

17.09.2008

Teil I

- 1) Nach § 42 I GeschmMG kann, wer entgegen § 38 I S. 1 GeschmMG ein Geschmacksmuster benutzt (Verletzen), von dem Rechtsinhaber (Verletzten) auf Beseitigung der Beeinträchtigung und bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.
- § 38 I GeschmMG bestimmt, dass das Geschmacksmuster seinem Rechtsinhaber das ausschließliche Recht gewährt, es zu benutzen und Dritten zu verbieten, es ohne seine Zustimmung zu benutzen.

Das Textilherstellungsunternehmen (Mandant) ist Inhaber eines eingetragenen dt. Geschmacksmusters. Gemäß § 21 I GeschmMG entsteht der Schutz mit der Eintragung in das Register. Nach § 38 II GeschmMG erstreckt sich der Schutz auf ein Geschmacksmuster auf jedes Werk, das beim informierten Benutzer keinen anderen Gesamteindruck anregt. Ein Werk ist gemäß der Regeldefinition in § 1 Nr. 1 GeschmMG die zwei- oder dreidimensionale Erscheinungsform eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teils davon, die sich insbesondere aus den Merkmalen der Zier-, Konturen, Farben, der Gestalt, der Gleichheitsstruktur oder der Werkstoffe des Erzeugnisses selbst oder seiner Verzierung ergibt.

Rücksicht auf den Streitwert ausschließlich zuständig.
 Hierbei ist die Gerichtsstandsprozeduren zu beachten.
 Es könnte dem Antrag auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung gemäß §§ 921, 935 ZPO gestellt werden, um zunächst den Überlassungs- und Berechtigungsanspruch zeitlich geltend zu machen.

Abmahnung nach Abmahnung könnte das Hauptverfahren fallen durch § 97a UWG, § 121 UWG Einreichung einer Klage iV. § 253 ZPO anhängig gemacht werden.

Abschlusserkklärung Die Gegenseite könnte eine oder mehrere Schriftstücke beim jeweiligen ZG Protokoll legen, um nach EV den Antrag einer Ed. Bez. davon Erlaß zu verhindern.

Anwaltszwang nach § 78 IV, IV ZPO Ansonsten könnte die Gegenseite den Bestand des Schutzrechts angreifen und eine Nichtigkeitsklage iV. § 33 II GerichtsG abgeben.

Da eine nach § 3 oder 7 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vorliegt, kann nach § 8 UWG auf Beseitigung und bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Nach § 32 UWG sind unzulässige geschäftliche Handlungen unzulässig, wenn sie geeignet sind, die Interessen von Wettbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen. Das Kaufhaus Bld. deren Zulieferer, der Hersteller der Schals, ist Wettbewerber von Konkurrenten. Die Beeinträchtigung ist für diesen spürbar. Nach § 4 Nr. 9 UWG handelt unzulässig insbesondere, wer Waren oder Dienstleistungen

Defraktion zu
 Marktteilnehmer
 in §§ 1, 2 UWG

ausbleibt, die eine Nachahmung der Waren eines Herstellers sind, wenn a)

a) eine vermeintliche Täuschung der Kunden über die betriebliche Herkunft beabsichtigt, oder

b) die Wertschätzung der nachgeahmten Ware unangemessen ausbleibt oder Beeinträchtigt.

Durch die identische Übernahme des Totenkopf-Motivs wird der Eindruck erweckt, der Hersteller des T-Shirts stelle nunmehr auch Schals entsprechend einer Kollektion her. Es liegt eine Nachahmung bzw. Übernahme des ungewöhnlich ausgestalteten (Detonations-) und ungewöhnlichen (Totenkopf-) Bedruckens des T-Shirts vor. Es ist sowohl Tatbestand a) als auch b) erfüllt.

Neben dem Unterlassungsanspruch nach § 8 I UWG bestehen Schadensersatz- und Gewinnabschöpfungsansprüche aus §§ 9, 10 UWG.

Da das Urheberrecht oder ein anderes nach dem UrhG geschütztes Recht widerrechtlich verletzt,

kann von dem Verletzten auf Beseitigung der Beeinträchtigung, bei Urheberrechtsverletzungen nach

§ 97 I UrhG auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Geschützte Werke sind nach

§ 2 I Nr. 4 UrhG Werke der bildenden Kunst. Es bestehen Ansprüche auf Vernichtung, Beseitigung,

Überlassung, Entschädigung und Haftung aus §§ 98, 100, 102 UrhG.

§§ 15, 16 UrhG
Vervielfältigungsrecht

3) Das nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster gemäß Art. 8 I GSM F seinem Inhaber das Recht, es zu benutzen und Dritten zu verbieten, es ohne seine Zustimmung zu benutzen, jedoch nur, wenn die angeforderte Benutzung das Ergebnis einer Nachahmung des geschützten Musters ist. Das Motiv auf dem Schild ist, wie oben diskutiert, kein selbständiger Entwurf eines für das Kaufhaus bzw. seiner Zulieferer tätigen Entwurfs.

Ein nicht eingetragenes Geschmacksmuster wird gemäß Art. 11 I GSM F für eine Frist von drei Jahren geschützt, beginnend mit dem Tag, an dem es der Öffentlichkeit innerhalb der Gemeinschaft erstmals zugänglich gemacht wurde. Das dt. Geschmacksmuster wurde nach Beginn des Vertriebs des T-Shirts veröffentlicht. Grundsätzliche Geschmacksmusterfreiheit ist gegeben. Ein Schutz als nicht eingetragenes Geschmacksmuster scheidet aus, da das T-Shirt mit Vertrieb der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde.

In Betracht kommt ein eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster. Die Anmeldung des dt. Geschmacksmusters liegt ca. 11 Monate zurück, so dass die Inanspruchnahme eine Priorität angesichts der sechsmonatigen Prioritätsfrist

ausscheidet. Die Veröffentlichung beruht auf dem Entwerfer bzw. seinem Rechtsnachfolger und unterfällt dem in Art. 7 I GGsmV normierten zwölfmonatigen Verjährungsfrist. Die Veröffentlichung durch das Kaufhaus betrifft nicht das I-Stück und unterfällt zudem Art. 7 III GGsmV, wonach eine Veröffentlichung als Folge einer missbräulichen Handlung gegen den Entwerfer unbeachtlich ist. Hier liegt eine Veröffentlichung durch ^{Wiederherstellung} Nachahmung vor.

Es sollte ein Gemeinschaftsgeschmacksmarkennach Art. 35 GGsmV eingeworben werden (Bspw. HABA). Die Verletzung des Gemeinschaftsgeschmacksmarkens ist, wie oben, zu vermeiden. Urheber- und Wettbewerbsrechtliche Vorschriften zu Art. 11 müssten überprüft werden.