

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Geleitwort .....	VII
Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis .....	XIV
Weiterführende Literatur .....	XVI
Weiterführende Links .....	XIX
Anschriften .....	XX
<b>I. Einführung .....</b>	<b>1</b>
1. Design und seine Bedeutung .....	1
a) Eine kurze Geschichte der Produktgestaltung .....	1
b) Funktionen von Design .....	4
c) Design und Kunst .....	7
d) Design und Kommunikationszeichen (Marken) .....	11
e) Design und Technik – Patent und Gebrauchsmuster .....	16
f) Sonstiger Schutz von Design .....	17
2. Zusammenfassender Überblick über den rechtlichen Schutz von Design .....	21
<b>II. Kunst und Design – Der Urheberrechtsschutz .....</b>	<b>23</b>
1. Was ist geschützt? Design als Werke der Kunst .....	23
a) Wann liegt eine Schöpfung vor? .....	23
b) Können eine Maschine oder ein Tier Werke schaffen? .....	24
c) Können Unternehmen geistige Urheber sein? .....	24
d) Sind auch Ideen schon geschützt? .....	25
e) Wann ist ein Werk „persönlich“? .....	26
f) Wann ist Design „persönlich“ und wann ist es (nur) „eigenartig“? .....	27
g) Welche Beispiele gibt es für urheberrechtlich geschütztes Design? .....	31

## Inhaltsverzeichnis

---

2.	Wie erwirbt man den urheberrechtlichen Schutz? .....	35
a)	Sind Formalitäten erforderlich? .....	35
b)	Sind Entwürfe und Konzepte geschützt? .....	36
3.	Wer erwirbt den Schutz? Urheber, Miturheber und Gehilfen .....	38
a)	Wer ist Urheber? .....	38
b)	Wer sind die Miturheber eines Werkes? .....	39
c)	Sind Gehilfen als Urheber geschützt? .....	41
d)	Wer ist Urheber bei in Anstellungsverhältnissen erstellten Werken? .....	42
e)	Erwirbt man ein Urheberrecht dadurch, dass man vorhandene Werke als Anregung benutzt und weiterentwickelt? .....	43
f)	Was unterscheidet den „Urheber“ vom „Rechteinhaber“? .....	48
4.	Wie weit reicht der Schutz? .....	48
a)	Kreative Interessen .....	49
aa)	Welche Bedeutung hat das Veröffent- lichungsrecht? .....	50
bb)	Welche Befugnisse verschafft das Recht auf Anerkennung der Urheberschaft? .....	50
cc)	Welche Befugnisse verschafft das Ent- stellungsverbot? .....	52
b)	Wirtschaftliche Interessen .....	52
aa)	Vervielfältigen, Vermieten, Verleihen, Ausstellen .....	52
bb)	Öffentliche Wiedergabe, insbesondere Vortrag, Sendung, Internet-Angebote .....	55
(1)	Wodurch unterscheidet sich die Wiedergabe von der Ausstellung? .....	55
(2)	Wann ist eine Wiedergabe „öffentlich“? .....	56
(3)	Wer hat im Ernstfall was zu beweisen? .....	56
(4)	Welche Relevanz haben öffentliche Wiedergaben für Designer? .....	57

## Inhaltsverzeichnis

5.	Welche Schutzgrenzen gibt es? .....	58
a)	Ist das „Designzitat“ zulässig? .....	59
b)	Welche Änderungen sind ohne Einwilligung zulässig? .....	62
c)	Welche weiteren Schranken sind für Design beachtlich? .....	62
6.	Wahrnehmung des Schutzes .....	64
a)	Lizenzierung von Design .....	64
b)	Wie bestimmt muss eine Rechteeinräumung (Lizenzierung) formuliert werden? .....	65
c)	Vergütungsvereinbarungen .....	67
d)	Entwurf und Ausführung .....	70
e)	Wahrnehmung von Rechten durch Verwertungs- gesellschaften .....	71
f)	Haftung für die Verletzung von Urheberrechten .....	72

### III. Design und Produktvermarktung – Der Geschmacks-

	<b>musterschutz .....</b>	<b>75</b>
1.	Überblick .....	75
2.	Was wird als Geschmacksmuster geschützt? .....	76
a)	Formidee oder Ware? .....	76
b)	Form und Erzeugnis – Was kann „designed“ werden? .....	78
c)	Was sind komplexe Erzeugnisse? .....	79
d)	Sind technische bedingte Teile musterfähig? .....	80
e)	Was sind „must-fit“-Teile? – Die Debatte um Zubehör- und Reparaturteile .....	80
f)	Werden unanständige Formgestaltungen als Muster geschützt? .....	82
3.	Unter welchen Voraussetzungen erwirbt man den Schutz? .....	84
a)	Neuheit .....	85
b)	Was bedeutet „Neuheitsschonfrist“? .....	87
c)	Eigenart .....	88

## Inhaltsverzeichnis

---

4.	Wer erwirbt den Schutz? .....	93
	a) Welche Rechtsposition hat derjenige, der ein Muster geschaffen hat? .....	93
	b) Was geschieht, wenn ein Nichtberechtigter die Gestaltung anmeldet? .....	93
	c) Wer erwirbt das Recht im Arbeitsverhältnis? .....	94
	d) Mustergestaltung im Team .....	95
5.	Wie erwirbt man den Schutz? Wie lange dauert er an? .....	96
	a) Anmeldung und Eintragung .....	96
	aa) Welche Bedeutung hat die Anmeldung? .....	96
	bb) Welche Bedeutung hat die tatsächliche Benutzung des Musters? .....	96
	cc) Wo meldet man wie an? .....	97
	dd) Was genau muss die Anmeldung enthalten? .....	98
	(1) Warum muss ein Erzeugnis angegeben werden? .....	98
	(2) Was muss bei der Abbildung des Musters auf der Anmeldung beachtet werden? .....	99
	(3) Darf das Muster auch mit Worten beschrieben werden? .....	101
	(4) Welche Bedeutung hat die Angabe von Warenklassen? .....	101
	ee) Welche Kosten fallen an? .....	102
	ff) Wie verläuft das weitere Verfahren? .....	102
	c) Schutzdauer .....	102
6.	Welchen Schutz bietet das Geschmacksmusterrecht? .....	103
	a) Benutzung, Verbot und Lizenzierung .....	103
	b) Darf man nur identische Kopien abwehren? .....	104
	c) Wann liegt ein „Gebrauch“ des Musters vor? .....	104
	d) Welche Schutzgrenzen gibt es? .....	105
	aa) Was verbirgt sich hinter dem Erschöpfungs- grundsatz? .....	105
	bb) Darf die vom Touristen aus dem Ausland importierte Nachahmung beschlagnahmt werden? .	106
	cc) Darf ein Mustergestalter mit geschützten	

## Inhaltsverzeichnis

---

Konkurrenzerzeugnissen in seiner Werkstatt experimentieren? .....	107
dd) Darf ein Designerstück in einer Soap-Opera im Fernsehen gezeigt werden? .....	107
7. Wie verliert man den Schutz? (Nichtigkeit und Löschung)	109
a) Der Schutzablauf – Löschung durch die Behörde .....	109
b) Die Löschung aufgrund gerichtlichen Verfahrens – Nichtigkeitsklage .....	109
c) Kollision mit älteren Schutzrechten – Lösungsklage .	110
d) Widerklage auf Löschung .....	111
8. Wie setzt man den Schutz durch? .....	111
<b>IV. Schutz im Ausland .....</b>	<b>113</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>119</b>
1) Auszug aus dem Urheberrechtsgesetz .....	121
2) Auszug aus dem Geschmacksmustergesetz .....	151
3) Auszug aus der Geschmacksmusterverordnung samt Warenklassifizierung .....	171
4) Merkblatt Gebühren und Auslagen für Geschmacks- muster .....	196
5) Zuständigkeiten deutscher Gerichte in Geschmacks- mustersachen .....	200
6) Beispiel für eine Eintragung im Geschmacks- musterregister .....	202
Sachregister .....	205