

Die 15 häufigsten Fragen zum Designschutz

1. Was ist ein Design?

Nach der gesetzlichen Definition bezeichnet der Begriff „Design“ die Erscheinungsform eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teils davon. Es kann sowohl zweidimensional als auch dreidimensional sein und sich insbesondere aus den Merkmalen der Linien, Konturen, Farben, der Gestalt, Oberflächenstruktur oder der Werkstoffe des Erzeugnisses selbst oder seiner Verzierung ergeben.

2. Welche Vorteile hat ein eingetragenes Design?

Durch die Eintragung des Designs erhalten Sie eine Art Monopolrecht mit dem Sie es anderen verbieten können, Produkte mit Ihrem Design herzustellen oder zu verkaufen. Sollte also ein Dritter ohne Ihre Genehmigung Ihr Design verwenden, können Sie insbesondere Unterlassung und Schadensersatz verlangen.

Daneben hat ein eingetragenes Design auch wirtschaftliche Vorteile. Es lässt sich vermarkten, indem es an einen Dritten lizenziert oder verkauft wird. Außerdem hat es einen hohen Marketingwert, den man in der Werbung für sich nutzen kann („geschütztes Design“).

3. Unter welchen Voraussetzungen kann ein Design geschützt werden?

Damit ein Design rechtlichen Schutz genießt, müssen vor zwei Voraussetzungen erfüllt sein:

Neuheit und Eigenart. Demgegenüber muss das Design insbesondere keine besondere Schöpfungshöhe oder Originalität aufweisen. Insoweit unterscheidet es sich vom Urheberrecht. Da das Design also auch reines Handwerk schützt, ist es das passende Schutzrecht für Produktdesign, Grafikdesign, Corporate Design usw.

4. Wann ist ein Design neu?

Ein Design gilt als neu, wenn vor dem Anmeldetag kein identisches Design offenbart worden ist. Man muss also immer das Design mit dem im Zeitpunkt der Anmeldung bereits bekannten Formenschatz vergleichen. Wenn das Design bereits eins zu eins bekannt ist, oder wenn sich das Design nur in unwesentlichen Merkmalen vom vorbekannten Formenschatz unterscheidet, dann fehlt es an der Neuheit.

Es gibt allerdings eine wichtige Ausnahme: Der Designer genießt eine sog. Neuheitsschonfrist. Das bedeutet, eine Offenbarung des Designs steht der Neuheit nicht entgegen, wenn das Design innerhalb von 12 Monaten vor dem Anmeldetag durch den Entwerfer oder seinen Rechtsnachfolger der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde. Die Neuheitsschonfrist soll dem Designer Zeit geben, den Markterfolg eines Designs abzuschätzen, bevor er es rechtlich schützt.

Außerdem kann einem die Neuheitsschonfrist helfen, wenn man ohne Designanmeldung sein Design öffentlich präsentiert hat und es dann innerhalb sehr kurzer Zeit von einem Nachahmer

kopiert wird. Der Nachahmer wird sich dann auf den die fehlende Designregistrierung berufen und einer nachträglichen Registrierung des Designs mit dem Argument entgegenreten, es fehle an der Neuheit. Wenn die Präsentation innerhalb der 12 Monate Neuheitsschonfrist erfolgte, dann kann man dieses Argument aushebeln. Man sollte dann so schnell es geht das Design anmelden. Wenn die Präsentation mehr als 12 Monate zurückliegt, hilft die Neuheitsschonfrist nicht weiter. Hier muss man dann mit dem Notbehelf des nichteingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters und dem wettbewerbsrechtlichen Nachahmungsschutz sein Design vor Nachahmungen schützen.

5. Wann hat ein Design Eigenart?

Um zu bestimmen, ob ein Design Eigenart hat, muss man es mit den Designs vergleichen, die am Anmeldetag bereits zum bekannten Formenschatz gehören. Eigenart liegt dann vor, wenn sich der Gesamteindruck des Designs von dem Gesamteindruck unterscheidet, den ein vorbekanntes Design hervorruft. Das Gesetz berücksichtigt dabei den Grad der Gestaltungsfreiheit des Designers bei der Entwicklung des Designs. Es besteht also eine Wechselwirkung dergestalt, dass sich ein Design umso mehr von vorbekannten Designs unterscheiden muss, je größer die Gestaltungsfreiheit des Designers ist. Dabei bestimmt sich der Grad der Gestaltungsfreiheit auch danach, wie viele Designs in dem jeweiligen Sektor bereits existieren. Wenn es für bestimmte Erzeugnisse bereits eine Vielzahl an Designs gibt (z.B. bei Sportschuhen, Besteck usw.), dann reduziert sich die Gestaltungsfreiheit des Designers mit der Folge, dass schon ein relativ geringes Maß an Eigenart genügt, damit das neue Design schutzfähig ist.

6. Wer ist zur Anmeldung eines Designs berechtigt?

Grundsätzlich sind der oder die Entwerfer zur Anmeldung eines Designs berechtigt. Wurde das Design übertragen, so steht dieses Recht dem Rechtsnachfolger zu. Bei Einreichung der Anmeldung wird nicht geprüft, ob der Anmelder das Recht auf das eingetragene Design hat.

7. Wann sollte man ein Design anmelden?

Als Daumenregel gilt: Je früher, desto besser! Im Designrecht gilt der Prioritätsgrundsatz, d.h. ein jüngeres Design setzt sich gegen ein älteres Design durch. Da sich die Priorität grundsätzlich nach dem Anmeldetag bestimmt, ist es sinnvoll, ein Design so bald wie möglich einzutragen. Sobald das Design in das Register eingetragen wurde, können Sie dann Ihre Ansprüche (Unterlassung, Schadensersatz usw.) gegen alle Designs durchsetzen, deren Zeitrang nach dem Anmeldetag Ihres Designs liegt.

8. Muss ich vor der Anmeldung eine Designrecherche durchführen?

Bevor Sie ein Design anmelden, sollten Sie sich vergewissern, ob es in dem relevanten Produktsektor bereits ähnliche Designs gibt. So können Sie feststellen, ob Ihr Design möglicherweise ältere Rechte verletzt. Weder das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) noch das Europäische Amt für Geistiges Eigentum (EUIPO) führen vor Eintragung eine solche Prüfung durch. Gerne recherchieren wir für Sie in professionellen Datenbanken nach eingetragenen Designs. Designrecherchen sind in der Regel sehr arbeitsintensiv. Ausgehend von dem zur Verfügung stehenden Budget erstellen wir Ihnen daher gerne ein individuelles Angebot.

9. Welche Vorteile hat eine elektronische Designanmeldung?

Wenn man ein deutsches Design elektronisch anmeldet, spart man ein wenig Anmeldekosten. Das sind zwar nur 10 EUR, aber immerhin besser als nichts.

Der eigentliche Vorteil einer elektronischen Designanmeldung ist aber, dass sie schneller geht und weniger störanfällig für Fehler ist, da die Angaben bereits bei der Eingabe validiert werden können.

10. Wie lange dauert der Designschutz?

Der Designschutz kann bis zu 25 Jahre aufrechterhalten werden. Die Zeit unterteilt sich in

Schutzperioden von jeweils 5 Jahren. Dies erlaubt es Ihnen, den Designschutz (nur) so lange aufrechtzuerhalten, wie er für Sie wirtschaftlich sinnvoll ist.

gemacht werden kann. Die Registrierung indiziert zudem einen gewissen wirtschaftlichen Wert. Bei nichteingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmustern muss man auf diese Vorteile verzichten.

11. Was kostet Designschutz?

Designschutz muss nicht teuer sein. Die Kosten setzen sich zusammen aus Amts- und Anwaltsgebühren. Die Amtsgebühren starten schon bei 60 EUR für ein einzelnes deutsches Design bzw. bei 350 EUR für ein sog. Gemeinschaftsgeschmacksmuster. Bei den Anwaltskosten profitieren Sie von unseren erprobten und effizienten Arbeitsabläufen. Daher können wir Ihnen unsere Expertise zu fair kalkulierten Festpreisen anbieten.

12. Muss man sein Design eintragen?

Das europäische Recht schützt in einem gewissen Umfang auch Designs, die nicht eingetragen sind. Ein eingetragenes Design besitzt gegenüber einem sog. nichteingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmuster aber zahlreiche Vorteile.

- Die Schutzdauer eines eingetragenen Designs ist länger (bis zu 25 Jahre vs. 3 Jahre). So können Sie das wirtschaftliche Potenzial eines Designs optimal ausnutzen.
- Die Durchsetzung eines eingetragenen Designs ist deutlich einfacher. Der Grund ist, dass für ein eingetragenes Design die Vermutung streitet, dass die Schutzvoraussetzungen Neuheit und Eigenart vorliegen. Ein nichteingetragenes Design durchzusetzen ist demgegenüber ein Kampf bergauf, komplizierter, unsicherer und teurer.
- Der Schutzzumfang eines eingetragenen Designs ist größer. Aus dem eingetragenen Design kann man auch gegen (angeblich) zufällige Parallelentwicklungen vorgehen und nicht nur gegen bewusste Nachahmungen.
- Ein eingetragenes Design lässt sich gut vermarkten (Stichwort Lizenz und Verkauf). Mit der Registrierung hat man etwas Handfestes, das zum Gegenstand eines Rechtsgeschäfts

13. Reicht es nicht aus, wenn man Urheberrechtsschutz am Design hat?

Theoretisch vielleicht ja, praktisch ganz klar nein. Der Gesetzgeber hat sich schon etwas dabei gedacht, dass er beide Arten des Geistigen Eigentums mit separaten Gesetzen und Instrumenten schützt.

Wenn man ein Design beim DPMA bzw. ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster beim EUIPO schützt, dann hat man ein amtliches Registerrecht mit „Brief und Siegel“. Dies hilft bei der Durchsetzung gegenüber Nachahmer bzw. bei der Vermarktung ganz erheblich. Ein Urheberrecht ist amtlich nicht registriert. Wann immer Sie also ein Urheberrecht durchsetzen wollen, müssen Sie erst einmal beweisen, dass es als solches überhaupt schutzfähig ist, dass Sie der Urheber sind, wann das Werk genau geschaffen wurde usw. Das erschwert die Rechtedurchsetzung.

Hinzu kommt, dass das Urheberrecht und das Designrecht andere Schutzvoraussetzungen haben. Die Messlatte für Urheberrechtsschutz liegt potenziell höher. Das führt dazu, dass in vielen Fällen, in denen man Designschutz hätte erlangen können, das Urheberrecht nicht greift.

14. Kann man Logos als Design schützen?

Marken und Designs sind grundverschiedene Schutzgegenstände. Bei Marken handelt es sich um Kennzeichen, die vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werden. Demgegenüber sind Designs das äußere Erscheinungsbild eines Produktes bzw. eines Teils davon.

Richtig ist, dass es einige Marken gibt, mit denen Designs geschützt werden. Als Beispiel sind hier zum Beispiel 3D-Marken zu nennen, die berühmte Produktformen zeigen und die vom Verkehr als Herkunftshinweis verstanden werden (z.B. die Coca Cola Flasche). Andererseits

gibt es Designs, bei denen es sich eigentlich um Marken handelt, die aber als Muster verwendet werden (z.B. das „LV“ von Louis Vuitton). Bei solchen Fällen handelt es sich aber um Ausnahmen und nicht um die Regel. Im Normalfall macht es Sinn, Marken als Marken und Designs als Designs zu schützen. Der jeweilige Schutzbereich einer Marke bzw. eines Designs ist dem jeweiligen Schutzgegenstand angepasst und besser geeignet, gegen typische Verletzungsformen vorzugehen. Sollten Sie Zweifel haben, ob sich für Sie besser ein Design oder eine Marke eignet, sprechen Sie uns gerne an.

15. Was tun bei einer Designverletzung?

Designverletzungen sind rechtlich komplizierte Fälle. Oftmals gibt es Querverbindungen zu anderen Schutzrechten und ein umfangreiches rechtliches Instrumentarium (Abmahnungen, einstweilige Verfügungen, Unterlassungserklä-

rungen, Lösungsverfahren, Verletzungsverfahren usw.). Wenn Ihr Design verletzt wurde oder Ihnen jemand vorwirft, ein Design verletzt zu haben, stehen wir Ihnen mit unserer umfangreichen Erfahrung zur Seite. Melden Sie sich hierzu unverbindlich per E-Mail (info@designschutz.de) oder Telefon (040 882 153 907).



Ihr Ansprechpartner:

Dr. David Slopek, LL.M.
Rechtsanwalt
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz

info@designschutz.de
(040) 882 153 907