Das Recht der Kunst- und Kulturschaffenden

Fischer / Reich

4., neu bearbeitete Auflage 2023
ISBN 978-3-406-77840-7
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.
beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein

umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

5. Schutzumfang

Der Designschutz hat zur Folge, dass der Entwerfer das ausschließliche Recht der Benutzung, also der Herstellung, Vervielfältigung und Verbreitung des Musters oder Modells iSd § 38 DesignG hat **(„positives Verbreitungsrecht“)**. Damit ist das Recht verbunden, jede nicht genehmigte Nachbildung und den Vertrieb eines Musters oder Modells zu untersagen, die mit Verbreitungsabsicht hergestellt werden **(„negatives Verbreitungsrecht“)**. Dem Hersteller einer identisch nachgebildeten Form wird in der Regel der Einwand, diese sei unbewusst und ohne Kenntnis des geschützten Musters oder Modells nachgebildet worden, nichts nützen, es sei denn, das geschützte Muster oder Modell war bis zur Anmeldung der Nachbildung noch nicht bekannt oder verbreitet worden. Zulässig sind dagegen Nachbildungen geschützter Muster und Modelle zum persönlichen Gebrauch. Ferner ist es zulässig, Flächenmuster durch plastische Muster oder umgekehrt nachzubilden. **8**

6. Schutz typografischer Schriftzeichen

Das **Schriftzeichengesetz** vom 6.7.1981 verweist im Wesentlichen auf das Designgesetz (damals: Geschmacksmustergesetz) und bezweckt den Schutz **eigenartiger** und **neuartiger** typografischer Schriftzeichen. Damit hat der Gesetzgeber auf die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs reagiert, die Schriftzeichen eine urheberrechtliche Schutzfähigkeit nicht zuerkannt hat (siehe BGH GRUR 1958, 562 (563) – Candidaschrift). Typografische Schriftzeichen sind jeweils die gesamten Sätze von Buchstaben, Ziffern oder Ornamenten, sofern sie zur Herstellung von Texten bestimmt und geeignet sind. Deren Schutz erfolgt durch Hinterlegung von Darstellungen der Zeichen beim Deutschen Patentamt. Die Schutzdauer beträgt 10 Jahre. Eine Verlängerung auf 25 Jahre ist möglich. **9**

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

7. Abgrenzungen gegenüber anderen Schutzrechten

a) Urheberrecht

Die Abgrenzung zwischen Design- und Urheberrechtsgesetz kann schwierig sein, da das Urheberrechtsgesetz mit der sogenannten „kleinen Münze“ auch die einfacheren Schöpfungen menschlichen Geistes schützt. Seit der Entscheidung „Geburtstagszug“ des BGH (BGH 13.11.2013 – I ZR 143/12, BeckRS 2013, 22507) gilt die sogenannte „kleine Münze“ auch für Werke der angewandten Kunst. Mitunter ist es für den Urheber gewerblicher Muster oder Modelle von Interesse, dass ein Schutz seiner Schöpfung nach dem Urheberrechtsgesetz gegeben ist. Grund hierfür kann die **Entstehung des gesetzlichen Schutzes** und die **Schutzdauer** nach dem Urheberrechtsgesetz sein. Denn im Gegensatz zum Designschutz entsteht der urheberrechtliche Schutz bereits mit der Schöpfung des Originalmusters oder -modells. Eine Anmeldung oder Niederlegung beim Patentamt ist daher nicht erforderlich. Hat der Urheber des Musters oder Modells dieses bereits verbreiten lassen, ohne Designschutz beantragt zu haben, und wird ihm nun das Urheberrecht von einem Dritten, etwa durch Anmeldung des Musters oder Modells als eigenem, beim Patentamt streitig gemacht, so gilt zu Gunsten des Urhebers des Musters oder Modells nach dem Urheberrechtsgesetz, § 10 Abs. 1 UrhG, die Vermutung der Urheberschaft (vgl. →§ 3 Rn. 52 ff.). Diese ist stärker als die Vermutung der Rechtsinhaberschaft aus § 39 DesignG. Auch die längere Schutzdauer nach dem Urheberrechtsgesetz kann für den Urheber eines Musters oder **10**

Modells wichtig werden. Das Urheberrecht erlischt erst 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers, wohingegen das Design nur bis zu 25 Jahre nach der Anmeldung geschützt ist. Aufgrund dieser Vorteile ist das Urheberrecht in der Praxis deutlich präsenter als das Designrecht. Auch für die Durchsetzung der eigenen Rechte über Ländergrenzen hinweg kann dem Urheberrechtsschutz Bedeutung zukommen, da eingetragene Designs stets nur für bestimmte Länder oder Territorien, nicht aber weltweit Schutz genießen.

11 Es darf aber nicht verkannt werden, dass Gebrauchsgegenständen auch nach der Rechtsprechung der Entscheidung „Geburtstagszug" nicht ohne weiteres Urheberrechtsschutz zugebilligt wird. Einem solchen kommt der Urheberrechtsschutz nur zu, wenn die ästhetische Wirkung der Gestaltung nicht allein dem Gebrauchszweck geschuldet ist, sondern auch auf einer überschießenden künstlerischen Leistung beruht. Erst wenn dies zu bejahen ist, ist festzustellen, ob diese künstlerische Leistung ein hinreichendes Maß an Schöpfungshöhe vorweisen kann. Der neu erworbene Schutzbereich des Urheberrechtsschutzes für Gebrauchsgegenstände erwies sich in der daraufhin folgenden Rechtsprechung als äußerst eng. Es wurde zwar oftmals die Eröffnung des Schutzbereichs bejaht, dennoch führten geringfügige Änderungen am nachgeahmten Design bereits zu der Annahme einer freien Bearbeitung iSd § 24 a.F. UrhG und folglich dazu, dass Ansprüche auf Unterlassung oder Schadensersatz verneint wurden (OLG Nürnberg GRUR 2014, 1199 – Kicker-Stecktabelle; LG Stuttgart GRUR-RR 2019, 241 Rn. 5 – Porsche 911). Berühmte Beispiele für Gebrauchsgegenstände, welchen Schutz durch das Urheberrecht zukam sind Le Corbusiers Möbel und der sogenannte „Eames Sessel". Wer die gewerbliche Verwertung seiner Muster und Modelle beabsichtigt, sollte daher vorsorglich auch das Muster oder Modell zum Designschutz beim Deutschen Patent- und Markenamt anmelden.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

b) Nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster

Einen „gewissen" Schutz gewährt auch das nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster (Art. 12 GGV) für das Gebiet der Europäischen Union. Das nicht eingetragene Europäische Gemeinschaftsgeschmacksmuster – das europäische Recht verwendet noch diesen alten Begriff, nicht den Begriff „Design" – entsteht jedoch nur unter der Voraussetzung, dass das betreffende Muster erstmals in einem Mitgliedsstaat der EU offenbart wurde, nicht etwa in der Schweiz oder durch einen Produzenten in Asien. Zudem gewährt es nur Schutz für identische und nahezu identische Nachahmungen. Dieser Schutz ist auf drei Jahre begrenzt. Als Schutzinstrument ist das nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster damit nur für kurzlebige Modeartikel geeignet. Entwickelt sich hieraus ein „Klassiker", endet der Schutz des nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters, bevor die wirtschaftliche Auswertung richtig beginnt.

c) Patent- und Gebrauchsmusterschutz

12 Auch das Patent- und Gebrauchsmustergesetz dienen dem Schutz des geistigen Eigentums. **Technische Erfindungen**, die gewerblich verwertbar sind, können **patentiert** werden. Ein Schutz des evtl. gegebenen ästhetischen Gehaltes der Erfindungen kann hierdurch jedoch nicht erlangt werden. Das dem Patentgesetz ähnelnde Gebrauchsmustergesetz aus dem Jahre 1936 schützt technische Neuerungen aufweisende **Gebrauchsgegenstände**. Wie beim Patent und Design ist auch hier eine Eintragung beim Patentamt erforderlich. Der Schutz nach dem Gebrauchsmustergesetz setzt inso-

fern immer einen „erfinderischen Schritt“ voraus. Davon sind aber insbesondere nicht „ästhetische Formschöpfungen“ erfasst, § 1 Abs. 2 Nr. 2 Gebrauchsmustergesetz (GebrMG). Das technisch neuartige Werkzeug kann also hinsichtlich der technisch funktionalen Konstruktion Patent- oder Gebrauchsmusterschutz erlangen, im Hinblick auf seine äußere Form kommt der Schutz als Design oder bei überragenden künstlerischen Gestaltungen sogar ein Schutz nach dem Urheberrechtsgesetz in Betracht. Damit sind sowohl die Abgrenzungen als auch die Überschneidungen zwischen dem Schutz ästhetischer Formen und technischer Erfindungen definiert.

II. Wettbewerbsrechtlicher Schutz

1. Die Anwendung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb auf Werke angewandter Kunst

Ziel des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist der Schutz der Mitbewerber, der Verbraucher und der sonstigen Marktteilnehmer vor unlauteren geschäftlichen Handlungen. Damit hat das UWG eine andere Zielrichtung als das Urheberrechts-, Design- und Gebrauchsmustergesetz, die sämtlich den Schutz des geistigen Eigentums bezwecken und die mit dem Sacheigentum vergleichbare dingliche Rechte begründen. Ob die Ausnutzung und Nachahmung fremder schöpferischer Leistungen durch Dritte unzulässig ist, beurteilt sich vorrangig nach den Gesetzen zum Schutz des geistigen Eigentums, also zB dem Urheberrechtsgesetz. Darüber hinaus kann ergänzend aber auch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb anwendbar sein, sofern es sich auch um einen wettbewerbsrechtlich relevanten Sachverhalt handelt. Allerdings darf der zeitlich und sachlich begrenzte Sonderrechtsschutz durch das Wettbewerbsrecht nicht erweitert werden. Endet zB der Urheberrechtsschutz 70 Jahre nach dem Tod des Schöpfers, können dessen Rechtsnachfolger eine Auswertung des Werkes durch Dritte auch nicht über die Normen des Wettbewerbsrechts verbieten lassen. Demgegenüber kann die gewerbsmäßige Verbreitung eines Notendruckes als unlauterer Wettbewerb unzulässig sein, wenn es sich um eine originär wettbewerbsrechtliche Handlung handelt, selbst wenn das Werk des Komponisten nicht mehr urheberrechtlich geschützt ist. Weder wettbewerbsrechtlicher, noch urheberrechtlicher Schutz kann aber für die ungenehmigte Fotografie eines Hauses und die anschließende gewerbliche Verwertung des Bildes erlangt werden, sofern das Foto von außerhalb des Grundstücks aufgenommen wurde (BGH GRUR 1990, 390 (391) – Friesenhaus). **13**

Denkbar ist auch, dass Urheber- und Wettbewerbsrecht miteinander in Konflikt geraten. **14**

Beispiel:
Der experimentelle Komponist und Elektrophysiker K. stellt die Stimme des berühmten Pop-Interpreten J. mit Hilfe der modernsten computergestützten Sampling-Technik künstlich her und lässt diese elektronische Stimme eine seiner eigenen Schlagerkompositionen singen. Diese Aufnahme wird unverhofft ein beliebter Hit. Der berühmte Pop-Star J. möchte ihre weitere Verbreitung untersagen.

Vorab sei bemerkt, dass dieses Beispiel keineswegs der Phantasie entnommen ist, denn bereits bei Erscheinen der Vorauflage war es technisch möglich, beispielsweise die Stimme des Operntenors Caruso mit ihren Eigenarten umfassend elektronisch aufzubereiten und diese Stimme mit dem typischen Timbre und Tonfall Kompositionen singen zu lassen, die Caruso nie gesungen hat. Im Eingangsbeispiel treten dann Urhe-

beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

ber- und Wettbewerbsrecht miteinander in Konkurrenz: Der berühmte Pop-Star J. hat zwar kein Urheberrecht an dem typischen Klang seiner Stimme oder an seinem Gesangsstil. Das Wettbewerbsrecht schützt aber seine Leistungen, zB vor fremder Ausbeutung des guten Rufes, wie sie das oben beschriebene Verfahren ermöglichen könnte. Der Komponist K. hat dagegen als Urheber der mit der nachgeahmten Stimme gesungenen Komposition das Recht, diese in beliebiger Weise zu interpretieren, zu veröffentlichen und zu verwerten. Im Konfliktfall müsste also einer der beiden Kontrahenten eine Beschneidung seiner Rechte hinnehmen. Angesichts der Konstruktion als nur ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz spricht unter systematischen Erwägungen einiges dafür, das Urheberrecht am geistigen Eigentum als lex specialis im Konfliktfall höherrangig zu bewerten als den Schutz des freien Wettbewerbs.

Ob dies aber auch umgekehrt gegenüber einem Verhalten des Urhebers gilt, das zielstrebig auf die Erlangung von Vorteilen im Wettbewerb durch Rufausbeutung gerichtet ist, muss bezweifelt werden, zumal der technisch mögliche Spielraum für die Neuschöpfung von Stimmen so groß ist, dass nicht unbedingt genaue Imitate bestehender und sehr erfolgreicher Interpretenstimmen verwendet werden müssen, um eine Komposition zu interpretieren. In den zukünftig auftretenden Streitfällen wird die Rechtsprechung daher Wege zur einzelfallbezogenen Interessenabwägung finden müssen.

15 Von dem dargestellten Sachverhalt zu unterscheiden ist die urheberrechtlich zulässige, freie Benutzung eines fremden Werkes. Diese ist grundsätzlich auch wettbewerbsrechtlich zulässig.

Beispiel:
Die im Sinne des Urheberrechtsgesetzes gewertete Komödie über eine bekannte Romanfigur kann, da sie urheberrechtlich erlaubt ist, nicht über § 3 UWG verboten werden.

Umgekehrt kann die urheberrechtliche Zuweisung der ausschließlichen Nutzung eines Werkes zum Werkschöpfer nicht schon deshalb entfallen, weil die Verwertung zu Wettbewerbszwecken erfolgt. Das Wettbewerbsrecht bietet insofern einen zusätzlichen Schutz gegen Nachahmung und Ausbeutung einer künstlerischen Leistung für den Fall des Vorliegens besonderer Umstände, die außerhalb des Sonderrechtsschutzes liegen.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

2. Grundlagen des wettbewerbsrechtlichen Schutzes

16 Bei der Verwertung ihrer Leistung treten Künstlerinnen und Künstler in den Bereich des wirtschaftlichen Wettbewerbs. Im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb handeln sie damit geschäftlich, solange es sich nicht nur um private oder amtliche Tätigkeiten handelt (vgl. RGZ 128, 98). Damit gewinnt das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb für Urheber an Bedeutung, da sie bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen Dritten unberechtigte Nachahmungen oder Ausbeutungen ihrer Leistungen untersagen können. Sie selbst müssen allerdings ebenfalls die Regeln des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb beachten.

3. Schutzvoraussetzungen nach dem UWG

17 Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb enthält eine Vielzahl von Tatbeständen, deren lückenlose Darstellung den Rahmen dieses Werkes sprengen würde. Hierzu sei deshalb auf die umfassende Darstellung im Handbuch des Wettbewerbsrechts verwiesen. Im Folgenden wird nur auf die Problemkreise eingegangen, die auch speziell im Zusammenhang mit künstlerischen Leistungen bedeutsam sind. Dies betrifft im

Einzelnen den **„Schutz vor irreführenden geschäftlichen Handlungen“** nach § 5 UWG und das **„Verbot von unlauteren geschäftlichen Handlungen“** nach § 3 UWG. Die Gliederung des Gesetzes erfolgt hier nicht systematisch, sondern anhand typischer Lebenssachverhalte.

18 Wenn der Urheber- oder Designschutz infolge zu geringer Schöpfungshöhe oder der Reichweite des konkreten Sonderschutztatbestandes versagt, wird häufig in dem Bestreben, Nachahmungen zu untersagen, das Wettbewerbsrecht bemüht (vgl. BGH 1.12.2010 – I ZR 12/08, BeckRS 2010, 31032). Die damit verbundenen Hoffnungen werden jedoch grundsätzlich enttäuscht. Im Wettbewerbsrecht gilt – anders als im Urheberrecht – der **Grundsatz der Nachahmungsfreiheit**. Dem liegt die Annahme zugrunde, dass im Interesse wirtschaftlichen, technischen und gesellschaftlichen Fortschritts die Möglichkeit bestehen muss, auf früheren Leistungen Anderer aufzubauen. Die Nachahmung einer fremden Leistung, die nicht sondergesetzlich geschützt ist, ist daher grundsätzlich erlaubt. So ist auch die Nachbildung von gemeinfreien Skulpturen zugelassen (siehe BGH GRUR 1966, 503 (507) – Apfelmadonna). Dies ist kein unlauterer Wettbewerb, selbst dann nicht, wenn Material, Form oder Farbe genau übereinstimmen (BGH GRUR 1963, 633 ff. (635) – Rechenschieber).

Die Annahme **unlauterer geschäftlicher Handlungen** gemäß § 3 UWG ist nur dann gerechtfertigt, wenn über die Nachahmung hinaus **unlautere Begleitumstände** hinzutreten, die im Falle der Nachahmung in § 4 Nr. 3a–c UWG umschrieben sind. Die Prüfung der Unlauterkeitsmerkmale erfordert eine besondere Beurteilung nach Lage des Einzelfalles. Keinesfalls genügt, dass das nachgeahmte Erzeugnis mit Mühe und Kosten errungen wurde. Die die Unlauterkeit nach § 3 UWG begründenden „besonderen Umstände“ lassen sich nach § 4 Nr. 3a–c UWG in die Fallgruppen der unmittelbaren Leistungsübernahme, der vermeidbaren Herkunftstäuschung, der Ausnutzung oder Beeinträchtigung des guten Rufs einer fremden Leistung sowie der Nachahmung aufgrund unredlicher Erlangung der hierfür erforderlichen Kenntnisse einteilen.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

19 Stets setzt die Wettbewerbswidrigkeit der Leistungsübernahme die wettbewerbliche Eigenart der nachgebildeten Erzeugnisse voraus, die für die Bejahung der Wettbewerbswidrigkeit Gegenstand der Leistungsübernahme sein muss. Die wettbewerbliche Eigenart findet ihren Ausdruck in der Eignung des Erzeugnisses, dessen konkreter Ausgestaltung oder einzelner bestimmter Merkmale, auf die betriebliche Herkunft der Ware oder auf die Besonderheiten des Erzeugnisses hinzuweisen (BGH GRUR 2005, 166 (168) – Puppenausstattungen).

20 Bei Nachahmungen wird zwischen der **„unmittelbaren –“, der „fast identischen –“** und der **„nachschaffenden Leistungsübernahme“** unterschieden. Eine unmittelbare Leistungsübernahme liegt vor, wenn ein fremdes Erzeugnis ohne eigenen ins Gewicht fallenden Schaffensvorgang, meist durch technische Vervielfältigung, unverändert übernommen wird. Eine fast identische Leistungsübernahme liegt vor, wenn die Nachahmung nur geringfügige, im Gesamteindruck unerhebliche Abweichungen vom Original aufweist. Von der „nachschaffenden Übernahme“ wird bei einem Vorgang gesprochen, bei dem ein Vorbild durch eine eigene Leistung unter wesentlicher Übernahme der kennzeichnenden Bestandteile im Wege der Nachschaffung wiederholt wird. Auch die unmittelbare Leistungsübernahme ist nicht von vorneherein wettbewerbswidrig. Es müssen gegenüber der nachschaffenden Übernahme allerdings geringer ins Gewicht fallende besondere Umstände vorliegen, die das Verhalten des Übernehmers unlauter erscheinen lassen. Dieses ist zB dann der Fall, wenn der Erbringer der Leistung in mutwilliger Weise durch die Aneignung um die Früchte seiner Arbeit gebracht wird (BGH GRUR 1969, 186 (188)).

Beispiel:
Die fotomechanische Vervielfältigung eines von einem anderen Verlag hervorgebrachten Werkes wird in der Regel als unlauter anzusehen sein, da der Nachdruck erheblich billiger ist und der Verlag, der das Werk unter großem Kostenaufwand hervorgebracht hat, diese Leistung nicht mehr verkaufen kann.

Andererseits wurde der fotomechanische Nachdruck von Noten gemeinfreier Musikwerke als zulässig angesehen, deren Drucklegung 50 Jahre zurücklag, da der Erstverlag genügend Zeit hatte, seine Aufwendungen zu decken (BGH GRUR 1986, 895 – Notenstichbilder).

Die bloße Nachahmung von Produkten führt letztlich also nicht alleine zu einer Annahme der Unlauterkeit nach § 4 Nr. 3 UWG, solange nicht noch besondere Umstände hinzutreten. Hinzutreten muss noch einer der Fälle des § 4 Nr. 3a–c UWG.

a) Herkunftstäuschung

21 Die Täuschung über die betriebliche Herkunft eines Erzeugnisses kann wettbewerbswidrig sein, wenn der Hersteller des nachgeahmten Erzeugnisses es versäumt hat, die Gefahr einer Herkunftstäuschung zu vermeiden. Maßgeblich für das Vorliegen einer Herkunftstäuschung ist die Beurteilung der Ähnlichkeit beider Erzeugnisse in ihrer Gesamtwirkung (BGH GRUR 2002, 629 (632) – Blendsegel). Bei ästhetisch gestalteten Erzeugnissen, deren Benutzung urheber- bzw. designrechtlich frei ist, wird eine unzulässige Herkunftstäuschung angenommen, wenn das Erzeugnis wettbewerbliche Eigenart aufweist und die übernommene ästhetische Gestaltung unterscheidungskräftig ist, sodass der Verbraucher hiermit eine bestimmte **Herkunfts-** oder **Gütevorstellung** verbindet (vgl. BGH GRUR 2005, 166 (168) – Puppenausstattung). Werden kunstgewerbliche Gegenstände von verschiedenen Herstellern in ähnlicher Weise massenhaft hergestellt, besteht kein Schutz vor Herkunftstäuschung. Eine Herkunftstäuschung scheidet auch dann aus, wenn unterschiedlich gekennzeichnete Produkte in Fachkreisen verwendet werden und deren Benutzung erst nach sorgfältiger Planung erfolgt (BGH GRUR 2010, 1125 – Femur-Teil).

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

b) Rufausbeutung

22 Eine Ausnutzung der Wertschätzung liegt immer dann vor, wenn die angesprochenen Verkehrskreise die Wertschätzung für das Original auf die Nachahmung übertragen (BGH GRUR 2007, 795 Rn. 41 – Handtaschen). Unlauter ist demzufolge die Verbreitung nachgeahmter Erzeugnisse, wenn hierdurch in vermeidbarer Weise die Wertschätzung eines fremden Erzeugnisses ausgebeutet wird. Im Falle **Tchibo/Rolex** hatte die bekannte Kaffee-Rösterei in ihren Geschäften Damen- und Herrenarmbanduhren vertrieben, die in ihren äußeren Merkmalen sehr den Produkten eines Luxusuhrenherstellers entsprachen. Der Bundesgerichtshof erkannte, dass das Publikum durch das Image der Original-Luxusuhren zum Kauf der Nachahmungen verleitet werde (vgl. auch BGH NJW 1986, 381 f. – Tchibo/Rolex).

c) Erschleichen – Vertrauensbruch

23 Unlauter iSd § 4 Nr. 3c UWG handelt außerdem, wer seine für die Schaffung einer Nachbildung notwendigen Kenntnisse durch einen Vertrauensbruch, eine Straftat oder sonst in unredlicher Weise erlangt hat. In diesem Fall der Ausbeutung fremder Leistung kommt es nicht auf die Verwechslungsgefahr des nachgeschaffenen Produkts mit dem Original an. Jenseits der Nachahmungsfreiheit liegt auch die systematische und

zielgerichtete Nachahmung einer fremden Leistung mit dem Ziel, den Mitbewerber zu behindern (vgl. zB BGH GRUR 2010, 536 – Modulgerüst II).

d) Der Schutz von kurzlebigen Modeerzeugnissen

24 Der Schutz von Modeneuheiten gegen Nachahmungen erfolgt – soweit nicht das oben angesprochene nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster greift – oft nur durch das Wettbewerbsrecht, das deshalb in diesem Bereich besondere Bedeutung erlangt. Denn Entwürfe, Schnittmuster und die daraus gefertigten Modelle entsprechen regelmäßig nicht den Anforderungen, die das Urheberrecht an die Gestaltungshöhe und damit die Schutzfähigkeit stellt. Auch der Designschutz entspricht nicht den besonderen Schutzbedürfnissen der Modebranche, die weniger von objektiven Neuheiten (wie sie der Designschutz verlangt) als vielmehr „weitgehend von der Wiederkehr des Gleichen lebt" (siehe BGHZ 60, 168 ff. (172)). Eine erhebliche Erleichterung des Designschutzes liegt aber darin, dass der Designschutz bei Vorliegen aller Voraussetzungen auch ohne das Erfordernis einer Eintragung eintritt. Dieser Schutz ist auf drei Jahre begrenzt, weshalb ein darüber hinausgehender Nachahmungsschutz bei kurzlebigen Modeerzeugnissen obsolet ist (BGH GRUR 2017, 79 Rn. 96 – Segmentstruktur)

25 Doch auch ein wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz kann angesichts der Nachahmungsfreiheit (→ Rn. 18) nicht ohne weiteres angenommen werden. Er erfordert vielmehr besondere Umstände, die eine Leistungsübernahme durch andere unlauter erscheinen lassen (vgl. BGH GRUR 1998, 477 – Trachtenjanker). Wird durch Vorlage des Originals allerdings dargelegt, dass ein bisher unbekanntes Stilmittel verwendet wurde, so ist in diesem Fall der Nachahmende hinsichtlich des Gegenteils beweispflichtig. All dies betrifft aber lediglich Modeneuheiten, die über den Durchschnitt herausragen und deren Gesamteindruck durch individuelle Gestaltungsmerkmale geprägt ist. Hierzu ist aber im Gegensatz zum Designschutz keine objektive Neuheit des Modells erforderlich, denn die Ausgestaltungsmöglichkeiten sind derart begrenzt, dass der wettbewerbsrechtliche Schutz auch solchen Mustern und Modellen zugutekommen soll, die im Wesentlichen auf bereits vorbekannte und klassische Grundformen zurückgreifen (BGH GRUR 1973, 478 ff. (480) – Modeneuheit). Eine dem wettbewerbsrechtlichen Schutzbereich unterfallende Leistung kann daher auch auf einer **Kombination** überkommener und langlebiger Gestaltungsformen beruhen, wenn sie im Ergebnis wegen ihrer ästhetischen Eigenart aus dem Rahmen des Durchschnittlichen herausragt (BGH GRUR 1984, 453 ff. (453); OLG Hamburg GRUR-RR 2006, 94 (97) – Nachahmung von Modeneuheiten; BGH GRUR 2005, 349 (352) – LEGO-Spielzeug). Die damit für den wettbewerbsrechtlichen Schutz aufgestellten Voraussetzungen ähneln dem Urheber- oder Designschutz aber nur scheinbar. Denn es ist danach auch ein Modell schutzwürdig, das **Variationen bestimmter klassischer Elemente** in der betreffenden Saison erstmalig verkörpert und deshalb auf dem Markt als individuelle ästhetische Neuheit empfunden wird.

Beispiel:

Eine sportlich-klassische Bluse im Herrenhemdstil ist aufgrund der Kombination verschiedener, wenn auch überkommener Merkmale (ein umklappbar tragbarer Stehkragen mit verschließbarer Lasche, eine halb verdeckte Knopfleiste, die in Größe und Fixierung auffallenden Schulterklappen, große Beutel-Brusttaschen mit Falten unter dem Knopfverschluss, Bauscharme mit Stehbund und Falten im Rückenteil) als individuelle Gestaltung angesehen worden (OLG Hamburg GRUR 1986, 83 f.).

beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

26 Darüberhinausgehende Anforderungen stellt der wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz bei Modeerzeugnissen nicht. Damit soll dem besonderen Umstand Rechnung getragen werden, dass die Schaffung von derart aus dem Rahmen fallenden Modeneuheiten für den jeweiligen Unternehmer regelmäßig einen besonderen Aufwand darstellt, und das Wettbewerbsrecht soll dem Hersteller die gebührenden Früchte seiner Arbeit erhalten. Sein wettbewerblicher Vorsprung gegenüber den weniger kostenaufwendigen Nachahmungen seiner Mitbewerber soll so gesichert werden. Konsequenterweise beschränkt die Rechtsprechung den Schutz von Modeerzeugnissen wegen ihrer Kurzlebigkeit im Regelfall auf die jeweilige **Saison**, in der das Produkt auf dem Markt in Erscheinung tritt (BGH GRUR 1973, 478 ff. (480); 1984, 453 ff. (454)). Ausnahmsweise wird neuerdings der Schutz von nicht an die Jahreszeiten gebundenen Modeerzeugnissen, die eine klassische Linie aufweisen und deswegen nicht bereits nach Ablauf der Erscheinungssaison als modisch veraltet gelten, auf eine weitere Saison erstreckt (OLG Hamburg GRUR 1986, 83 ff. (84) – Übergangsbluse; LG Düsseldorf GRUR 1989, 122 ff. (123) – Sweat-Shirt).

e) Der wettbewerbsrechtliche Schutz von Fernsehformaten

27 Sofern eine Fernsehsendung eigentümliche Gestaltungselemente aufweist, wie etwa eine besondere neue Art der Einbindung der Zuschauer, kommt auch ein wettbewerbsrechtlicher Schutz gegen die unlautere Übernahme dieser Elemente in andere Formate aus § 3 UWG in Betracht. Dabei ist es zum einen nicht erlaubt, durch planmäßige Annäherung an das bekannte Format dessen guten Ruf auszubeuten (dazu → Rn. 22) oder zum anderen das bekannte Format in seinen wesentlichen Gestaltungselementen so nachzumachen, dass von einem eigenen Schaffen nach Vorbild keine Rede mehr sein kann (sog. Unmittelbare Leistungsübernahme).

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Beispiel:
Die Produktionsfirma P. hat ein Fernsehformat entwickelt, bei dem mehrere Schauspieler vor einem Live-Publikum ein improvisiertes humoristisches Stück ohne Drehbuch aufführen, bei dem sie nur über einen „Knopf im Ohr" Regieanweisungen erhalten, die auch dem Publikum über Monitore sichtbar gemacht werden. Fernsehsender S. hat 13 Folgen abdrehen lassen. Fernsehsender R. lässt nun von einer anderen Produktionsfirma ein Format abdrehen, das alle diese Gestaltungselemente übernimmt.

28 In diesem Fall ergibt sich die Unlauterkeit der Handlungsweise von R. daraus, dass der Schöpfer des Showformates als Erbringer der Erstleistung um seine temporären Gewinnchancen gebracht wird und damit „mit seinen eigenen Waffen im Wettbewerb geschlagen wird". Wegen der hohen Entwicklungskosten für Fernsehshows wiegt ein solcher Eingriff besonders schwer.

Geschützt ist aber natürlich nur das Sendekonzept, so wie es sich auch tatsächlich verwirklicht hat. Die Idee für ein Sendekonzept als solche ist weder unter urheberrechtlichen noch unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten schutzfähig (BGH GRUR 2003, 876 (878) – Sendeformat, weiterführend hierzu v. Have/Eickmeier ZUM 1994, 275).

III. Bezeichnungs- und Markenschutz nach dem Markengesetz

29 Hinsichtlich **Bild-** oder **Wortzeichen** oder aus deren Kombination kommt der Schutz als **Marke** oder als **geschäftliche Bezeichnung** nach dem **Markengesetz** in Betracht. Gemäß §§ 5, 15 Abs. 2, 4 Markengesetz kann bei Wiederholungsgefahr auf Un-