

Original vs. Plagiat

Ab wann liegt ein Plagiat vor?

Inhalt

1. Was ist aus rechtlicher Perspektive ein Plagiat?

2. Entstehung von Schutzrechten

- 2.1. Entstehung des Urheberschutzes
 - 2.2. Entstehung des Markenschutzes
 - 2.3. Entstehung des Musterschutzes
 - 2.4. Möglichkeit der kumulativen Entstehung der 3 Schutzrechte
-

3. Schutzzumfang

- 3.1. Zeitlicher Schutzzumfang
 - 3.2. Territorialer Schutzzumfang
 - 3.3. Inhaltlicher Schutzzumfang
-

4. Monopolstellung

5. Unrechtmäßige Eingriffe (Verletzungen)

- 5.1. Eingriff in den zeitlichen Schutzbereich
 - 5.2. Eingriff in den territorialen Schutzbereich
 - 5.3. Eingriff in den inhaltlichen Schutzbereich
-

6. Beispiele aus der Rechtsprechung und Praxis

- 6.1. Urheberrecht
 - 6.2. Markenrecht
 - 6.3. Musterrecht
-

7. Fazit

8. Wie können sich Designer·innen & Grafiker·innen vor Plagiaten schützen?

verfasst von
RA Philip Jakober & RAin Julie Vinazzer

Original vs. Plagiat

Alles rund um das Thema Plagiate ist für Designer:innen & Grafiker:innen stets präsent. Mit der praxisrelevanten Frage, (ab) wann aus rechtlicher Sicht ein Plagiat überhaupt ein Plagiat ist, befasst sich dieser Beitrag. Rechtsanwalt Philip M. Jakober, welcher sich seit mehr als zwei Jahrzehnten mit dem geistigen Eigentum in der rechtlichen Praxis auseinandersetzt, und die ebenfalls auf das Rechtsgebiet des geistigen Eigentums spezialisierte Rechtsanwältin Julie Vinazzer legen dieses für Designer:innen & Grafiker:innen wichtige Thema »Original versus Plagiat« systematisch und informativ samt Beispielen aus der Praxis und Rechtsprechung in diesem Beitrag dar. Flankierend zeigen die Rechtsanwältinnen am Ende überblicksmäßig auf, wie sich Designer:innen & Grafiker:innen vor Plagiaten schützen können.

(Ab) Wann liegt aus rechtlicher Perspektive ein Plagiat vor?

Um diese zentrale Frage hilfreich und verständlich beantworten zu können, ist zunächst zu klären, was ein Plagiat aus rechtlicher Perspektive überhaupt ist.

1. Was ist aus rechtlicher Perspektive ein Plagiat?

Von einem Plagiat spricht man, wenn eine **Verletzung des geistigen Eigentums** vorliegt. Unter »geistigem Eigentum« werden alle Eigentumsrechte an **Schöpfungen des menschlichen Intellekts** verstanden, welche sich meist in zwei- oder dreidimensionalen Gestaltungen manifestieren. Diese Gestaltungen sind durch die geistigen Eigentumsrechte (**Schutzrechte**) – vor allem durch das Urheberrecht, das Markenrecht sowie das Musterrecht¹ – geschützt. Ein Plagiat liegt demnach aus rechtlicher Perspektive dann vor, wenn **unrechtmäßig in ein solches Schutzrecht eingegriffen** und es **dadurch verletzt** wird.

Um besser zu verstehen, wann genau ein unrechtmäßiger Schutzrechtseingriff vorliegt, bedarf es einer kurzen Darlegung zur Entstehung und zum Umfang der drei für Designer:innen & Grafiker:innen meist relevanten Schutzrechte, also des Urheberrechts, Markenrechts und Musterrechts.

¹ Das Pendant des österreichischen »Musterrechts« lautet auf europäischer Ebene »Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht« und in Deutschland »Designrecht«.

2. Entstehung von Schutzrechten

Da diese drei relevanten Schutzrechte sich u. a. in ihrer Entstehung unterscheiden, werden diese jeweils gesondert dargelegt:

2.1. Entstehung des Urheberschutzes

Der Schutz des Urheberrechts entsteht bereits mit der **Schöpfung** eines Werks (Design-/Grafikleistung), ohne dass es einer zusätzlichen Handlung (Registrierung oder ähnliches) bedarf. Das Urheberrechtsgesetz (§ 1 Abs. 1 UrhG) verlangt eine »**eigentümliche geistige Schöpfung (Werk)**«, damit eine Design-/Grafikleistung in den Genuss des Urheberrechtsschutzes kommt. Die Frage, ob eine Design-/Grafikleistung ein Werk im Sinne des Urheberrechts ist oder nicht, ist eine Wertungsfrage des jeweiligen Einzelfalls.

Nach der Rechtsprechung des OGH muss sich die Design-/Grafikleistung hierzu »vom Alltäglichen, Landläufigen, üblicherweise

Hervorgebrachten abheben«. So hat der OGH bereits in einer Entscheidung aus dem Jahre 1995 (4 Ob 58/95) die folgende grafische Pfeildarstellung als eigentümliche geistige Schöpfung erachtet, welche die »Schöpfungsschwelle« erreicht hat und urheberrechtlichen Schutz genießt.



2.2. Entstehung des Markenschutzes

Demgegenüber entsteht der **Markenschutz** erst **durch die Eintragung** der Kennzeichnung (Marke) in das jeweilige amtlich geführte **Markenregister** aufgrund einer konkreten Anmeldung, in welcher neben der konkreten Benennung und/oder Darstellung der Marke auch die Waren/Dienstleistungen anzugeben sind, für die der Markenschutz begehrt wird.

Es bestehen vielfältige **Markenarten**, welche gewählt werden können, um eine Marke einzutragen, wobei die verschiedenen Markenarten unterschiedliche Schutzzinhalte haben. So sind die geläufigsten Markenarten die Wortmarken, Bildmarken und Wort-/Bildmarken. Es bestehen jedoch auch z. B. Formmarken, Positionsmarken, Farbmarken, Farbkombinationsmarken, etc.

Um schutzfähig zu sein, müssen Marken gewisse Voraussetzungen erfüllen. Sie müssen vor allem **unterscheidungskräftig** sein und dürfen insb. für jene Waren und/oder Dienstleistungen, für welche sie geschützt werden sollen, **nicht beschreibend** sein. Weiters dürfen Marken z. B. keine hoheitlichen Zeichen (wie z. B. Staatswappen) enthalten und auch nicht sittenwidrig (insb. anstößig) sein. Während diese und andere sog. »**absolute Eintragungshindernisse**« von den Markenämtern vor der Eintragung geprüft werden, erfolgt keine amtliche Prüfung, ob bereits **identische oder ähnliche Marken** existieren. Dies kann jedoch der Entstehung des Schutzes ebenfalls entgegenstehen. Denn der Inhaber einer bestehenden identen/ähnlichen Marke kann im Anmeldeverfahren Widerspruch erheben und so die Eintragung einer neuen Marke ggf. verhindern.

BEGINN DES SCHUTZES DURCH	
URHEBERSCHUTZ	SCHÖPFUNG Tod des/der Urheber:in 70 Jahre nach dem Tod = Ende des Urheberrechtsschutzes
MARKENSCHUTZ	ANMELDUNG DER MARKE Schutzperiode: 10 Jahre 10 Jahre Vlg. 10 Jahre Vlg. 10 Jahre Vlg. ... beliebige Verlängerungen um jeweils weitere 10 Jahre
MUSTERSCHUTZ	ANMELDUNG DES MUSTERS Schutzperiode: 5 Jahre 1. Vlg. (5 Jahre) 2. Vlg. (5 Jahre) 3. Vlg. (5 Jahre) 4. Vlg. (5 Jahre) Max. Schutzdauer: 25 Jahre = Ende des Musterrechtsschutzes

ABB. 2

2.3. Entstehung des Musterschutzes

Wie beim Markenschutz entsteht der Musterschutz erst mit der **Eintragung des Musters** in das jeweilige amtlich geführte **Musterregister** aufgrund einer konkreten Anmeldung. Voraussetzung für den Musterschutz ist, dass es sich bei der jeweiligen Design-/Grafikleistung um ein »Muster« im Sinne des Musterrechtsgesetzes (MuSchG) handelt. Nach § 1 Abs. 2 MuSchG ist ein Muster »die Erscheinungsform eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teils davon, die sich insbesondere aus den Merkmalen der Linien, Konturen, Farben, der Gestalt, Oberflächenstruktur und/oder der Werkstoffe des Erzeugnisses selbst und/oder seiner Verzierung ergibt.«

Für die Eintragung einer Design-/Grafikleistung als Muster ist Voraussetzung, dass sie **neu** ist und eine gewisse **Eigenart** aufweist. Wie folgt wird kurz auf diese beiden Voraussetzungen eingegangen: Ein Muster ist nach § 2 Abs. 1 MuSchG dann »**neu**«, wenn der Öffentlichkeit vor dem Tag der Anmeldung des Musters zur Registrierung kein identisches Muster zugänglich gemacht worden ist. Mithin wäre neuheitsschädlich, wenn z. B. der/die Anmelder:in selbst die musterrechtlich zu schützende Design-/Grafikleistung bereits vor der Musteranmeldung auf einer Webseite oder Social Media Plattform online stellen (posten etc.) würde. Die notwendige »**Eigenart**« hat ein Muster gemäß § 2 Abs. 2 MuSchG dann, »wenn sich der Gesamteindruck, den es beim informierten Benutzer hervorruft, von dem Gesamteindruck unterscheidet, den ein anderes Muster bei diesem Benutzer hervorruft, das der Öffentlichkeit vor dem Tag seiner Anmeldung zur Registrierung (...) zugänglich gemacht worden ist.« Die Eigenart eines Musters ist danach zu beurteilen, inwieweit sich der Gesamteindruck, den der Anblick des Musters bei einem informierten Benutzer hervorruft, deutlich von dem unterscheidet, den vorbestehende Gestaltungen bei ihm hervorrufen. Dabei wird u. a. auch der Grad der Gestaltungsfreiheit, den der/die Entwerfer:in bei der Entwicklung des Musters hat, berücksichtigt.

Anders als beim Markenschutz, bei dem jede Marke gesondert angemeldet und eingetragen werden muss, besteht beim Musterrecht die Möglichkeit, eine Serie von verschiedenen Mustern in einer sog. Sammelanmeldung eintragen zu lassen.

2.4. Möglichkeit der kumulativen Entstehung der drei Schutzrechte

Herauszustellen ist, dass eine Design-/Grafikleistung, welche automatisch durch die Schöpfung urheberrechtlichen Schutz genießt, parallel auch als Marke und/oder als Muster in das jeweilige Register eingetragen werden kann. Diese drei Schutzrechte (geistige Eigentumsrechte) können demnach nebeneinander existieren und ergänzen sich. (siehe Abb. 1)

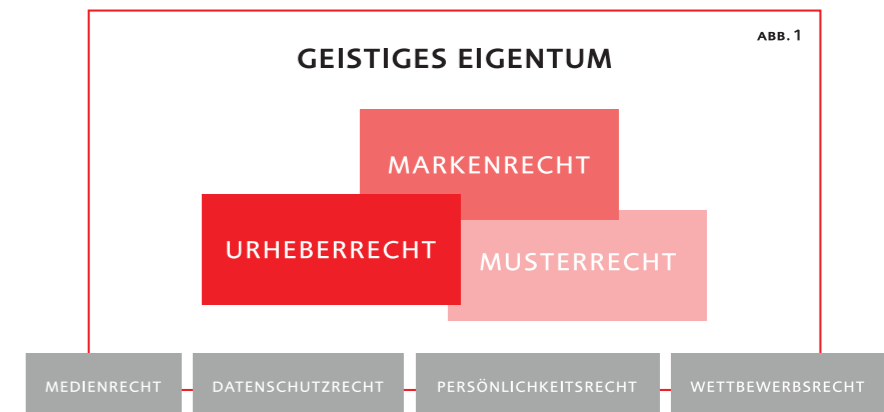


ABB. 1

3. Schutzzumfang

Urheberrecht, Markenrecht und Musterrecht weisen unterschiedliche Schutzzumfänge auf. Der Schutzzumfang gliedert sich jeweils in drei Faktoren auf, nämlich den territorialen, zeitlichen und inhaltlichen Schutzzumfang. Es werden nachfolgend diese Faktoren in Bezug auf die benannten drei Schutzrechte prägnant beleuchtet:

3.1. Zeitlicher Schutzzumfang

Auch der zeitliche Schutzzumfang unterscheidet sich bei allen drei Schutzrechten nicht unerheblich. (siehe Abb. 2)

- **Urheberrecht:** Das Urheberrecht gewährt Urheber:innen (und anschließend deren Rechtsnachfolger:innen) den Schutz ihrer Werke für die Dauer bis 70 Jahre nach dem Tod des:der Urheber:in.
- **Markenrecht:** Das Markenrecht gewährt den Schutz der Marke zunächst für 10 Jahre ab dem Anmeldetag. Der Schutz ist unbegrenzt um jeweils weitere 10 Jahre verlängerbar.
- **Musterrecht:** Das Muster eröffnet zunächst für 5 Jahre ab dem Anmeldetag einen Schutz, welcher um jeweils 5 Jahre bis zu einer maximalen Schutzdauer von 25 Jahren verlängert werden kann.

3.2. Territorialer Schutzzumfang

Der territoriale Schutzzumfang dieser drei Schutzrechte unterscheidet sich wesentlich voneinander.



- **Urheberrecht:** Ein urheberrechtlich geschütztes Werk (Design-/Grafikleistung) ist räumlich automatisch in allen Ländern geschützt, in denen das Urheberrecht gesetzlich verankert ist, was in nahezu fast allen Ländern dieser Welt der Fall ist.
- **Markenrecht & Musterrecht:** Muster und Marken sind nur in dem Territorium geschützt, in dessen nationales Marken- bzw. Musterregister die jeweils beantragte Eintragung erfolgt. Eine beantragte Eintragung beim europäischen Marken-/ (Gemeinschaftsgeschmacks-)Musterregister entfaltet den Schutz der jeweiligen Marke bzw. des jeweiligen Musters mit einer einzigen Anmeldung in allen 27 Mitgliedstaaten der EU. Bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) in Genf (Schweiz) können gebündelt für diverse Länder Anmeldungen erfolgen, wobei in Folge die jeweiligen nationalen Marken-/Musterregister die Eintragungen vornehmen.

Zusammengefasst entsteht der urheberrechtliche Schutz automatisch ohne gesonderte Handlung und ohne Kosten in fast allen Ländern dieser Erde. Demgegenüber entstehen Markenschutz und Musterschutz erst nach aktivem Tun (Anmeldung und Entrichtung der Anmeldegebühren) und anschließender Eintragung für das ausgewählte Land bzw. die ausgewählten Länder.

3.3. Inhaltlicher Schutzzumfang

Der inhaltliche Schutzzumfang unterscheidet sich bei diesen drei Schutzrechten wie folgt:

Der **urheberrechtliche Schutz** und der **Musterschutz** erstrecken sich **inhaltlich auf alle Nutzungen**, welche gesetzlich dem Schutzrechtsinhaber vorbehalten sind. Unerheblich ist daher z. B., für welche Produkte ein urheberrechtlich geschütztes Werk genutzt wird.

Der **Markenschutz** erstreckt sich **inhaltlich hingegen nur auf die Waren und Dienstleistungen**, für welche die betreffende Marke angemeldet und eingetragen wurde.

Beispiel: Wenn ein grafisch gestaltetes Logo als Bildmarke für die Waren »Bekleidungsstücke« eingetragen wurde, so bezieht sich der inhaltliche Markenschutz nur auf diese Waren. Wenn dieses Logo z. B. auf Fahrzeugen, Autos oder Regenschirmen benutzt wird, so erstreckt sich der inhaltliche Schutzbereich der nur für Bekleidungsstücke eingetragenen Marke nicht auf solche Nutzungen. Demgemäß würde insoweit keine Markenrechtsverletzung und somit kein markenrechtliches Plagiat vorliegen. Jedoch könnten in diesem Beispiel ggf. Urheberrechtsverletzungen und/oder Musterrechtsverletzungen und somit diesbzgl. Plagiate vorliegen.

4. Monopolstellung

Den drei Schutzrechten ist gemein, dass diese eine **Monopolstellung** für die betreffende konkrete Design-/Grafikleistung (geistiges Eigentum) erzeugen. Der Inhaber des Schutzrechts kann anderen weitgehend verbieten, die Design-/Grafikleistung ohne seine Zustimmung zu verwenden. Diese Monopolstellung erstreckt sich dabei nicht nur auf die **identische Ausgestaltung** (exakte Kopie) der Design-/Grafikleistung, sondern zusätzlich auch auf **gewisse Bearbeitungen/Verwechslungs-/Ähnlichkeitsbereiche**.

5. Unrechtmäßige Eingriffe (Verletzungen)

Auf die Frage zurückkommend, wann ein Plagiat vorliegt – also wann unrechtmäßig in eines der vorbenannten Schutzrechte eingegriffen und es dadurch verletzt wird – ist maßgeblich, dass zumindest in eines der drei Schutzrechte – Urheberrecht und/oder Markenrecht und/oder Musterrecht – eingegriffen wird.

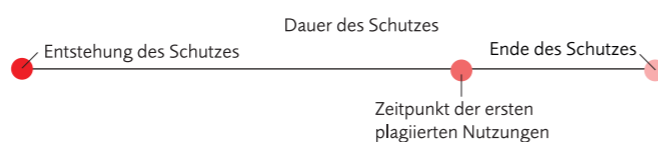
Ein unrechtmäßiger Schutzrechtseingriff ist jedoch erst dann gegeben, wenn in alle drei Schutzbereiche des jeweiligen Schutzrechts, also sowohl in den

- 5.1. **zeitlichen**, als auch
- 5.2. **territorialen** und
- 5.3. **inhaltlichen** Schutzbereich

eingegriffen wird. Der Eingriff muss zudem unrechtmäßig sein, sprich es darf keine vertragliche Erlaubnis (z. B. Lizenz) und keine gesetzliche Legitimation (z. B. private Nutzung) für die Verwendung vorliegen. Ob ein Produkt/eine (Kreativ-)Leistung ein Plagiat darstellt, muss demnach in drei Schritten bzgl. jedes Schutzrechts geprüft und bewertet werden:

5.1. Eingriff in den zeitlichen Schutzbereich

Nur dann, wenn die ggf. plagierte Leistung zeitlich nach der Entstehung des Schutzes des Originals, also nach der Schöpfung des urheberrechtlich geschützten Originalwerkes bzw. nach der Anmeldung der Marke und/oder des Musters, genutzt wird und der jeweilige Schutz des Originals noch aufrecht (also nicht abgelassen) ist, liegt ein Eingriff in zeitlicher Hinsicht vor.



5.2. Eingriff in den territorialen Schutzbereich

In Bezug darauf, ob die ggf. plagierte Leistung innerhalb des für das Original (Design-/Grafikleistung) geschützten Territoriums benutzt wird, ist zu überprüfen, ob in dem Land, in dem die plagierte Leistung benutzt wird, ein gesetzlicher Urheberrechtsschutz besteht und/oder ob für dieses Land eine Marke und/oder ein Muster des Originals eingetragen wurde.

5.3. Eingriff in den inhaltlichen Schutzbereich

Ein Eingriff in den inhaltlichen Schutzbereich liegt vor, wenn die ggf. plagierte Leistung mit dem geschützten Original identisch oder verwechslungsfähig/ähnlich/unfrei bearbeitet ist. Bei Identität der plagierten Leistung mit dem geschützten Original liegt offensichtlich ein Eingriff in den inhaltlichen Schutzbereich und somit ein Plagiat vor.

Grundsätzlich sieht der Gesetzgeber es als **erlaubt** an, sich **von bestehenden Kreativleistungen inspirieren** zu lassen, sodass eine ledigliche Anlehnung an bestehende Kreativleistungen noch keinen Eingriff in ein Schutzrecht und somit noch kein Plagiat darstellt.



ABB. 3

Erst ab einem gewissen Grad an Übernahme der prägenden Merkmale der geschützten Original-Design-/Grafikleistung liegt eine plagierte Nutzung bzw. ein Plagiat vor. Dieser gewisse Grad an Übernahme wird bei diesen drei Schutzrechten unter Heranziehung verschiedener Überlegungen bewertet, wie die nachfolgenden Beispiele aus der Rechtsprechung und Praxis zeigen.

6. Beispiele aus der Rechtsprechung und Praxis

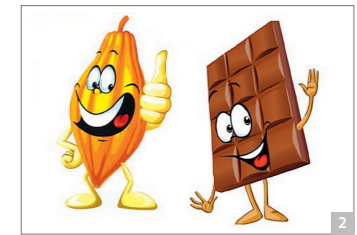
6.1. Urheberrecht:

Im Urheberrecht wird die Grenze zwischen unfreier Bearbeitung/Nutzung (Plagiat) und freier Bearbeitung/Nutzung (erlaubte Inspiration) von den Höchstgerichten u. a. durch die sog. »Abstandstheorie« gezogen. So kommt es hiernach entscheidend auf den **Abstand** an, den das neue Werk zu den entlehnten eigenpersönlichen Zügen des benutzten Werkes hält.

Eine freie Benutzung setzt dabei voraus, dass angesichts der **Eigenart** des neuen Werkes die entlehnten eigenpersönlichen Züge des geschützten älteren Werkes verblassen bzw. nicht wiedererkennbar sind.

Ein **Verblassen** ist anzunehmen, wenn die dem geschützten älteren Werk (Original) entlehnten eigenpersönlichen Züge im neuen Werk (ggf. Plagiat) zurücktreten, sodass das ältere Werk nur noch als Anregung/Inspiration für das neuere, selbständige Werk erscheint. Die Höchstgerichte sprechen davon, dass das ältere in dem neuen Werk nur noch schwach durchschimmert.

So hat beispielsweise der OGH über den Fall zweier Figuren entschieden (4 Ob 139/22b), die eine Designerin, die Klägerin, für Schokoladenprodukte entworfen hatte.



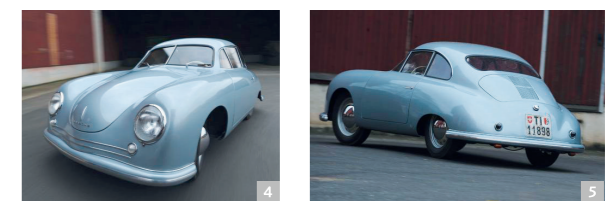
↑ Figuren der Klägerin



↑ Figuren des Beklagten

In diesem Fall ging bereits die zweite Instanz davon aus, dass zwischen den jeweils vergleichbaren Gestaltungen **wesentliche Unterschiede** vorliegen. Zwar seien die äußeren Formen der Körper beibehalten worden, diese seien allerdings »durch die Reduktion von Schattierungen weniger plastisch, sondern flacher und damit schlanker [...] Außerdem habe er [der Beklagte] die Micky-Maus-artigen Gliedmaßen sowie die großen runden Augen samt Pupillen vereinfacht, sodass die Figuren ihr comic-artiges Aussehen und joviales Aussehen eingebüßt hätten.« Auch der größere lachende Mund wurde hervorgehoben. Der OGH bestätigte diese Einschätzung des Berufungsgerichts, wonach ein **ausreichender Abstand** zum Original und daher **kein Plagiat** vorlag. Vor allem die »Neugestaltung der Augenpartien machen die Figuren nun [...] heiterer und fröhlicher.« Der Gesamteindruck der Figuren weiche daher aufgrund dieser kreativen Gestaltungselemente maßgeblich von jenem der Klägerin ab.

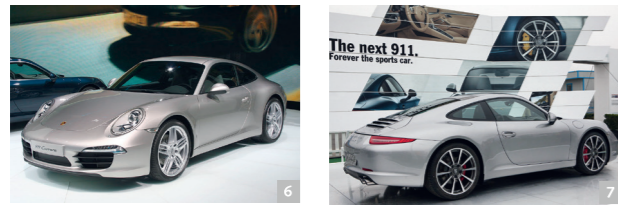
In einem Fall vor dem deutschen Bundesgerichtshof (»BGH«) (I ZR 222/20) klagte die Rechtsnachfolgerin des Designers/Urhebers, welcher den sog. »Ur-356«, das erste Modell des Porsche 911, entworfen und gestaltet hat:



↑ Ur-Modell Porsche 356

Die Klägerin war der Ansicht, mit dem Porsche 911 der Baureihe 991 habe die Beklagte wesentliche Gestaltungselemente des Modells Porsche 356 übernommen.

Der BGH führte in Bezug auf die (plagiierte) Übernahme in Abgrenzung zur freien Anregung/Inspiration in seinem Urteil aus, wegen der im Automobildesign u. a. technisch bedingten Vorgaben müsse sich die Kreativleistung für einen Urheberrechtsschutz von zum Zeitpunkt der Schöpfung bekannten Automobilgestaltungen abheben. Maßgeblich für die Eigentümlichkeit der äußeren Gestaltung der Karosserie des Porsche 356 sei die besonders harmonische Linienführung mit einer Kombination aus flachen und geschwungenen Elementen ohne harte Kanten in Verbindung mit der einprägsamen Frontansicht des Fahrzeugs, die sich aus verschiedenen Gestaltungselementen ergebe, insb. dem fehlenden Kühlergrill, der in der Mitte geteilten Frontscheibe, den runden, leicht schräggestellten Scheinwerfern, etc.



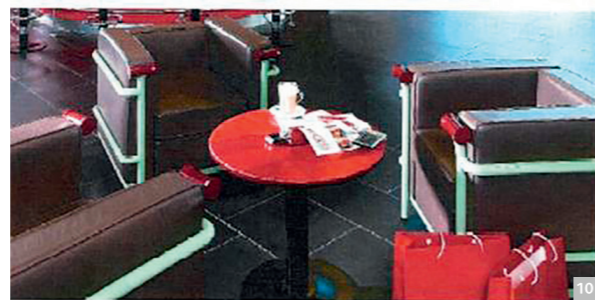
↑ Porsche 911 der Baureihe 991

Der BGH erklärte jedoch, dass dieser für die Werkeigenschaft des Porsche 356 maßgebliche Gesamteindruck bei der Gestaltung des Porsche 911 der Baureihe 991 so stark verblasse, dass dieser allenfalls als **Anregung** für die neue Gestaltung gedient habe. Aufgrund der erheblichen und zahlreichen Abweichungen treten die eigenpersönlichen Züge der Gestaltung des Porsche 356 in der Gestaltung des Porsche 911 der Baureihe 991 so stark zurück, dass die Benutzung der wenigen Details aus der ursprünglichen Gestaltung des Porsche 356 nur noch als Anregung zur Gestaltung des späteren Porsche erscheinen

Ähnlich lautet auch eine jahrzehntealte Faustregel des OGH: *»Im Plagiatsstreit entscheidet allein die Übereinstimmung zwischen dem Original und dem Verletzungsgegenstand im schöpferischen, also in jenem Teil des Originals, das diesem das Gepräge der Einmaligkeit gibt«* (RIS-Justiz RS0076468). Es kommt dabei darauf an, ob der Gesamteindruck der gleiche ist (4 Ob 9/96). Entscheidend ist aber nicht die Übernahme eines Motivs oder einer Idee, sondern der Vergleich der konkreten Ausgestaltung (4 Ob 70/05f): *»Ein Plagiat liegt (...) nicht schon dann vor, wenn die schöpferischen Elemente des Originals als Idee übernommen werden, sondern maßgebend ist die Übereinstimmung in der konkreten Ausformung dieser Elemente und damit der von Original und »Plagiat« erweckte Gesamteindruck.«*



← Original- Corbusier-Fauteuil LC2
↓ Nachbildungen/Plagiate von der Webseite der beklagten Partei



In einem Urteil aus 2016 (4 Ob 61/16y) setzte sich der OGH mit dem bekannten Corbusier-Fauteuil LC2 auseinander. Die beklagte Partei hatte in einem Wiener Hotel Nachbildungen dieses Modells in der Hotel-Lobby aufgestellt und Fotos dieser Nachbildungen im Internet veröffentlicht. In diesem Fall ging der OGH davon aus, dass die Nachahmungen **keinen anderen Gesamteindruck** erweckten als das Original und sie daher auch **keine neue eigentümliche geistige** Schöpfung darstellten. Eine Urheberrechtsverletzung wurde bejaht, so dass die Nachbildungen als Plagiate zu bewerten sind.

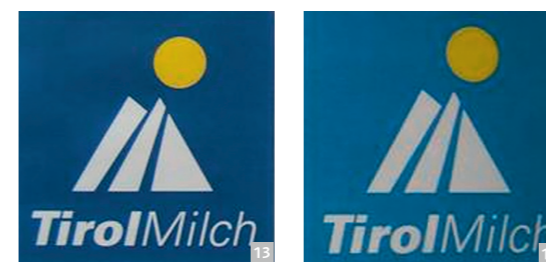
Ein Fall aus der Praxis, der von den Autoren dieses Beitrags vertreten und vor dem Handelsgericht Wien (30 Cg 4/22y) mit einem Vergleich beendet wurde, betraf Etiketten für Weinflaschen. Der Designer und Kläger wendete sich u. a. gegen die unzulässige/zustimmungsbedürftige Bearbeitung der von ihm designten Etiketten durch seinen ehemaligen Auftraggeber.



↑ Original-Etikett ↑ bearbeitetes, plagiiertes Etikett

Obwohl in diesem Fall kein Urteil erging, äußerte sich das Gericht deutlich dahingehend, dass die Änderung der Farben eine unzulässige/zustimmungsbedürftige Bearbeitung darstellte. Dabei ging das Gericht davon aus, dass **keine bloße »Inspiration«/Anregung** vorlag, also keine neue, eigene geistige Schöpfung des Bearbeiters, sondern eine nicht zulässige Veränderung des Originals, mithin ein Plagiat.

Jedoch stellt **nicht jede Bearbeitung** eines Designs durch den Auftraggeber in automatisch eine Urheberrechtsverletzung dar. Denn gemäß § 21 Abs 1 UrhG sind Änderungen (auch ohne den nötigen Abstand einer eigenen Neuschöpfung) dann erlaubt, wenn sie den im redlichen Verkehr geltenden Gewohnheiten und Gebräuchen entsprechen und durch die Art oder den Zweck der erlaubten Werknutzung bedingt sind. Im Jahr 2010 entschied der OGH in Bezug auf das Logo von »TirolMilch«, dass die Änderung der Farbe des Logos keine Urheberrechtsverletzung darstellte (4 Ob 49/10z). Der Designer hatte das Logo ursprünglich mit einer helleren Hintergrundfarbe designt (rechts im Bild), welches später vom Unternehmen mit einer dunkleren Farbe verwendet wurde (links im Bild):



↑ veränderte Version des Unternehmens ↑ Original des Designers

Dazu sprach der OGH aus, die vorgenommene Farbänderung lasse den **Kern des Logos unberührt** und bewirke keine Entstellung des Werks. Die Änderung der Farbe sei im Zuge eines neues Werbekonzepts erfolgt, um sich von anderen Produkten am Markt deutlicher zu unterscheiden. Dieses betriebswirtschaftliche Interesse von Tirol Milch rechtfertige die »behutsame« Änderung. Allgemein sprach der OGH aus: Ob eine Änderung auch ohne Zustimmung des Urhebers zulässig ist, unterliegt einer Interessenabwägung und bestimmt sich vor allem nach der Art und Intensität des Eingriffs, der Gestaltungshöhe des Werks und seinem konkreten Gebrauchszweck. Bei für die **Werbung geschaffenen Werken** fallen die **finanziellen und betriebswirtschaftlichen Interessen** der Nutzungsberechtigten besonders ins Gewicht. Sinn und Wesen des benutzten Werks dürfen durch die Änderung jedoch auf keinen Fall **entstellt** werden.

6.2. Markenrecht:

Nach ständiger EU-Rechtsprechung liegt eine **Verwechslungsgefahr** bei Marken dann vor, wenn das Publikum glauben könnte, dass die mit dem ggf. plagiierten Zeichen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen wie jene Waren und Dienstleistungen, die unter der eingetragenen Marke angeboten werden.

Die Verwechslungsgefahr bezieht sich im Markenrecht also nicht nur auf die **Verwechslung der Zeichen** (Original-Design-/Grafikleistung versus Plagiat), sondern auch auf die **Verwechslung der Waren und Dienstleistungen**, für welche die Marke angemeldet wurde und für welche die ggf. plagiierte Design-/Grafikleistung benutzt wird.

So hatte der OGH im Jahr 2018 (4 Ob 66/18m) über zwei Marken zu entscheiden, die beide für die Warenklasse **Bekleidung** angemeldet bzw. eingetragen wurden und sich wie folgt darstellen:



↑ älteres Zeichen der Widersprechenden ↑ jüngeres Zeichen der Anmelderin

Zunächst hielt der OGH fest, dass er den Umstand der Verwendung des Buchstaben »M« bei seiner Beurteilung in diesem Fall außer Acht lasse. Denn der Buchstabe »M« sei in der Modebranche ein Hinweis auf die Größe »Medium«, sodass für seine Beurteilung ausschließlich die **visuelle Gestaltung** der betreffenden Zeichen von Relevanz war. Hierzu hielt der OGH fest, die jüngere Marke übernehme *»die wesentlichen grafischen Gestaltungselemente der Widerspruchsmarke, nämlich die Darstellung des sich perspektivisch nach rechts hin verjüngenden M im dunklen Kreis. Die Abweichung in der Schriftart tritt demgegenüber in den Hintergrund.«* Die **Verwechslungsgefahr** wurde deshalb **bejaht**, sodass die jüngere Marke nicht in das Register eingetragen werden konnte, welche somit als Plagiat zu qualifizieren ist.

Von **Verwechslungsgefahr** ging das Gericht der Europäischen Union (»EuG«) (T-366/20) auch bei diesen beiden Zeichen aus:



↑ älteres Zeichen der Widersprechenden ↑ jüngeres Zeichen der Anmelderin

Wesentlich war bei dieser Entscheidung, dass die **Waren**, für welche die Marken registriert bzw. angemeldet wurden, **ident** waren, nämlich jeweils alkoholische Getränke. Doch auch in **visueller Hinsicht** wurden die Zeichen als **ähnlich** beurteilt. Dabei hob das Gericht vor allem die gleiche Kreisform und die Darstellung eines Pinselstrichs von sehr ähnlicher Größe, welcher von einem Vorsprung durchgezogen zu sein scheint, hervor. Der Hauptunterschied

– nämlich das Wortelement »ORIGIUM 1944« in der älteren Marke – sei nicht dominant genug, um die Ähnlichkeit zu beseitigen. Auch der Farbunterschied sei nicht prägnant genug, um die weiteren Ähnlichkeiten in den Hintergrund treten zu lassen. Es liegt demnach kein Plagiat vor.

In einem weiteren Urteil aus 2021 (T-510/19) entschied das EuG, dass die Bildmarke einer Darstellung eines springenden Tieres, wie folgt:



19

nicht verwechslungsfähig ist mit der erheblich bekannten älteren Marke für Sportartikel in Gestalt eines springenden Tiers wie folgt:



20

Obwohl die beiden Zeichen **visuell** als **relativ ähnlich** beurteilt werden könnten, lag kein Eingriff in den Schutzbereich der älteren Marke vor. Denn die jüngere Marke ist für **Maschinen** für die Bearbeitung von Holz, Aluminium und PVC eingetragen, welche nicht die Unterscheidungskraft oder Wertschätzung der älteren bekannten Marke für **Sportartikel** beeinträchtigt. Demnach stellt diese jüngere Marke kein Plagiat dar.

In einem erst kürzlich vom OGH entschiedenen Widerspruchsverfahren (4 Ob 32/21s) ging es um die Verwechslungsfähigkeit der nachstehenden Marken:



21

↑ jüngere Marke der Anmelderin



22

↑ ältere Marke der Widersprechenden

Obwohl diese Marken zumindest teilweise für etwas unterschiedliche Dienstleistungen eingetragen waren, ging der OGH von einer starken Verwechslungsgefahr aus. In der jüngeren Marke sei die

ältere Marke vollständig aufgenommen worden. Die Unterschiede in der Breite und Höhe der Säulen sowie in der Krümmung und Steigung der Kurve seien von untergeordneter Bedeutung, sodass der Gesamteindruck derselbe bleibe. Demnach stellt diese jüngere Marke ein **Plagiat** dar.

6.3. Musterrecht:

Bei der Beurteilung, ob eine Leistung in den inhaltlichen Schutzbereich einer musterrechtlich geschützten Original-Design-/Grafikleistung eingreift, erklärt der OGH in einer Entscheidung aus 2010 (17 Ob 4/10b): »Es kommt nicht auf einen mosaikartig aufgespaltenen Vergleich von Einzelheiten an. Maßgeblich ist vielmehr die Würdigung des Gesamteindrucks unter dem Blickwinkel, ob sich bei einer Gegenüberstellung zweier Formgebungen insgesamt der Eindruck der Übereinstimmung ergibt« (RIS-Justiz RS0120720). Der OGH gibt den **prägenden Merkmalen eines Musters** im Rahmen der Beurteilung, ob ein Plagiat (Eingriffsgegenstand) vorliegt, eine wesentliche Gewichtung. So erklärt der OGH: »Verwechselbare Ähnlichkeit liegt vor, wenn der Eingriffsgegenstand die den Gesamteindruck des Musters prägenden Merkmale aufweist« (RIS-Justiz RS0115200).

Wie der deutsche BGH stets betont, ist in Verletzungsfällen auch der Grad der Gestaltungsfreiheit zu beachten, welcher bei der Entwicklung eines Musters vorhanden ist. So besteht eine Wechselwirkung zwischen dem Gestaltungsspielraum und dem Schutzbereich des Musters. Ein geringer Gestaltungsspielraum kann zu einem engen inhaltlichen Schutzbereich des Musters mit der Folge führen, dass bereits geringe Gestaltungsunterschiede nicht mehr vom inhaltlichen Schutzbereich des Original-Musters umfasst sind. Umgekehrt erzeugt ein großer Gestaltungsspielraum einen weiten inhaltlichen Schutzbereich des Musters, was zur Folge haben kann, dass selbst größere Gestaltungsunterschiede vom inhaltlichen Schutzbereich des Original-Musters noch erfasst sind. Der OGH führt dies weiterführend bei seinen Entscheidungen in Bezug auf die musterrechtliche Eigenart an und erklärt prägnant: Ein hohes Maß an Eigenart gibt dabei Raum für einen großen Schutzbereich, umgekehrt führt geringe Eigenart auch nur zu einem kleinen Schutzbereich (RS0122071).

Anzumerken sei, dass – wie bereits der Verwaltungsgerichtshof im Jahre 1977 (GZ: 282/76) herausgestellt hat – im Musterrecht der Grundsatz gilt, dass der Musterschutz »nur die äußere besondere und augenfällige Form eines Gegenstandes, nicht aber seine Funktion erfasst«.

Besonders viele Muster werden im Bereich des Lampendesigns angemeldet. Dementsprechend ist auch die Dichte an Rechtsprechung in diesem Bereich hoch. Der OGH hatte erst kürzlich (4 Ob 193/22v) einen Fall zu entscheiden, in welchem die Verletzung einer als Muster geschützten Hängeleuchte beurteilt werden musste:



↑ Muster der Klägerin

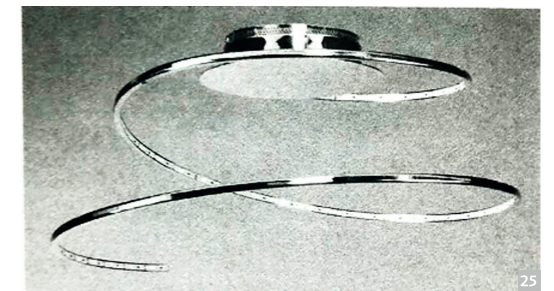


↑ Design der Beklagten

Auch in dieser Entscheidung hob der OGH hervor, dass es bei der Beurteilung des Eingriffs in den Schutzbereich des Musters nicht auf einen mosaikartig aufgespaltenen Vergleich von Einzelheiten (z. B. andere Farben, andere Anordnung der Lampenschirme) ankommt. Maßgeblich ist vielmehr, ob sich **im Gesamteindruck eine Übereinstimmung** der Formgebungen ergibt. Dies wurde vom OGH im gegenständlichen Fall bejaht. Das prägende Element des hier vorliegenden Musters sei »die Anordnung der Schirme in unterschiedlichen Höhen und Größen (...), weil diese spezielle Anordnung einen spielerischen, unregelmäßigen Eindruck erweckt und die Leuchte der Beklagten – ohne, dass dafür eine technische Notwendigkeit bestünde – genau diese prägenden Merkmale übernimmt.«

Demnach liegt hier ein Plagiat vor.

In einem Verfahren vor dem OLG Frankfurt am Main (6 U 50/20) wendete die Beklagte interessanterweise ein, dass vor Anmeldung des Musters des Klägers bereits an einem ähnlichen Design eines Dritten ein Urheberrechtsschutz bestand und somit das Design des Klägers keinen Musterschutz erzeugen könne (denn die Voraussetzungen Neuheit und Eigenart lägen nicht vor). Das geschützte Design des Dritten (zeitlich vor Anmeldung des Musters des Klägers) sah wie folgt aus:



↑ urheberrechtlich geschütztes Design des Dritten

Das OLG Frankfurt qualifizierte das Design der Beklagten als **Plagiat** des klägerischen Musters. Das Design des Dritten, welches vor Beginn des Musterschutzes des Klägers urheberrechtlichen Schutz erlangt hatte, unterscheidet sich in seinen wesensmäßigen Zügen von dem Muster des Klägers so stark, dass es als eigenständiges Werk zu qualifizieren sei, welches das Kläger-Muster nicht tangiert und somit rechtswirksam besteht.



↑ eingetragenes Muster der Klägerin



↑ angemeldetes Muster der Beklagten

Nicht über Lampen, sondern über »Einkaufswagenlöser«, die an Stelle von Münzen in Einkaufswagen gesteckt werden können, musste der OGH vor ein paar Jahren entscheiden (4 Ob 239/19d; 4 Ob 174/19w). Die Klägerin war Inhaberin des folgenden Musters:



← eingetragenes Muster der Klägerin

Tatsächlich wurden Einkaufswagenlöser von der Klägerin vertrieben wie folgt:

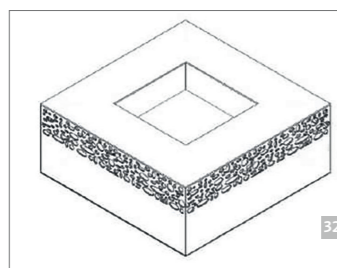


Die Beklagte bot ebenfalls Einkaufswagenlöser an, die wie folgt aussahen:



Der OGH hob hervor, dass aufgrund der konkreten, als Muster eingereichten und im Register hinterlegten Darstellung nur die (Umriss-)Formgebung der Einkaufswagenlöser musterrechtlich geschützt sei. Das oben befindliche runde Loch sei für einen Schlüsselring gedacht und daher **technisch bedingt**, weshalb es bei der Beurteilung außer Betracht bleiben musste. Dies gilt auch für den unteren Teil, welcher einer Münze nachempfunden sein muss. Den verbleibenden (nicht technisch bedingten) Umrissen könne aber keine sehr hohe Eigenart beigemessen werden. Aufgrund der sichtbaren Formunterschiede der Einkaufswagenlöser der Beklagten ergebe sich daher insgesamt ein **unterschiedlicher Gesamteindruck**. Daher lag kein Plagiat vor. In dieser Entscheidung zeigt sich besonders deutlich, dass eine geringe Eigenart auch nur einen geringen Schutzzumfang erzeugt.

Um ein EU-weit geschütztes Gemeinschaftsgeschmacksmuster ging es in einem weiteren Fall vor dem OGH (4 Ob 17/18f). Die Klägerin machte die Verletzung ihres Musterrechts an einer Feuer- schale geltend. Die Beklagte vertrieb einen Grill, der bereits auf den ersten Blick sehr ähnlich aussah:



Der OGH bestätigte die Beurteilung durch die Vorinstanzen, wonach ein Eingriff in das Musterrecht gegeben war. Der Grill der Beklagten gleiche dem Muster in seiner »quadratischen Grundform, der mittigen quadratischen Feueröffnung, dem Verhältnis von Seitenlänge zu Höhe und Größe sowie der Form und Anordnung der Löcher in den Seitenwänden, durch die beim Betrieb ein besonderer optischer Effekt dahin erzielt wird, dass der Lichtschein des Feuers durch sie durchdringt.« Da der Grill der Beklagten somit beim relevanten informierten Benutzer **keinen anderen Gesamteindruck** erzeugte, lag ein **Plagiat** vor und wurde die Beklagte zur Unterlassung des Vertriebs ihres Grills verurteilt.

Anders fiel die Beurteilung des OGH in einem Fall aus dem Jahr 2019 aus (4 Ob 168/19p). Die Klägerin war Rechteinhaberin an einem Muster eines Zirbenwürfels, welcher an der Oberseite eine Ausfräsung für Duftspäne und seitlich eine schräge Bohrung zur Aufbewahrung des zugehörigen Zirbenöfläschchens aufwies. Die Beklagte vertrieb ebenfalls einen Zirbenwürfel, bei welchem eine solche Bohrung jedoch fehlte.



Ausschlaggebend war in diesem Fall u. a., dass ein Würfel per se eine bekannte Form ist (daher geringer Schutzzumfang). Außerdem, so der OGH, sei die »Ausfräsung an der Oberseite zur Aufnahme von Duftspänen ebenso wie die Verwendung des- selben Werkstoffs durch die technische Funktion (Beduftung der Umgebung) bedingt (...).« Demgegenüber werde der Gesamt- eindruck des Musters vor allem von der gut sichtbaren seitlichen Öffnung für das Öfläschchen geprägt. Diese Öffnung verleihe dem Muster einen **anderen Gesamteindruck** als dem Zirben- würfel der Beklagten. Anders ausgedrückt: Ein informierter Benutzer kann zwischen einem Zirbenwürfel mit oder ohne eine solche Lochbohrung gut unterscheiden. Aus diesem Grund lag gegenständlich **kein Plagiat** vor.

7. Fazit

Ob eine Leistung/ein Produkt ein Plagiat darstellt, und somit unrechtmäßig in den Schutzbereich der Original-Design-/ Grafikleistung eingreift, ist für die drei besprochenen Schutz- rechte (Urheberrecht, Markenrecht, Musterrecht) in Bezug auf den zeitlichen und territorialen Schutzbereich meist einfach und eindeutig festzustellen. In Bezug auf den inhaltlichen Schutz- bereich ist dies ebenfalls der Fall, wenn die plagierte Leistung die Original-Design-/Grafikleistung identisch wiedergibt, da es sich dann eindeutig um einen Schutzrechtseingriff und somit Plagiat handelt.

Sollte die Original-Design-/Grafikleistung durch die plagierte Leistung/Produkt jedoch abgewandelt, modifiziert, integriert, weiterentwickelt etc. benutzt werden, ist die Frage, ob ein Plagiat vorliegt, erst durch eine Einzelfallbeurteilung nach einer detaillierten schutzrechtlichen Analyse – insb. anhand der vorgenannten Parameter – zu beantworten. Außergerichtlich kann dies teilweise nur näherungsweise prognostiziert wer- den. Eine definitive Beurteilung ist erst durch eine gerichtliche Feststellung, welche durch die Rechtsmittelinstanz überprüft werden kann, zu finden.

8. Wie können sich Designer:innen & Grafiker:innen vor Plagiaten schützen?

Plagiatoren daran zu hindern, Original-Design-/Grafikleistungen ungefragt zu übernehmen, ist – insb. in der digitalen Welt mit den anwenderfreundlichen Nutzungsmöglichkeiten u. a. des simplen »Copy-Pasten« – fast unmöglich. Eine Herangehens- weise ist, eine Original-Design-/Grafikleistung nicht öffentlich zu machen, wodurch sich massiv die Wahrscheinlichkeit der uner- laubten Übernahme und plagiierten Nutzungen verringert. Doch dann bleibt auch der Erfolg und die Beachtung, Wertschätzung, der öffentliche Anstoß etc. der Original-Design-/Grafikleistung aus. Dies ist in den allermeisten Fällen nicht im Sinn des Erfin- ders/Schöpfers!

Je erfolgreicher eine Original-Design-/Grafikleistung ist und umso mehr öffentliche Aufmerksamkeit, Beachtung und Wert- schätzung sie erhält, desto mehr rückt sie ins Visier von unlieb- samen Nachahmern. Dementsprechend ist wesentlich, dass Designer:innen & Grafiker:innen einen möglichst umfassenden Schutz auf ihre Original-Design-/Grafikleistungen bereits vor deren Veröffentlichung erlangen und diesen Schutz auch nach- weisen können.

Der **Urheberschutz** entsteht – wie ausgeführt – mit Vollendung der Schöpfung der Original-Design-/Grafikleistung automatisch. Oftmals ist der Zeitpunkt der Schöpfung jedoch streitig, so dass es sinnvoll erscheint, den Vollendungszeitpunkt der Schöpfung in irgendeiner Weise beweisbar zu dokumentieren, z. B. durch die digitale Versendung der Original-Design-/Grafikleistung per E-Mail an eine Vertrauensperson.

In den meisten Fällen besteht die Möglichkeit, die betreffende Original-Design-/Grafikleistung als **Marke** anzumelden und eintragen zu lassen. Je nach konkreter Ausgestaltung der Marke kann eine Wort-, Wortbild-, Form-/3D- oder auch andere

Markenart den bestmöglichen Schutz bieten. Das Europäische Markenamt (EUIPO) bietet zudem immer wieder Förderungs- möglichkeiten, durch welche ein Teil der Anmeldegebühren übernommen wird. So kann eine an sich etwas teurere Marken- registrierung für Kreativschaffende um einiges günstiger werden.

Zusätzlich oder alternativ besteht die – finanziell zur Marken- anmeldung günstigere – Variante, die Design-/Grafikleistung vor Veröffentlichung als **Muster** anzumelden, um zusätzlichen Schutz neben dem automatischen Urheberschutz, zu erhalten.

Letztendlich ist wesentlich, dass ein möglichst umfassender – aber auch zielführender – Schutz für die konkrete Original- Design-/Grafikleistung besteht und nachgewiesen werden kann, dass erfolgreich gegen unerlaubte Übernahmen vorgegangen werden kann. So können unzulässiger Übernahmen beseitigt und die generierten Einnahmen aus den plagiierten Nutzungen abgeschöpft werden.

Manche Plagiatoren – oftmals jene, welche aus Unkenntnis und Unwissenheit gehandelt haben – lassen sich auch davon abhalten, unliebsame Übernahmen vorzunehmen, wenn ein ©-Zeichen (Zeichen für den bestehenden Urheberschutz) oder ein ®-bzw. TM-Zeichen (Zeichen für den bestehenden Marken- schutz) an der Original-Design-/Grafikleistung erkennbar ist, wobei ein ®-bzw. TM-Zeichen nur dann angebracht werden darf, wenn auch tatsächlich eine Marke eingetragen wurde.

JAKOBER
RECHTSANWÄLTE

Die Kanzlei JAKOBER RECHTSANWÄLTE mit Sitz in Wien (Österreich) und Stuttgart (Deutschland) berät und vertritt außergerichtlich und gerichtlich seit 2 ½ Jahrzehnten gerne und oftmals Designer:innen & Grafiker:innen insb. in Bezug auf die Qualifizierung von (Kreativ)Leistungen als Plagiate, bei der Anmeldung von Schutzrechten und deren Nutzungen für Designer:innen & Grafiker:innen vor. Die Kanzlei JAKOBER RECHTSANWÄLTE ist national wie international tätig, insbesondere dauerhaft für die öster- reichische Urheberrechtsgesellschaft für Bildende Kunst, Architektur, Fotografie, Grafik, Illustration, Design, Choreo- grafie und Performance u. a., namens Bildrecht GmbH, Gesellschaft zur Wahrnehmung visueller Rechte.

ABBILDUNGEN URHEBERRECHT

- 1 Urteil vom 11.07.1995, GZ: 4 Ob 58/95
- 2 OGH, Urteil vom 31.01.2023, GZ: 4 Ob 139/22b
- 3 OGH, Urteil vom 31.01.2023, GZ: 4 Ob 139/22b
- 4 BGH, Urteil vom 07.04.2022, GZ: I ZR 222/20
- 5 BGH, Urteil vom 07.04.2022, GZ: I ZR 222/20
- 6 BGH, Urteil vom 07.04.2022, GZ: I ZR 222/20
- 7 BGH, Urteil vom 07.04.2022, GZ: I ZR 222/20
- 8 OGH, Urteil vom 20.04.2016, GZ: 4 Ob 61/16y
- 9 OGH, Urteil vom 20.04.2016, GZ: 4 Ob 61/16y
- 10 OGH, Urteil vom 20.04.2016, GZ: 4 Ob 61/16y
- 11 © Wolfgang Berger/Bildrecht
- 12 © Wolfgang Berger/Bildrecht
- 13 OGH, Urteil vom 11.05.2010, GZ: 4 Ob 49/10z
- 14 OGH, Urteil vom 11.05.2010, GZ: 4 Ob 49/10z

ABBILDUNGEN MARKENRECHT

- 15 Register Nr./Anmelde Nr.: 008942906 (EUIPO),
Rechteinhaber: WOLVERINE OUTDOORS, INC.
- 16 Register Nr./Anmelde Nr.: 018062190 (EUIPO),
Rechteinhaber: Martini Sportswear GmbH
- 17 Register Nr./Anmelde Nr.: M3515941 (OEPM),
Rechteinhaber: BODEGAS SAN VALERO, SOCIEDAD COOPERATIVA
- 18 Register Nr./Anmelde Nr.: 017890405 (EUIPO), Rechteinhaber: 1031023
B.C. Ltd.
- 19 Register Nr./Anmelde Nr.: 011573474 (EUIPO),
Rechteinhaber: GEMMA GROUP S.r.l.
- 20 Register Nr./Anmelde Nr.: 012579711 (EUIPO), Rechteinhaber: PUMA SE
- 21 Register Nr./Anmelde Nr.: 293410 (ÖPA), Rechteinhaber: 3SI Immogroup
GmbH
- 22 Register Nr./Eintragungs Nr.: 39822632 (DPMA), Rechteinhaber:
OVH Holding AG

ABBILDUNGEN MUSTERRECHT

- 23 OGH, Urteil vom 20.12.2022, GZ: 4 Ob 193/22v
- 24 OGH, Urteil vom 20.12.2022, GZ: 4 Ob 193/22v
- 25 OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 09.12.2021, GZ: 6 U 50/20
- 26 Register Nr. 402015100712 (DPMA), Rechteinhaber: Linus Bopp Leuchten
GmbH
- 27 Register Nr. 402016101500 (DPMA), Rechteinhaber: WOFI LEUCHTEN
Wortmann & Filz GmbH
- 28 OGH, Urteil vom 28.01.2020, GZ: 4 Ob 239/19d
- 29 OGH, Urteil vom 28.01.2020, GZ: 4 Ob 239/19d
- 30 OGH, Urteil vom 30.03.2020, GZ: 4 Ob 174/19w
- 31 OGH, Urteil vom 28.01.2020, GZ: 4 Ob 239/19d
- 32 OGH, Urteil vom 20.02.2018, GZ: 4 Ob 17/18f
- 33 OGH, Urteil vom 20.02.2018, GZ: 4 Ob 17/18f
- 34 OGH, Urteil vom 24.10.2019, GZ: 4 Ob 168/19p
- 35 OGH, Urteil vom 24.10.2019, GZ: 4 Ob 168/19p

IMPRESSUM

Herausgeber und Verleger

designaustria, gegründet 1927, ist Wissenszentrum und Interessenvertretung für Design und engagiert sich für Österreich als Designnation. designaustria vertritt nationale Interessen in internationalen Organisationen und ist Mitglied des International Council of Design ico-D, der World Design Organisation WDO, vormals Icsid, und des Bureau of European Design Associations BEDA.

Geschäftsstelle

designaustria im designforum^{WIEN}
Museumsplatz 1, 1070 Wien
T +43 (0)1 524 49 49-0
E service@designaustria.at
www.designaustria.at

Geschäftsführer: Severin Filek

Büro: Vanessa Brumen (Project Assistance), Doris Calisir (Members & Finance), Tamara König (Communication & International Projects / in Karenz), Sara Jaitner (Mitarbeit), Caspar Russo (Editor), Olivia Scarr (Communications), Edwina Steuer (designforum Wien)

Autor:innen

RA Philip Jakob & RAin Julie Vinazzer
JAKOBER RECHTSANWÄLTE
Bösendorferstrasse 2/17, 1010 Wien

Lektorat

Severin Filek & Olivia Scarr, 1070 Wien

Layout & Artdirektion

Valerie Eccli, 1030 Wien

Druck und Endfertigung

Bösmüller Print Management GesmbH & Co. KG,
Josef-Sandhofer-Straße 3, 2000 Stockerau

Copyright

© 2023 designaustria, 1070 Wien
Alle Rechte vorbehalten.