

**1. Begehungsort eines Wettbewerbsverstoßes - und damit für die Frage, welches Recht im Einzelfall anzuwenden ist, maßgebend - ist der Ort der wettbewerblichen Interessenkollision.**

**2. Unter dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes besteht im Rahmen des § 22 Z 5 ECG eine Ausnahme vom Herkunftslandprinzip auch im Zusammenhang mit wettbewerbsrechtlichen Sachverhalten, weshalb eine Irreführung inländischer Verbraucher im Rahmen von dem ECG unterliegenden Sachverhalten nach wie vor anhand § 2 UWG zu beurteilen ist.**

**3. Das Recht, den eigenen Namen zu gebrauchen, wird durch § 9 UWG insofern eingeschränkt, als der Name nicht in einer solchen Weise gebraucht werden darf, dass Verwechslungen mit dem Namen (oder sonstigen Zeichen) entstehen können, dessen sich ein anderer befugterweise bedient. Der Benützer des Namens hat daher – auch bei lauterem Gebrauch seines Namens – alles Notwendige und ihm Zumutbare vorzukehren, um durch die Benützung vorhandener Ausweichmöglichkeiten (z.B. Beifügung von Vornamen, Verwendung unterscheidender Zusätze und dergleichen) die Gefahr von Verwechslungen mit einer fremden prioritätsälteren Bezeichnung nach Möglichkeit auszuschalten.**

**4. a) Die Kautions dient lediglich zur Sicherstellung des dem Gegner durch die etwa sich als unberechtigt erweisende einstweilige Verfügung entstehenden Ersatzanspruches und der Kosten. Wenn die Frage, ob und in welcher Höhe durch den Vollzug der einstweiligen Verfügung ein Schaden dem Beklagten entstehen wird, gegenwärtig noch nicht mit Sicherheit beantwortet werden kann, genügt die Festsetzung einer verhältnismäßig niedrigen Kautions, zumal später immer noch die Möglichkeit einer Erhöhung gegeben ist, wenn sie sich als unzureichend herausstellen sollte.**

**b) Dieser Sicherstellungszweck fällt jedoch weg, wenn die Entscheidung über den gesicherten Anspruch auf Grund des nach der Aktenlage im wesentlichen unbestrittenen Sachverhaltes nur noch von Rechtsfragen abhängt, die bereits im Provisorialverfahren vom Obersten Gerichtshof gelöst worden sind.**

**5. Hat der Kläger den Sicherungsantrag zu weit gefasst, sind mangels anderer Anhaltspunkte für die Bewertung das Unterliegen und Obsiegen gleichteilig zu bewerten.**

Leitsätze verfasst von Dr. *Clemens Thiele*, LL.M.

Der Oberste Gerichtshof hat durch die Hofrätin des Obersten Gerichtshofs Hon. Prof. Dr. Griß als Vorsitzende und die Hofrätin des Obersten Gerichtshofs Dr. Schenk sowie die Hofräte des Obersten Gerichtshofs Dr. Sailer, Dr. Vogel und Dr. Jensik als weitere Richter in der Rechtssache der klagenden Partei Wolfgang K\*\*\*\*\*, Inhaber der Firma W\*\*\*\*\*, vertreten durch Engin Deniz Reimitz Schönherr Hafner Rechtsanwälte KEG in Wien, gegen die beklagten Parteien 1. "W\*\*\*\*\*" \*\*\*\*\* GmbH, 2. Ing. Karl Hans P\*\*\*\*\*, 3. H\*\*\*\*\* Gesellschaft m.b.H., 4. Friederike P\*\*\*\*\*, 5. J\*\*\*\*\* GmbH, 6. Johann H\*\*\*\*\*, alle vertreten durch Held Berdnik Astner & Partner, Rechtsanwälte in Graz, wegen Unterlassung (Streitwert 32.740 EUR), Einwilligung in eine Löschung (Streitwert 1.800 EUR) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert 1.800 EUR), Streitwert im Provisorialverfahren 32.740 EUR, infolge außerordentlichen Revisionsrekurses der beklagten Parteien gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Graz als Rekursgericht vom 3. Oktober 2003, GZ 6 R 175/03g, 176/03d-31, mit dem der Beschluss des Landesgerichts für Zivilrechtssachen Graz vom 11. August 2003, GZ 10 Cg 30/03b-21, in der Hauptsache bestätigt wurde, in nichtöffentlicher Sitzung folgenden

## **Beschluss**

gefasst:

I. Dem Revisionsrekurs wird teilweise Folge gegeben.

Die Entscheidungen der Vorinstanzen werden dahin abgeändert, dass der Beschluss wie folgt zu lauten hat:

"Einstweilige Verfügung Zur Sicherung des mit der Klage geltend gemachten Unterlassungsanspruchs wird den beklagten Parteien für die Dauer dieses Rechtsstreites aufgetragen es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs ihre Unternehmen oder die K\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zu bewerben und die von ihrem Unternehmen oder der K\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH erzeugten und/oder vertriebenen Waren unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zu bewerben und/oder anzubieten und/oder zu vertreiben, sofern a) diese Handlungen sich nicht unmittelbar auf den Vertrieb von Originalgegenständen der Wiener Werkstätte oder solchen Gegenständen beziehen, die nach historischen Entwürfen der Wiener Werkstätte hergestellt werden, oder b) das Angebot der beklagten Unternehmen oder der K\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH nicht überwiegend Originalgegenstände der Wiener Werkstätte oder nach historischen Entwürfen der Wiener Werkstätte hergestellte Gegenstände oder einen repräsentativen Querschnitt solcher Produkte umfasst.

Das Mehrbegehren, den beklagten Parteien aufzutragen, die zuvor beschriebenen Handlungen ganz allgemein, also auch in Bezug auf den Vertrieb von Originalgegenständen der Wiener Werkstätte oder solcher Gegenstände, die nach historischen Entwürfen der Wiener Werkstätte hergestellt werden, oder auch dann zu unterlassen, wenn ihr Angebot überwiegend oder in einem repräsentativen Querschnitt die genannten Produkte umfasst, wird abgewiesen.

Die klagende Partei hat die Hälfte ihrer Kosten vorläufig selbst zu tragen; die halben Kosten hat sie endgültig selbst zu tragen.

Die klagende Partei ist schuldig, den beklagten Parteien die mit 1.250,28 EUR (darin 208,38 EUR USt) bestimmten halben Äußerungskosten binnen 14 Tagen zu ersetzen." Die klagende Partei hat im Rechtsmittelverfahren die Hälfte ihrer Kosten im Verfahren über Rekurs und Revisionsrekurs der beklagten Parteien sowie der Kosten im Verfahren über ihren eigenen Rekurs vorläufig selbst zu tragen; die halben Kosten in den zuerst genannten Verfahren hat sie endgültig selbst zu tragen.

Die klagende Partei ist zur ungeteilten Hand schuldig, den beklagten Parteien die mit 1.941,84 EUR (darin EUR 323,64 USt) bestimmten halben Kosten der Rechtsmittelverfahren über Rekurs und Revisionsrekurs der beklagten Parteien binnen 14 Tagen zu ersetzen.

II. Der Schriftsatz der beklagten Partei vom 10. 2. 2004 wird zurückgewiesen.

## **Begründung:**

Die Wiener Werkstätte, 1903 von Josef Hoffmann, Kolo Moser und Fritz Warndorfer gegründet, gestaltete mit künstlerisch hochwertigen Produkten im geometrisierenden Stil der Wiener Sezession alle Lebensbereiche, insbesondere die Inneneinrichtung. Ab 1908 setzten sich phantasievoll-phantastische, nicht mehr zweckbestimmte Formen in den Schöpfungen der Wiener Werkstätte durch. Die 1932 aufgelöste Wiener Werkstätte genießt bis heute internationale Anerkennung.

Der Kläger ist auf Grund eines mit der Josef-Hoffman-Stiftung am 1. 1. 1987 abgeschlossenen Lizenzvertrags berechtigt, originalgetreue Repliken von Beleuchtungskörpern Josef Hoffmanns zu erzeugen und zu vertreiben. Neben diesen Beleuchtungskörpern und Leuchten, die auf Entwürfe anderer Architekten des 20.

Jahrhunderts zurückgehen, vertreibt der Kläger auch Originalmöbel und andere Antiquitäten aus der Zeit der Wiener Werkstätte vorwiegend an in Deutschland ansässige Wiederverkäufer. Er bietet seine Waren darüber hinaus im Rahmen von Messen auch im Ausland und im Internet unter der seit 3. 1. 2003 registrierten Domain "www.wiener-werkstaette.at" weltweit an Einzelkunden an. Im Raum Wien betreut der Kläger nahezu ausschließlich Einzelkunden. Im Verfahren 10 Cg 122/00b des Erstgerichts (rechtskräftig entschieden mit Urteil des Obersten Gerichtshofs vom 15. 10. 2002, 4 Ob 177/02m = RdW 2003, 143 = ecolex 2003, 182) wurden die K\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH, die J\*\*\*\*\* Gesellschaft mbH und Karl P\*\*\*\*\* gegenüber dem Kläger verpflichtet, es ab sofort zu unterlassen, ihre Unternehmen unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zu bewerben und die von ihren Unternehmen erzeugten und/oder vertriebenen Waren unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zu bewerben und/oder anzubieten und/oder zu vertreiben. Der erkennende Senat vertrat dort - zusammengefasst - die Auffassung, die Beklagten stellten in ihren Werbeaussagen einen unmittelbaren Bezug ihrer Unternehmen und der dort erzeugten Produkte zur historischen "Wiener Werkstätte" und deren Erzeugnissen her. Sie wiesen auf diese Stilrichtung ausdrücklich hin, nannten die diese prägenden Künstler namentlich und führten dazu noch aus, dass ihre Unternehmen die gleichen Zielsetzungen wie das historische Vorbild verfolgten. Da die von der (dort) Erst- und Zweitbeklagten (deren Geschäftsführer der - dort - Drittbeklagte ist) erzeugten und vertriebenen Einrichtungsgegenstände keinen sachlichen Bezug zu Erzeugnissen der "historischen" Wiener Werkstätte aufwiesen, würden die angesprochenen Verkehrskreise (Kunden, die an Einrichtungsgegenständen für gehobene Ansprüche interessiert sind), die die untersagten Ankündigungen als eine unmittelbare Bezugnahme auf die historische Zielrichtung verstünden, irreführt, weil sie annähmen, (auch) nach historischen Entwürfen hergestellte Einrichtungsgegenstände - wenn nicht sogar Originale aus dieser Zeit - bei den Beklagten erhalten zu können.

Auf Grund des Verschmelzungsvertrags vom 23. 9. 2002, abgeschlossen zwischen Erst- und Zweitbeklagter des Vorverfahrens wurde die dort Erstbeklagte (in der Folge: Lizenzgeberin) Gesamtrechtsnachfolgerin der aufgelösten Zweitbeklagten und besitzt nunmehr das Recht an der österreichischen und internationalen Wortbildmarke "Wiener Werkstaetten" (Beginn der Schutzdauer 18. 12. 1995). Nach Zustellung der Entscheidung des Obersten Gerichtshofs im Vorverfahren an die dort Beklagten überlegte die Lizenzgeberin, wie sie ihr Unternehmen - unter Fortsetzung seiner bisherigen Werbelinie - in Hinkunft betreiben könne, ohne dabei gegen das Unterlassungsgebot zu verstoßen. Um einen entsprechenden sachlichen Bezug des Unternehmens zur historischen Wiener Werkstätte herzustellen und so einer Irreführung der beteiligten Verkehrskreise entgegenzuwirken, entschied man sich, eine Auswahl von lizenzfreien Modellen der historischen Wiener Werkstätte unter dem Namen "Wiener Werkstätten Klassik" in die Produktion und den Vertrieb des Unternehmens aufzunehmen und darüber hinaus auf Bestellung auch andere Modelle der historischen Wiener Werkstätte nachzubauen. Auf Grund seines im Vorverfahren erstrittenen Urteils ging der Kläger gegen die Lizenzgeberin exekutiv vor und erwirkte die Verhängung von Geldstrafen in Höhe von mittlerweile über 280.000 EUR; Impugnations- und Oppositionsprozesse sind dazu anhängig. Um weiteren Exekutionen zu entgehen, beschloss die Lizenzgeberin, die Werbung für ihr Unternehmen unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" nicht mehr selbst zu betreiben. Sie veranlasste die im Februar 2003 durchgeführte Übertragung ihrer Internetadressen "www.wiener-werkstaetten.co.at" und "www.wiener-werkstaetten.at" an die hier Erstbeklagte (deren Geschäftsführer der Zweitbeklagte ist) und berechnete diese mit Lizenzvertrag vom 7. 2. 2002 zur weltweit ausschließlichen Verwendung ihrer inländischen Wort-Bild-Marke "Wiener Werkstaetten". Im zuvor genannten Lizenzvertrag wurde der Erstbeklagten das Recht eingeräumt, auf Kosten der Lizenzgeberin wirkungsvolle Werbung für die Produkte der "Wiener Werkstätten Wohnkollektion" zu betreiben, dies in Zusammenarbeit und Absprache mit anderen Einrichtungsstudios, die Produkte der Lizenzgeberin vertreiben.

Die Erstbeklagte (deren Geschäftsführer der Zweitbeklagte ist) mit Sitz in Berlin, die Drittbeklagte (deren Geschäftsführerin die Viertbeklagte ist) mit Sitz in Wien und die Fünftbeklagte (deren Geschäftsführer der Sechsbeklagte ist) mit Sitz in Graz betreiben Einrichtungsstudios. Die Lizenzgeberin besitzt über eine Tochtergesellschaft eine Mehrheitsbeteiligung an Erst-, Dritt- und Fünftbeklagter. Diese Unternehmen wurden um 1990 als Vertriebsniederlassungen der Lizenzgeberin gegründet und sind berechtigt, sämtliche Produkte der Lizenzgeberin unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zu vertreiben. Sie vertreiben zu 90% Erzeugnisse der Lizenzgeberin (Wandverbauten, Schränke, Polstermöbel, Tische, Leuchten, Teppiche, Stoffe, Gläser, Vasen, Besteck, Geschirr; Wohnaccessoires), darunter auch deren neue Kollektion "Wiener Werkstätten Klassik", daneben Inneneinrichtungsgegenstände anderer Hersteller.

Die Lizenzgeberin besitzt zumindest seit 1998 eine einzige Produktionsstätte in P\*\*\*\*\* (Oststeiermark). Sie produziert Fenster, Türen, Wintergärten, Fassadenverkleidungen, Möbel, Stellmöbel, Objekteinrichtungen und Polstermöbel und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von rund 18 Mio EUR, von dem etwa die Hälfte auf Möbel entfällt. Ihre Produkte weisen - ausgenommen jene der neuen Linie "Wiener Werkstätten Klassik" - keinen Bezug zu Einrichtungsgegenständen der historischen Wiener Werkstätte auf. Bei der Linie "Wiener Werkstätten Klassik" handelt es sich um nachgebaute, lizenzfreie Möbel und Polstermöbel nach historischen Entwürfen der Wiener Werkstätte; sie umfasst derzeit acht Modelle.

Diese Linie wurde von der Lizenzgeberin nach Beendigung des Vorverfahrens bewusst in ihr Produktionsprogramm aufgenommen, damit weiterhin für sämtliche ihrer Produkte mit der Marke "Wiener Werkstätten" geworben werden könne, ohne dass dadurch - ihrer Auffassung nach - gegen das Unterlassungsgebot verstoßen werde.

Bisher wurde aus der Linie "Wiener Werkstätten Klassik" ein einziges Exemplar verkauft. Die Lizenzgeberin will auch Originalgegenstände der Wiener Werkstätte vertreiben, soweit diese verfügbar sind.

Die Erstbeklagte bewirbt die von ihr vertriebenen Produkte im Internet über die Domains "wiener-werkstaetten.at" und "wiener-werkstaetten.co.at" unter der Überschrift: "Die Wiener Werkstätten präsentieren: Möbel, Polstermöbel und Accessoires nach Entwürfen der historischen 'Wiener Werkstätte'". Ein Link trägt die Bezeichnung "Unsere neue Kollektion: Wiener Werkstätten Klassik." Erst-, Dritt- und Fünftbeklagte haben in einem Magazin in der Ausgabe 1/2003 eine ganzseitige Anzeige mit der Überschrift "Schöner Leben. Wiener Werkstätten" und auszugsweise folgendem Text geschaltet:

"Klassischer Einrichtungsstil. Unaufdringliche Eleganz. Handwerkliche Perfektion. Das ist die Wohnkollektion der Wiener Werkstätten". Bei Eingabe des Suchbegriffs "Wiener Werkstätten" in den "Gelben Seiten" im Internet unter der Adresse "superpages.at" können Dritt- und Fünftbeklagte mit Geschäftsadressen in Wien und Graz aufgerufen werden. Die Geschäftslokale der Dritt- und Fünftbeklagten sind an der Vorderfront mit dem Kennzeichen der historischen Wiener Werkstätte beschildert und tragen die Aufschrift "Wiener Werkstätten". Die Drittbeklagte hat in ihrem Verkaufslokal einen Prospekt aufgelegt, der unter der Überschrift "Wiener Werkstätten Polstermöbel Neuheiten 2003" das Kennzeichen der historischen Wiener Werkstätte aufweist und im Inneren die Bezeichnung "Wiener Werkstätten" wiederholt verwendet, obwohl keine Stücke der historischen Wiener Werkstätte darin vorkommen. Für die Kollektion "Wiener Werkstätten Klassik" gibt es einen eigenen Katalog, der in den Verkaufslokalen aufliegt und den Vertriebsstudios von der Lizenzgeberin gegen einen Unkostenbeitrag zur Verfügung gestellt wird.

Zur Sicherung seines inhaltsgleichen Unterlassungsanspruchs beantragte der Kläger, den Beklagten mit einstweiliger Verfügung aufzutragen, es bis zur Rechtskraft des über die Klage ergehenden Urteils zu unterlassen, ihre Unternehmen oder die Lizenzgeberin unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zu bewerben und die von ihrem Unternehmen oder der Lizenzgeberin erzeugten und/oder vertriebenen Waren unter der Bezeichnung "Wiener

Werkstätten" zu bewerben und/oder anzubieten und/oder zu vertreiben. Die Erstbeklagte und der Zweitbeklagte verletzten mit ihrem Internet-Auftritt unter Adressen, die sich nur im Endbuchstaben von der Domain des Klägers unterschieden und daher Verwechslungsgefahr auslösten, Namensrechte des Klägers (§ 43 ABGB). Schon vor Übertragung der beanstandeten Domains durch die frühere Nutzungsberechtigte seien diese bösgläubig verwendet worden, um beim Publikum eine Irreführung über einen - tatsächlich nicht bestehenden - Bezug zur historischen Wiener Werkstätte herbeizuführen und an deren guten Ruf teilzuhaben. Mit der Verwendung des Begriffs "Wiener Werkstätte" auch außerhalb des Internet verstießen die Beklagten gegen § 2 UWG, weil damit Produkte beworben würden, die nichts mit der historischen Wiener Werkstätte zu tun hätten, insbesondere nicht deren Qualitätsansprüchen genügten.

Dies gelte auch für Stücke aus der Kollektion "Wiener Werkstätte Klassik". Irreführend sei auch die Bewerbung von in der Steiermark gefertigten Produkten unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätte" durch Unternehmen, die teils weder im Wiener Raum ansässig seien, noch dort eine herausragende Bedeutung besäßen. Durch Ausbeutung des weltberühmten Rufs der historischen Wiener Werkstätte verstießen die Beklagten auch gegen § 1 UWG.

Die Beklagten beantragten die Abweisung des Sicherungsantrags, in eventu, seine Bewilligung vom Erlag einer Sicherheitsleistung von zumindest 150.000 EUR abhängig zu machen. Unter den von der Lizenzgeberin erzeugten Möbeln befänden sich auch Nachbauten von lizenzfreien Möbeln und Polstermöbeln der historischen Wiener Werkstätte, womit nunmehr der - im Vorverfahren noch als fehlend beanstandete - sachliche Bezug gegeben sei. Eine Täuschung des Publikums sei damit ausgeschlossen. Die in der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" enthaltene Ortsbezeichnung könne nicht vom restlichen Zeichenbestandteil getrennt werden, ohne dass ein Bedeutungsverlust einträte. Auch Produkte der historischen Wiener Werkstätte seien nicht ausschließlich in Wien hergestellt worden. Die Rechtsvorgängerin der Erstbeklagten könne den besseren Zeitrang für die von ihr verwendeten Domains in Anspruch nehmen.

Das Erstgericht gab dem Sicherungsantrag statt und machte den Vollzug der einstweiligen Verfügung vom Erlag einer Sicherheitsleistung von 150.000 EUR abhängig. Die Bezeichnung "Wiener Werkstätten" sei geeignet, den Eindruck zu erwecken, die so beworbenen Produkte stünden in einem sachlichen Zusammenhang mit der historischen Wiener Werkstätte. Dies treffe auf das weit überwiegende Sortiment der beklagten Unternehmen nicht zu. Die neue Produktlinie "Wiener Werkstätten Klassik" sei zur Umgehung der Entscheidung im Vorverfahren geschaffen worden, weshalb eine bewusste Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise iSd § 2 UWG vorliege. Dazu komme die nicht ganz unerhebliche Täuschung des Publikums mit dem unrichtigen Herkunftshinweis auf Wien für in der Steiermark gefertigte Produkte.

Die von der Erstbeklagten verwendete Wort-Bild-Marke der Lizenzgeberin sei in ihrem Aussehen dem Originalzeichen der historischen Wiener Werkstätte verwechselbar ähnlich. Auch damit werde der Ruf der historischen Wiener Werkstätte unzulässigerweise auf sämtliche Produkte der Lizenzgeberin übertragen. Die Sicherheitsleistung sei anzuordnen, weil die Möglichkeit eines Schadenseintritts für die Beklagten offenkundig, die Gefährdung des Klägers hingegen nicht erheblich sei.

Das Rekursgericht änderte diesen Beschluss dahin ab, dass es dem Sicherungsantrag zwar stattgab, jedoch keine Sicherheitsleistung auferlegte; es sprach aus, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands 20.000 EUR übersteige und der ordentliche Revisionsrekurs mangels erheblicher Rechtsfrage nicht zulässig sei. Der Vertrieb einzelner Stücke der historischen "Wiener Werkstätte" könne die herbeigeführte Irreführung der beteiligten Verkehrskreise nicht beseitigen. Eine Irreführungseignung scheidet nur hinsichtlich derjenigen Stücke aus der historischen Wiener Werkstätte aus, die tatsächlich aus der historischen Wiener Werkstätte stammten, nicht jedoch hinsichtlich der übrigen, rund 90 % des

Produktionsprogramms umfassenden Erzeugnisse der Lizenzgeberin, die mit der historischen Wiener Werkstätte nichts zu tun hätten; zur Irreführungseignung reiche es aber aus, wenn eine Angabe nach ihrem Gesamteindruck bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit einen unrichtigen Eindruck erwecken könne, wobei die Möglichkeit eines Missverständnisses genüge. Auch der Vertrieb weniger Originalstücke aus der historischen Wiener Werkstätte ändere daran nichts, weil das überwiegende Warenangebot der beklagten Unternehmen nichts damit zu tun habe. Die Marke der Lizenzgeberin weise starke schriftliche und optische Ähnlichkeiten mit dem Originalzeichen der historischen Wiener Werkstätte auf, so dass Verwechslungsgefahr zwischen den Erzeugnissen der Beklagten und jenen der historischen Wiener Werkstätte bestehen bleibe. Die Aufnahme einzelner Stücke der historischen Wiener Werkstätte in das Sortiment der Vertriebsunternehmen berechne nicht zur Bewerbung und zum Vertrieb des gesamten Sortiments der Lizenzgeberin unter der beanstandeten Bezeichnung; die Beklagten müssten sich bewusst gewesen sein, dass ihre Vorgangsweise nicht der Erzielung eines rechtskonformen Zustands, sondern der Umgehung des im Vorverfahren ausgesprochenen Unterlassungsgebots diene. Die historische Wiener Werkstätte habe in Wien eine regionale Sonderstellung besessen, so dass der lokalisierende Zusatz "Wiener" für sie gerechtfertigt gewesen sei, habe er doch den großen Umfang und die Wichtigkeit dieses Unternehmens für Wien bezeichnet; Gleiches treffe auf die Beklagten und die Lizenzgeberin aber nicht zu. Die unzutreffende Bezugnahme in der beanstandeten Werbung auf Wien bewirke bei einem nicht unerheblichen Teil der Kunden zusätzlich eine gedankliche Verbindung mit der Qualität der Erzeugnisse der historischen Wiener Werkstätte und damit eine Herkunftstäuschung. Die entscheidenden Rechtsfragen seien schon im Vorprozess gelöst worden; eine Sicherheitsleistung in diesem Verfahren könne daher unmöglich den damit verfolgten Zweck erreichen. Darüber hinaus falle auch die Interessenabwägung nicht zu Gunsten der Beklagten aus, würden doch die durch die Erlassung der einstweiligen Verfügung drohenden Nachteile, die sich aus einer Änderung der Bewerbung der Produkte oder der Ausgestaltung der Geschäftslokale, einem Verlust beträchtlicher Werbewirkung und der Gefahr von Umsatzeinbußen ergäben, in erster Linie nicht die Beklagten selbst, sondern die Lizenzgeberin treffen, die ohnehin bereits durch das Unterlassungsgebot im Vorverfahren gebunden sei; ihrer "Umgehungsstrategie" sei nicht Vorschub zu leisten.

Demgegenüber würde der Kläger einen gewaltigen Nachteil durch die von den Beklagten verursachte Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise und die damit verbundene Beeinflussung der Kaufentscheidung des umworbenen Publikums erleiden. Abgesehen von der Parteienvernehmung von Zweit-, Viert- und Sechstbeklagtem lägen auch keine Bescheinigungsergebnisse dazu vor, dass den Vertriebsunternehmen durch den Vollzug der einstweiligen Verfügung ein erheblicher Schaden entstehe.

Der *Revisionsrekurs* ist *zulässig*, weil das Rekursgericht die Irreführungseignung des beanstandeten Verhaltens zum Teil unrichtig beurteilt *und* daher das Unterlassungsgebot zu weit gefasst hat; das Rechtsmittel ist *teilweise berechtigt*.

### **Zu I.**

Nach Auffassung der Beklagten habe sich der Sachverhalt gegenüber den (die Irreführungseignung ganz allgemein bejahenden) Entscheidungen im Vorprozess dadurch entscheidend geändert, dass die Beklagten nunmehr auch Originalrepliken von Möbeln der Wiener Werkstätte in ihr Vertriebsprogramm aufgenommen haben; das Unterlassungsgebot sei deshalb zu weit gefasst, wenn es auch Herstellung, Bewerbung und Vertrieb von Originalmöbeln oder von Repliken nach Originalmöbeln der Wiener Werkstätte umfasse. Dazu ist zu erwägen:

## **1. Anzuwendendes Recht:**

Im internationalen Wettbewerbsrecht vertritt der OGH (in Übereinstimmung mit § 48 Abs 2 IPRG) die Auffassung, dass die zivilrechtlichen Folgen eines Wettbewerbsverstoßes grundsätzlich nach dem Recht des Begehungsortes - also des Ortes, an dem die wettbewerblichen Interessen der Beteiligten aufeinanderstoßen - zu beurteilen sind (ÖBl 1981, 71 - Fremdenverkehrsverband mWN; ÖBl 2003, 133 - Pflanzenschutzmittelvertrieb). Das erstbeklagte Unternehmen hat seinen Sitz in Deutschland, wo auch der Zweitbeklagte seinen Wohnsitz hat. Einzige der Erstbeklagten und ihrem Geschäftsführer vorgeworfene Verletzungshandlung ist Internet-Werbung auf Seiten mit der Länderkennung ".at" gegenüber Letztverbrauchern unter Verwendung der strittigen Bezeichnung. Aus der verwendeten Top-level-Domain ".at" ist zu erschließen, dass diese Werbung in erster Linie auf inländische Verbraucher zielt und sich auf den inländischen Markt auswirkt. Die Berechtigung des Begehrens ist daher auch in Ansehung der in Deutschland ansässigen Beklagten nach österreichischem Recht zu beurteilen.

Daran ändert auch das in § 20 E-Commerce-Gesetz (ECG) verankerte Herkunftslandprinzip nichts: Zwar ist Online-Werbung ausdrücklich in der Aufzählung des § 3 Z 1 ECG enthalten, und die Gesetzesmaterialien erläutern, dass auch eine von einem Sponsor finanzierte, vom Nutzer unentgeltlich abrufbare Website oder ein Content-Angebot, das zwar ohne Werbeeinschaltungen, aber als Eigenwerbung in einem Kommunikationsnetz bereitgestellt wird, Dienste der Informationsgesellschaft sind. Unter dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes besteht aber im Rahmen des § 22 Z 5 ECG eine Ausnahme vom Herkunftslandprinzip auch im Zusammenhang mit wettbewerbsrechtlichen Sachverhalten (hier: irreführende Werbung), weshalb eine Irreführung inländischer Verbraucher im Rahmen von dem ECG unterliegenden Sachverhalten nach § 2 UWG zu beurteilen ist (in diesem Sinne Zankl, ECG Rz 308 und 362 unter Hinweis auf die Gesetzesmaterialien).

## **2. Irreführungseignung trotz geänderten Sachverhalts gegenüber dem Vorprozess?**

Tragender Grund für die Bejahung der Irreführung durch Bewerbung der beklagten Unternehmen als "Wiener Werkstätten" war im Vorprozess, dass die von (dort) Erst- und Zweitbeklagter erzeugten und vertriebenen Einrichtungsgegenstände keinen sachlichen Bezug zu Erzeugnissen der "historischen" Wiener Werkstätte aufwiesen; daraus zog der erkennende Senat den Schluss, die angesprochenen Verkehrskreise (Kunden, die an Einrichtungsgegenständen für gehobene Ansprüche interessiert sind), die die untersagten Ankündigungen als eine unmittelbare Bezugnahme auf die historische Zielrichtung verstünden, würden irregeführt, weil sie annähmen, (auch) nach historischen Entwürfen hergestellte Einrichtungsgegenstände - wenn nicht sogar Originale aus dieser Zeit - bei den Beklagten erhalten zu können. Daran ist festzuhalten.

Nach dem hier bescheinigten Sachverhalt bieten die beklagten Unternehmen nunmehr in der Linie "Wiener Werkstätten Klassik" nachgebaute, lizenzfreie Möbel und Polstermöbel der historischen Wiener Werkstätte zum Kauf an. Soweit nun diese Produktlinie - oder einzelne Möbelstücke daraus - unter Verwendung der Bezeichnung "Wiener Werkstätte" beworben wird, kann dadurch kein unrichtiger Eindruck beim Publikum hervorgerufen werden, weil damit der - im Vorprozess noch fehlende - sachliche Bezug zwischen beworbenen Produkten und dem in der Werbung dafür verwendeten Begriff hergestellt ist. Daran ändert auch nichts, dass bisher erst ein einziger Geschäftsfall (nicht hingegen 10 % des Umsatzes, wie das Rekursgericht aktenwidrig unterstellt) dieser neuen Produktlinie zuzuordnen ist, weil es in diesem Zusammenhang allein darauf ankommt, dass die bewirkte gedankliche Verknüpfung der beworbenen Objekte mit einer bestimmten Stilrichtung sachbezogen und daher nicht irreführend ist.

Was die Bewerbung der beklagten Unternehmen als solche und deren gesamten Produktsortiments unter der beanstandeten Bezeichnung betrifft, stehen die Beklagten auf dem Standpunkt, dass jeder Kunde, der sich nach Betrachtung des Geschäftsschildes, nach Betreten des Geschäftslokals oder nach Eingabe des beanstandeten Begriffs im Internet näher mit dem Angebot der beklagten Unternehmen beschäftige, unzweifelhaft erkenne, dass diese - neben Originalrepliken der angesprochenen Stilepoche - auch Einrichtungsgegenstände vertrieben, die "höchsten Anforderungen an Design und Qualität" genügen. Dem ist entgegenzuhalten, dass der Begriff "Wiener Werkstätten" - wie die Beklagten selbst betonen (S. 14 des Rechtsmittels) - in erster Linie als historische Stilrichtung, nicht hingegen als bestimmter Qualitätsanspruch für Einrichtungsgegenstände verstanden wird.

Die Irreführungseignung ist allerdings an Hand der Erwartungshaltung des angesprochenen Publikums zu beurteilen. Schon dann, wenn die beklagten Unternehmen zum überwiegenden Teil (originale oder nachgebaute) Möbel der "Wiener Werkstätte" oder zumindest einen repräsentativen Querschnitt solcher Produkte anbieten, kann eine Bewerbung ihrer Unternehmens unter diesem Zeichen nicht zu Enttäuschungen von Kunden führen, die ja in einem solchen Fall das Erwartete beim Werbenden (auch) vorfinden. Das Unterlassungsgebot ist deshalb in diesem Sinn auf jene Sachverhalte einzuschränken, die eine Irreführung des Publikums befürchten lassen.

### **3. Schutz eines Zeichens als wertvoller Besitzstand?**

Der erkennende Senat hat schon in der Entscheidung 4 Ob 177/02m = RdW 2003, 143 = ecolex 2003, 182 - *Wiener Werkstätten II* nach Auseinandersetzung mit deutscher Lehre und Rechtsprechung betont, dass die unangefochtene Benutzung einer Bezeichnung über längere Zeit allein das überwiegende Interesse an seiner Aufrechterhaltung gegenüber dem Interesse der Allgemeinheit am Unterbleiben einer Irreführung nicht begründen kann. Die beklagten Unternehmen wollen nunmehr in der gebotenen Interessenabwägung berücksichtigt sehen, dass die Irreführungsfahr nach dem hier bescheinigten Sachverhalt nur gering sei, weil sie auch nach historischen Entwürfen der bezogenen Stilrichtung hergestellte Möbel in ihrem Sortiment führten.

Diese Ausführungen überzeugen nicht, kann doch von einer nur geringfügigen Gefahr einer Irreführung angesichts des weitaus überwiegenden Angebots von Waren, die in keinerlei Bezug zur beworbenen historischen Stilrichtung stehen, nicht gesprochen werden.

Damit muss die von den Rechtsmittelwerbern aufgeworfene Frage, ob auch der ausschließliche Lizenznehmer einer Marke grundsätzlich berechtigt ist, sich auf den Schutz des sich aus der jahrzehntelangen Markenbenutzung entstandenen wertvollen Besitzstands zu berufen, nicht beantwortet werden.

### **4. Irreführung durch unrichtige geografische Angabe?**

Eine ursprünglich geografische Herkunftsangabe kann allmählich zur Gattungsbezeichnung, insbesondere zur reinen Beschaffenheitsangabe werden. Das folgt daraus, dass die Verkehrsauffassung über die Bedeutung einer Angabe unumschränkt entscheidet und diese sich daher ändern kann (Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Auflage, § 3 Rz 218, wo als Beispiele eines solchen Bedeutungswandels etwa Wiener Schnitzel und Italienischer Salat angeführt werden). Eine Umwandlung ist zu bejahen, wenn nur noch ein ganz unbeachtlicher Teil der beteiligten Verkehrskreise in der Angabe einen Hinweis auf die Herkunft der Ware sieht, wobei es vor allem auf die Ansicht der Verbraucher ankommt (Baumbach/Hefermehl aaO Rz 219 mwN).

Die Bezeichnung "Wiener Werkstätte" mag ursprünglich als rein geografische Herkunftsangabe verstanden worden sein; nach Auflösung der historischen Wiener



Werkstätte hat sich der Begriff jedoch ganz allgemein zur Bezeichnung einer Stilrichtung für Einrichtungsgegenstände einer bestimmten Epoche und eines bestimmten Künstlerkreises fortentwickelt. Insbesondere im Zusammenhang mit Repliken von in diesem Stil gefertigten Gegenständen hat die Bezeichnung ihren lokalisierenden Charakter abgelegt, weil das Publikum nicht von der Erwartung ausgeht, dass derartige Nachbauten ausschließlich am Ort der historischen - mittlerweile längst nicht mehr bestehenden - Werkstätte hergestellt werden. Es begründet daher keine Irreführung, wenn die beklagten Unternehmen nachgebaute Einrichtungsgegenstände der historischen Wiener Werkstätte vertreiben, die nicht in Wien hergestellt worden sind.

## **5. Umfang des Unterlassungsgebots**

Das Unterlassungsbegehren ist unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten (teilweise) berechtigt; das Unterlassungsgebot war deshalb auf Handeln im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs einzuschränken (vgl § 1 UWG). Der Kläger stützt seinen Anspruch zwar auch auf § 43 ABGB; insoweit hat er aber dessen Gefährdung nicht bescheinigt. Ein im Namensrecht begründeter Anspruch steht dem Kläger aber auch in der Sache selbst nicht zu, ist doch die zu seinen Gunsten registrierte Domain wesentlich prioritätsjünger als das Markenrecht der Beklagten. Selbst wenn daher durch die Verwendung einer Domain Namensrechte entstehen könnten (vgl ÖBf 2003, 180 - inet.at), müssen diese auch prioritätsälter als konkurrierende Rechte sein, um daraus Ansprüche ableiten zu können (ÖBf 2003, 180 - inet.at).

Das (allgemeine) Bewerben der eigenen Unternehmen oder der Lizenzgeberin unter der strittigen Bezeichnung ist den Beklagten nach dem bisher Gesagten - mit den aufgezeigten Einschränkungen - ebenso untersagt wie die Bewerbung, der Vertrieb oder das Anbieten von in keinem Zusammenhang mit der historischen Stilrichtung stehenden Waren unter dieser Bezeichnung, mögen diese von der Lizenzgeberin oder den beklagten Unternehmen erzeugt oder vertrieben worden sein. Die fehlende Bescheinigung einer eigenen Erzeugung der beklagten Unternehmen macht den Unterlassungstitel nicht zu weit, soll doch durch dessen allgemeinere Fassung verhindert werden, dass er - hier etwa durch Auslagerung der Produktion auf die beklagten Unternehmen - von den Verpflichteten allzu leicht umgangen werden kann (vgl ÖBf 1993, 36 - Ronald Leitgeb uva).

Das Unterlassungsgebot hat allein die Bezeichnung "Wiener Werkstätten" zum Gegenstand; davon - etwa infolge Aufnahme von Zusätzen - abweichende ähnliche Zeichen werden von ihm (entgegen der Befürchtung der Rechtsmittelwerber) nicht erfasst.

## **6. Sicherheitsleistung**

Die Sicherheitsleistung dient der Sicherstellung der Kosten und des Ersatzanspruchs, den der Gegner hat, wenn sich die einstweilige Verfügung als unberechtigt erweist (Kodek in Angst, EO § 390 Rz 9).

Dieser Sicherungszweck fällt jedoch weg, wenn die Entscheidung über den gesicherten Anspruch auf Grund des nach der Aktenlage im wesentlichen unbestrittenen Sachverhalts nur noch von Rechtsfragen abhängt, die bereits im Provisorialverfahren vom Obersten Gerichtshof gelöst worden sind (ÖBf 1989, 52 - Carsonics/Carsound). Im Streitfall ist die Sach- und Rechtslage schon im Sicherungsverfahren hinreichend geklärt, weshalb eine Sicherheitsleistung entbehrlich erscheint.

Der Revisionsrekurs erweist sich daher im aufgezeigten Sinn als teilweise berechtigt.

Die Entscheidung über die Kosten des Klägers beruht auf § 393 Abs 1 EO; jene über die

Kosten der Beklagten auf §§ 78, 402 Abs 4 EO iVm §§ 43, 50 ZPO. Der Kläger hat den Sicherungsantrag zu weit gefasst; mangels anderer Anhaltspunkte für die Bewertung sind Unterliegen und Obsiegen gleichteilig zu bewerten (4 Ob 95/98v uva). Der Streitwert im Provisorialverfahren beträgt 32.740 EUR. Der Einheitssatz im Rekursverfahren beträgt 50%.

## **Zu II.**

Nach dem Grundsatz der "Einmaligkeit des Rechtsmittels" steht jeder Partei im Rechtsmittelverfahren nur ein Schriftsatz zu (Kodek in Rechberger, ZPO<sup>2</sup> vor § 461 Rz 12 mwN; 4 Ob 30/01t). Der nach dem Revisionsrekurs von den Beklagten eingebrachte weitere Schriftsatz mit "ergänzendem Rechtsvorbringen zum außerordentlichen Revisionsrekurs" findet im Gesetz daher keine Grundlage und ist als unzulässig zurückzuweisen.

## ***Anmerkung\****

### **I. Das Problem**

Der Kläger stellte in Exklusivlizenz vom 1.1.1987 in Wien Lampen nach dem historischen Vorbild der Wiener Werkstätten her und vertrieb Originalmöbel aus dieser Zeit unter der Bezeichnung Wiener Werkstätte. In einem Vorverfahren hatte er erfolgreich eine steirische Möbelfirma auf Unterlassung der Verwendung der Bezeichnung "Wiener Werkstätten" ohne sachlichen Bezug, d.h. Wahren Bezug zur originalen Wiener Werstätte. Die Beklagten waren Einrichtungsstudios in Wien, Graz und Berlin und deren Geschäftsführer. Diese hatten von der steierischen Möbelfirma, die auch ihre Mehrheitseigentümerin ist, die Lizenz zur Verwendung der Wortbildmarke "Wiener Werkstätten" erhalten und die zugehörigen Domains zur Werbung übernommen. Die steierische Firma baute nunmehr in geringem Umfang lizenzfreie Möbel nach historischen Entwürfen unter der Bezeichnung "Wiener Werkstätten Klassik", ließ diese von den Beklagten vertreiben und bewarb ihr gesamtes Programm unter der eigenen Wort-Bild-Marke "Wiener Werkstätten".

Die Gerichte hatten im Kern zu prüfen, ob die Vorgangsweise der Beklagten (neuerlich) gegen das Verbot irreführender Werbung verstieß?

### **II. Die Entscheidung des Gerichtes**

Das Erstgericht erließ die beantragte Unterlassungs-EV. Das Rekursgericht bestätigte ohne die vom Erstgericht auferlegte Sicherheitsleistung.

Der OGH gab dem Revisionsrekurs teilweise Folge und schränkte das Unterlassungsgebot nicht unerheblich ein. Untersagt wurde nicht generell die Werbung mit dem zu einer historischen Stilrichtung gewordenen Begriff "Wiener Werkstätten", sondern nur dann, wenn sich die Werbung nicht auf originale oder nach historischen Entwürfen hergestellte Gegenstände bezieht oder das Angebot der Beklagten nicht überwiegend solche Produkte oder einen repräsentativen Querschnitt davon umfasst.

Nach internationalem Wettbewerbsrecht ist für die zivilrechtlichen Folgen das Recht des Begehungsortes maßgebend, also des Ortes, an dem die wettbewerblichen Interessen aufeinandertreffen. Aus der von der Erstbeklagten (in Berlin) für ihre Werbung verwendeten Top Level Domain ".at" sei zu erschließen, dass diese Werbung in erster Linie auf inländische Verbraucher zielt und sich auf den inländischen Markt auswirkt. Daran ändert auch das Herkunftsprinzip nach § 20 ECG nichts, obwohl derartige Werbung grundsätzlich unter § 3 Z 1 ECG fällt. Unter dem Gesichtspunkt des Verbraucherschutzes besteht im Rahmen des § 22

---

\* RA Dr. Clemens Thiele, LL.M. Tax (GGU), [Anwalt.Thiele@eurolawyer.at](mailto:Anwalt.Thiele@eurolawyer.at).

Z 5 ECG eine Ausnahme vom Herkunftslandprinzip auch im Zusammenhang mit wettbewerbsrechtlichen Sachverhalten, weshalb eine Irreführung inländischer Verbraucher auch bei Online-Sachverhalten nur nach § 2 UWG zu beurteilen ist.

### **III. Kritik und Ausblick**

Der vorliegenden E ist in ihrer Begründung und in ihrem Ergebnis zuzustimmen. Der Schwerpunkt der nachfolgenden Erörterungen liegt auf den domainrechtlichen Aspekten der vorliegenden Entscheidung, die über den Einzelfall hinaus an Bedeutung haben dürften:

#### **A. Kollisionsrechtliche Vorfrage**

Zunächst bestimmt das Höchstgericht völlig zutreffend das anzuwendende Sachrecht in Übereinstimmung mit § 48 Abs 2 IPRG. Demnach ist die Rechtsordnung jenes Staates zur Beurteilung unlauteren Verhaltens berufen, auf dessen Markt sich der Wettbewerb auswirkt (sog. "Marktortprinzip"). Der Kläger bietet seine Waren u.a. im Internet unter der seit 3.1.2003 registrierten Domain "www.wiener-werkstaette.at" weltweit an Einzelkunden an. Kollisionsrechtlicher Anknüpfungspunkt bildet einzig die den Beklagten vorgeworfene Online-Werbung auf Websites mit der Länderkennung ".at" gegenüber Letztverbrauchern unter Verwendung der strittigen Bezeichnung. Aus der verwendeten Top-Level-Domain ".at" schließt der OGH zu Recht, dass diese Werbung in erster Linie auf inländische Verbraucher zielt und sich auf den inländischen Markt auswirkt. Der 4. Senat gelangt daher folgerichtig, dazu die Frage einer allfällig wettbewerbswidrigen Irreführung inländischer Verbraucher auch in Ansehung der in Deutschland ansässigen Beklagten ausschließlich an der Bestimmung des § 2 öUWG zu prüfen.

Daran ändert auch die grundsätzliche Anwendbarkeit des ECG auf den Sachverhalt nichts, bleiben doch verbraucherschützende Ansprüche gemäß § 22 Abs 2 Z 5 ECG dem Empfangsstaat (hier: Österreich) vorbehalten.

#### **B. Rechtsbegründende Verwendung von Domains**

Zutreffend schränkt der OGH das Unterlassungsgebot auf ein Handeln im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs ein. Der klägerische Anspruch aus § 43 ABGB, der auch zur Untersagung des privaten (iS außer geschäftlichen) Gebrauches des geschützten Zeichens geführt hätte, musste im gegenständlichen Provisorialverfahren schon mangels Gefährdungsbescheinigung scheitern (nunmehr gefestigte Rsp vgl. OGH 13.9.2000, 4 Ob 198/00x – *bundesheer.at I*, ARD 5193/26/2001 = *ecolex* 2001/55, 129 m Anm *Schanda* = MR 2000, 325 = ÖBl 2001, 35 m Anm *Kurz* = wbl 2001/32, 43).

Bemerkenswert sind in diesem Zusammenhang die Ausführungen des Höchstgerichtes zum offenbar auch inhaltlich nicht bestehenden namensrechtlichen Anspruch des Klägers: Obiter dicta hält der OGH (unter Verweis auf sein Vorjudikat vom 20.8.2002, 4 Ob 101/02k – *inet.at*, *ecolex* 2003/26, 40 m Anm *Graschitz*, *ecolex* 2003, 38 = EvBl 2002/213 = ÖBl 2003/49, 180 = RdW 2003/21, 19 = wbl 2003/22, 45 m Anm *Thiele*) fest, dass ein im Namensrecht begründeter Anspruch dem Kläger aber auch in der Sache selbst nicht zustehe, sei doch die zu seinen Gunsten registrierte Domain wesentlich prioritätsjünger als das Markenrecht der Beklagten. Selbst wenn daher durch die Verwendung einer Domain Namensrechte entstehen könnten, müssen diese auch prioritätsälter als konkurrierende Rechte sein, um daraus Ansprüche ableiten zu können.

Der Kläger hat die Domain "www.wiener-werkstaette.at" am 3.1.2003 registrieren lassen. Die Erstbeklagte verfügt seit Februar 2003 über die Domains "wiener-werkstaetten.co.at" und "wiener-werkstaetten.at" zu Werbezwecken. Sie ist aufgrund des Lizenzvertrages vom

7.2.2002 berechtigt, die Wort-Bild-Marke "Wiener Werkstätten" zu benutzen, deren Priorität bis zum 18.12.1995 zurückreicht. Die ältere kennzeichenrechtliche Priorität – gestützt auf das in Lizenz genommene Markenrecht – kommt also der Beklagten zu. Damit teilt das Höchstgericht die von der Lehre zu § 9 UWG (vgl. *Graschitz*, Kennzeichenmäßiger Gebrauch durch Domainregistrierung, *ecolx* 2003, 38; *Thiele*, Entscheidungsanmerkung, *wbl* 2003, 45, 47 mwN) formulierten Voraussetzungen einer rechtsbegründenden Verwendung von Internet-Domains und bereichert sie um eine weitere Anspruchsgrundlage (hier: § 43 ABGB), ohne allerdings die näheren Voraussetzungen darlegen zu müssen (zur Möglichkeit aus einem Domainnamen einen von § 43 ABGB geschützten Decknamen zu begründen bereits *Thiele*, Entscheidungsanmerkung, abrufbar unter [http://www.eurolawyer.at/pdf/BGH\\_I\\_ZR\\_296-00.pdf](http://www.eurolawyer.at/pdf/BGH_I_ZR_296-00.pdf)). Ob im gegenständlichen Fall die Bezeichnung "wiener-werkstaette" Namensfunktion für den Kläger erlangt hat, oder die – ursprünglich geografische – Herkunftsangabe schon längst ihren lokalisierenden Charakter abgelegt und zur Gattungsbezeichnung mutiert sei, kann dahin gestellt bleiben.

#### **IV. Zusammenfassung**

Irreführende Online-Werbung ist am Maßstab jener Rechtsordnung zu messen, die am Ort der wettbewerblichen Interessenkollisionen gilt. Richtet sich die Werbung auch an inländische Verbraucher, kommt gemäß § 20 5 ECG das Herkunftslandprinzip nicht zur Anwendung.