

Schutz dreidimensionaler Marken und Designschutz in Österreich

Clemens Thiele*

Über Geschmack lässt sich bekanntlich nicht streiten – mit einem Geschmacksmuster oder einer Formmarke hingegen trefflich. Der Schutz kreativer Leistungen ist durch das europäische Design- und Markenrecht erheblich gestärkt worden. Damit sind bislang zwei Schutzrechte harmonisiert worden: die Marke und das Geschmacksmuster. Stehen sich die beiden nun unvereinbar gegenüber oder ergänzen sie sich? Was ist alles als Design schützenswert? Wo liegen die möglichen Vor- und Nachteile bzw. Besonderheiten im Anmeldeverfahren in Österreich und in Alicante? Diesen und ähnlichen Fragen geht der folgende Beitrag nach.

1. Einleitung

Gutes Design hat in den letzten Jahren sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher eine überragende Bedeutung erlangt. Kam es noch zu Beginn des letzten Jahrhunderts vorwiegend auf die Gebrauchstüchtigkeit eines Produktes an und lag das Hauptaugenmerk auf der technischen Weiterentwicklung, so ist über die Jahrzehnte ein deutlicher Wandel eingetreten. Die Vielfalt technisch gleichartiger Produkte hat stetig zugenommen. Aufgrund der übergroßen Auswahl an qualitativ vergleichbaren Produkten tritt die Funktion – als selbstverständlich – vermehrt in den Hintergrund und der Kaufentschluss der Verbraucher fällt zunehmend aufgrund des Produktdesigns¹.

Eine feste, allgemein anerkannte Definition des Begriffes „Design“ existiert im Rechtssinne derzeit nicht. Wenn in diesem Beitrag daher von Design bzw. industrieller Formgestaltung oder Ausstattung gesprochen wird, ist damit jeweils die äußere Formgebung eines Handelsproduktes gemeint. Ein geeignetes deutsches Wort, das als Ersatz für die altmodischen Begriffe des „Musters“ (zweidimensional) bzw. des „Modells“ (dreidimensional) dienen könnte, lässt sich kaum finden. Gemeint sind – präzise ausgedrückt – Vorlagen für die handwerkliche oder industrielle Herstellung von Produkten. Das erörterte Spezialproblem des Verhältnisses von Formmarke und Design beschränkt sich ausschließlich auf „Modelle“.

2. Rechtsschutz für Design

Bereits bestehende Vorschriften zu anderen Formen des Schutzes (z. B. Urheberrecht, Patentrecht, Wettbewerbsrecht etc.) bleiben vom europäischen Designschutz unberührt². Es ist nach wie vor den Mitgliedstaaten überlassen, wie sie das Verhältnis des europäischen Designschutzes zu anderen gewerblichen Schutzrechten bzw. sonstigen Immaterialgüterrechten ausgestalten. Ein genereller Aus-

* Dr. iur., LL. M. Tax (GGU), <Anwalt.Thiele@eurolawyer.at>; Näheres unter <<http://www.eurolawyer.at>>. Dieser Beitrag geht auf einen Vortrag vor der Salzburger Juristischen Gesellschaft, gehalten am 19.1.2006, zurück.

1) Die Kommission hält dazu in den Erwägungen 3.3 zum Vorschlag für eine VO des Europäischen Parlaments und des Rates über das Gemeinschaftsgeschmacksmuster, KOM (93) 342 fest: „... hochwertiges Design ist [...] einer der wichtigsten Aktivposten von in der Gemeinschaft ansässigen Unternehmen in ihrem Wettbewerb mit Konkurrenten aus Drittländern, deren Arbeitskosten oft niedriger liegen. Viele aus der Gemeinschaft stammende Erzeugnisse, in denen Muster verwendet werden, genießen einen beneidenswerten Ruf am Markt. Die Grundlage dieses Rufes zu wahren, den Wert dieser Designleistungen noch weiter zu steigern und die Investitionen in Muster durch deren Schutz vor parasitärem Verhalten zu fördern, ist eines der Ziele der Verordnung. ...“.

2) Eingehend dazu Thiele/Schneider, Europäischer Designschutz in Deutschland und Österreich, Salzburg 2006, S. 33 f.

schluss des Schutzes z. B. nach dem Urheberrecht bei Bestehen von Musterschutz, wie dies in einigen Ländern der Fall ist, verbieten allerdings nunmehr Art. 96 Abs. 2 GGVO³ und Art. 17 MusterRL⁴ ausdrücklich. Dadurch wird ein *europäischer Mindeststandard* für Designs jedenfalls gewährleistet.

Bei dem Versuch der Einordnung des Designschutzes in das Spektrum der Rechtsgebiete zeigen sich Probleme, die hauptsächlich aus der *Verschiedenheit der Zweckrichtungen dreidimensionaler Formgestaltung* herrühren.

2.1 Funktion von Design

Gutes Design verbindet unweigerlich Form und Funktion⁵. Es ist zwar ein wichtiger Zweck des Designs, ein Produkt gut aussehen zu lassen, so dass Verbraucher angeregt werden, es zu kaufen. Ein Design hat jedoch auch noch andere nicht minder wichtige Funktionen. Ein Produkt soll durch ein gutes Design leichter zu identifizieren und sicherer handzuhaben sowie einfach und möglichst preiswert herzustellen und daneben möglicherweise auch noch mit wenigen Handgriffen zu reparieren sein.

Grundlegend für alle *Einordnungs- und Abgrenzungsversuche* ist daher die Frage zu beantworten, woran der Schutz des Designs festzumachen ist – an der ästhetischen Wirkung oder der mangelnden Funktionalität eines Produktes, dem wirtschaftlichen Verkaufsaspekt, dem erfinderischen Fortschritt oder an dem immateriell geistigen Gut an sich?

2.2 Mögliche Anspruchsgrundlagen des dreidimensionalen Designschutzes

Die für den Schutz dreidimensionalen Designs in Frage kommenden Rechtsgebiete sind grundsätzlich der Musterschutz, das Urheberrecht, das Kennzeichenrecht, das Wettbewerbs- und das Patentrecht i. w. S.

2.2.1 Ausstattungsschutz

Schon sehr früh versuchte die österreichische Rechtsordnung dreidimensionales Design in Form des „Ausstattungs-schutzes“ zugunsten seines Entwerfers zu bewahren. Im Rahmen des klassischen „Warenzeichenrechts“ existiert mit § 9 Abs. 3 UWG nach wie vor eine Bestimmung zum Schutz der Unterscheidungskraft von dreidimensionalen Zeichen. Bei *Verkehrsgeltung* können Ausstattungsschutz nach § 9 Abs. 3 UWG deshalb beispielsweise genießen:

- geometrische Figuren (*Dreieckspackungen*) bei Zutritt charakteristischer Ausstattungselemente (*Frauenkopf-Monogramm*)⁶
- die Gestaltung der Hörmuschel und des Bügels von *Radiohörern*⁷
- die auffallende, von den regelmäßigen geometrischen Figuren abweichende oder sonst einen ungewöhnlichen Eindruck machende *Form einer Flasche* für Fleckwasser⁸: „Eine Flasche kann allerdings ohne Rücksicht auf ihre Etikettierung und ihren Verschluss durch ihre Form allein im Sinne des § 9 Abs. 3 UWG schutzfähig sein. Dazu gehört aber eine Form, die irgendwie auffallend von den regelmäßigen geometrischen Figuren abweicht oder sonst einen ganz ungewöhnlichen Eindruck macht.“
- eine *Telegrammanschrift*⁹
- das *Wahrzeichen einer Stadt* (Stadturm) als Vignette auf Geschäftspapieren, selbst für eine ortsfremde Firma¹⁰
- *Werbeposter* (ein auf einer Lebensversicherungspolizze krabbelndes nacktes Kind zeigend)¹¹
- *Teepackungen*¹²: „... steifer Karton in rechteckiger Form, zirka 75 mm lang, zirka 31 mm hoch, zirka 41 mm breit, in Aluminiumfolie und Schleifband grün

(bzw. rot) mit Goldrand und schwarz-goldenem Druck ...“. Die Verkehrsgeltung nach § 9 Abs. 3 UWG liegt für eine Ausstattung (auch von Teepackungen) bereits dann vor, wenn sie etwa bei der Hälfte der beteiligten Kleinhändler, jedoch weder innerhalb des Großhandels noch bei den Verbrauchern besteht.“

- *Konservendosen* (hier: Inzersdorfer Jagdwurstkonserven mit Hellgrün als Grundfarbe)¹³
- *die Aufmachung einer Zeitung*¹⁴: „... die Überschlagezeile mit Seitenangabe des in ihr zitierten Artikels in rotem Rahmen, darunter zwei bis drei untereinander gesetzte Schlagzeilen, jede rot unterstrichen, am Fuße eine rote Schlussleiste im Negativsatz sowie auf der Schlussseite ebenfalls eine rote Schlussleiste im Negativsatz.“
- *Kaffeepackungen*¹⁵: „Trotz der etwas verschiedenen Form der Beschriftung, der Verschiedenheit der Bezeichnungen („S.“- und „A.“-Zeichen) ist doch in erster Linie auf die gleiche dunkel-kaffeebraune Farbe der Säckchen, die gleiche Goldfarbe der Beschriftung, die gleiche Größe der Säckchen und ihre gleiche Verwendung sowie den ähnlichen Hinweis auf Brasilkaffee (50 g gemahlen) zu verweisen, an dessen Ähnlichkeit es nichts ändert, dass das Wort ‚Mischung‘ auf den Säckchen der klagenden Partei nicht vorkommt, die vielmehr statt seiner das Wort ‚Gold‘ enthalten.“
- *die Almdudler-Limonade-Flasche*¹⁶: „... die ‚Almdudler-Limonade‘-Flaschen [sind] besonders charakteristische, langstielige Flaschen mit einem charakteristisch engen Flaschenhals und überdies besonders beschriftet [...] (auch mit dem bekannten Trachtenpärchen). Die Verkehrsgeltung als Kennzeichen für die Erzeugnisse der Klägerin ist bescheinigt.“
- Der genaue Nachbau von *Feuerlöschapparaten* nach Form, Farbe und Konstruktion fällt auch ohne Sonderrechtsschutz unter § 9 Abs. 3 UWG¹⁷.

2.2.2 Nationaler Musterschutz

Für Designleistungen kommen in erster Linie nationale Geschmacksmusterrechte in Betracht, da insoweit die

3) Verordnung (EG) Nr. 6/2002 des Rates vom 12.12.2001 über das Gemeinschaftsgeschmacksmuster, ABl. L 3 vom 5.1.2002, 1; im Weiteren kurz „GGVO“.

4) Eingehend dazu Thiele/Schneider, Europäischer Designschutz in Deutschland und Österreich, Salzburg 2006, S. 33 f.

5) Den Satz „form follows function“ prägte der amerikanische Architekt Henry Louis Sullivan bereits im Jahre 1892, und beendete mit dem Entwurf des legendären Wainwright Building in St. Louis, „die chaotische Suche nach einer formalen Identität des Wolkenkratzers“, zitiert nach Hauffe, Design, Köln 2002, S. 4.

6) OGH, 3.11.1926, GRUR 1927, 245 = PBl 1927, 75.

7) OGH, 2.3.1927, MuW 1927, 303.

8) OGH, 22.4.1931, 4 Ob 217/31, JBl 1931, 463 = Rsp 1931/142 – *Fleckwasserflasche*.

9) OGH, 21.5.1931, 4 Ob 258/31, JBl 1931, 375 (krit. Zimmler) – *Pflanzenschutz*.

10) OGH, 10.7.1931, 4 Ob 329/31, GRUR 1931, 1089 = JBl 1931, 420 = PBl 1931, 192 = Rsp. 1931/333 = RWK 1932, 55 = RWK 1933, 144 – *Welser Ledererturm*.

11) OGH 7.3.1933, 4 Ob 59/33, ZBl 1933/192 – *Reklamebilder*.

12) OGH, 30.4.1958, 1 Ob 115/58, JBl 1958, 579 = ÖBl 1958, 93 = SZ 31/68 – *Goldspitzentee*.

13) OGH, 12.11.1979, 4 Ob 387/79, ÖBl 1980, 68 (*Schönherr*) – *Jagdwurstkonserven*; bemerkenswert auch der prozessuale Leitsatz der E: „Eine dem Akt angeschlossene volle Konservendose ist zur näheren Bestimmung des Inhaltes des Unterlassungsgebotes auf Dauer – wegen ihres verderblichen Inhaltes – nicht geeignet“.

14) OLG Wien, 26.4.1957, 1 R 200/58, ÖBl 1958, 49 (*Schönherr*) – *Bild Telegraf/Weltspresse*.

15) OLG Wien, 26.7.1957, 1 R 398/57, ÖBl 1957, 88 – *Kaffeesäckchen*.

16) OLG Wien, 27.1.1967, 1 R 15/67, ÖBl 1967, 113 – *Almdudler-Limonade-Flasche*.

17) OGH, 6.7.1926, GRUR 1927, 489 = Rsp 1926/186.