



D O R D A

Markenmagie und Titelschutzzauber

3.10.2025

Axel Anderl & Andreas Seling

Vortragender



Dr Axel Anderl, LL.M.

- Managing Partner bei DORDA
- Leiter des IT/IP und Datenschutz Teams sowie der Digital Industries Group
- Absolvent der Universität Wien (Dr iur 2005) und des Universitätslehrgangs für Informationsrecht und Rechtsinformation Universität Wien (IT-Law) (LL.M. 2001)
- Fachliche Schwerpunkte: IP-Recht ua Urheber-, Markenrechtrecht und Wettbewerbsrecht, IT-Recht, insb Outsourcing, Cloud und AI
- Leading Individual in IP, IT und Datenschutzrecht bei Chambers und Legal500
- Legal 500 Hall of Fame TMT
- Leading Individual IP bei JUVE
- Zwölf ILO Client Choice Award für Information Technology & Internet
- Herausgeber und Autor zahlreicher Fachpublikationen in den Bereichen Urheber- und Medienrecht, ua "IP in der Praxis" (Manz), "Praxishandbuch UWG" (Linde) oder "Großer UWG Kommentar, § 2" (Manz)
- Vortragender an diversen Hochschulen und Fachhochschulen
- Board-Mitglied von ITechLaw und Co-Chair Start-Up Committee
- Kunstsammler und Betreiber ArtWorld Anderl/Weber

Vortragender

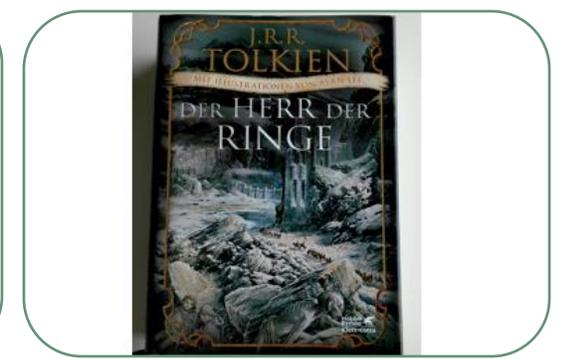


Dr Andreas Seling, M.B.L.

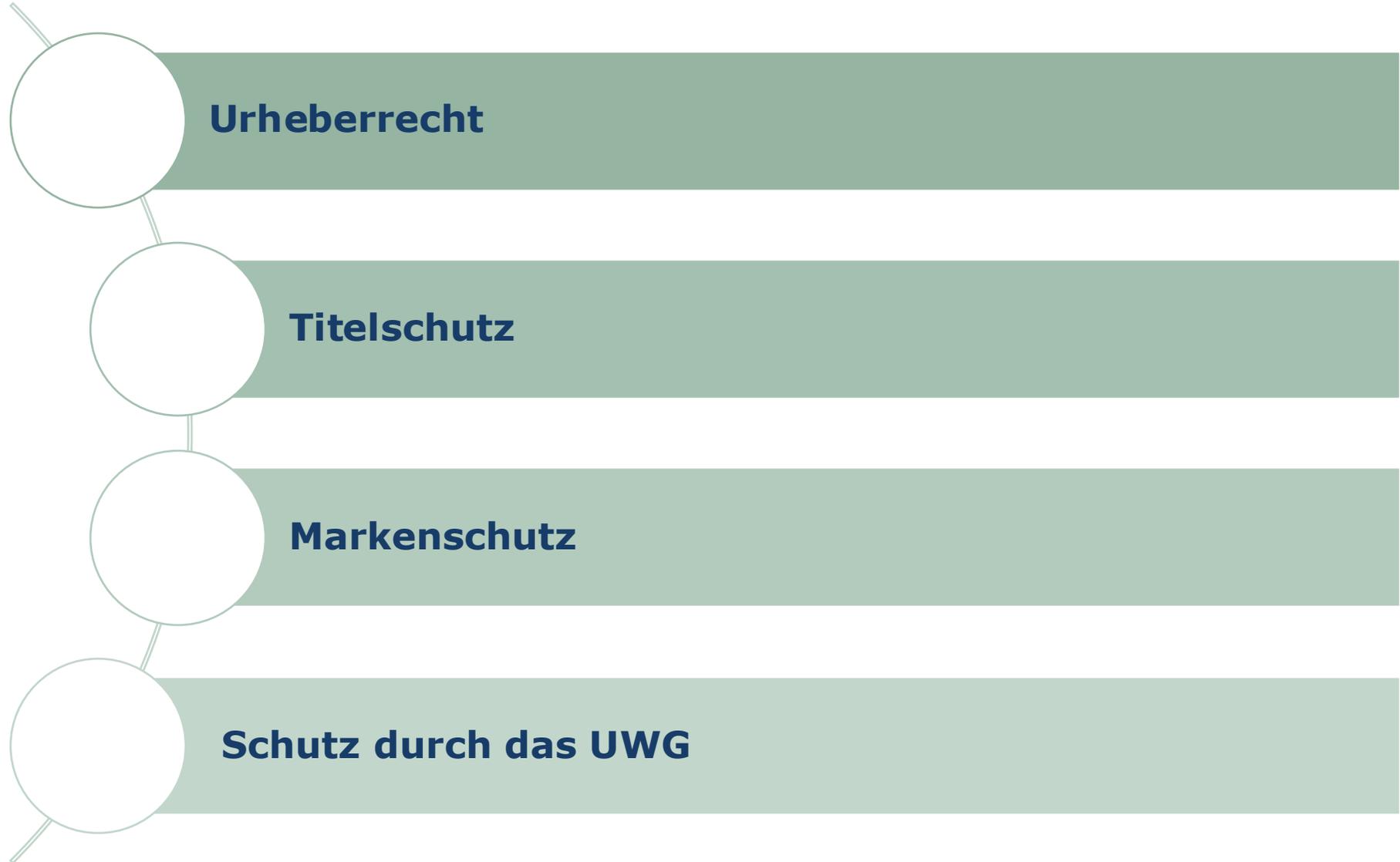
- Partner im IT/IP Team von DORDA
- Mitglied DORDA Digital Industries Group
- Absolvent der Universität Salzburg (Dr iur 2010) und der Salzburg Management Business School (M.B.L. 2009)
- Fachliche Schwerpunkte: IP-Recht, UWG sowie Social Media
- Legal 500 Next Generation Partner in IP
- Managing IP Star 2025 für Markenrecht
- JUVE-Aufsteiger
- Autor zahlreicher Fachpublikationen im IP-Recht, ua "IP in der Praxis" (Manz), "Praxishandbuch UWG" (Linde)
- Vortragender an diversen Universitäten und Fachhochschulen
- Working Group Leader: INTA Unfair Competition Committee / Emerging Technologies and Practices

Beispiele

- Fiktive Charaktere in Literatur/Filmen
- Instagrameffekt: Vermehrte Nutzung zB durch Themenbars (Harry Potter/Coyote Ugly Bar etc)
- Möglichkeiten des Schutzes?



Relevante Schutzregimes



1. Urheberrecht und Titelschutz

Urheberrecht

Inhalt (Text, Bilder etc) von Romanen, Filmen etc idR urheberrechtlich geschützt

Jedoch:

- Titel (zB "Adabei" für Zeitungsrubrik; OLG Wien 3 R 204/58) oft keine eigentümliche geistige Schöpfung
- Ausstattung (zB einfaches Zeitungslayout – OGH 4 Ob 344/79) oft ebenfalls kein "Werk"
- Schutz von fiktiven Charakteren?

Urheberrechtlicher Schutz fiktiver Charaktere



BGH I ZR 52/12 - "Pippi-Longstrumpf-Kostüm"

- Urheberrechtsschutz für einzelne Charaktere eines Sprachwerks möglich
 - Auch der Einzeldarstellung des Charakters an sich
 - Im konkreten Fall jedoch keine Verletzung
- Keine gedankliche Verknüpfung mit den prägenden Charaktereigenschaften (Gegensatz von *"erbärmlichen Lebensumständen in Kontrast zu den übrigen Merkmalen der Figur"*)
- Verkleidung *"als Pippi Langstrumpf"* erkennbar

Fazit: Urheberrechtlicher Schutz eines fiktiven Charakters möglich, aber strenger Maßstab

Titelschutz

Grundlagen

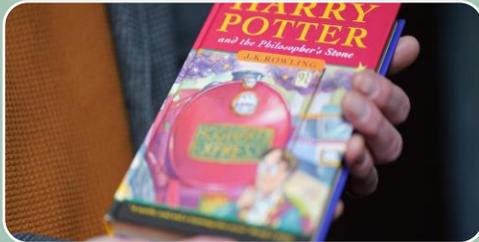
Da Titel oft nicht schutzfähig → "Verwandtes Schutzrecht" wie zB Datenbankschutz?

- **§ 80 Abs 1 UrhG:** *"Im geschäftlichen Verkehr darf weder der Titel oder die sonstige Bezeichnung eines Werkes der Literatur oder Kunst noch die äußere Ausstattung von Werkstücken für ein anderes Werk auf eine Weise verwendet werden, die geeignet ist, Verwechslungen hervorzurufen."*
- Keine primär urheberrechtliche Norm (insb Anknüpfung an Unterscheidungskraft, Schutz gegen Verwechslungsgefahr; zeitlich unbegrenzte Geltung)
- Lauterkeits- und kennzeichenrechtliche Regelung

Titelschutz – Schutzzumfang

"Titel"

Kennzeichnender Name von Buch, Magazin, Lied, Gedicht, Film etc



"Sonstige Bezeichnung"

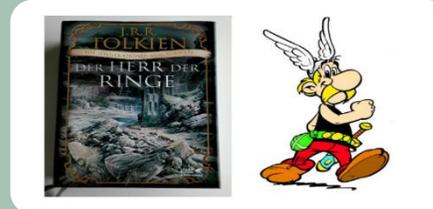
zB Unter- und Nebentitel, erste Zeile, Refrain, Namen von Comic-Figuren (zB "OBELIX" – OLG Hamburg 5 U 188/04)



"Äußere Ausstattung"

zB Form und Farbe des Einbands oder Gestaltung einer Comic Figur

Kein Verkehrsgeltungsnachweis erforderlich



Voraussetzungen des Titelschutzes

Werkcharakter

Nicht des Titels selbst
Sondern bezeichneter
Inhalt muss Werk der
Literatur oder Kunst sein
(weiter Werkbegriff)

Unterscheidungskraft

Eignung, Werk zu
individualisieren
Nicht: bloße Angabe des
Inhalts oder Gebiets, auf
das sich Werk bezieht

Werk im Inland unter dem Titel benützt

Titelschutzanzeige insb im
"Anzeiger"
(Branchenmagazin der ö
Buchbranche) verschafft
bessere Priorität, wenn
anschließend tatsächliche
Verwendung

Aktuelle Rechtsprechung

- Rechteinhaber der James Bond Filme vs Sekretariatsfranchise
- Marke "*Money Penny*" der KI 2020 gelöscht
- Klage auf Basis Titelschutz und UWG
- LG Hamburg (327 O 230/21): Abweisung mangels deutlichem Eigenprofil
- OLG Hamburg (5 U 83/23): Bestätigt: kein eigenständiges Eigenleben, Problem insb wechselnde Darstellerinnen
- BGH: Verhandlung am 25.9.2025
 - Kläger: Miss Money Penny als wiederkehrende Konstante
 - Beklagte: Werktitelschutz dürfe nicht auf jede Nebenfigur ausufern

Umfang des Titelschutzes

Schutzumfang

- Verboten, Titel im geschäftlichen Verkehr **für anderes Werk zu nutzen**
- Eignung das Publikum über **Identität des Werks in Irre zu führen** – Schutz gegen Verwechslungsgefahr

Titelschutz gilt **medienübergreifend**

- Geltendmachung zwischen **Werken verschiedener Gattung** → zB Buch / Theaterstück
- Ausdehnung **auf weitere Verwertungsformen** zB Merchandise-Artikel? → Werkcharakter fraglich, uU bei Bekanntheit des Titels

Rechtsfolgen bei Titelrechtsverletzung

Unterlassung

- Auch Möglichkeit Geltendmachung über EV

Beseitigung

- Vergleich zu § 82 UrhG eingeschränkt
 - Nur gegen Eingriffsmittel und –gegenstände
 - Kein Überlassungsanspruch

Schadenersatz

- Beinhaltet auch "*Rettungsaufwand*" (Kosten Beseitigung Verwechslungsgefahr)

Angemessenes Entgelt

- § 1041 ABGB (Verwendungsanspruch)
- Analog doppelt angemessenes Entgelt denkbar

Wann liegt eine Titelschutzverletzung vor?



Nutzung von
Filmtitel für
Fanmagazin

→ Titel-
verwendung von
Roman/Film



Buch mit
"Captain Picard"

→ Verwendung
sonstiger
Bezeichnung für
Werk



Verkauf von
kleinen Harry
Potter Figuren

→ typischer
Merchandise-
artikel wohl
unzulässig



Tasse mit Bild
von Gollum?

→ ebenfalls
Merchandise mit
Abbild von
bekannter (?)
Person

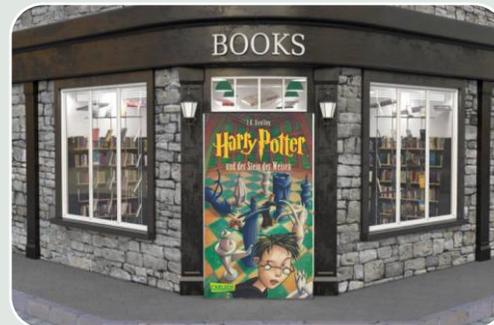
Wann liegt eine Titelschutzverletzung vor?

Beispiel: Themenbars



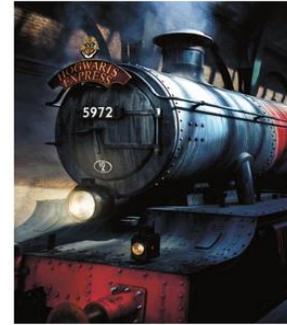
Nutzung Buchtitels für Barname?

→ Titelverwendung aber: Verwendung für ein anderes "Werk"?



Nutzung Buchcovers als Türschild?

→ Titelverwendung aber: Verwendung für anderes "Werk" wieder fraglich



Verwendung von Ort aus Harry Potter als Sitzgelegenheit?

→ kein Titel; idR keine sonstige Bezeichnung/Ausstattung



Nutzung von Zaubersprüchen auf Getränkekarte?

→ kein Titel; idR keine sonstige Bezeichnung/Ausstattung

Zwischenfazit

- Titelschutz oft nicht als Schutzinstrument beachtet
- Vorteile, weil keine Registrierung erforderlich / Entfall von Verkehrsgeltungsnachweis bei Ausstattung
- Solider Schutz gegen Verwendung von Titeln in Werken
- Schwächen bei "*modernen*" Verwendungen wie zB Themenbars

2. Markenrecht

Markenschutz

Voraussetzungen

Herkunftsfunktion

Unterscheidungskraft / keine beschreibende Wirkung

→ Regelmäßig gegeben bei Fantasienamen

Beschränkung Schutzes auf bestimmte Waren- und Dienstleistungen

→ Klassische Merchandise Artikel (ua 16 Druckereierzeugnisse, 20 Kunstgegenstände aus verschiedenen Materialien, 21 Trinkgläser, Becher, 25 Bekleidungsstücke, 28 Spielzeug)

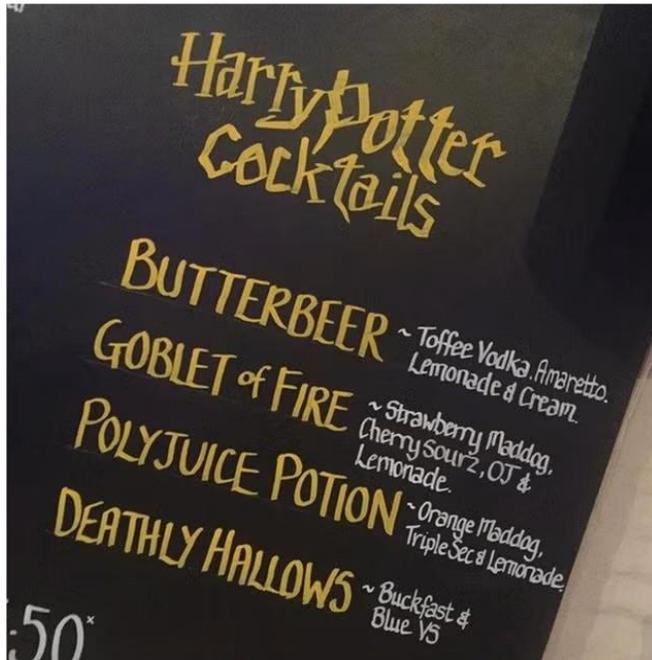
→ Oft klassenübergreifender Schutz bekannter Marke (Bestsellerromane, Blockbuster)

Marke: Registrierung eines Zeichens mit Herkunftsfunktion

Titelschutz: Titel eines Werks ohne Registrierung

Können nebeneinander bestehen

Beispiel: Markenschutz



"Harry Potter"
UM 000935593, UM 001301688

Cocktailnamen aus Harry Potter
zB "Butterbeer" (UM 010767432)

Beispiel: Markenschutz

OGH 4 Ob 99/20t – Coyote

- Kläger: Inhaber einer Bar und Marke "Coyote" (43: Betrieb einer Bar, Verpflegung von Gästen in Restaurants)
- Klage gegen Inhaber von Diskothek wegen Werbung mit Slogan "*Coyote Ugly Shows & Other Surprises!*"
- OLG Wien: Abweisung: kein kennzeichenmäßiger Gebrauch der Marke des Klägers, sondern lediglich Titel des Films "*Coyote Ugly*" verwendet
- OGH: Stattgebung: bei Verwendung der Bezeichnung "*Coyote Ugly*" kennzeichenmäßiger Gebrauch der Marke nicht ausgeschlossen

Grenzen: Markenschutz

- Verwendung Ort aus Harry Potter als Sitzgelegenheit in Themenbar
- Kein zu schützender Name, Slogan
- Denkbar ggf Bildmarke, 3D-Marke, aber Thema der Unterscheidungskraft bei Anmeldung
- Markenrechtlicher Schutz idR schwer erlangbar

Zwischenfazit

- Sehr starker Schutz für Namen von Protagonisten ("*Harry Potter*", "*James Bond*" etc)
- Oft breiter Schutz für bekannte Begriffe aus Filmen für Merchandising
- idR Schutzlücken für nachzunehmende Orte, Konzepte von Filmen etc

3. Schutz durch das UWG

Schutz nach dem UWG

Tatbestände

§ 9 Abs 1 UWG: Schutz für besondere Bezeichnung eines Unternehmens oder Druckwerkes

§ 9 Abs 3 UWG: Ausstattungsschutz

§ 1 UWG: Nachahmung / Rufausbeutung

§ 2 UWG: Irreführung

§ 9 UWG

Kennzeichenmissbrauch

- Abs 1: Bezeichnung eines Druckwerks, für das § 80 UrhG nicht gilt
 - zB von Warenkatalogen oder Preisverzeichnissen
- Abs 3: Ausstattungsschutz, zB Aufmachung einer Zeitung (OLG Wien 1 R 200/58) oder Verpackung (OGH 4 Ob 61/12t)
- Verhältnis der Exklusivität zu § 80 UrhG
- Voraussetzung
 - Vorliegen von Unterscheidungskraft (Verkehrsgeltung bei Abs 3)
 - Verwechslungsgefahr

§§ 1 und 2 UWG

Nachahmung / Rufausbeutung nach § 1 UWG

- Voraussetzung: Vorliegen eines unlauteren Elements
- Assoziation bzw gedankliche Verknüpfung mit fremden Produkt (OGH 17 Ob 10/10y)
- Auch bei ungleichartigen Produkten und Branchen denkbar
- Gefahr eines Imagetransfers ("**Trittbrettfahren**") → unlauteres Profitieren vom Ruf des nachgeahmten Produkts

Irreführung nach § 2 UWG

- Voraussetzungen: Unrichtige Angabe / Geschäftspraktiken mit Täuschungseignung
- Umfasst: Namen, Logos, aber auch zB Produktverpackungen (OGH 17 Ob 9/09t)

Schutz nach dem UWG

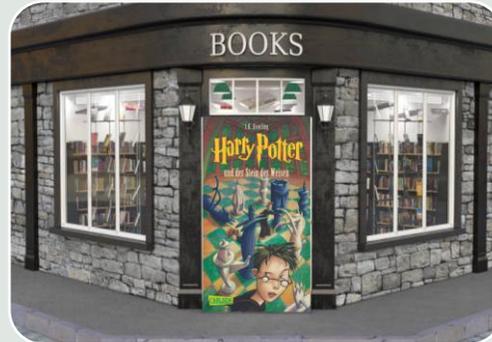
Beispiel: Themenbars



Nutzung Buchtitel
als Barname?

→ § 9 Abs 1 UWG
durch Exklusivität
des § 80 UrhG
ausgeschlossen

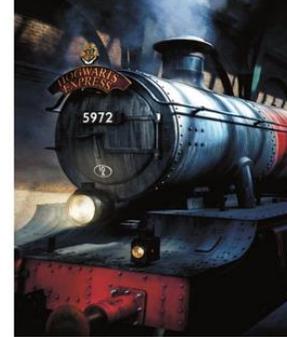
→ Aber:
Anwendungs-
bereich §§ 1 und 2
UWG offen



Nutzung eines
Buchcovers als
Türschild?

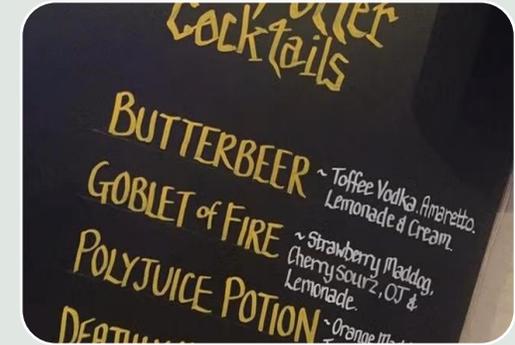
→ § 9 Abs 3 UWG
durch § 80 UrhG
ausgeschlossen

→ Aber:
Anwendungs-
bereich §§ 1 und 2
UWG offen



Verwendung von
Ort aus Harry
Potter als
Sitzgelegenheit?

→ kein Titelschutz
→ Anwendungs-
bereich von §§ 9,
1 und 2 UWG offen



Nutzung von
Zaubersprüchen
auf Getränkekarte?

→ kein Titelschutz
→ Anwendungs-
bereich von §§ 9,
1 und 2 UWG offen

Schutz nach dem UWG

Zwischenfazit

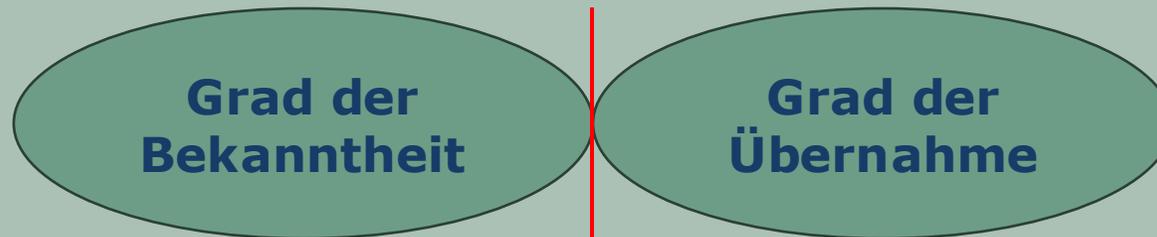
- Oft greift **Titelschutz** nicht
- **Marken** für Konzepte von nachzuahmenden Orten, Konzepte von Filmen etc idR nicht zu erlangen
- **UWG** (insb §§ 1 und 2) übernimmt Auffangfunktion

4. Workarounds

Marken-, Urheber- und Wettbewerbsrecht

Anlehrende Verwendung von Elementen (zB Inszenierung als magische Bar)

Trittbrettfahrerei



Parodie

Parodie als Möglichkeit Titelschutz/Urheberrecht/UWG/Markenrecht zu umgehen?

Parodie

Jonny English:

- **Markenrecht:** "*Jonny English*" vs "*James Bond*"
 - Verwechslungsgefahr?
 - Markenparodie? Abwägung Kunst- oder Meinungsäußerungsfreiheit / kommerzieller Motive (17 Ob 15/09v)
- **Titelschutz:** "*Der Spion, der es versiebte*" vs "*Der Spion, der mich liebte*"
 - Titelparodie? Wohl streng auszulegen (4 Ob 32/01m)
- **Urheberrecht:** Nutzung von Klischees und Elemente aus Agentenfilmen im Allgemeinen auf humorvolle Weise, kein sachfremdes Element (\neq 4 Ob 97/24d "*Räuber Hotzenplotz*")
- **UWG:** Ausbeutung des Rufs von James Bond?

5. Fazit

Fazit

- Titelschutz kann zentrale Rolle spielen
- Jedoch Grenzen des Schutzes
- Markenrecht und Urheberrecht ergänzen
- UWG oft "Auffangbecken"
- Alle Werkzeuge nutzen