

„Wissensreihe gewerblicher Rechtsschutz“

Von Dipl.-Ing. Stefan Brinkmann, Düsseldorf

Patentanwalt und Vizepräsident der DASV Deutsche Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e. V.

Teil 3: Das Geschmacksmuster

Das Geschmacksmuster ist ein gewerbliches Schutzrecht, das die ästhetische Formgebung, das heißt das Design eines Produktes unter Schutz stellt. Nachahmer können durch die Hinterlegung eines Geschmacksmusters auf Abstand gehalten werden, denn es ist ausschließlich dem Geschmacksmusterinhaber vorbehalten, das unter Schutz gestellte Design zu verwenden.

Ebenso wie die Marke kann das Design eines Produktes Imageträgerfunktion übernehmen und kaufentscheidendes Argument sein. Man denke nur an die „Coca Cola-Flasche“ oder den „BMW-Kühlergrill“. Zudem kann ein geändertes Design an sich altbekannte Technik in ein neues Gewand kleiden und so neue Kaufanreize für alt hergebrachte Produkte schaffen. So ist es beispielsweise in der Automobilindustrie eine häufig gewählte Vorgehensweise, neue Kaufanreize allein dadurch zu schaffen, daß das Karosseriedesign geändert wird, die eingesetzte Technik aber unverändert bleibt.

Marktnischen können verstärkt genutzt werden, indem hochwertiges Design als wettbewerbliches Unterscheidungsmerkmal eingesetzt wird. Voraussetzung für die Sicherung von Marktanteilen ist allerdings, dass das durch eine eigene, schöpferische Leistung gefundene Design rechtlich abgesichert wird, denn es kann ansonsten von Konkurrenten nachgeahmt werden, dann freilich ohne Kosten für eine eigene Designentwicklung aufgebracht zu haben.

Ein formschönes Produktdesign hat sicherlich seinen Preis. Unter Umständen können die Aufwendungen für Designentwürfe, Muster, Prototypen und dergleichen sogar höher sein, als diejenigen der technischen Entwicklung. Angesichts dieser Kosten gilt es, den durch ein formschönes Produktdesign

erzielten wettbewerblichen Vorsprung zu sichern, um im Zweifel gegen Nachahmer und Plagiatoren vorgehen zu können. Der Verbraucher kann häufig nicht erkennen, welche Technik in einem Produkt steckt. Er wird vom äußeren Erscheinungsbild des Produktes „geblendet“. Es sollte insofern immer darüber nachgedacht werden, ob sich in Ergänzung zu einem technischen Schutzrecht auch die Anmeldung und Hinterlegung eines Geschmacksmusters wirtschaftlich lohnt.

Schutzvoraussetzungen

Ein schutzfähiges Design muss am Anmeldetag neu sein und Eigenart besitzen, was bedeutet, dass sich der durch ein Design vermittelte Gesamteindruck eines Produktes von dem Gesamteindruck eines bereits vorbekannten Produktes unterscheiden muss.

Ein Design gilt als neu, wenn der Öffentlichkeit vor dem Anmeldetag des Geschmacksmusters kein identisches Design zugänglich gemacht worden ist, wobei ein bekanntes Design dann als identisch gilt, wenn es sich nur in unwesentlichen Einzelheiten vom zum Geschmacksmuster angemeldeten Design unterscheidet.

Der Begriff der „Eigenart“ meint, dass ein neues Design dem Geschmacksmusterschutz nur dann zugänglich ist, wenn sich der Gesamteindruck, der durch dieses Design beim informierten Benutzer hervorgerufen wird, vom Gesamteindruck vorbekannter Designs in einer gewissen gestalterischen Höhe unterscheidet. Das zu schützende Design muss also einen gewissen „Designüberschuss“ gegenüber vorbekannten Gestaltungen aufweisen, wobei als Bewertungsmaßstab auf den informierten Benutzer abzustellen ist.

Das Gebrauchsmustergesetz kennt eine sogenannte „Neuheitsschonfrist“ von 12 Monaten, was bedeutet, dass eine innerhalb von 12 Monaten vor dem Anmeldetag des Geschmacksmusters erfolgte Offenbarung des Designs für die Frage der Geschmacksmusterfähigkeit außer acht bleibt, wenn die Offenbarung des zu schützenden Designs auf den Entwerfer, das heißt Designer zurückgeht. Die Regelung der „Neuheitsschonfrist“ ermöglicht es dem Designer mithin, sein Design

vor Einreichung einer Geschmacksmusteranmeldung zu präsentieren, beispielsweise auf einer Messe auszustellen. Er kann also bereits im Vorfeld einer Geschmacksmusteranmeldung prüfen, ob sein Design ankommt und wirtschaftliche Verwertungsmöglichkeiten bietet.

Anmeldung und Eintragung

Die Anmeldung und Eintragung eines Geschmacksmusters erfolgt beim Deutschen Patent- und Markenamt in München. Dem Antrag auf Eintragung eines Geschmacksmusters ist eine Abbildung des zu schützenden Gegenstandes beizufügen, beispielsweise in Form einer Zeichnung oder eines Fotos. Dabei gilt der Grundsatz, dass nur das geschützt ist, was aus der Abbildung erkennbar ist („what you see is what you get“). Aus diesem Grunde kann es sich empfehlen, den zu schützenden Gegenstand mittels mehrerer Abbildungen aus unterschiedlichen Perspektiven darzustellen.

Eine sachliche Prüfung der Geschmacksmusteranmeldung findet nicht statt. Das Deutsche Patent- und Markenamt prüft lediglich die für eine ordnungsgemäße Geschmacksmusteranmeldung zu erfüllenden formalen Voraussetzungen und trägt, sofern diese erfüllt sind, das Geschmacksmuster in die vom Deutschen Patent- und Markenamt geführte Rolle ein.

Laufzeit

Das Geschmacksmuster hat, gerechnet ab Anmeldetag, eine maximale Schutzdauer von 25 Jahren. Zur Aufrechterhaltung des Geschmacksmusters ist alle fünf Jahre eine Verlängerungsgebühr zu entrichten.

Dipl.-Ing. Stefan Brinkmann

Patentanwalt

Vizepräsident der DASV Deutsche Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e. V. und Leiter des DASV-Fachausschusses für nationales und

internationales Wettbewerbsrecht, Patentrecht,
Marken- und Urheberrecht

Stenger Watzke Ring - intellectual property

Am Seestern 8

40547 Düsseldorf (Deutschland)

Telefon: 0211/572131

Telefax: 0211/588225

Email: info@stewari.de

www.stewari.de