Designschutz

FH Münster - FB Design

Dr. Martin Kock

Inhalt

- Überblick
- Urheberrechtsschutz
- Geschmacksmusterschutz
- Markenschutz
- Schutz durch UWG

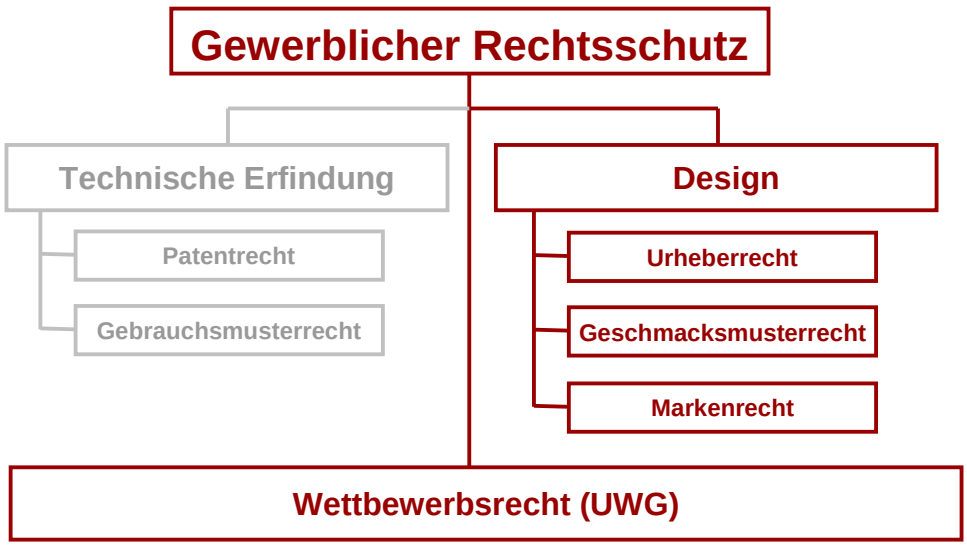
Inhalt

- **Überblick**
- Urheberrechtsschutz
- Geschmacksmusterschutz
- Markenschutz
- Schutz durch UWG

Überblick

- Designschutz ist der gesetzliche Schutz von Design, d.h. von **ästhetischen Gestaltungen**
- In Abgrenzung zur reinen Kunst geht es um die ästhetische Gestaltung von **Gebrauchsprodukten** (angewandte Kunst)
- Rein funktionale oder **technische Erfindungen** gehören nicht zum Designschutz. Sie werden durch das Patent- und Gebrauchsmusterrecht geschützt
- Das Wettbewerbsrecht (UWG) bietet einen ergänzenden Schutz gegen **Nachahmung von Design**

Überblick



Inhalt

- Überblick
- **Urheberrechtsschutz**
- Geschmacksmusterschutz
- Markenschutz
- Schutz durch UWG

Urheberrechtsschutz
Persönliche geistige Schöpfung

- Das Urheberrecht schützt das **Werk** des Urhebers z.B.
  - Werke der bildenden und angewandten Kunst (und Entwürfe solcher Werke)
  - Lichtbilder
- Werk: **persönliche geistige Schöpfung**
  - Ergebnis **menschlichen** Schaffens
  - **Konkrete Formgestaltung**, keine reine Idee
  - Ausdruck einer individuellen **überdurchschnittlichen** geistigen Leistung
  - Künstlerischer Wert irrelevant („Kitsch“)
- Urheberrecht entsteht **automatisch** mit der Schöpfung

Urheberrechtsschutz
Persönliche geistige Schöpfung

- Das Werk muss sich in seiner Formgebung von der Masse des Alltäglichen und von lediglich handwerklich oder routinemäßigen Leistungen abheben (**Gestaltungshöhe**)
  - Im Bereich der **bildenden Kunst** (z.B. Zeichnungen, Gemälde, Stiche, Plastiken, Skulpturen) wird die Gestaltungshöhe nahezu immer anerkannt

    ➡ geringe Anforderungen der Gerichte
  - Im Bereich der **angewandten Kunst** ist ein deutliches Überragen der Durchschnittsgestaltung erforderlich

    ➡ hohe Anforderungen der Gerichte

Urheberrechtsschutz
Rechte des Urhebers

- Persönlichkeitsrechte
  - Veröffentlichungsrecht (§ 12 UrhG)
  - Anerkennung der Urheberschaft (§ 13 UrhG)
  - Verbot der Entstellung des Werkes (§ 14 UrhG)
- Verwertungsrechte
  - Vervielfältigungsrecht (§ 16 UrhG)
  - Verbreitungsrecht (§ 17 UrhG)
  - Ausstellungsrecht (§ 18 UrhG)
  - Recht der öffentlichen Wiedergabe (§§19 – 22 UrhG)

Urheberrechtsschutz
Schutzrechte

- Schutz vor identischer Übernahme (Kopie)
- Schutz vor Bearbeitung (§ 23 UrhG)
  - **Freie Bearbeitung** erst, wenn die Züge des vorbestehenden Werkes hinter denjenigen des „neuen“ Werkes verblassen
  - Von einem besonders individuell und schöpferisch gestalteten Werk ist ein größerer Abstand zu wahren als von einem weniger individuellen Werk
- Lebenslanges Schutzrecht des Urhebers (+ 70 Jahre nach Ableben)

Inhalt

- Überblick
- Urheberrechtsschutz
- **Geschmacksmusterschutz**
- Markenschutz
- Schutz durch UWG

Geschmacksmusterschutz
Definition

- Ein GeschM schützt die 2- oder 3-dimensionale **Erscheinungsform** eines **Erzeugnisses**, die sich insbesondere aus den Merkmalen der Linien, Konturen, Farben, der Gestalt, Oberflächenstruktur oder der Werkstoffe des Erzeugnisses ergibt
  - alle sichtbaren Elemente wie Formen, Farben, Oberflächenstrukturen
- Gestaltungshöhe ist nicht erforderlich („kl.Urheberrecht“)
- Schutzvoraussetzungen: **Neuheit** und **Eigenart** der Erscheinungsform des Erzeugnisses sowie **Eintragung beim DPMA**

Geschmacksmusterschutz
Erzeugnis

- Ein Erzeugnis ist jeder industrielle oder handwerkliche Gegenstand einschließlich Verpackung, Ausstattung, grafischer Symbole, typografischer Schriftzeichen und Einzelteile, die zu komplexen Erzeugnissen zusammen-gebaut werden sollen; keine Computerprogramme

Geschmacksmusterschutz
Neuheit

- Ein GeschM ist neu, wenn es zuvor nicht **identisch** offenbart wurde
- Ein Muster gilt als identisch, wenn sich die Merkmale nur in unwesentlichen Einzelheiten unterscheiden
- **Neuheitsschonfrist -** Für die Prüfung der Neuheit werden Veröffentlichungen nicht berücksichtigt, die durch den Designer selbst innerhalb von 12 Monaten vor der Anmeldung des GeschM erfolgt sind

Geschmacksmusterschutz
Eigenart

- Ein GeschM hat Eigenart, wenn sich der Gesamteindruck, den es bei einem informierten Benutzer hervorruft, von dem **Gesamteindruck** unterscheidet, den ein anderes Muster bei diesem Benutzer hervorruft
- Zur Beurteilung wird der Grad der **Gestaltungsfreiheit** des Designers bei der Entwicklung des GeschM berücksichtigt
  - je mehr Gestaltungsfreiheit, desto höhere Anforderungen und umgekehrt
  - Der Grad der Gestaltungsfreiheit bemisst sich nach technischen Randbedingungen, Funktionen und der vorhandenen **Musterdichte**.

Geschmacksmusterschutz
Eigenart

- Bei der Prüfung auf (Neuheit und) Eigenart kommt es immer auf einen **Einzelvergleich** zwischen dem älteren und dem jüngeren Muster an
- Der informierte Benutzer verfügt über „ein gewisses Maß an Kenntnissen und Designbewusstsein“; er ist kein Durchschnittsverbraucher, sondern verfügt über ein **Fachwissen** (vorbekannter Formenschatz)

Geschmacksmusterschutz
Ausschlussgründe

- Kein Geschmacksmusterschutz für
  - Muster, die ausschließlich auf **technischer Funktion** beruhen
  - Zubehör- und Ersatzteile („must fit“-Muster), d.h. Form und Abmessung des Musters notwendig, damit Muster in komplexes Erzeugnis aufgenommen werden kann, oder die nicht sichtbar sind
  - Verstoß gegen öffentliche Ordnung und gute Sitten

Geschmacksmusterschutz
Schutzrechte

- Schutz vor Verwendung eines Musters, das beim informierten Benutzer keinen anderen Gesamteindruck erweckt
  - Die **Abbildung** ist der wichtigste Bestandteil des GeschM: Der Schutz wird für diejenigen Merkmale der Erscheinungsform begründet, die in der Anmeldung sichtbar wiedergegeben sind.
- Das GeschM gewährt seinem Rechtsinhaber das ausschließliche Recht, es zu benutzen und Dritten zu verbieten, es ohne seine Zustimmung zu benutzen

Geschmacksmusterschutz
Gemeinschaftsgeschmacksmuster (EU)

- GGeschM gewährt Schutz in der gesamten **EU**
- Eingetragenes GGeschM entsteht durch Eintragung beim HABM (Alicante); ähnlich dem Deutschen GeschM
- **Nicht-Eingetragenes GGeschM**
  - Entsteht ohne Eintragung durch Veröffentlichung, z.B. auf Messe, in Werbung, Katalog
  - Laufzeit 3 Jahre
  - Nicht verlängerbar
  - **Schutz gegen Nachahmung**

Geschmacksmusterschutz
Vergleich

	Eingetragenes GeschM	**Nicht-Eingetragenes GeschM**
Neuheit	☐	☐
Eigenart	☐	☐
Rechtsinhaber	☑	Zu beweisen
Datum	☑	Zu beweisen
Schutzumfang	Absolutes Benutzungsverbot einschl. Nachahmung und Parallelschöpfung	Nur Nachahmungsverbot
Max. Schutzdauer	25 Jahre	3 Jahre
Kosten	Ja	Nein

Geschmacksmusterschutz
Internationale Anmeldung (Haager Musterabkommen)

- Durch eine Anmeldung wird eine Musteranmeldung in mehreren Ländern erreicht
- Anmeldung bei der WIPO (Genf)
- Anzahl der teilnehmenden Länder ist begrenzt, d.h. meist weitere nationale Anmeldungen notwenig
- Schutzvoraussetzungen richten sich nach nationalem Recht
- Anmeldegebühren abhängig von den beanspruchten Ländern

Geschmacksmusterschutz
Eintragungskosten

- **Amtsgebühren**
  - Deutschland (DPMA) = 70 € (bis zu 10 Muster) zzgl. 7 € für das 11. und jedes weitere Muster; Auslagen für die Veröffentlichung = 12 € pro Muster
  - EU (HABM) = 230 € zzgl. 115 € für das 2. bis 10. und 50 € für das 11. und jedes weitere Muster; Auslagen für die Veröffentlichung = 120 € für das erste Muster zzgl. 60 € für das 2. bis 10. und 30 € für das 11. und jedes weitere Muster
- Schutzdauer: 5 Jahre; Verlängerung durch weitere Gebührenzahlung bis insg. maximal 25 Jahre möglich

Inhalt

- Überblick
- Urheberrechtsschutz
- Geschmacksmusterschutz
- **Markenschutz**
- Schutz durch UWG

Markenschutz
Definition

- Die Marke ist ein geschütztes Zeichen, das dazu dient, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von Waren und Dienstleistungen anderer Unternehmen zu **unterscheiden** (= Herkunftsnachweis)
- Schutzfähige Zeichen: Wörter, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, **3-dimensionale Gestaltungen** einschließlich Formen der Ware oder Ihrer Verpackung (= Formmarke), Farben und Farbzusammenstellungen

Markenschutz
Merkmale

- Markenschutz entsteht durch **Eintragung** oder **Verkehrsgeltung** oder notorische Bekanntheit
- Schutz, wenn keine absoluten und relativen **Schutz-hindernisse** vorliegen
- Neuheit ist nicht erforderlich
- Schutzdauer: **unendlich** möglich (Verlängerung alle 10 Jahre)
- Marke **muss benutzt** werden (5-Jahre-Frist), sonst ist sie löschungsreif (Benutzungszwang)

Markenschutz
Absolute Schutzhindernisse

- Wenn die Marke (bzgl. Ware/Dienstleistung)
  - keine **Unterscheidungskraft** hat
  - **freihaltebedürftig** ist
  - geeignet ist, das Publikum über die Art, Beschaffenheit oder geographische Herkunft zu täuschen
  - gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten verstößt
- Absolute Schutzhindernisse können durch **Verkehrs-durchsetzung** (=hohe Bekanntheit) überwunden werden
- Überprüfung bei Anmeldung durch DPMA

Markenschutz
Relative Schutzhindernisse

- Wenn **Verwechslungsgefahr** mit einer identischen oder ähnlichen älteren Marke für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen besteht
- Wird bei Eintragung nicht vom DPMA überprüft, sondern nur auf **Antrag** eines anderen Rechteinhabers

Markenschutz
Formmarke

- Kein Schutz für eine Formmarke, wenn
  - sich die Warenform nur geringfügig von der **Grundform** der Ware abhebt
  - die Warenform im Wesentlichen **technisch** bedingt ist
  - die Warenform der Ware wesentlichen **Wert** verleiht (insb. „Schmuck“)

Markenschutz
Farbmarke

- Farben und Farbzusammenstellungen (abstrakte Farbmarken) müssen folgende Kriterien erfüllen, damit sie schützbar sind:
  - **Angabe der Farbe** (z.B. Pantone oder RAL) ggf. mit Verteilungsverhältnis (z.B. Blau 25 %, Gelb 75 %)
  - sehr **spezifisches Marktsegment** und **Gewöhnung** des Verkehrs an Farbmarken in diesem Marktsegment (ggf. demoskopisches Gutachten zur **Verkehrsdurchsetzung)**
- Beispiele
  - Magenta (RAL 4010) - Telekom
  - Grün (Pantone 362) - Dresdner Bank

Markenschutz
Eintragungskosten

- Amtsgebühren
  - Deutschland (DPMA): 300 € für deutsche Marke bei 3 Klassen,100 € für jede weitere Klasse
  - EU (HABM): 900 € für die EU-Marke bei 3 Klassen, 150 € für jede weitere Klasse
  - In beiden Fällen **10 Jahre Schutz**; endlose kosten-pflichtige Verlängerung möglich (750 € + 260 € DPMA, 1.350 € + 400 € HABM)
- Bei internationaler Marke (WIPO) sind die Anmelde-gebühren abhängig von den beanspruchten Ländern

Markenschutz
Schutzumfang

- Schutz vor **Verwechslungsgefahr:** Dritten ist es untersagt, im geschäftlichen Verkehr ein ähnliches Zeichen für ähnliche Waren/Dienstleistungen so zu benutzen, dass eine Gefahr der Verwechslung besteht
- Kriterien
  - **Zeichenähnlichkeit**
  - **Waren/Dienstleistungsähnlichkeit**
  - **Kennzeichnungskraft**
- Die Kriterien stehen in einer Wechselwirkung zueinander; entscheidend: Sichtweise der durch die Marke angesprochenen Verkehrskreise

Markenschutz
Schutzumfang

- Schutz vor **Verwässerung und Rufausbeutung**
  Die Benutzung eines Zeichens ist auch bei Nichtvorliegen einer Verwechslungsgefahr verboten, wenn die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung des anderen Kennzeichens ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausgenutzt oder beeinträchtigt werden

Markenschutz
Vergleich mit Geschmacksmuster

	Formmarke	GeschM
Schutzdauer	Unendlich	Max. 25 Jahre
Schutzvoraus-setzungen	Keine Neuheit notwendig	Neuheit erforderlich
	UK/FB in Praxis oft schwer zu überwinden, aber möglich durch Verkehrsdurchsetzung	Eigenart einfach herzustellen
	Markenmäßige Benutzung muss vorliegen (Herkunftshinweis)	Unabhängig von Benutzung

Inhalt

- Überblick
- Urheberrechtsschutz
- Geschmacksmusterschutz
- Markenschutz
- **Schutz durch UWG**

Schutz durch UWG
Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz

- Der wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz greift ein, wenn ein **Mitbewerber** ein Leistungsergebnis von wettbewerbsrechtlicher Eigenart nachahmt und zusätzlich **besondere Umstände** vorliegen, die sein Verhalten als unlauter erscheinen lassen
- Das wettbewerbliche Unwerturteil richtet sich nicht gegen die Herstellung einer Nachahmung, sondern gegen die **unlautere Wettbewerbshandlung**

Schutz durch UWG
Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz

- Schutzvoraussetzungen
  - **Nachahmung** von Erzeugnis, Dienstleistung
  - **Wettbewerbsverhältnis** zwischen dem Nachahmer und dem Erstanbieter
  - **Wettbewerbliche Eigenart**
  - Das Erzeugnis oder die Dienstleistung muss bereits im Markt angeboten werden und dem Verkehr in gewissen Umfang bekannt sein
  - **Unlauterbarkeit**

Schutz durch UWG
Wettbewerbliche Eigenart

- Wettbewerbliche Eigenart setzt voraus, dass die konkrete Ausgestaltung oder bestimmte Merkmale eines Erzeugnisses geeignet sind, die angesprochenen Verkehrskreise auf die **betriebliche Herkunft** oder die Besonderheiten des Erzeugnisses hinzuweisen
- Schöpferische Gestaltungshöhe nicht erforderlich
- Wird das Produkt durch Auftreten von gleichartigen Produkten Massenware, kann die wettbewerbliche Eigenart entfallen

Schutz durch UWG
Unlauterbarkeit

- Das Herbeiführen einer **vermeidbaren Herkunftstäuschung**
- **Rufausbeutung** oder **Rufschädigung**
- Unredliche Erlangung von **Kenntnissen oder Unterlagen** (Vorlagenmissbrauch, Ausspionieren, Erschleichen von Kenntnissen oder von Unterlagen durch Täuschung)

Ende