteller;
- das **Leistungsschutzrecht**, ebenfalls im Urheberrechtsgesetz geregelt – es betrifft die Persönlichkeitsrechte sowie die Verwertungsrechte der ausübenden Künstler (Interpreten), der Veranstalter, der Lichtbilderhersteller (Fotografen), Tonträgerhersteller, Sendeunternehmer und Datenbankhersteller;
- das **Urhebervertragsrecht**, im Urheberrechtsgesetz geregelt – es betrifft die Rechtseinräumung (Lizenzierung) und Rechtsübertragung der Urheber bzw

Leistungsschutzberechtigten an Werkverwerter wie etwa Verlage, Filmproduzenten;

- das **Wahrnehmungsrecht**, im Verwertungsgesellschaftengesetz geregelt – es betrifft die kollektive Rechtswahrnehmung durch Verwertungsgesellschaften (wie zB AKM oder Literar Mechana) zugunsten ihrer jeweiligen Bezugsberechtigten (zB Komponisten, Musikverlage, Autoren, bildende Künstler) gegenüber Nutzern (zB Gastlokale).

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.“³

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 entspricht der 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 des Urhebers gemeint sein kann. Da das angelsächsische Urheberrecht auf anderen Grundsätzen beruht als das kontinentaleuropäische und „Copyright“ nicht dem „Urheberrecht“ gleichzusetzen ist, sollten wir diesen Begriff im Zusammenhang mit dem österreichischen Urheberrecht aufgrund seiner Mehrdeutigkeit 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 Werkschöpfer und Werknutzer sind praktisch vorprogrammiert.

3 4 Ob 127/01g MR 2001, 304 – „Medienprofessor“.

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

Basics des Urheberwissens

Vom Urheberrecht des Schöpfers (Urheberrecht im subjektiven Sinn) sind die sogenannten **verwandten Schutzrechte** oder **Leistungsschutzrechte** zu unterscheiden.

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 (Interpreten wie Sänger oder Musiker) und um die technischen bzw organisatorischen oder unternehmerischen Leistungen von Veranstaltern, Rundfunkunternehmen und von Tonträger- sowie Filmproduzenten.

1.4. Warum uns das Sacheigentum an einem Werkexemplar aus urheberrechtlicher Sicht nichts nützt

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

Basics des Urheberwissens

Das Sacheigentum besteht am körperlichen Gut, auch Werkexemplar genannt, wie zB an einem (gedruckten) Buch, einer Skulptur oder einem Tonträger. Dieses Sacheigentum hat mit dem Rechtseigentum 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 sogenannten „freien Werknutzung“ – sogar einzelne Vervielfältigungsstücke (Kopien) zum privaten Gebrauch herstellen. Wir sind aber deshalb nicht berechtigt, dieses Buch oder diesen Tonträger beliebig oft zu vervielfältigen und diese Vervielfältigungsstücke zu verkaufen oder zu verschenken, weil wir nicht Schöpfer des geistigen Inhalts sind. Wir sind zwar Sacheigentümer am Buch bzw Tonträger, aber nicht Rechtseigentümer an seinem geistigen Inhalt. Rechtseigentümer 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 gibt es außer dem Urheberrecht?

Zum geistigen Eigentum im weitesten Sinn bzw zu den sogenannten **Immaterialgütern**, die dem Inhaber ein ausschließliches Recht an unkörperlichen Wirtschaftsgütern gewähren, zählen wir neben dem Urheberrecht die eingangs bereits erwähnten gewerblichen Schutzrechte, 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. An weiterführender Literatur zum Thema „geistiges Eigentum“ stehen uns zahlreiche Werke zur Verfügung, von denen als Einführungslektüre zu empfehlen sind:

- *Gratzl*, Grundriss der gewerblichen Schutzrechte² (2013)
- *Haybäck*, Das Recht am geistigen Eigentum² (2009)
- *Haybäck*, Marken- und Immaterialgüterrecht⁴ (2014)

Info

- <https://www.patentamt.at/>
- <https://oami.europa.eu/ohimportal/de/>
- <https://www.tmdn.org/tmview/welcome.html?lang=de>

1.6. Was schützt das Markenrecht? Und wann besteht Titelschutz?

Das **Markenrecht** zählt zum Kennzeichenrecht. Es schützt keine geistigen Schöpfungen im urheberrechtlichen Sinn, sondern registrierte Marken und geschäftliche Bezeichnungen (zB sogenannte 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 wird durch Registrierung beim Österreichischen Patentamt (ÖPA) (Wien) oder beim Amt der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO) (Alicante) erworben.

Berührungspunkte zum Urheberrecht ergeben sich beim Schutz von **Logos**: Ein Logo kann als sogenannte Gebrauchsgrafik urheberrechtlichen Schutz genießen; es kann zusätzlich auch im Markenregister als sogenannte Wort-Bild-Marke oder

einfache Bildmarke (mit oder ohne Wortbestandteile) registriert (nicht „patentiert“) sein. 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.

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

Das Urheberrechtsgesetz bestimmt daher, dass im geschäftlichen Verkehr weder der Titel oder die sonstige Bezeichnung eines Werks der Literatur oder Kunst noch die äußere Ausstattung von Werkstücken (zB Einbandgestaltung) für ein anderes Werk auf eine Weise verwendet werden darf, die geeignet ist, Verwechslungen hervorzurufen (§ 80 UrhG). Eine vergleichbare (kennzeichenrechtliche) Bestimmung finden wir in § 9 UWG. Beide Normen sind aus bloß historischen Gründen im UrhG (seit 1936) bzw UWG (seit 1923) enthalten – rein thematisch sollten sie im MarkenschutzG geregelt sein.

Vom Werktitelschutz erfasst werden allerdings nur unterscheidungskräftige Titel⁴ von Druckschriften (Zeitungen⁵, Zeitschriften, Bücher etc), Filmwerken, Musikwerken, Radiosendungen⁶ und Bühnenwerken, in jüngerer Zeit auch von Domains⁷ und Apps.

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), die 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.

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.

4 4 Ob 1031/95 MR 1995, 188 – „Österreichischer Juristenkalender“.

5 4 Ob 288/04p MR 2005, 326 – „tvmedia/tvDIGITAL“.

6 4 Ob 110/10w MR 2011, 99 – „Musiktruch'n/Musigtruchn“.

7 17 Ob 22/11a MR 2012, 150 – „Wetter.at“.

Basics des Urheberwissens

Der Titelschutz gilt auch für Werke der Literatur und Kunst, 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

- <http://www.buecher.at/titelschutz/>

1.7. Was schützt das Patentrecht?

Patent- und **Gebrauchsmusterrecht** sind technische Schutzrechte. Sie schützen Erfindungen, die naturwissenschaftliche Erkenntnisse durch verbale und/oder grafische Beschreibungen (Pläne und Skizzen) in technische Handlungsanweisungen bzw Problemlösungen umsetzen. Berührungspunkte mit dem Urheberrecht bestehen nicht. Einen für die Praxis ganz wesentlichen Unterschied zwischen Patent und Urheberrecht müssen wir uns immer 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.⁸

1.8. Was schützt das Geschmacksmusterrecht?

Beim Begriff „Geschmacksmuster“ denken wir wahrscheinlich in erster Linie an etwas Essbares – weit gefehlt: Das **Geschmacksmusterrecht** schützt ästhetisch wirkende gewerbliche Muster und Modelle bzw wie wir heute sagen: das Design. Dies allerdings nur unter der Voraussetzung, dass es neu und eigentümlich ist. Ein Geschmacksmusterrecht (Designschutz) wird durch Registrierung beim Österreichischen Patentamt (Wien) oder beim Amt der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO) (Alicante) erworben. Es ist – anders als das Gebrauchsmusterrecht – kein technisches Schutzrecht.

Auch zwischen Designschutz und Urheberrecht bestehen Berührungspunkte: Da die Eigenschaften „neu und eigentümlich“ auch auf Werke der angewandten

8 Vgl OLG Wien MR 1989, 58 – „Haus am Michaelerplatz“.

Kunst zutreffen können, können sich Urheberrecht und Geschmacksmusterrecht **überschneiden**. Ein Schutz nach beiden Systemen ist grundsätzlich möglich und zulässig, weil der Urheberrechtsschutz selbstständig neben einem allfälligen (Geschmacks-)Musterschutz steht.⁹ Die in diesem Überschneidungsbereich in Deutschland für urheberrechtlichen Schutz geforderte „besondere Gestaltungshöhe“ ist in Österreich nach der Rechtsprechung nicht (mehr) erforderlich. Gerade für Sitzmöbel lassen sich zahlreiche Beispiele finden, für die sowohl Urheberrechtsschutz als auch Geschmacksmusterschutz besteht.

Info

- <http://www.patentamt.at/Designschutz/Schutzrechte/>
- <https://oami.europa.eu/ohimportal/de/designs>

1.9. Urheberrecht und ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz

Das Urheberrecht hat auch Berührungspunkte zum Gesetz gegen **unlauteren Wettbewerb (UWG)**: Werden urheberrechtlich gerade noch nicht geschützte Leistungen von einem anderen kopiert bzw einfach **übernommen** (sogenannte „unmittelbare Leistungsübernahme“) oder **nachgeahmt** und erfolgt dies im geschäftlichen Verkehr, dann beurteilt die Rechtsprechung dies unter bestimmten Umständen als „*unlautere Geschäftspraktik*“ und damit als Verstoß gegen § 1 Abs 1 UWG.

In jüngster Zeit kommt damit im Zusammenhang dem wettbewerbsrechtlichen Schutz vor schmarotzerischer **Ausbeutung** von (grafischen) Zeichen und Emblemen, die keinen urheberrechtlichen Schutz genießen, besondere Bedeutung zu, aber beispielsweise auch einem Lutscher mit Kaugummifüllung¹⁰.



Abb 1: 4 Ob 227/12d ecolex 2013/181, 447 – „Tico Pop Lutscher“ (Lutscher mit Kaugummifüllung [Original])

⁹ RIS-Justiz RS0070554 sowie RS0070569.

¹⁰ 4 Ob 227/12d ecolex 2013/181, 447 – „Tico Pop Lutscher“ (Lutscher mit Kaugummifüllung [Original]).