

INHALT

ABKÜRZUNGEN	X
§ 1 Einleitung.....	1
§ 2 Geschichte des Design	3
A. Definitionen von „Design“	3
B. Historischer Überblick	5
I. Wortursprung.....	5
II. Designschutzentwicklung in Europa.....	6
III. Historische Entwicklung des Designschutzes in Deutschland	7
1. Ende des 19. Jahrhunderts und Jahrhundertwechsel	8
2. Deutscher Werkbund und Bauhaus	9
3. Entwicklung in der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg	11
IV. Design und Kunstbegriff	13
C. Designschutz heute.....	14
I. Erscheinungsformen und -funktionen von Design.....	14
1. Ästhetische Funktion	16
2. Qualitätsfunktion	17
3. Informationsfunktion.....	18
4. Marketingfunktion	18
II. Design als Prozess	19
III. Wirtschaftliche Betrachtung	21
IV. Produktpiraterie	22
§ 3 Designschutz nach dem Geschmacksmuster- und Urheberrecht	25
A. Designschutz nach dem Geschmacksmustergesetz.....	27
I. Grundlagen	27
1. Geschichtliche Entwicklung des nationalen Geschmacksmusterschutzes.....	27
2. Europarechtliche Vereinheitlichung / Rechtsentwicklungen der letzten Jahre	28
II. Schutzgegenstand des neuen Geschmacksmusterrechts.....	30
1. Muster und Modelle.....	30
2. Erscheinungsform eines Erzeugnisses.....	31

3. Konzeption als „Formidee“ oder konkretes Erzeugnis.....	32
4. Ästhetische Wirkung	35
5. Gewerbliche Verwertbarkeit	35
III. Materielle Schutzvoraussetzungen.....	36
1. Neuheit.....	37
a) Neuheitsbegriff	37
b) Neuheitsschonfrist.....	39
c) Beurteilung der Neuheit	39
2. Eigenart	40
a) Begriff der Eigenart	40
b) Regelungszweck.....	41
c) Grad der Unterschiedlichkeit	43
d) Gesamteindruck als Beurteilungsmaßstab	44
IV. Schutzausschlussgründe	45
V. Formelle Schutzvoraussetzungen	47
VI. Inhalt und Umfang des Schutzes nach dem Geschmacksmustergesetz	48
1. Dauer des Geschmacksmusterschutzes	48
2. Geschmacksmuster als Vermögensgegenstand.....	48
3. Lizenzerteilung	49
4. Schutzzumfang	50
VII. Zwischenergebnis.....	51
B. Designschutz nach der Gemeinschaftsgeschmacksmusterverordnung (GGVO)	51
I. Grundlagen	52
1. Entstehungsgeschichte der GemeinschaftsgeschmacksmusterVO	52
2. Schutzgegenstand	53
II. Materielle Schutzvoraussetzungen.....	54
1. Anforderungen an ästhetische Wirkung	55
2. Beurteilungszeitpunkt für Neuheit und Eigenart	55
3. Neuheitsschonfrist für nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster	56
III. Formale Besonderheiten	57
IV. Inhalt und Umfang des Schutzes nach der GGVO.....	57
1. Eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster	57
2. Nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster	58
a) Nachahmungsschutz.....	59
b) Sperrwirkung	59
c) Vermutung der Rechtsgültigkeit	60
V. Zwischenergebnis	61
C. Designschutz nach dem Urheberrechtsgesetz	61

I. Grundlagen	61
1. Historische Entwicklung des Urheberrechts	62
2. Schutzgegenstand des Urheberrechts	64
II. Materielle Schutzvoraussetzungen	65
1. Werkbegriff	66
a) Wahrnehmbare Formgestaltung	67
(aa) Kein Urheberschutz für Stil, Methode, Material oder Motiv	68
(bb) Sonderfall: Konzeptschutz	68
b) Geistiger Gehalt.....	69
c) Persönliche (individuelle) Schöpfung	70
(aa) Persönliche Schöpfung	70
(bb) Individualität der Schöpfung	70
(cc) Abstand des Werks zu Durchschnittlichem	72
(dd) Gestaltungshöhe	75
2. Design als Werk der angewandten Kunst	78
3. Schaffung einer eigenen Werkart „Design“	80
a) Wegfall der Schutzgrenzen	82
b) Anhebung der Schutzuntergrenzen.....	84
c) Vermittelnde Vorschläge	85
(aa) Ansicht von Zentek	85
(bb) Ansichten von Schrickler und Loewenheim.....	86
(cc) Ansicht von E. von Gamm	87
d) Stellungnahme.....	87
4. Entscheidung des BVerfG, GRUR 2005, 410 - Laufendes Auge	89
III. Inhalt und Umfang des Urheberrechtsschutzes	90
IV. Zwischenergebnis	91
 § 4 Designschutz durch Markenrecht.....	93
 A. Gegenstand des Markengesetzes	94
I. Markentypen und Anwendungsbereiche.....	95
II. Designschutz über Formmarken	96
1. Abstrakte Unterscheidungseignung	96
2. Graphische Darstellbarkeit.....	97
3. Selbstständigkeit und Einheitlichkeit des Zeichens	97
B. Funktionen der Marke und Schutzgründe des Markenrechts.....	98
C. Schutzausschluss.....	100
I. Durch die Art und Weise der Ware selbst bedingt (Nr. 1).....	101
II. Zur Erreichung einer technischen Wirkung erforderlich (Nr. 2).....	101
III. Form, die der Ware einen wesentlichen Wert verleiht (Nr. 3).....	101

D. Unterscheidungskraft	102
E. Zwischenergebnis	103
§ 5 Designschutz durch Wettbewerbsrecht	105
A. Schutzgegenstand des Wettbewerbsrechts	106
B. Wettbewerbsrecht und Designschutz	108
C. Schutzvoraussetzungen	109
I. Schutzwürdiges Leistungsergebnis	110
II. Besondere wettbewerbliche Umstände	110
• Intensität der Nachahmung	111
• Art und Weise der Nachahmungshandlung	111
• Wettbewerbliche Eigenart	111
• Zwischenergebnis	113
D. Sonderproblem: Wettbewerbsrecht und nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster	114
I. Schutzrichtung beider Institute	114
II. Schutzzumfang beider Institute	115
E. Zwischenergebnis	116
§ 6 Designschutz durch technische Schutzrechte	117
A. Patentrecht	117
I. Patentrechtstheorien und Schutzvoraussetzungen	118
1. Erfindung	119
2. Neuheit	120
3. Erfinderische Tätigkeit	120
4. Gewerbliche Anwendbarkeit	121
II. Anwendungsbereiche von Patentschutz auf Design	122
B. Gebrauchsmuster	122
I. Neuheit	123
II. Erfinderischer Schritt	123
III. Besonderheit: Erfindungsarten	123
IV. Zwischenergebnis	124
§ 7 Designschutz durch internationale Konventionen	127
A. Pariser Verbandsübereinkunft (PVUe)	128
I. Musterrechtliche Vorgaben der PVUe	128
II. Markenrechtliche Vorgaben der PVUe	129

III. Zwischenergebnis	130
B. Revidierte Berner Übereinkunft (RBÜ)	130
I. Schutzgegenstand und -voraussetzungen der RBÜ	131
II. Behandlung der Werke der angewandten Kunst	131
III. Zwischenergebnis	132
C. Welturheberrechtsabkommen (WUA)	133
D. Haager Abkommen über die internationale Hinterlegung gewerblicher Muster und Modelle (Haager Musterabkommen)	133
E. Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights, Including Trade in Counterfeit Goods (TRIPs-Abkommen)	135
I. Entstehungsgeschichte und Überblick	135
II. Materieller Designschutz durch TRIPs	136
III. Grundprinzipien und allgemeine Regelungen des TRIPs-Abkommens	137
1. Meistbegünstigungsklausel	137
2. Verhältnis zur RBÜ und PVUe	138
IV. Zwischenergebnis	138
F. Schlussbemerkung	139
§ 8 Designschutz in Großbritannien	141
A. Geschichte des Designschutzes in Großbritannien	141
B. Musterschutz ohne Eintragung (Design Right)	143
C. Musterschutz nach Eintragung (Registered Design)	144
I. Schutzgegenstand	145
1. Eye Appeal	145
2. Aesthetic Appearance	146
II. Materielle Schutzvoraussetzungen	146
1. Neuheit	147
2. Keine Eigenart	148
III. Schutzzeitraum, Entstehung und Umfang des Schutzes für ein Registered Design	148
D. Copyright	148
E. Verhältnis der Schutzrechte zueinander	149
§ 9 Endergebnis und Zusammenfassung	151
LITERATUR	153