jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

TE OGH 1999/6/22 4Ob159/99g

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 22.06.1999

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten des Obersten Gerichtshofes Dr. Kodek als Vorsitzenden, den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Graf, die Hofrätinnen des Obersten Gerichtshofes Dr. Griß und Dr. Schenk sowie den Hofrat des Obersten Gerichtshofes Dr. Vogel als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Helge T*****, vertreten durch Dr. Werner Masser und andere Rechtsanwälte in Wien, wider die beklagten Parteien 1. Alois F*****, vertreten durch Dr. Günther Egger, Rechtsanwalt in Innsbruck, 2. C***** Gesellschaft mbH, *****, vertreten durch Dr. Philipp E. Lettowsky, Rechtsanwalt in Salzburg, wegen Unterlassung und Leistung (Gesamtstreitwert 380.000 S), infolge Revision der klagenden Partei gegen das Urteil des Oberlandesgerichtes Wien als Berufungsgericht vom 15. Jänner 1999, GZ 4 R 229/98w-22, womit infolge Berufung der klagenden Partei das Urteil des Handelsgerichtes Wien vom 5. August 1998, GZ 24 Cg 13/98i-16, bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung beschlossen und zu Recht erkannt:

Spruch

Der Revision wird Folge gegeben.

Die Urteile der Vorinstanzen werden - betreffend das Unterlassungsbegehren - als Teilurteil dahin abgeändert, daß es zu lauten hat:

"Die beklagten Parteien sind schuldig es zu unterlassen, ein dem Logo "Zimmermann.FITNESS." ähnliches Logo - ausgenommen durch Ergänzung desselben mit einem auf den Eigentümerwechsel hinweisenden Zusatz - selbst oder durch Dritte zu benützen oder zu verwerten, und zwar insbesondere die erstbeklagte Partei dadurch, daß sie es für Zwecke der Präsentation und Werbung für ihr Fitness-Studio benützt, insbesondere in Aufschriften am Portal und im Innenraum des Geschäftslokales sowie auf Drucksorten und in Inseraten, und die zweitbeklagte Partei dadurch, daß sie es zu Geschäftszwecken bearbeitet oder in ursprünglicher oder bearbeiteter Form für die Herstellung von Werbeprospekten oder sonstigen Werbemitteln verwertet.

Das Mehrbegehren, den beklagten Parteien werde ein gleichartiges Verhalten auch in Ansehung des Logos "Zimmermann.FITNESS." sowie dieses Logos, ergänzt um einen auf den Eigentümerwechsel hinweisenden Zusatz, verboten, wird abgewiesen.

Die Kostenentscheidung bleibt der Endentscheidung vorbehalten."

Im übrigen, also betreffend das Leistungsbegehren, werden die Urteile der Vorinstanzen aufgehoben und die Rechtssache in diesem Rahmen an das Erstgericht zur ergänzenden Verhandlung und neuerlichen Urteilsfällung zurückverwiesen.

Die Kosten des Rechtsmittelverfahrens sind weitere Verfahrenskosten.

Text

Entscheidungsgründe:

Bernd Zimmermann führte 1983 als Einzelunternehmen zwei Fitness-Studios, und zwar in Wien 3 und Wien 18. In der Folge erwarb er ein Haus in Wien 7 und eröffnete auch dort ein Fitness-Studio. In diesem Zusammenhang wollte er seinem Unternehmen ein neues Image verleihen und es mit einer neuen Werbelinie bewerben. Zu diesem Zweck wandte er sich 1983 oder 1984 an den Kläger, der eine Werbeagentur führt. Der Kläger konzipierte in seinem Auftrag eine Werbe- und Anzeigenlinie, die auch ein neues Logo enthielt. Eine bestimmte Farbe war nicht Teil des Logos. Dieses Logo war wie folgt gestaltet:

Bernd Zimmermann verwendete dieses Logo für alle seine Fitness-Studios. Als er sein Unternehmen später rechtlich umgestaltete und die Studios nicht mehr von ihm persönlich, sondern von Betreibergesellschaften geführt wurden, deren Geschäftsführer er war, an denen er aber nicht oder nur untergeordnet als Gesellschafter beteiligt war, überließ er die Nutzung dieses Logos den jeweiligen Betreibergesellschaften.

1997 erwarb der Erstbeklagte Inventar und Kundenstock des Fitness-Studios in Wien 7 und mietete von Bernd Zimmermann die entsprechenden Räumlichkeiten. In diesem Zusammenhang überließ Bernd Zimmermann dem Erstbeklagten auch die Verwendung des vom Kläger entworfenen Schriftzuges "ZIMMERMANN. fitness.", weil diese Unternehmensbezeichnung noch immer einen guten Ruf hatte und auch auf der Hausmauer angebracht und von dort nur schwer zu entfernen war. Der Erstbeklagte betrieb das Fitness-Studio weiter und verständigte die Kunden vom Wechsel in der Person des Unternehmensträgers. Er beauftragte die Zweitbeklagte, eine Werbekampagne zu gestalten, in deren Zuge auch das bisherige Logo neugestaltet wurde. Es hat nun folgendes Aussehen:

Der Kläger stellt das Urteilsbegehren, die Beklagten seien schuldig es zu unterlassen, das Logo "Zimmermann.Fitness." oder ein diesem ähnliches Logo selbst oder durch Dritte zu benützen oder zu verwerten, und zwar insbesondere der Erstbeklagte dadurch, daß er es für Zwecke der Präsentation und Werbung für sein Fitness-Studio benützt, insbesondere in Aufschriften am Portal und im Innenraum des Geschäftslokales sowie auf Drucksorten und in Inseraten, und die Zweitbeklagte dadurch, daß sie es zu Geschäftszwecken bearbeitet oder in ursprünglicher oder bearbeiteter Form für die Herstellung von Werbeprospekten oder sonstigen Werbemitteln verwertet; der Erstbeklagte sei schuldig, dem Kläger 84.000 S samt 5% Zinsen seit 29. 1. 1998 zu zahlen; die Beklagten seien zur ungeteilten Hand schuldig, dem Kläger weitere 36.000 S samt 5% Zinsen seit 29. 1. 1998 zu zahlen. Der Kläger habe das Logo auf Wunsch von Bernd Zimmermann für diesen entworfen, das sich durch die Kombination von zwei unterschiedlich geformten und gesetzten Schriftzügen im Zusammenhang mit farblicher Gestaltung auszeichne. Bernd Zimmermann habe das Logo nur im Zusammenhang mit bestimmten Werbezwecken und persönlich als Betreiber der Fitness-Studios verwenden dürfen; weitergehende Rechte seien ihm nicht eingeräumt worden. Der Erstbeklagte verwende das Logo ohne Einwilligung des Klägers in einer von der Zweitbeklagten hergestellten veränderten Form, bei der um den in blau-grüner Farbe gehaltenen Schriftzug "Zimmermann" ein Schatten gezogen und der Schriftzug ".Fitness." in kleinerer Schrift ins rechte Eck gerückt worden sei. Diese Veränderungen entsprächen nicht dem Qualitätsstandard des Klägers und seien geeignet, Verwechslungen mit dessen Werk hervorzurufen. Auch werde das Werk des Klägers schmarotzerisch ausgebeutet. Die Beklagten benützten das Logo des Klägers rechtsgrundlos. Eine Übertragung des Nutzungsrechtes auf sie habe im Hinblick darauf, daß Bernd Zimmermann ein solches nur eingeschränkt auf seine Person zugestanden habe, nicht erfolgen können. Begehrt werde die Unterlassung der weiteren Verwendung sowie die Zahlung eines (den üblichen Honorarrichtlinien des Klägers) angemessenen Entgelts.

Die Beklagten beantragen die Abweisung des Klagebegehrens. Bernd Zimmermann habe ein unbeschränktes und übertragbares Nutzungsrecht am Logo entgeltlich erworben. Der Erstbeklagte leite seine Nutzungsrechte von Bernd Zimmermann ab. Der Schriftzug sei mit Gestattung Zimmermanns von diversen Unternehmen, an denen er selbst nicht oder nur untergeordnet beteiligt gewesen sei, schon früher verwendet worden. Der Erstbeklagte habe die Zweitbeklagte mit der Bearbeitung des Logos beauftragt.

Das Erstgericht wies das Klagebegehren ab. Ausgehend von den eingangs wiedergegebenen Feststellungen vertrat es rechtlich die Auffassung, der Umfang von Nutzungsrechten von urheberrechtlich geschützten Werken richte sich nach dem Zweck der Überlassung. Die Herstellung eines Logo, das als Unternehmenskennzeichen gedacht sei und maßgeblich aus einem Namenszug bestehe, umfasse im Zweifel ein uneingeschränktes und ausschließliches Nutzungsrecht. Ein solches könne sogar unentgeltlich überlassen werden. Mangels gegenteiliger Absprache hänge die Berechtigung auch nicht von der tatsächlichen Zahlung des Werklohns ab, solange nicht deswegen ein berechtigter

Vertragsrücktritt des Unternehmens erfolge. Der Kläger habe Bernd Zimmermann bzw dessen Unternehmen die Nutzung des Logos überlassen, ohne Beschränkungen zu vereinbaren. Der Kläger habe darüber hinaus die Verwendung des Logos als Unternehmenskennzeichen mehr als zehn Jahre lang geduldet. Unter diesen Umständen stehe dem Auftraggeber des Klägers ein uneingeschränktes und ausschließliches Nutzungsrecht an dem Logo zu. Hinsichtlich der Übertragbarkeit des Nutzungsrechts sehe § 28 Abs 1 UrhG vor, daß ein Werknutzungsrecht im Zweifel dem Unternehmen, zu dem es gehört, oder mit einem solchen Zweig des Unternehmens mitübertragen wird. Der Erstbeklagte habe mit dem Fitness-Studio auch das Recht auf Benutzung des diesem Zweigunternehmen zugehörigen Unternehmenskennzeichens miterworben. Zwar dürften an geschützten Werken - von gesetzlich Erlaubtem oder zur vereinbarten Nutzung Unumgänglichem abgesehen - keinerlei Veränderungen vorgenommen werden; allerdings sei als urheberrechtlich schutzfähig lediglich der Schriftzug "Zimmermann" zu beurteilen. Die Stellung und Größe des in Blockschrift gehaltenen Zusatzes ".Fitness." trage zur Eigenart nichts Erhebliches bei. Da somit die Verwendung des Logos durch die Beklagten aus den an ihm bestehenden Nutzungsrechten abgeleitet werde, könne weder von verwechslungsfähiger Nachahmung noch von schmarotzerischer Ausbeutung die Rede sein.Das Erstgericht wies das Klagebegehren ab. Ausgehend von den eingangs wiedergegebenen Feststellungen vertrat es rechtlich die Auffassung, der Umfang von Nutzungsrechten von urheberrechtlich geschützten Werken richte sich nach dem Zweck der Überlassung. Die Herstellung eines Logo, das als Unternehmenskennzeichen gedacht sei und maßgeblich aus einem Namenszug bestehe, umfasse im Zweifel ein uneingeschränktes und ausschließliches Nutzungsrecht. Ein solches könne sogar unentgeltlich überlassen werden. Mangels gegenteiliger Absprache hänge die Berechtigung auch nicht von der tatsächlichen Zahlung des Werklohns ab, solange nicht deswegen ein berechtigter Vertragsrücktritt des Unternehmens erfolge. Der Kläger habe Bernd Zimmermann bzw dessen Unternehmen die Nutzung des Logos überlassen, ohne Beschränkungen zu vereinbaren. Der Kläger habe darüber hinaus die Verwendung des Logos als Unternehmenskennzeichen mehr als zehn Jahre lang geduldet. Unter diesen Umständen stehe dem Auftraggeber des Klägers ein uneingeschränktes und ausschließliches Nutzungsrecht an dem Logo zu. Hinsichtlich der Übertragbarkeit des Nutzungsrechts sehe Paragraph 28, Absatz eins, UrhG vor, daß ein Werknutzungsrecht im Zweifel dem Unternehmen, zu dem es gehört, oder mit einem solchen Zweig des Unternehmens mitübertragen wird. Der Erstbeklagte habe mit dem Fitness-Studio auch das Recht auf Benutzung des diesem Zweigunternehmen zugehörigen Unternehmenskennzeichens miterworben. Zwar dürften an geschützten Werken - von gesetzlich Erlaubtem oder zur vereinbarten Nutzung Unumgänglichem abgesehen - keinerlei Veränderungen vorgenommen werden; allerdings sei als urheberrechtlich schutzfähig lediglich der Schriftzug "Zimmermann" zu beurteilen. Die Stellung und Größe des in Blockschrift gehaltenen Zusatzes ".Fitness." trage zur Eigenart nichts Erhebliches bei. Da somit die Verwendung des Logos durch die Beklagten aus den an ihm bestehenden Nutzungsrechten abgeleitet werde, könne weder von verwechslungsfähiger Nachahmung noch von schmarotzerischer Ausbeutung die Rede sein.

Das Berufungsgericht bestätigte dieses Urteil und sprach aus, daß der Wert des Entscheidungsgegenstands 260.000 S übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei. Es teilte zwar nicht die Rechtsmeinung des Erstgerichts, wonach der Zusatz ".Fitness." zur Eigenart des Logos nichts Erhebliches beitrage; dessen Individualität sei vielmehr gerade in der speziellen Kombination der einzelnen Elemente begründet. Bei den von der Zweitbeklagten vorgenommenen Änderungen handle es sich aber um solche, die das Gesetz zulasse. Gemäß § 21 Abs 1 UrhG seien insbesondere solche Änderungen eines Werks zulässig, die durch die Art oder den Zweck der erlaubten Werknutzung gefordert werden. Lege man dem das ausschließliche und uneingeschränkte Werknutzungsrecht am Logo zugrunde, dessen Zweck darin bestehe, seinem Inhaber als Unternehmenskennzeichen zu dienen und als solches von diesem im geschäftlichen Verkehr verwendet zu werden, könne es nicht zweifelhaft sein, daß damit auch das Recht umfaßt sei, geringfügige Adaptierungen vorzunehmen, wenn dadurch die eigentümliche Charakteristik des Gesamtwerks nicht beeinträchtigt werde. Der Dritte dürfe daher durch einen entsprechenden Zusatz, der die Eigentümlichkeit des Werks nicht beeinträchtige, auf die Übernahme des Unternehmens und damit auf den Eigentümerwechsel hinweisen. Nur wenn solche geringfügigen Adaptierungungen vom Werknutzungsrecht mitumfaßt seien, würde dieses im geschäftlichen Verkehr überhaupt erst nutz- und brauchbar. Demzufolge handle es sich beim Zusatz ".Das neue." um eine Ergänzung, die der Urheber dem zur Benutzung des Werks Berechtigten nach den im redlichen Verkehr geltenden Gewohnheiten und Gebräuchen nicht untersagen könne. Gleiches müsse erst recht für die bloße Veränderung der Größe des Schriftzugs ".fitness." gelten, weil hiedurch die Eigentümlichkeit des Werks nicht wesentlich beeinträchtigt werde.Das Berufungsgericht bestätigte dieses Urteil und sprach aus, daß der Wert des Entscheidungsgegenstands 260.000 S übersteige und die ordentliche Revision zulässig sei. Es teilte zwar nicht die Rechtsmeinung des Erstgerichts, wonach

der Zusatz ".Fitness." zur Eigenart des Logos nichts Erhebliches beitrage; dessen Individualität sei vielmehr gerade in der speziellen Kombination der einzelnen Elemente begründet. Bei den von der Zweitbeklagten vorgenommenen Änderungen handle es sich aber um solche, die das Gesetz zulasse. Gemäß Paragraph 21, Absatz eins, UrhG seien insbesondere solche Änderungen eines Werks zulässig, die durch die Art oder den Zweck der erlaubten Werknutzung gefordert werden. Lege man dem das ausschließliche und uneingeschränkte Werknutzungsrecht am Logo zugrunde, dessen Zweck darin bestehe, seinem Inhaber als Unternehmenskennzeichen zu dienen und als solches von diesem im geschäftlichen Verkehr verwendet zu werden, könne es nicht zweifelhaft sein, daß damit auch das Recht umfaßt sei, geringfügige Adaptierungen vorzunehmen, wenn dadurch die eigentümliche Charakteristik des Gesamtwerks nicht beeinträchtigt werde. Der Dritte dürfe daher durch einen entsprechenden Zusatz, der die Eigentümlichkeit des Werks nicht beeinträchtige, auf die Übernahme des Unternehmens und damit auf den Eigentümerwechsel hinweisen. Nur wenn solche geringfügigen Adaptierungungen vom Werknutzungsrecht mitumfaßt seien, würde dieses im geschäftlichen Verkehr überhaupt erst nutz- und brauchbar. Demzufolge handle es sich beim Zusatz ".Das neue." um eine Ergänzung, die der Urheber dem zur Benutzung des Werks Berechtigten nach den im redlichen Verkehr geltenden Gewohnheiten und Gebräuchen nicht untersagen könne. Gleiches müsse erst recht für die bloße Veränderung der Größe des Schriftzugs ".fitness." gelten, weil hiedurch die Eigentümlichkeit des Werks nicht wesentlich beeinträchtigt werde.

Rechtliche Beurteilung

Die Revision des Klägers ist teilweise berechtigt.

Zutreffend haben weder die Parteien noch die Vorinstanzen in Zweifel gezogen, daß es sich bei dem vom Kläger auftragsgemäß entworfenen Schriftzug jedenfalls um eine eigentümliche geistige Schöpfung, also um ein Werk der bildenden Künste iSd § 3 UrhG - hier in Form einer Gebrauchsgraphik - handelt (ÖBl 1990, 136 - Happy Skiing Oberlech mwN; vgl auch MR 1993, 111 [M. Walter] - CI-Programm). Dem Rekursgericht ist auch darin beizupflichten, daß das vom Kläger geschaffene Signet (Logo), das aus zwei in verschiedenen Schriftarten gesetzten Worten besteht, seine Individualität und eigentümliche Charakteristik wesentlich aus der unterschiedlichen Gestaltung und speziellen Kombination seiner beiden Elemente gewinnt; jeder einzelne Teil des Logos trägt demnach erheblich zu dessen Eigenart bei.Zutreffend haben weder die Parteien noch die Vorinstanzen in Zweifel gezogen, daß es sich bei dem vom Kläger auftragsgemäß entworfenen Schriftzug jedenfalls um eine eigentümliche geistige Schöpfung, also um ein Werk der bildenden Künste iSd Paragraph 3, UrhG - hier in Form einer Gebrauchsgraphik - handelt (ÖBl 1990, 136 - Happy Skiing Oberlech mwN; vergleiche auch MR 1993, 111 [M. Walter] - CI-Programm). Dem Rekursgericht ist auch darin beizupflichten, daß das vom Kläger geschaffene Signet (Logo), das aus zwei in verschiedenen Schriftarten gesetzten Worten besteht, seine Individualität und eigentümliche Charakteristik wesentlich aus der unterschiedlichen Gestaltung und speziellen Kombination seiner beiden Elemente gewinnt; jeder einzelne Teil des Logos trägt demnach erheblich zu dessen Eigenart bei.

Nach den maßgeblichen Feststellungen überließ der Kläger die Benützung des von ihm als Unternehmenskennzeichen entworfenen und im wesentlichen aus dem Namen des Unternehmensinhabers bestehenden Schriftzugs seinem Auftraggeber für dessen Unternehmen. Es unterliegt deshalb keinem Zweifel, daß der Auftraggeber damit ein ausschließliches Nutzungsrecht erworben hat. Dies folgt schon aus dem im Urheberrecht geltenden Grundsatz, daß das Ausmaß der Befugnisse, die ein Werknutzungsberechtigter erwirbt, im Zweifel so weit auszulegen ist, wie es für den praktischen Zweck der ins Auge gefaßten Werknutzung erforderlich erscheint (stRsp ua ÖBl 1982, 52 - Hiob; MR 1993, 111 - CI-Programm; ÖBl 1997, 199 - AIDS-Kampagne mwN). Der bei dieser Sachlage dem Urheber obliegende Beweis, daß die Nutzung des individuell für das Unternehmen des Auftraggebers gestalteten und dessen Namen enthaltenden Logos nur dem Auftraggeber allein zustehen sollte, wurde nicht erbracht. Mangels gegenteiliger Vereinbarung hat der Auftraggeber - entgegen der Ansicht des Revisionswerbers - gem § 28 Abs 1 UrhG damit auch die Befugnis erworben, das Logo ohne Einwilligung des Urhebers zusammen mit dem Unternehmen weiterzuveräußern. Insoweit waren die klageabweisenden Entscheidungen der Vorinstanzen als Teilurteil zu bestätigen.Nach den maßgeblichen Feststellungen überließ der Kläger die Benützung des von ihm als Unternehmenskennzeichen entworfenen und im wesentlichen aus dem Namen des Unternehmensinhabers bestehenden Schriftzugs seinem Auftraggeber für dessen Unternehmen. Es unterliegt deshalb keinem Zweifel, daß der Auftraggeber damit ein ausschließliches Nutzungsrecht erworben hat. Dies folgt schon aus dem im Urheberrecht geltenden Grundsatz, daß das Ausmaß der Befugnisse, die ein Werknutzungsberechtigter erwirbt, im Zweifel so weit auszulegen ist, wie es für

den praktischen Zweck der ins Auge gefaßten Werknutzung erforderlich erscheint (stRsp ua ÖBl 1982, 52 - Hiob; MR 1993, 111 - CI-Programm; ÖBl 1997, 199 - AIDS-Kampagne mwN). Der bei dieser Sachlage dem Urheber obliegende Beweis, daß die Nutzung des individuell für das Unternehmen des Auftraggebers gestalteten und dessen Namen enthaltenden Logos nur dem Auftraggeber allein zustehen sollte, wurde nicht erbracht. Mangels gegenteiliger Vereinbarung hat der Auftraggeber - entgegen der Ansicht des Revisionswerbers - gem Paragraph 28, Absatz eins, UrhG damit auch die Befugnis erworben, das Logo ohne Einwilligung des Urhebers zusammen mit dem Unternehmen weiterzuveräußern. Insoweit waren die klageabweisenden Entscheidungen der Vorinstanzen als Teilurteil zu bestätigen.

Der Kläger erblickt in der Verwendung des Schriftzeichens in der von der Zweitbeklagten hergestellten veränderten Form eine Verletzung des ihm als Urheber zustehenden Werkschutzes. Dem kann in dieser allgemeinen Form nicht uneingeschränkt beigepflichtet werden.

Nach § 21 Abs 1 UrhG dürfen von den zur Werknutzung Berechtigten an dem Werk selbst, an dessen Titel oder an der Urheberbezeichnung keine Kürzungen, Zusätze oder andere Änderungen vorgenommen werden, soweit nicht der Urheber einwilligt oder das Gesetz die Änderung zuläßt; zulässig sind insbesondere Änderungen, die der Urheber dem zur Benutzung des Werks Berechtigten nach den im redlichen Verkehr geltenden Gewohnheiten und Gebräuchen nicht untersagen kann, namentlich Änderungen, die durch die Art oder den Zweck der erlaubten Werknutzung gefordert werden (SZ 19/102; ÖBl 1994, 182 - Das österreichische Recht; MR 1997, 98 [M. Walter] = ÖBl 1997, 301 - Wiener Aktionismus). Diese dem Schutz des Urheberpersönlichkeitsrechts dienende Vorschrift soll verhindern, daß ein Werk - außerhalb der gesetzlichen Ausnahmen - der Öffentlichkeit in einer anderen Form dargeboten wird, als dies dem Willen des Urhebers entspricht (SZ 66/122 = ÖBl 1993, 279 - WIN). Das Änderungsverbot wirkt gegen jedermann, also namentlich auch gegen die Personen, die das Recht erworben haben, das Werk auf eine dem Urheber vorbehaltene Art zu benutzen (EB zum Urheberrechtsgesetz, abgedruckt in Dillenz, Materialien zum österreichischen Urheberrecht, 80). Die Gewährung des Rechts, ein Werk zu nutzen, erstreckt sich im Zweifel somit nicht auf Bearbeitungen; die "Weiterentwicklung" eines (wenn auch vollendeten) Werks durch seinen Besteller ist mangels gegenteiliger Vereinbarung unzulässig (M. Walter, Entscheidungsbesprechung in MR 1993, 113).Nach Paragraph 21, Absatz eins, UrhG dürfen von den zur Werknutzung Berechtigten an dem Werk selbst, an dessen Titel oder an der Urheberbezeichnung keine Kürzungen, Zusätze oder andere Änderungen vorgenommen werden, soweit nicht der Urheber einwilligt oder das Gesetz die Änderung zuläßt; zulässig sind insbesondere Änderungen, die der Urheber dem zur Benutzung des Werks Berechtigten nach den im redlichen Verkehr geltenden Gewohnheiten und Gebräuchen nicht untersagen kann, namentlich Änderungen, die durch die Art oder den Zweck der erlaubten Werknutzung gefordert werden (SZ 19/102; ÖBl 1994, 182 - Das österreichische Recht; MR 1997, 98 [M. Walter] = ÖBl 1997, 301 - Wiener Aktionismus). Diese dem Schutz des Urheberpersönlichkeitsrechts dienende Vorschrift soll verhindern, daß ein Werk - außerhalb der gesetzlichen Ausnahmen - der Öffentlichkeit in einer anderen Form dargeboten wird, als dies dem Willen des Urhebers entspricht (SZ 66/122 = ÖBl 1993, 279 - WIN). Das Änderungsverbot wirkt gegen jedermann, also namentlich auch gegen die Personen, die das Recht erworben haben, das Werk auf eine dem Urheber vorbehaltene Art zu benutzen (EB zum Urheberrechtsgesetz, abgedruckt in Dillenz, Materialien zum österreichischen Urheberrecht, 80). Die Gewährung des Rechts, ein Werk zu nutzen, erstreckt sich im Zweifel somit nicht auf Bearbeitungen; die "Weiterentwicklung" eines (wenn auch vollendeten) Werks durch seinen Besteller ist mangels gegenteiliger Vereinbarung unzulässig (M. Walter, Entscheidungsbesprechung in MR 1993, 113).

Entscheidungswesentlich ist zunächst die Frage, ob ein zur Bezeichnung eines werbenden Unternehmens in Auftrag gegebenes Unternehmenskennzeichen, das Teil einer einheitlichen Unternehmenslinie (Corporate Identity) ist, im Falle eines Eigentümerwechsels auch ohne Zustimmung des Urhebers dahin verändert werden darf, daß der Schriftzug um einen auf den Eigentümerwechsel hindeutenden Zusatz (hier: ".DAS NEUE.") ergänzt wird. Dazu ist zu erwägen:

Unternehmenskennzeichen (zu denen auch Logos zählen) sind geschäftliche Individualisierungsmittel; sie dienem ihrem Inhaber dazu, sein Unternehmen, seine Waren oder Leistungen von andern Unternehmern und deren Angebot abzuheben. Dem Abnehmer werden Signale geliefert, die es ihm ermöglichen, sich in der Fülle verschiedener Waren und Leistungen zurechtzufinden und ohne nähere Prüfung diejenige zu wählen, mit der er bisher gute Erfahrungen gemacht hat oder (etwa auf Grund der Werbung) zu machen hofft (Kucsko, Österreichisches und europäisches Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht4, 63). Damit wird deutlich, daß geschäftliche Kennzeichen für ihren Inhaber einen erheblichen wirtschaftlichen Wert verkörpern können, insbesondere dann, wenn das Publikum mit dem

Zeichen günstige Erwartungen verknüpft (Koppensteiner, Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht3 § 29 Rz 2). Vor diesem Hintergrund ist das Bedürfnis verständlich, im Falle der Veräußerung eines Unternehmens in dessen Erscheinungsbild zwar auf der einen Seite den erfolgten Wechsel in der Person des Unternehmensträgers zum Ausdruck zu bringen, ohne aber damit zugleich tiefgreifend und gleichsam in einem Bruch mit der Vergangenheit in die bisherige optische Darstellung der Unternehmenslinie einzugreifen.Unternehmenskennzeichen (zu denen auch Logos zählen) sind geschäftliche Individualisierungsmittel; sie dienem ihrem Inhaber dazu, sein Unternehmen, seine Waren oder Leistungen von andern Unternehmern und deren Angebot abzuheben. Dem Abnehmer werden Signale geliefert, die es ihm ermöglichen, sich in der Fülle verschiedener Waren und Leistungen zurechtzufinden und ohne nähere Prüfung diejenige zu wählen, mit der er bisher gute Erfahrungen gemacht hat oder (etwa auf Grund der Werbung) zu machen hofft (Kucsko, Österreichisches und europäisches Wettbewerbs-, Marken-, Muster- und Patentrecht4, 63). Damit wird deutlich, daß geschäftliche Kennzeichen für ihren Inhaber einen erheblichen wirtschaftlichen Wert verkörpern können, insbesondere dann, wenn das Publikum mit dem Zeichen günstige Erwartungen verknüpft (Koppensteiner, Österreichisches und europäisches Wettbewerbsrecht3 Paragraph 29, Rz 2). Vor diesem Hintergrund ist das Bedürfnis verständlich, im Falle der Veräußerung eines Unternehmens in dessen Erscheinungsbild zwar auf der einen Seite den erfolgten Wechsel in der Person des Unternehmensträgers zum Ausdruck zu bringen, ohne aber damit zugleich tiefgreifend und gleichsam in einem Bruch mit der Vergangenheit in die bisherige optische Darstellung der Unternehmenslinie einzugreifen.

Im Firmenrecht besteht die Möglichkeit, eine Firma durch einen die Nachfolge andeutenden Zusatz zu ergänzen; dasselbe Bedürfnis besteht aber gleichermaßen im Bereich der sonstigen Unternehmenskennzeichen und kann dort etwa dadurch erreicht werden, daß ein schon bestehendes Logo vom neuen Eigentümer zwar in seinem wesentlichen Kern übernommen, aber doch so geringfügig und behutsam ergänzt wird, daß darin nunmehr auch ein Hinweis auf den erfolgten Eigentümerwechsel enthalten ist. Eine sich innnerhalb dieser Grenzen bewegende Veränderung eines Logos ist dann eine solche, die durch die Art und den Zweck der erlaubten Werknutzung (nämlich der Verwendung des Logos als Unternehmensbezeichnung im geschäftlichen Verkehr) gefordert wird und die gem § 21 Abs 1 zweiter Satz UrhG nicht der Zustimmung des Urhebers bedarf.Im Firmenrecht besteht die Möglichkeit, eine Firma durch einen die Nachfolge andeutenden Zusatz zu ergänzen; dasselbe Bedürfnis besteht aber gleichermaßen im Bereich der sonstigen Unternehmenskennzeichen und kann dort etwa dadurch erreicht werden, daß ein schon bestehendes Logo vom neuen Eigentümer zwar in seinem wesentlichen Kern übernommen, aber doch so geringfügig und behutsam ergänzt wird, daß darin nunmehr auch ein Hinweis auf den erfolgten Eigentümerwechsel enthalten ist. Eine sich innnerhalb dieser Grenzen bewegende Veränderung eines Logos ist dann eine solche, die durch die Art und den Zweck der erlaubten Werknutzung (nämlich der Verwendung des Logos als Unternehmensbezeichnung im geschäftlichen Verkehr) gefordert wird und die gem Paragraph 21, Absatz eins, zweiter Satz UrhG nicht der Zustimmung des Urhebers bedarf.

Nicht alle aus Anlaß des Eigentümerwechsels vorgenommenen Veränderungen an dem vom Kläger entworfenen Logo halten sich aber im Rahmen des durch den Unternehmensübergang Erforderlichen. Soweit das Logo durch den (nicht in den Vordergrund tretenden) Zusatz "DAS NEUE." ergänzt worden ist, bestehen dagegen unter dem Gesichtspunkt des § 21 Abs 1 zweiter Satz UrhG keine Bedenken, weist doch diese Ergänzung auf den Eigentümerwechsel hin, ohne daß dadurch der wesentliche gestalterische Kern des Logos (nämlich der Name in seinem charakteristischen Schriftzug) eine tiefgreifende Veränderung erfahren hätte. Anders sind hingegen die Änderungen durch Verkleinern der Schriftgröße sowie der Buchstabenabstände beim Wort ".Fitness."Nicht alle aus Anlaß des Eigentümerwechsels vorgenommenen Veränderungen an dem vom Kläger entworfenen Logo halten sich aber im Rahmen des durch den Unternehmensübergang Erforderlichen. Soweit das Logo durch den (nicht in den Vordergrund tretenden) Zusatz "DAS NEUE." ergänzt worden ist, bestehen dagegen unter dem Gesichtspunkt des Paragraph 21, Absatz eins, zweiter Satz UrhG keine Bedenken, weist doch diese Ergänzung auf den Eigentümerwechsel hin, ohne daß dadurch der wesentliche gestalterische Kern des Logos (nämlich der Name in seinem charakteristischen Schriftzug) eine tiefgreifende Veränderung erfahren hätte. Anders sind hingegen die Änderungen durch Verkleinern der Schriftgröße sowie der Buchstabenabstände beim Wort ".Fitness."

und die Aufnahme eines 3D-Effektes ("Schattierung") beim Wort "Zimmermann" zu beurteilen: Daß irgend ein Zusammenhang zwischen diesen gestalterischen Maßnahmen und dem Unternehmenserwerb durch den Erstbeklagten bestünde, haben die Beklagten weder vorgebracht, noch kann dies nach dem Akteninhalt angenommen

werden.

Daraus folgt, daß der Kläger dem Erstbeklagten die Benützung des unveränderten Logos für Unternehmenszwecke überhaupt nicht und des von der Zweitbeklagten bearbeiteten Schriftzuges nur soweit verbieten kann, als diese Verwendung nicht durch § 21 Abs 1 UrhG gerechtfertigt ist; da Unternehmensveräußerungen übliche Vorgänge im Geschäftsverkehr sind, muß der Kläger die Ergänzung seines Logo um einen diesen Vorgang kenntlich machenden Zusatz hinnehmen. Daß sich aber der Auftraggeber des Klägers (und Rechtsvorgänger des Erstbeklagten) gegenüber dem Kläger ausdrücklich dazu verpflichtet hätte, das Unternehmenszeichen für immer - abgesehen von durch den Kläger selbst vorgenommenen Änderungen - unberührt zu lassen, wurde nicht einmal behauptet. Im Umfang des Unterlassungsbegehrens waren die Urteile der Vorinstanzen im aufgezeigten Sinn als Teilurteil abzuändern.Daraus folgt, daß der Kläger dem Erstbeklagten die Benützung des unveränderten Logos für Unternehmenszwecke überhaupt nicht und des von der Zweitbeklagten bearbeiteten Schriftzuges nur soweit verbieten kann, als diese Verwendung nicht durch Paragraph 21, Absatz eins, UrhG gerechtfertigt ist; da Unternehmensveräußerungen übliche Vorgänge im Geschäftsverkehr sind, muß der Kläger die Ergänzung seines Logo um einen diesen Vorgang kenntlich machenden Zusatz hinnehmen. Daß sich aber der Auftraggeber des Klägers (und Rechtsvorgänger des Erstbeklagten) gegenüber dem Kläger ausdrücklich dazu verpflichtet hätte, das Unternehmenszeichen für immer - abgesehen von durch den Kläger selbst vorgenommenen Änderungen - unberührt zu lassen, wurde nicht einmal behauptet. Im Umfang des Unterlassungsbegehrens waren die Urteile der Vorinstanzen im aufgezeigten Sinn als Teilurteil abzuändern.

Noch nicht spruchreif ist die Rechtssache hingegen in Ansehung des Leistungsbegehrens. Der Kläger hat zur Bemessung seines Anspruchs auf Entgelt für die rechtsgrundlose Benützung seines Logos durch die Beklagten vorgebracht, der begehrte Betrag entspreche seinen üblichen Honorarrichtlinien; dazu wurden keine Feststellungen getroffen. Auch kann noch nicht beurteilt werden, in welchem Umfang die unberechtigte Nutzung des veränderten Logos durch die Beklagten erfolgt ist. Das Erstgericht wird im fortgesetzten Verfahren die Sachverhaltsgrundlage in diesem Sinne zu verbreitern haben.

Die Kostenentscheidung ist im § 52 Abs 1 ZPO begründet.Die Kostenentscheidung ist im Paragraph 52, Absatz eins, ZPO begründet.

Anmerkung

E54344 04A01599

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:1999:0040OB00159.99G.0622.000

Dokumentnummer

JJT_19990622_OGH0002_0040OB00159_99G0000_000

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, http://www.ogh.gv.at

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at