**Vorlesung Urheberrecht**

**Sommersemester 2020**

**Arbeitspapier Nr. 16: Gründzüge des Designrechts**

1. **Vertiefungshinweise:**

*Kappl,* Vom Geschmacksmuster zum eingetragenen Design. Das neue Designrecht und das Nichtigkeitsverfahren vor dem DPMA, GRUR 2014, 326; *Beyerlein,* Aktuelle Entwicklungen im Designrecht 2013/2014, MittdtPatA 2014, 114; Ohly, Designschutz im Spannungsfeld von Geschmacksmuster-, Kennzeichen- und Lauterkeitsrecht, GRUR 2007, 731.

1. **Hinweise:**
2. Im bisherigen Geschmacksmustergesetz war keine Begriffsbestimmung des Geschmacksmusters enthalten. Nach der Rechtsprechung war hierunter eine Gestaltung zu verstehen, die bestimmt und geeignet ist, das geschmackliche Empfinden des Betrachters anzusprechen. In der neuen Bestimmung des § 1 Nr. 1 DesignG ist nunmehr geregelt, dass ein Geschmacksmuster die zweidimensionale oder dreidimensionale Erscheinungsform eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teiles davon ist, die sich insbesondere aus den Merkmalen der Linien, Konturen, Farben, der Gestalt, Oberflächenstruktur oder der Werkstoffe des Erzeugnisses selbst oder seiner Verzierungen ergibt. Die Aufzählung hat keinen abschließenden Charakter, sie ist nur beispielhaft.
3. Schutz erfährt die zweidimensionale oder dreidimensionale Erscheinungsform eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teiles nur, wenn sie neu ist und auf einer Eigenart beruht.
4. Die Neuheit bestimmt sich nach § 2 Abs. 2 DesignG. Ein Design ist danach als neu anzusehen, wenn vor dem Anmeldetag kein identisches Design offenbart worden ist. Identität der Designs kann auch bejaht werden, wenn sich ihre Merkmale in nur unwesentlichen Einzelheiten unterscheiden (§ 2 DesignG). Ein Design gilt nach § 5 DesignG als offenbart, wenn es bekannt gemacht, ausgestellt, im Verkehr verwendet oder auf sonstige Weise der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde.

Der Neuheitsbegriff wird dadurch relativiert, dass das nicht als offenbart gilt, was den in der europäischen Gemeinschaft tätigen Fachkreisen des betreffenden Gebietes im normalen Geschäftsverlauf vor dem Anmeldetag des Designs nicht bekannt sein konnte, oder wenn es einem Dritten lediglich unter der ausdrücklichen oder stillschweigenden Bedingung der Vertraulichkeit bekannt gemacht wurde.

Weiterhin muss das Design Eigenart aufweisen. Durch den Begriff der Eigenart wurde der früher verwendete Begriff der Eigentümlichkeit ersetzt. Eigentümlichkeit setzte noch eine eigenschöpferische Leistung voraus, die aber keine künstlerische Gestaltungshöhe erreichen musste. Die Eigenart ist demgegenüber von der persönlichen Leistung des Gestalters vollkommen losgelöst. Daher steht das Designrecht gleichrangig neben dem davon unabhängig möglichen Urheberrechtsschutz für Designs (siehe dazu auch die in AP2 erwähnte Entscheidung des BGH „Geburtstagszug“).

Gem. § 2 Abs. 3 DesignG beruht nunmehr ein Design auf einer Eigenart, wenn sich der Gesamteindruck, den es beim informierten Benutzer hervorruft, von dem Gesamteindruck unterscheidet, den ein anderes Design bei diesem Benutzer hervorruft, das vor dem Anmeldetag bzw. Prioritätstag offenbart worden ist. Bei dem informierten Benutzer handelt es sich ebenso wie bei dem im Patentrecht bekannten „Durchschnittsfachmann“ um eine fiktive Person, deren Kenntnisse sich auf ein bestimmtes Fachgebiet beziehen. Die Frage, ob ein Design die erforderliche Eigenart aufweist, beurteilt sich objektiv aufgrund der auf dem einschlägigen Fachgebiet geleisteten Vorarbeit in ihrer Gesamtheit und in Verbindung mit dem zur Verfügung stehenden freien Formenschatz.

1. Während die Entstehung des Urheberrechts an keine Förmlichkeiten gebunden ist, ist für die Erlangung des Designschutzes erforderlich, dass das Design beim DPMA angemeldet wird. Das DPMA prüft insoweit nur die formellen Voraussetzungen (Anmeldungserfordernisse). Hierdurch unterscheidet sich das Design auch vom Patent. Bei Anmeldung eines Patents werden sowohl die formellen als auch die materiellen Voraussetzungen geprüft.

Sofern keine Mängel vorliegen, wird das Design eingetragen und im Geschmacksmusterblatt veröffentlicht. Ein solcher Eintrag ist endgültig. Beseitigung kann nur im Wege der Löschung erreicht werden. Die Schutzdauer des Geschmacksmusters beträgt maximal 25 Jahre (§ 27 Abs. 2 DesignG). Das Recht an dem eingetragenen Design kann im Gegensatz zum Urheberrecht auf andere übertragen werden oder übergehen (vgl. § 29 DesignG). Im Übrigen kann eine Verwertung durch Einräumung von Nutzungsrechten nach § 31 DesignG erfolgen.

1. Durch die Eintragung des Designs wird seinem Inhaber das ausschließliche Recht gewährt, dieses zu benutzen und Dritten zu verbieten, es ohne seine Zustimmung zu verwenden (vgl. § 38 Abs. 1 DesignG). Dem Rechtsinhaber steht kein positives Benutzungsrecht, sondern nur ein Verbietungsrecht zu, denn selbstverständlich hat er ältere und bessere Rechte Dritter zu beachten. Wer das Designrecht eines anderen verletzt, kann von dessen Inhaber oder einem anderen Berechtigten auf Beseitigung der Beeinträchtigung und bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (§ 42 DesignG). Handelt der Verletzer vorsätzlich oder fahrlässig, ist er zum Schadensersatz verpflichtet.
2. **Fälle:**
3. Die Brandt Zwieback-Schokoladen GmbH & Co. KG (B) bietet unter ihren Werbeartikeln u.a. auch ein knallorangenes T-Shirt an, welches mit dem Firmenlogo und dem Gesicht eines kleinen, lächelnden Jungen versehen ist. Bei dem Motiv handelt es sich um die Darstellung, welche die Firma auch auf den Verpackungen ihres Zwiebacks verwendet und welche sie sich auch für das T-Shirt ins Musterregister hat eintragen lassen. Kurz vor den Bundestagswahlen entschließt sich der Wahlkampfberater Willy Brandts, an das Motiv der Firma anzuknüpfen: Das Foto des Kindes wird ersetzt durch das des Politikers, ansonsten bleibt die Gestaltung – insbesondere der Schriftzug und die Farbenwahl – weitgehend unverändert. B hält dieses Vorgehen für unzulässig und verlangt Unterlassung der Benutzung des Motivs. Zu Recht?

  

1. Die Deutsche Bahn (DB) klagt gegen ein Ingenieurbüro I. I betreibt eine Einrichtung für angewandte Forschung, die sich mit Schienenfahrzeugtechnik befasst. Sie entwickelte für die DB eine Radsatzprüfanlage für den Zugtyp ICE 1. Im Ausstellerkatalog der Fachmesse „InnoTrans 2004” warb sie für ihre Leistungen mit der nachfolgend abgebildeten Katalogseite, auf der ihr Leistungsspektrum und der aktuelle Forschungsbedarf in der Schienenfahrzeugtechnik dargestellt sind und der Triebwagen eines Zugs vom Typ ICE 3 abgebildet ist:

****

Die DB wies I wegen dieser Abbildung des Zugs im Katalog unter Hinweis auf die Aktenzeichen M9507883/5 des DPMA sowie DM/035887 der Weltorganisation für geistiges Eigentum darauf hin, dass sie Inhaberin der den ICE 3 betreffenden Geschmacksmuster sei. Sie verlangte von I den Nachweis einer Nutzungslizenz und erklärte, dass sie sich im Falle des Fehlens einer Lizenz ihre Inanspruchnahme auf Schadensersatz und Unterlassung vorbehalte (BGH, GRUR 2011, 1117).