

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Schöpfungshöhe: Urheberrechtliche Schutzfähigkeit eines Logos

Auch ohne Anmeldung oder Eintragung entsteht der urheberrechtliche Schutz für ein Werk – im Gegenteil etwa zu Marken, die in ein Register eingetragen werden können. Voraussetzung für einen urheberrechtlichen Schutz ist das Erreichen der „Schöpfungshöhe“ – mit Ausnahme etwa von Fotos, die immer urheberrechtlich geschützt sind. Bei Schriftwerken oder Logos aber kann eine Beurteilung diesbzgl. schon schwerer fallen. Nun hatte jüngst das OLG Frankfurt a. M. (Urt. v. 12.06.2019, Az. 11 U 51/18) über den Schutz von eben einem Logo zu entscheiden....

Der Logo-Streit: Was ist geschehen?

Eine Herstellerin von Audioprodukten für den Automobilbereich (sog. Car-HiFi) stritt sich mit einem ehemaligen Geschäftspartner um die Benutzung eines in Zusammenarbeit entwickelten Logos. Das Logo sollte eine neue Produktlinie mit dem Namen „Match“ kennzeichnen. Dabei wurde der Schriftzug „Match“ in einer im Internet frei verfügbaren Schriftart gestaltet.

Des Weiteren war dem Wort „Match“ ein nach rechts gerichtetes schwarzes Doppeldreieck vorangestellt. Nachdem die beiden Unternehmen ihre Geschäftsverbindungen auflösten, benutzte die Klägerin das streitgegenständliche Logo weiterhin. Für die Überlassung des Logos sollte die Klägerin an den Beklagten einen Betrag in Höhe von 100.000 € zahlen. Nach Zurückweisung dieses Angebots mahnte der Beklagte die Klägerin ab und forderte sie zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf. Daraufhin erhob die Klägerin Feststellungsklage. Sie wollte festgestellt wissen, dass sie nicht verpflichtet ist, es zu unterlassen, ohne die Einwilligung des Beklagten das Logo „Match“ in jeglicher Form nutzen zu dürfen. Das Landgericht (LG Frankfurt a. Main, Urt. v. 25.04.2018, Az. 6 O 351/17) hat der Klage stattgegeben. Der Beklagte legte Berufung ein, so dass der Fall dem OLG Frankfurt a. Main zur Entscheidung vorgelegt wurde.

Schöpfungshöhe: Urheberrechtlicher Schutz eines Logos

Grundsätzlich sind Logos der angewandten Kunst im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG zuzuordnen. Bei einem Logo handelt sich nämlich üblicherweise um ein Graphikdesign, welches zur Kennzeichnung und Bewerbung der eigenen Waren/Dienstleistungen verwendet wird. Im Gegensatz zum Markenschutz ist für einen urheberrechtlichen Schutz keine Eintragung, Anmeldung etc. nötig. Der urheberrechtliche Schutz greift automatisch, sofern ein Werk im Sinne des Urheberrechtsgesetzes vorliegt.

In § 2 Abs. 1 UrhG Nr. 1-7 sind exemplarisch einige in Betracht kommende Werkkategorien aufgelistet. Wichtiger als die Zuordnung in eine dieser Kategorien ist jedoch, dass das Werk die erforderliche Schöpfungshöhe im Sinne des § 2 Abs. 2 UrhG erreicht. Eine solche ist gegeben, wenn das Werk eine persönliche geistige Schöpfung ist. Das Merkmal der „Persönlichkeit“ bedeutet, dass ein Mensch beim

Schöpfungsprozess steuernd mitgewirkt hat.

Eine nach § 2 Abs. 2 UrhG geforderte geistige Schöpfung des Urhebers setzt hingegen voraus, dass ein Gestaltungsspielraum besteht und dieser vom Urheber dafür genutzt wird, seinen schöpferischen Geist in origineller Weise zum Ausdruck zu bringen. Dabei kann die ästhetische Wirkung der Gestaltung nur einen Urheberrechtsschutz begründen, wenn sie nicht dem Gebrauchszweck geschuldet ist, sondern auf einer künstlerischen Leistung beruht. Nach der Rechtsprechung des BGH ist die erforderliche Schöpfungshöhe von Werken der angewandten Kunst erreicht, wenn die es nach Auffassung der für Kunst empfänglichen und mit Kunstanschauungen einigermaßen vertrauten Kreise rechtfertigt, von einer „künstlerischen“ Leistung zu sprechen. Dabei werden nicht nur „große“ künstlerische Werke geschützt, sondern auch solche, die auch nur eine geringe Gestaltungshöhe aufweisen (sog. Schutz der „kleinen Münze“: BGH, Urt. v. 13.11.2013, Az. I ZR 143/12).

Na Logo? Kein Urheberschutz!

Das OLG Frankfurt a. Main (Urt. v. 12.06.2019, Az. 11 U 51/18) verneinte den urheberrechtlichen Schutz des Logos und gab der Berufung des Beklagten nicht statt. Das Gericht stellte vielmehr fest, dass keine künstlerische Leistung vorliege. Eine individuelle Schöpfung scheidet aus, wenn in dem Erzeugnis lediglich vorhandene Ausdrucksformen wiederholt würden, ohne dem Werk persönliche Züge zu geben. Weder die Namensfindung („Match“) noch die graphische Gestaltung („Doppeldreieck“) an sich noch der Gesamteindruck des Logos erreichten die nach § 2 Abs. 2 UrhG geforderte Schöpfungshöhe. Die Namensgebung leitet sich unmittelbar aus dem Gebrauchszweck der für die Produktlinie vorgesehenen Produktbezeichnung ab. Denn „Match“ werde im Zusammenhang mit den Audioprodukten vom Verkehr mit der deutschen Übersetzung „passen“ oder „zusammenpassen“ verknüpft.

Weiter könne auch das dem Bestandteil „Match“ hinzugefügte Doppeldreieck dem Logo keine eigenschöpferische künstlerische Note verleihen. Bei diesem Symbol handele es sich um ein im Audiobereich häufig verwendetes Symbol, das im Verkehrsverständnis mit dem Begriff „Vorlaufaste“ (fast forward) gleichgesetzt werde. Auch in der Gesamtbetrachtung erreiche das Logo nicht die für ein Kunstwerk erforderliche Mindestanforderung an ästhetischer Gestaltung, so das Gericht.

Fazit: Es kommt drauf an...

Die Entscheidung des OLG zeigt, dass Händler sich nicht auf den (eventuellen!) urheberrechtlichen Schutz ihrer Logos verlassen sollten. Auch wenn die Anforderungen an die für einen Urheberrechtsschutz notwendige Schöpfungshöhe nicht sehr hoch sind, können einfachste Gestaltungen (wie hier) auch durch dieses Raster fallen. Es empfiehlt sich deshalb, das eigene Logo stets durch die Anmeldung einer (Wort-)/Bildmarke zu schützen. Anders als im Urheberrecht gibt es im Markenrecht nicht das Erfordernis einer „künstlerischen Leistung“.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement