

III. Design und Produktvermarktung – Der Geschmacksmusterschutz

1. Überblick

Geschmacksmuster- und Urheberrechtsschutz unterscheiden sich in einigen Produktionszweigen grundlegend, in anderen nähern sie sich einander an, so dass beide Rechtsschutzmöglichkeiten in einem Stufenverhältnis zueinander stehen. Das wurde schon erläutert anhand der Gegenüberstellung von angewandter Kunst und dekorativem Produktdesign. Der **Urheberrechtsschutz ist für das Industriedesign wegen des Stufenverhältnisses zum Kunsturheberschutz kaum erreichbar. Für das Grafik- und Werbedesign ist Urheberschutz allerdings durchaus erreichbar**, weil es hier oft nur um den Schutz zweidimensionaler Figuren und Ornamente geht, die keinen weiteren Gebrauchswert haben (oben II. 1. f), g), S. 27 ff.). Wie allerdings der Fall „Laufendes Auge“ (oben S. 29 Fn 45) und der von den Gerichten verweigerte Schutz für Handy-Motive zeigt (oben S. 34), neigen die Gerichte auch beim Kommunikations- und Webdesign mittlerweile dazu, die Grenzen für den Schutz etwas höher anzusiedeln. Daher ist es für alle Bereiche des Designschutzes **dringend zu empfehlen, zusätzlich zum Urheberschutz einen möglichst weitreichenden Geschmacksmusterschutz anzustreben**. Der Urheberschutz entsteht zwar unabhängig von jeder Formalität. Geschmacksmusterschutz muss dagegen regelmäßig durch eine Anmeldung erst erworben werden. Geschmacksmuster- und Urheberschutz schließen einander aber nicht aus. Beide Schutzmechanismen können kumuliert werden. Das gleiche gilt übrigens für den **Markenschutz** (oben I. 1. d) S. 11 ff.). Für kennzeichnungskräftiges Design empfiehlt sich durchaus eine Markenmeldung. Das Recht des Geistigen Eigentums erlaubt mithin **Schutzrechtsstrategien**, die es ermöglichen, die einzelnen Funktionen einer Produktgestaltung zielgenau abzusichern. Für die „Anmutungsfunktion“ (oben I. 1. b) S. 4 f.) stehen Urheber- und Geschmacksmusterschutz zur Verfügung, für die Kommunikationsfunktion zusätzlich das Markenrecht, für den Schutz einer technisch anspruchsvollen Funktionalität schließlich noch das Patent- und Gebrauchsmusterrecht (oben I. 1. e) S. 16 ff.).

2. Schutzgegenstand

Geschmacksmuster müssen keine persönlich geistigen Schöpfungen sein, also nicht durch die Persönlichkeit des Designers geprägt sein. Es genügt, dass sie **neu und eigenartig** sind (dazu unten III. 3. S. 84 ff.). Für das Geschmacksmuster entscheidend ist, dass es grundsätzlich nicht allein durch Schöpfung entsteht, sondern einen qualifizierten Akt erfordert. Das ist regelmäßig die **Anmeldung** eines Musters beim Deutschen Patent- und Markenamt (unten III. 4. S. 93 ff. sowie III. 5. a) S. 96 ff.). Nicht ausgeschlossen ist zwar auch ein beschränkter Schutz des Musters allein aufgrund seiner Benutzung, indem es der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird (unten S. 96 f.). Stets sollte jedoch auch eine Anmeldung erfolgen. Sie zieht einen wesentlich längeren und auch einen breiteren Rechtsschutz nach sich. Angemeldet werden können aber nur „neue“ Zeichen. Als **neu** gilt ein Zeichen, wenn es innerhalb eines Zeitraums von 12 Monaten vor Anmeldung in den Designerkreisen nicht bekannt war. Erfolgt die Anmeldung zu spät, kann es keinen Schutz mehr entfalten, wenn dieser Einwand in einem späteren Verletzungsverfahren erhoben wird.

2. Was wird als Geschmacksmuster geschützt?

a) Formidee oder Ware?

Der Geschmacksmusterschutz betrifft den „Entwurf“ („disegno“) einer Ware, also das Konzept für ihre Form. Dieser **Entwurf** kann als zweidimensionales „Muster“ oder als dreidimensionales „Modell“ vorliegen. Wichtig ist, dass dieser Entwurf eine abstrakte Formidee betrifft, die von der Ware gelöst und auf weitere Waren der gleichen Gattung, aber auch auf ähnliche Waren angewendet werden kann. Die Gestaltung einer Verpackung für eine Schokoladentafel kann verschiedene Farben und Ausstattungsmerkmale besitzen (z. B. „Ritter Sport“). Der Entwurf für die Einzelgestaltung ist übertragbar auf die daraufhin herzustellenden Produkte. Design und Ware sind mithin zweierlei. Das Geschmacksmusterrecht spricht zwar nur von „**Muster**“, meint hiermit allerdings zweidimensionale wie dreidimensionale Formideen, also auch „**Modelle**“ (§ 1 Nr. 1, § 2

III. Geschmacksmusterschutz

GeschmMG). Ist das Muster im Register eingetragen, so heißt es „Geschmacksmuster“ (z. B. §§ 7 Abs. 1, 27 GeschmMG).

Eine Formidee muss sich, so kann man aus § 1 Nr. 1 GeschmMG herauslesen, immer auf die „**Erscheinungsform**“ beziehen. Hier zeigt sich noch die ästhetische Wurzel des Rechtsgebiets. Design muss **sinnlich wahrnehmbar** sein. Allerdings muss die Wahrnehmung nicht notwendig auf dem optischen Wege, d. h. durch das Auge, erfolgen. Eine Gestaltung kann sich nämlich nicht nur auf „Linien, Konturen, Farben, Gestalt oder Verzierung“, sondern auch auf die „**Oberflächenstruktur**“ und den „Werkstoff“ beziehen. Sinnlich wahrnehmbar ist nämlich auch ein Muster, das haptisch wirkt, also den **Tastsinn** anspricht. Das spielt bei Blindenwaren, bei audiovisuellen Medien („i-pod“), der Sicherheitsgestaltung von Banknoten, aber auch in der Automobilbranche eine Rolle. Dort ist der Nutzer daran gewöhnt, dass er die fest schließende Tür an einem harten, schweren Geräusch erkennt. Technisch möglich wären auch leise schließende Autotüren, nur wäre der Nutzer dann möglicherweise irritiert, wenn er nicht genau beobachtet, dass die Tür tatsächlich fest ins Schloss fällt. Ebenso ist es bei der Betätigung von Tasten im Cockpit des Wagens. Soll der Schalter zum Anschalten des Lichtes „klicken“? Kann man das typische Klicken eines bestimmten Automobilherstellers so gestalten, dass der Nutzer erkennt, in welchem Fabrikat er sitzt? Die Frage ist für den Haptikgestalter herausfordernd. Sie bewegt sich aber bereits auf der Schnittstelle zwischen „haptischem Geschmacksmuster“ (grundsätzlich schutzfähig nach § 1 Nr. 1 GeschmMG) und der „Tastmarke“ (Die Markenfähigkeit solcher Gestaltungen ist allerdings noch nicht vollständig durchgesetzt).

Nicht ganz eindeutig ist nach dem Gesetzeswortlaut übrigens, ob man die haptische Wirkung (auch) sehen können muss (z. B. raue Oberflächenstruktur). Das spielt vor allem eine Rolle, wenn die Gestaltung angemeldet wird. Überwiegend gehen die Juristen allerdings davon aus, dass die rein „taktile“ Wirkung, das Fühlenkönnen, genügt.⁹⁷ Bei der Anmeldung kann es

⁹⁷ So Bulling/Langöhr/Hellwig, Geschmacksmuster, Rn 26; Eichmann/von Falckenstein, Geschmacksmustergesetz, § 1 Rn 32.

2. Schutzgegenstand

aber durchaus schwierig sein, das subjektive Empfinden eines Tastgefühls in allgemeinverständliche Worte zu fassen.

b) Form und Erzeugnis – Was kann „designed“ werden?

Nach § 1 GeschmMG können nur „**Erzeugnisse**“ im geschmacksmusterrechtlichen Sinne „designed“ werden. Wenn ein Muster nicht auf ein Erzeugnis angewendet werden kann, ist es kein Muster im Sinne dieses Gesetzes. Eine Anmeldung würde zurückgewiesen (§ 18 GeschmMG). Wird es versehentlich eingetragen, so kann es durch jedermann in einem gerichtlichen Verfahren für nichtig erklärt werden lassen (§ 33 GeschmMG). Der **Schlüsselbegriff** des Gesetzes ist also der des Erzeugnisses. Darunter fallen ohne weiteres alle dreidimensionalen körperlichen Gegenstände, sofern sie industriell oder handwerklich hergestellt werden können. Musterfähige Erzeugnisse sind nach dem Gesetz auch:

- **Verpackungen** (z. B. Schokoladenverpackung, Weingummi-Verpackung);
- die **Ausstattung einer Ware** (z. B. die Glocke um den Hals des Schokoladenhasen);
- **grafische Symbole und Schriftzeichen**, insbesondere Logos. Hierunter fallen die im Kommunikationsdesign wichtigen Piktogramme, aber auch die Embleme und Wappen zur Gestaltung von hochwertigen Waren, Monogramme und reine Schrifttypen, wie z. B. „Times New Roman“ (vgl. § 61 GeschmMG). Als grafische Symbole grundsätzlich schutzfähig sind auch Icons und Benutzermenüs, die auf Computerbildschirmen eingesetzt werden. Doch ist zu berücksichtigen, dass viele solcher grafischen Formen und Gestaltungen bereits bekannt, also nicht mehr „neu“ sind.

Keine musterfähigen Erzeugnisse sind **Unikate**, die nicht industriell vervielfältigt werden können, so z. B. die Beuys'sche Fettecke als Kunstwerk (oben S. 7 f, 8 Fn. 15). Explizit ausgenommen sind auch **Computerprogramme**, also insbesondere die Abspeicherung von Daten in elektronischer Form (§ 1 Nr. 2 GeschmMG am Ende). Keine Erzeugnisse sind überdies:

- Verfahren, z. B. die Anleitung zum Backen eines Kuchens oder Kochrezepte;

III. Geschmacksmusterschutz

- Gebäude und sonstige unbewegliche Sachen (Verkehrsin-seln, Gartenanlagen),⁹⁸ musterfähig sind allerdings leicht transportable Gebäude, wie z. B. Bauhütten, Container;
- Tiere und Pflanzen (z. B. Zuchtgegenstände) sowie Zeich-nungen auf dem menschlichen Körper, wie z. B. Tätowierun-gen;⁹⁹
- Parfums,¹⁰⁰ Cremes und Pulver, weil und solange ihnen eine körperliche Dimension fehlt, so dass sie nicht im eigentlichen Sinne „geformt“ werden können (anders daher für Flakons und Behältnisse, die als Verpackungen ohne weiteres schutz-fähig sind).

c) Was sind komplexe Erzeugnisse?

§ 4 GeschmMG sieht vor, dass **bei „komplexen Erzeugnis-sen“ auch einzelne Bestandteile musterfähig** sind. Das betrifft in der Praxis vor allem Kraftfahrzeuge. Bei ihnen sind in der Tat nicht die Gesamtform, sondern auch die Form eines Kotflügels, eines Rücklichts oder Frontscheinwerfers und vieles mehr mus-terfähig. Einzige Voraussetzung für den Schutz ist, dass diese Teile „sichtbar“ sind. Was unter der Motorhaube liegt (Ölfilter, Wasserpumpe, Anordnung der Zylinder) fällt nicht hierunter.

„Komplexe Erzeugnisse“ liegen nach § 1 Nr. GeschmMG in allen Fällen vor, in denen eine Gesamtheit von Teilen vorliegt, sofern das Gesamterzeugnis auseinander- und zusammengebaut werden kann. Ein solches Erzeugnis stellen also noch **nicht** der **LEGO-Baukasten oder das Besteck- oder Porzellanset** dar, denn diese Erzeugnisse werden nicht zusammengebaut, sondern als Ansammlung von Einzelteilen in den Verkehr gebracht.

⁹⁸ Das ist umstritten. Einige Juristen vertreten, dass auch Bauwerke dem Geschmacksmusterschutz zugänglich sind, so Bulling/Langöhrig/Hell-wig, Geschmacksmuster, Rn 29. Bei Gebäuden kommt im Übrigen Ur-heberschutz nach § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG in Betracht; zum Urheberschutz von Gartenanlagen KG NJW-RR 2001, S. 1201 (Beeinträchtigung der Gartengestaltung im Detlev-Rohwedder-Haus in Berlin = Bundesfi-nanzministerium durch Aufstellen einer Skulptur).

⁹⁹ Eichmann/von Falckenstein, Geschmacksmustergesetz, § 1 Anmerkung 27.

¹⁰⁰ So BPatGE Bd. 1 S. 224.

2. Schutzgegenstand

Wohl aber sind Maschinen, Sanitäreanlagen, Küchengeräte und Möbel komplexe Erzeugnisse. Die Regelung über die Musterfähigkeit solcher Gegenstände wurde auch eingeführt, um das Problem der Reparatur solcher Gesamterzeugnisse rechtlich erfassen zu können (dazu unten e).

d) Sind technisch bedingte Teile musterfähig?

Die Funktion eines Gegenstandes stellt auch auf seine technische Brauchbarkeit ab. Die Fassung einer Glühbirne etwa ermöglicht die Verbindung mit einer Lampenfassung. Die Form der Fassung mag auch ästhetisch wirken. Wenn die Birne nicht passt, so ist sie jedoch unbrauchbar. In Fällen, in denen eine Form „ausschließlich durch ihre technische Funktion bedingt ist“ (§ 3 Abs. 1 Nr. 1 GeschmMG), fehlt es an der Geschmacksmusterfähigkeit. Man ahnt hier die Abgrenzung zu Patent- und Gebrauchsmusterrecht (oben S. 16 ff). Diese beiden Materien sollen die technische Innovation schützen und anreizen, der Schutz einer aus sonstigen Gründen innovativen Form muss also die Grenzlinie zu den andersartigen Schutzvoraussetzungen dieser Materien wahren.

Das Gesetz nimmt daher solche **Formgestaltungen** vom Schutz aus, die „**ausschließlich technisch“ bedingt** sind. Der Schutzausschluss bezieht sich bei der Glühbirne somit nur auf die Fassung, nicht auf die Form des Leuchtkörpers. Für sie gibt es einen Gestaltungsspielraum, der Formabweichungen ermöglicht.

e) Was sind „must-fit“-Teile? – Die Debatte um Zubehör- und Reparaturteile

Der Begriff der „**must-fit-Teile**“ betrifft eine noch nicht abgeschlossene heftige Debatte, nämlich den Streit um den **Schutz von Ersatz- und Zubehörteilen**, insbesondere also den Schutz von Teilen komplexer Erzeugnisse. Wer mit seinem PKW eine Panne erleidet, muss möglicherweise den Kotflügel des Fahrzeuges ersetzen. Ist der Kotflügel als „Bauelement eines komplexen Erzeugnisses“ (§ 4 GeschmMG) geschützt, so darf er nicht von jedermann nachgebaut und vertrieben werden. Der Ersatzteilmarkt ist mithin von einer Erlaubnis des Musterinha-

III. Geschmacksmusterschutz

bers abhängig. Ebenso verhält es sich bei Zubehörteilen, wie Druckerpatronen, Aufsteckbürsten für elektrische Zahnbürsten und ähnlichen auf Ersatzbedarf angelegten Gegenständen.

Der deutsche Gesetzgeber hat unter dem Einfluss des europäischen Rechts und nach dem Vorbild des britischen Rechts eine Trennlinie gezogen, die bestimmte Teile vom Geschmacksmusterschutz ausschließt. Es handelt sich um Teile, die in ihren Abmessungen und Verbindungsteilen zwangsläufig so nachgebildet werden müssen, dass sie sich in ein Gesamtprodukt einfügen, also passen („it must fit“). Für solche „must-fit-Teile“ besteht ein Schutzausschluss (§ 3 Abs. 1 Nr. 2 GeschmMG). Die technische Verbindung mag so erfinderisch sein, dass sie als Patent oder Gebrauchsmuster Schutz genießen kann, der Geschmacksmusterschutz steht für sie dagegen nicht offen.

Hiervon gibt es eine bemerkenswerte **Ausnahme**: Das Gesetz enthält eine Ausnahmeklausel für „**modulare Systeme**“. Darunter fallen die LEGO-Bausteine. § 3 Abs. 2 GeschmMG besagt nämlich, dass „Erscheinungsmerkmale“ nicht vom Schutz ausgeschlossen sind, „wenn sie dem Zweck dienen, den Zusammenbau oder die Verbindung einer Vielzahl von untereinander austauschbaren Teilen innerhalb eines Bauteilsystems zu ermöglichen“. Diese Definition beschreibt ziemlich präzise das LEGO-Prinzip, deshalb spricht man auch von der „LEGO-Klausel“. Natürlich sind die Noppen der Bausteine so konstruiert, dass nur identische Passtücke miteinander verbunden werden können, die Abmessungen müssen also ebenfalls so konstruiert werden, dass sie passen. LEGO-Bausteine sind insoweit „must-fit-Teile“. Der Gesetzgeber war aber der Ansicht, dass es kein Freihaltebedürfnis an solchen für sich stehenden Modulsystemen gibt. Die Abgrenzung zwischen § 3 Abs. 1 Nr. 2 (kein Schutz) und § 3 Abs. 2 GeschmMG (Schutz) wird etwas schärfer, wenn man berücksichtigt, dass LEGO-Steine auf den Zusammenbau angelegt sind, bei einem PKW ist der Auseinander- und Zusammenbau (hoffentlich) der (auf Unfälle und sonstigen Reparaturen begrenzte) Ausnahmefall.

Keine Ausnahme von dem Prinzip des Ausschlusses von „must-fit“-Teilen bilden Teile, die nicht passgenau, sondern formharmonisch gestaltet werden müssen, damit sie sich in ein Gesamterzeugnis einpassen. So ist es etwa bei der Motorhaube

2. Schutzgegenstand

eines PKW, die ausgewechselt werden soll. Nimmt man ein Modell, das nicht glatt, sondern mit Rundungen, Stäben und Einzügen ausgestattet ist, so wäre dieses Modell zwar durch eine technisch passende glatte Haube ersetzbar, doch wird der Kunde typischerweise eine solche neutrale Gestaltung gestalterisch nicht als passend akzeptieren. Sie stört das Gesamtbild der Karosserie. Das Teil passt zwar technisch, aber nicht ästhetisch als Formlösung. Im Englischen würde man sagen, „it fits, but it does not match“. Daher spricht man auch von „**must-match-Teilen**“. Solche Teile sind nach derzeitigem deutschem Recht schutzfähig. Auf der Ebene des europäischen Rechts gibt es jedoch Bestrebungen, den Geschmacksmusterschutz für Ersatz- und Zubehörteile generell zu begrenzen. Hintergrund ist, dass gerade im Kfz.-Bereich, aber auch in anderen Branchen (z. B. Zubehör für technische Geräte), ein bedeutender Markt freier Zulieferer existiert. Indem man diesen Produzenten den lizenzfreien Nachbau von Bauelementen komplexer Erzeugnisse gestattet, erhält man vorhandene Marktstrukturen und hält überdies die Preise für die Nutzer (z. B. PKW-Besitzer) niedrig. Es handelt sich hierbei um ein wettbewerbspolitisches Anliegen. Es leuchtet ein, dass eine Schranke zugunsten des Nachbaus von Ersatzteilen die Anreizwirkung des Geschmacksmusterschutzes dämpft, allerdings auch verhindert, dass das Musterrecht als Monopolbefugnis von der Hauptsache (PKW) übermäßig auf Nebensachen (Ersatzteile) ausgedehnt wird.

f) Werden unanständige Formgestaltungen als Muster geschützt?

Formgestaltungen, „die gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten verstoßen“, sind nicht musterfähig i. S. des Geschmacksmustergesetzes (§ 3 Abs. 1 Nr. 3 GeschmMG). Darunter fallen pornografische Darstellungen. Grenzwertig sind Merchandising-Artikel mit Konterfeis religiöser Führer, wenn die Gefahr besteht, dass solche Artikel religiöse Gefühle verletzen.¹⁰¹ In der Vergangenheit wurden auch sexuell anzügliche

¹⁰¹ Als Marke nicht eintragungsfähig, weil „religiös anstößig“ ist nach dem BPatG das Wort „dalailama“, BPatG, Mitt. 2003, 423 (zu § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG).