Schriften zum geistigen Eigentum
und zum Wettbewerbsrecht 134

Behyad Hozuri

Der Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen

Eine Untersuchung zum Schutz grafisch-kommunikativer Gebrauchsformen durch das Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht

Nomos

Schriften zum geistigen Eigentum
und zum Wettbewerbsrecht

Herausgegeben von

Prof. Dr. Christian Berger, Universität Leipzig
Prof. Dr. Horst-Peter Götting, Techn. Universität Dresden

Band 134

Behyad Hozuri

Der Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen

Eine Untersuchung zum Schutz grafisch-kommunikativer Gebrauchsformen durch das Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht

Nomos

Erstgutachter: Prof. Dr. Jan Busche
Zweitgutachter: Prof. Dr. Ulrich Hildebrandt
Datum der mündlichen Prüfung: 17. Dezember 2021

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Zugl.: Dissertation der Juristischen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 2021

ISBN 978-3-8487-8899-6 (Print)

ISBN 978-3-7489-2954-3 (ePDF)

Onlineversion
Nomos eLibrary

D 61

1. Auflage 2022
© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2022. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 2021/2022 von der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf als Dissertation angenommen. Sie entstand in weiten Teilen während meiner Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Bürgerliches Recht und Gewerblichen Rechtsschutz von Herrn Prof. Dr. Jan Busche. Gesetzgebung, Literatur und Rechtsprechung wurden bis zum Zeitpunkt der Zulassung zur Promotion im August 2020 berücksichtigt.

Mein besonderer Dank gilt meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Jan Busche, der mich nicht nur an seinem Lehrstuhl als Mitarbeiter aufgenommen hat, sondern mir auch stets Freiraum für die eigenständige Forschung gelassen hat. Herrn Prof. Dr. Ulrich Hildebrandt danke ich für die Erstellung des Zweitgutachtens. Ebenso danke ich allen, die mich auf dem Weg zur Promotion begleitet und unterstützt haben.

Düsseldorf, im Mai 2022 *Behyad Hozuri*

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis 17

Abkürzungsverzeichnis 21

1. Teil: Einleitung 23

A. Gegenstand und Zielsetzung der Arbeit 25

B. Gang der Untersuchung 26

2. Teil: Schutzgegentand und rechtliche Einordnung 29

A. Grafische Gebrauchsgestaltungen: Begriffsbestimmung 29

B. Systematik und Rechtfertigung der Immaterialgüterrechte 33

I. Begriff und Rechtssystem 33

II. Die Legitimation der Immaterialgüterrechte 35

1. Legitimation des Urheberrechtsschutzes 36

2. Legitimation der gewerblichen Schutzrechte 37

a. Patentrechtstheorien 38

aa. Naturrechts- oder Eigentumstheorie 38

bb. Belohnungstheorie 38

cc. Vertrags- oder Offenbarungstheorie 39

dd. Ansporntheorie 40

b. Vergleich und Übertragbarkeit auf andere gewerbliche Schutzrechte 41

3. Folgerungen für den Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen 43

C. Die Schutzmöglichkeiten für grafische Gebrauchsgestaltungen im Überblick 44

I. Urheberrechtlicher Schutz 44

II. Designrechtlicher Schutz 45

III. Kennzeichenrechtlicher Schutz 46

IV. Patentrecht- und gebrauchsmusterrechtlicher Schutz 47

V. Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz 48

3. Teil: Urheberrechtlicher Schutz 49

A. Grundlagen 49
I. Der Werkbegriff 50
II. Die Entwicklung des Urheberrechts im Bereich gebrauchsgrafischer Gestaltungen 51

B. Der Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen durch das Urheberrecht 55
I. Die einschlägigen Werkkategorien 56
1. Grafische Gebrauchsgestaltungen als Werke der Kunst (§ 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG) 57
a. Der Kunstbegriff im Urhebergesetz 58
b. Reine bildende und angewandte Kunst 61
aa. Reine bildende Kunst 61
bb. Angewandte Kunst 61
cc. Abgrenzungsprobleme 62
dd. Die Zuordnung innerhalb der Kunstbereiche 65
2. Grafische Gebrauchsgestaltungen als Darstellungen wissenschaft-licher oder technischer Art (§ 2 Abs. 1 Nr. 7 UrhG) 66
3. Grafische Gebrauchsgestaltungen als Lichtbildwerke (§ 2 Abs. 1 Nr. 5 UrhG) oder Lichtbilder (§ 72 Abs. 1 UrhG) 70
a. Grundsatz 71
b. Sonderfall: Computer- und Webgrafiken 74
II. Materielle Schutzvoraussetzungen 76
1. Persönliche Schöpfung 77
a. Menschliches Handeln 77
b. Grafikgestaltung unter Einsatz von Computern 78
aa. Computerunterstütztes Schaffen 79
bb. Computerbeeinflusstes Schaffen 80
cc. Computererzeugtes Schaffen 82
2. Geistiger Gehalt 83
3. Wahrnehmbare Formgebung 84
4. Individualität 86
a. Beurteilungskriterien 88
b. Individualität bei grafischen Gebrauchsgestaltungen 92
c. Gestaltungshöhe 96
aa. Anforderungen an die Gestaltungshöhe nach der Rechtsprechung 99
(1) Grundsätzlich niedrige Anforderungen 99

(2) Die Gestaltungshöhe bei Werken der angewandten Kunst 101
(a) Frühere Rechtsprechung 101
(aa) Höhere Anforderungen für Werke der angewandten Kunst – Die Stufentheorie der Rechtsprechung 101
(bb) Bisherige Entscheidungen zu grafischen Gestaltungen 103
(cc) Die Entscheidung „Laufendes Auge“ 110
(dd) Fazit 111
(b) Aktuelle Rechtsprechung 112
(aa) Die Entscheidung „Seilzirkus“ vom 12. Mai 2011 113
(bb) Die Entscheidung „Geburtstagszug“ vom 13.11.2013 114
(cc) Rechtsprechung der Instanzgerichte 116
(3) Die Gestaltungshöhe bei Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art 121
(a) Geringe Anforderungen an die Individualität 121
(b) Bisherige Entscheidungen zu grafischen Gestaltungen 122
(c) Fazit 127
(4) Zusammenfassende Würdigung 127
bb. Die Gestaltungshöhe im Schrifttum 129
(1) Die Diskussion um die Gestaltungshöhe im Allgemeinen 130
(a) Verzicht auf Schutzuntergrenzen 130
(b) Einheitlich niedrige Schutzanforderungen 131
(c) Einheitlich hohe Schutzuntergrenzen 133
(d) Zusammenfassende Würdigung 136
(2) Die bisherige Diskussion um die Gestaltungshöhe bei Werken der angewandten Kunst 137
(a) Begründung für höhere Schutzanforderungen bei Werken der angewandten Kunst 138

(b) Bisherige Kritik an den höheren Schutzanforderungen für Werke der angewandten Kunst 140
(c) Alternative Ansätze 142
(aa) Zurücktreten des Gebrauchszwecks 143
(bb) Abgrenzung nach dem Aussagegehalt 143
(cc) Unterschiedliche Anforderungen je nach Schaffensbereich 145
cc. Die Gestaltungshöhe nach den europäischen Urheberrechtsvorgaben 146
(1) Richtlinienvorgaben 147
(2) Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs 148
(3) Meinungsstand im Schrifttum 151
(4) Eigene Auffassung 153
dd. Rezeption der neueren Rechtsprechung zur angewandten Kunst 155
(1) Meinungsstand im Schrifttum 155
(2) Eigene Auffassung 157
ee. Zusammenfassende Würdigung 159
III. Auswirkungen niedriger Schutzanforderungen auf den urheberrechtlichen Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen 161
1. Gebrauchsgrafische Gestaltungen der angewandten Kunst 162
a. Logo- und Signetgestaltungen 162
b. Werbegrafiken 169
c. Plakate, Illustrationen, Layouts 172
d. Sonderfall: Geld- und Wertzeichen 173
2. Gebrauchsgrafische Gestaltungen wissenschaftlicher oder technischer Art 176
a. Kartografische Gestaltungen 177
b. Technische Zeichnungen und Anleitungen 179
c. Piktografische Bildzeichen 183
d. Grafische Lehrmittel 184
3. Zwischenergebnis 186
IV. Inhalt und Umfang des Schutzes 187
1. Schutzinhalt 187
a. Urheberpersönlichkeitsrecht 188

b. Verwertungsrechte 192
aa. Vervielfältigungsrecht 192
bb. Weitere Verwertungsrechte 193
2. Umfang des Schutzes 198
a. Kein Schutz für Ideen, Motive, Stil oder Techniken 200
b. Abgrenzung von Bearbeitung und freier Benutzung 201
c. Schutzumfang bei grafischen Gebrauchsgestaltungen 203
d. Zwischenergebnis 205

C. Zusammenfassung und Ergebnis zum urheberrechtlichen Schutz 206

4. Teil: Designrechtlicher Schutz 210

A. Grundlagen 211
I. Die Entwicklung des Designschutzes: Vom Schutz der Ornamentik zur absatzrelevanten Form 211
1. Die Entwicklung des nationalen Designschutzes in Europa 211
2. Die Hintergründe für die Schaffung des heutigen Designschutzes 216
3. Der Weg zur europäischen Rechtsvereinheitlichung 218
II. Die Stellung des Designrechts im immaterialgüterrechtlichen Gesamtsystem 222
1. Der Designschutz als Anhang des Urheber- oder Patentrechts? 222
a. Die Abgrenzung zum „copyright approach“ 222
b. Die Abgrenzung zum „patent approach“ 225
2. Der Designschutz als autonomer Schutzbereich im immaterialgüterrechtlichen Gesamtsystem 226
a. Der „design approach“ des geltenden Rechts 226
b. Die Kritik am „design approach“ 228
III. Zwischenergebnis 230

B. Der Schutz nach nationalem und europäischem Designrecht 231
I. Der nationale Schutz nach dem Designgesetz 231
1. Schutzgegenstand 232
a. Der Designbegriff 232
b. Die Merkmale des Designs 233
aa. Die Erscheinungsform als Schutzgegenstand 234
bb. Erfassung grafischer Gebrauchsgestaltungen 236
c. Kreis der Erzeugnisse 239
aa. Der Erzeugnisbegriff 239

bb. Absatzrelevanz vs. kommunikativer Gehalt 240
d. Schutz der immateriellen Gestaltungsform, nicht des Kontextes 241
2. Materielle Schutzvoraussetzungen 245
a. Neuheit 246
aa. Vorbekannter Formenschatz 246
bb. Neuheitsschonfrist 247
cc. Neuheitsprüfung 248
b. Eigenart 250
aa. Bestimmung des Gesamteindrucks 251
bb. Informierter Benutzer 254
cc. Grad an Unterschiedlichkeit 255
c. Zwischenergebnis 259
3. Inhalt und Umfang des Schutzes 261
a. Schutzinhalt 261
b. Schutzumfang 263
c. Beginn und Dauer des Schutzes 266
4. Zusammenfassende Würdigung 266
II. Europaweiter Schutz durch die Gemeinschaftsgeschmacksmusterverordnung 269
1. Schutzgegenstand und Schutzvoraussetzungen 270
2. Das nichteingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster 271
a. Entstehung des Schutzes 272
b. Rechtsinhaberschaft 275
3. Inhalt und Umfang des Schutzes 277
a. Eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster 278
b. Nichteingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster 279
aa. Voraussetzungen der Nachahmung 279
bb. Nachweis der Nachahmung 280
4. Zusammenfassende Würdigung 283

C. Gegenüberstellung von designrechtlichem und urheberrechtlichem Schutz 284

D. Zusammenfassende Würdigung und Ergebnis zum designrechtlichen Schutz 289

5. Teil: Kennzeichenrechtlicher Schutz 294

A. Grundlagen 296
I. Die Funktionen und Schutzgründe des Markenrechts 296
1. Die klassischen Markenfunktionen 297
a. Herkunftsfunktion 297
b. Unterscheidungsfunktion 299
c. Qualitätsfunktion 300
d. Werbefunktion 302
2. Multifunktionaler Markenrechtsansatz: Die Kommunikations-funktion der Marke 303
II. Schutzgegenstand und Schutzmöglichkeiten für grafische Gebrauchsgestaltungen nach dem Markengesetz 307

B. Der Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen als Marke 308
I. Der Schutz als Registermarke gemäß § 4 Nr. 1 MarkenG 308
1. Markenfähigkeit 309
a. Abstrakte Unterscheidungskraft 309
b. Bestimmbarkeit 310
c. Selbstständigkeit und Einheitlichkeit der Marke 312
aa. Selbstständigkeit 312
bb. Einheitlichkeit 314
2. Das Fehlen absoluter Schutzhindernisse 317
a. Konkrete Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG 317
b. Merkmalsbeschreibende Darstellungen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG 326
c. Üblich gewordene Bezeichnungen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG 331
d. Überwindung aufgrund von Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG 333
e. Zusammenfassung 336
II. Der Schutz als Marke kraft Verkehrsgeltung gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG 338
1. Schutzvoraussetzungen 338
a. Markenfähigkeit 339
b. Benutzung im geschäftlichen Verkehr 339
c. Verkehrsgeltung innerhalb der beteiligten Verkehrskreise 340
2. Markenschutz nach § 4 Nr. 2 MarkenG bei grafischen Gebrauchsgestaltungen 342

III. Der Schutz als Marke kraft notorischer Bekanntheit gemäß § 4 Nr. 3 MarkenG 343
IV. Inhalt und Umfang des Markenschutzes 345
1. Schutzinhalt 345
2. Der Schutzumfang nach den markenrechtlichen Kollisionstatbe-ständen des § 14 Abs. 2 MarkenG 345
a. Gemeinsame Voraussetzungen 346
aa. Geschäftliche Handlung 346
bb. Rechtsverletzende Benutzung 347
(1) Markenmäßige Benutzung 347
(2) Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs 349
(3) Folgen für den Benutzungsbegriff 351
(a) Funktionale Bestimmung des Benutzungsbegriffs 351
(b) Auswirkungen auf den Benutzungsbegriff innerhalb der Kollisionstatbestände 352
(4) Zusammenfassende Würdigung 355
b. Die Verletzungstatbestände des § 14 Abs. 2 MarkenG 358
aa. Der Identitätsschutz nach § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG 358
bb. Der Verwechslungsschutz nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG 359
(1) Bestimmung der Verwechslungsgefahr 359
(2) Zeichenähnlichkeit und Verwechslungsgefahr bei grafischen Gestaltungen 363
c. Der Bekanntheitsschutz nach § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG 372
aa. Bekanntheit der Marke 373
bb. Zeichenähnlichkeit 375
(1) Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs 375
(2) Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs 376
(3) Stellungnahme 377
d. Zwischenergebnis 379

C. Der Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen als geschäftliche Bezeichnung gemäß § 5 MarkenG 381
I. Der Schutz als Unternehmenskennzeichen gemäß § 5 Abs. 2 MarkenG 382
1. Der Schutz als besondere Geschäfts- oder Unternehmensbezeichnung im Sinne des § 5 Abs. 2 Satz 1, Var. 3 MarkenG 383
2. Der Schutz als sonstiges Geschäftsabzeichen im Sinne des § 5 Abs. 2 Satz 2 MarkenG 387
II. Der Schutz als Werktitel gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG 389
III. Schutzumfang 392
IV. Zwischenergebnis 394
D. Ergebnis zum kennzeichenrechtlichen Schutz 395

6. Teil: Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz 398

A. Das Verhältnis des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes zum Sonderrechtsschutz 400
I. Die Struktur des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes als Handlungsunrecht 400
II. Die These vom Vorrang der Sonderschutzrechte 403
B. Voraussetzungen des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes 406
I. Schutzgegenstand: Waren und Dienstleistungen 406
II. Nachahmung 408
III. Wettbewerbliche Eigenart 409
1. Allgemeines 410
2. Wettbewerbliche Eigenart und sondergesetzliche Schutz-voraussetzungen, insbesondere urheberrechtliche Individualität 411
3. Wettbewerbliche Eigenart grafischer Gebrauchsgestaltungen 414
IV. Besondere Unlauterkeitsmerkmale (Unlauterkeitsbegründende Merkmale) 416
1. Vermeidbare Herkunftstäuschung (§ 4 Nr. 3 lit. a UWG) 417
2. Rufausnutzung und Rufbeeinträchtigung (§ 4 Nr. 3 lit. b UWG) 421
3. Unredliches Erlangen von Kenntnissen oder Unterlagen (§ 4 Nr. 3 lit. c UWG) 425

V. Nachahmungsschutz außerhalb der von § 4 Nr. 3 UWG geregelten Fallgruppen 427
1. Gezielte Behinderung durch systematische Nachahmung (§ 4 Nr. 4 UWG) 428
2. Unmittelbarer Leistungsschutz auf der Grundlage der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG 431
a. Rechtsprechung 432
b. Schrifttum 433
c. Unmittelbarer Leistungsschutz für grafische Gebrauchsgestaltungen? 433

C. Zwischenergebnis zum wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz 435

7. Teil: Gesamtbetrachtung und Fazit 438

Literaturverzeichnis 443

Abbildungsverzeichnis

Soweit nicht anders angegeben, wurden die Abbildungen den jeweils zitierten Entscheidungsfundstellen entnommen.

Abb. 1: „ARD-1“ 90

Abb. 2: „Die Grünen“ 91

Abb. 3: „Rinderkopf“ 105

Abb. 4: „JPS-Signet“ 105

Abb. 5: „Laufendes Auge“ von Franz Zauleck 106

Abb. 6: „Preishammer“ 106

Abb. 7: „SAL de IBIZA“ 107

Abb. 8: „Emil“ 109

Abb. 9: „Atomkraft? – Nein Danke“ 109

Abb. 10: „Q“ 110

Abb. 11: Kletternetz „Seilzirkus“ 113

Abb. 12: Entwurfszeichnung „Geburtstagszug“ 115

Abb. 13: „Explosionszeichnung“ 124

Abb. 14: Schemazeichnung „Mauertrockenlegung“ 126

Abb. 15: „Ineinanderliegende Ringe“ 164

Abb. 16: „Tatort-Logo“ 164

Abb. 17: „swoosh“ von Carolyn Davidson 165

Abb. 18: „Ponto-Auge“ von Jürgen Hampel 165

Abb. 19: „Lufthansa Logo“ 168

Abb. 20: „Kranich“ 168

Abb. 21: Werbegrafik „Motorsäge“ 170

Abb. 22: „Eiweißkörper“ 185

Abb. 23: „Google Drive“ 199

Abb. 24: „Möbiusband“ 200

Abb. 25: „Streifenabschnitte“ 315

Abb. 26: „durchbrochener Kreis“ 320

Abb. 27: „Hand mit Karte“ 321

Abb. 28: „stilisierter Fisch“ 322

Abb. 29: „Rohrreiniger“ 323

Abb. 30: „Hand mit Bierglas“ 323

Abb. 31: „Zahnpastastrang“ 325

Abb. 32: „Autofelge“ 326

Abb. 33: „KSÜD“ 328

Abb. 34: Bildmarke „Puma“ (DE 1106066) 361

Abb. 35: IR-Marke „Sabel“ (IR 540 894) 361

Abb. 36: angemeldete Marke „Schleifen“ 364

Abb. 37: Widerspruchsmarke „Sicheln“ 364

Abb. 38: „ARD-Logo“ 366

Abb. 39: „Kabel 1-Logo“ 366

Abb. 40: Bildmarke „Salamander“ (DE 30641834) 368

Abb. 41: Wort-Bildmarke „Sanamander“(DE 302010023099) 369

Abb. 42: Bildmarke „Einhorn“ (DE 303 66 340) 369

Abb. 43: Widerspruchsmarke „Pegasus“ (EM 165605) 370

Abb. 44: Bildmarke „Herz“ (DE 1014691) 371

Abb. 45: Herzzeichen „tensobon“ 371

Abb. 46: Bildmarke „Nike -swoosh“ (EM 000277632), basierend auf dem „swoosh“ von Carolyn Davidson 378

Abb. 47: IR-Marke „BUDMEN“ (IR 838883) 378

Abb. 48: Wort-/Bildmarke „G-Star“ (EM 3445401) 379

Abb. 49: Wort-/Bildzeichen „G Store“ 379

Abkürzungsverzeichnis

a.A.	andere Ansicht
a.a.O.	am angegebenen Ort
a.E.	am Ende
Abb.	Abbildung
ABl. EG	Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft
ABl. EU	Amtsblatt der Europäischen Union
Art.	Artikel
Bd.	Band
Begr.	Begründer/-in
Beschl. v.	Beschluss vom
BT-Drucks.	Bundestagsdrucksache
d.h.	dass heißt
ders.	derselbe
dies.	dieselbe
Diss.	Dissertation
DPMAregister	Amtliche Publikations- und Registerdatenbank des Deutschen Patent- und Markenamtes, Schutzrechte „Marken“, online abrufbar unter https://register.dpma.de/DPMAregister/marke/einsteiger
ECLI	European Case Law Identifier
EuG	Gericht der Europäischen Union
EuGH	Gerichtshof der Europäischen Union
Ggf.	gegebenenfalls
h.L./h.M.	herrschende Lehre/herrschende Meinung
Hrsg.	Herausgeber/-in
Hs.	Halbsatz
i.V.m.	in Verbindung mit
insbes.	insbesondere
Kap.	Kapitel
m.N.	mit Nachweisen
m.w.N	mit weiteren Nachweisen
Rn.	Randnummer

Rz.	Randziffer
S.	Seite
Slg.	Sammlung der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes und des Europäischen Gerichts Erster Instanz
St. Rspr.	Ständige Rechtsprechung
Tz.	Textziffer
u.a.	und andere
Univ.	Universität
Urt. v.	Urteil vom
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
zugl.	zugleich

1. Teil: Einleitung

"One Picture is Worth Ten Thousand Words"

Der vorstehende Ausspruch geht nachweisbar auf eine Werbeanzeige vom 8. Dezember 1921 zurück. Im deutschen Sprachraum wurde die zugrundeliegende Aussage durch einen wenige Jahre später erschienenen Artikel des Schriftstellers *Kurt Tucholsky* bekannt,[1] der damit das heute geläufige Sprichwort „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte" prägte.

Obwohl mittlerweile unzählige Male zitiert, hat sich an dem Wahrheitsgehalt dieses Sprichwortes nichts geändert. Nicht ohne Grund begegnen uns bildliche oder auch grafische Gestaltungen im Alltagsleben auf vielfältige Weise. In der Werbung treffen wir täglich auf Werbegestaltungen, die neben sprachlichen Bestandteilen vor allem auf bildliche Elemente und Gestaltungen zurückgreifen. Nicht nur auf Plakaten, sondern auch in Zeitschriften, dem Internet und auf Werbeprospekten finden sich Illustrationen, die dazu dienen die Aufmerksamkeit des Kunden auf sich zu lenken und eine Werbebotschaft zu vermitteln. Auf Produktverpackungen werden entsprechende Grafikgestaltungen eingesetzt, um die damit verzierte Ware ansprechender zu gestalten und den Kunden zum Kauf zu bewegen. Ebenso verlassen sich Unternehmen schon lange nicht mehr auf ihren guten Namen, sondern verwenden zum Teil aufwändig gestaltete Bildzeichen als Firmenlogo, auf ihren Briefpapieren oder zur Beschriftung ihrer Firmenfahrzeuge im Rahmen ihres Corporate Designs.

Auch außerhalb des Werbebereiches treffen wir täglich auf zahlreiche grafische Gestaltungen. Beim Bezahlen an der Kasse greifen wir ins Portemonnaie und überreichen einen bedruckten Schein – zumeist ohne darauf zu achten wie die dargestellte Brücke auf der Rückseite des 10 Euro Scheins genau aussieht. Die abwechslungsreiche Aufmachung von Briefmarken, die der geneigte Sammler gerade auch wegen ihrer ungewöhnlichen Gestaltung in sein Album aufnimmt, wird dagegen schon eher zur Kenntnis genommen, wenngleich im Übrigen auch eher selten näher beachtet.

---

1 Vgl. *Tucholsky, Kurt,* Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, in: Uhu, Nov. 1926, Bd. 3 (Nr. 2), S. 75 (83).

In anderer Form können grafische Gestaltungen dazu dienen, dem Betrachter unmittelbar praktisch nutzbares Wissen zu vermitteln. So weisen Piktogramme oder schematische Abbildungen auf Hinweistafeln in Gebäuden oder öffentlichen Plätzen wie beispielsweise Flughäfen dem Betrachter den Weg, ohne dass man die Landessprache beherrschen muss. Konstruktionszeichnungen dienen der Fertigung technischer Erzeugnisse oder als Vorlage beim Bau. In Gebrauchsanweisungen werden Strichzeichnungen oder bildliche Anweisungen eingesetzt, um beim Zusammenbau des soeben gekauften Produktes zu helfen, ohne dass man sich mit komplizierten technischen Erläuterungen auseinandersetzen muss. Nicht zuletzt kommen auch Lehr- und Unterrichtsmaterialien nur selten gänzlich ohne die Verwendung grafischer Gestaltungen oder bildlicher Hinweise aus, gerade wenn es um die vereinfachende Vermittlung komplexer Zusammenhänge geht.

Angesichts der aufgezeigten Häufigkeit und Vielfältigkeit wird deutlich, dass derartigen grafischen Gestaltungen im heutigen Wirtschafts- und Sozialleben eine enorme Bedeutung zukommt. Im Zusammenhang mit bildlichen Symbolen hat *Schricker* daher schon vor einiger Zeit zutreffend festgestellt, dass sich insgesamt ein stetiger Prozess zunehmender Gewichtsverlagerung von der sprachlichen und insbesondere schriftlichen Kommunikation zu den bildlichen Kommunikationsmitteln beobachten lässt.[2] Auch in den soeben genannten Beispielsfällen erfüllen die erwähnten Grafiken eine praktische Anwendungs- bzw. Gebrauchsfunktion, die im Kern der Vermittlung von Informationen unterschiedlichster Art dienen. Die Präsentation und Kennzeichnung von Produkten wäre, ebenso wie die Darstellung des Unternehmensauftritts selbst, ohne grafische Aufmachungen oftmals kaum möglich, zumindest aber wesentlich erschwert. Gleiches gilt aber auch für die Vermittlung von Hinweisen, Anleitungen, Warnungen oder Verboten, die im sozialen Leben deutlich erschwert wäre, da nur durch grafische Gestaltungen eine Kommunikation in schnell erfassbarer Weise und über sprachliche Grenzen hinweg ermöglicht wird.

Dem praktischen Nutzwert derartiger Gestaltungen stehen auf der anderen Seite jedoch in erster Linie die Interessen des Erstellers bzw. Designers derartiger Gestaltungen gegenüber. In den allermeisten Fällen stehen hinter der Erstellung derartiger gebrauchsgrafischer Gestaltungen freischaffende Designer,[3] die einen nicht unerheblichen zeitlichen, wirtschaftlichen und oftmals vor allem kreativen Aufwand betreiben, um den kommunika-

---

2 *Schicker*, GRUR 1998, 310 (313).
3 Vgl. auch *Nordemann/Heise*, ZUM 2001, 128.

tiven Gehalt grafisch darzustellen und die zugrundeliegende Information in visualisierter Form praktisch umzusetzen.[4] Hinzukommt, dass Designer als arbeitnehmerähnliche Personen grundsätzlich selbstständig tätig sind.[5] Für ihre Gestaltungen erhalten sie häufig ein vergleichsweise geringes Honorar.[6] Auch wenn dies nicht auf jeden Designer zutrifft, so ist die finanzielle Lage einiger Designer durchaus schwierig.[7] Gerade der Ersteller einer grafischen Gebrauchsgestaltung (im Folgenden auch Designer oder Gestalter genannt) sieht sich jedoch nicht selten mit der wirtschaftlichen Auswertung seiner Gestaltung konfrontiert, obwohl eine vertragliche Absprache über die Nutzung gar nicht erst getroffen oder einer Verwendung in der konkreten Form nicht zugestimmt wurde. Nicht anders stellt sich die Situation mitunter aber auch für den (berechtigten) Verwender dar. Selbst bei Vorliegen einer entsprechenden Absprache kann sich die Frage stellen, ob der Verwender gegen eine Übernahme der Gestaltung durch Dritte geschützt ist. Häufig bleibt hier unklar, ob und auf welcher Grundlage gegen eine unberechtigte Verwendung und Nutzung vorgegangen werden kann. Insgesamt stellt sich daher die Frage, inwieweit grafische Gebrauchsgestaltungen einem rechtlichen Schutz zugänglich sind.

A. Gegenstand und Zielsetzung der Arbeit

Die vorliegende Arbeit geht dieser Frage anhand der verschiedenen Schutzmöglichkeiten für grafische Gebrauchsgestaltungen durch das Im-

---

4 Nicht eingeschränkt wird dieser Umstand dadurch, dass die meisten Designer aus dem Bereich der Grafikgestaltung ihren Beruf zunächst als angestellte Arbeitnehmer ausüben, da die Angestelltentätigkeit hier regelmäßig nur die Vorstufe zur Selbstständigkeit darstellt, vgl. *R. Schmidt*, Urheberrecht und Vertragspraxis des Grafik-Designers, S. 21.

5 *Nordemann/Heise*, ZUM 2001, 128.

6 Vgl. etwa den Fall „Natursalzverpackung“ des Kammergerichts, abgedruckt in ZUM 2005, 230ff, bei dem die Designerin für die Erstellung eines Logos ein Honorar von 100 € erhielt; ferner den vom Landgericht München I mit Urteil vom 26.11.2014 entschiedenen Fall, in dem der Ersteller eines Graffito-Logos zunächst 10,00 DM und ein Paar Schuhe und erst für die weitere Verwendung des Logos später 2.000€ erhielt, abgedruckt in ZUM 2015, 423ff.

7 Das durchschnittliche Jahreseinkommen der bei der Künstlersozialkasse Versicherten, Berufsgruppe Bildende Kunst, beträgt ausweislich der Statistik der Durchschnittseinkommen 17.858 Euro (Stand: 01.01.2019), Quelle: Statistik der Durchschnittseinkommen bei der Künstlersozialkasse, abrufbar unter http://www.kuenstlersozialkasse.de/service/ksk-in-zahlen.html, zuletzt abgerufen am 10.08.2020.

materialgüter- und Wettbewerbsrecht nach. Wie soeben dargelegt, sind auch grafische Gestaltungen regelmäßig Erzeugnisse des geistigen Wirkens. Aufgrund dieses Charakters bietet sich daher im Grunde das Immaterialgüter- und Wettbewerbsrecht als geeignete Schutzmöglichkeiten für grafische Gestaltungen an. Ziel der Arbeit ist es daher zu klären, inwieweit die verschiedenen Schutzmöglichkeiten eine rechtliche Absicherung für grafische Gebrauchsgestaltungen bieten.

Nicht unberücksichtigt bleibt dabei das rechtliche Verhältnis der verschiedenen Schutzmöglichkeiten zueinander. Ohne gleich zu Beginn ein Ergebnis vorwegzunehmen, ist zu berücksichtigen, dass die verschiedenen in Betracht kommenden Schutzmöglichkeiten nicht losgelöst voneinander stehen. Im Hinblick auf den vorliegend untersuchten Schutzgegenstand ist vielmehr zu beachten, dass es gerade im Bereich bildlicher Gestaltungen zu einer erheblichen Überschneidung der verschiedenen in Betracht kommenden Schutzbereiche kommt: Der Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen bewegt sich vor allem und in erster Linie zwischen dem in klassischer Hinsicht als „Kulturrecht" verstandenen Urheberrecht einerseits und dem für gewerblich-praktisch nutzbare Erzeugnisse vorgesehenen Designrecht andererseits. Gerade hier stellt sich daher auch die Frage nach dem Verhältnis und einer gegebenenfalls notwendigen Abgrenzung dieser Rechtsbereiche. Daneben ist grundsätzlich aber auch an einen Schutz über die kennzeichenrechtlichen Bestimmungen, insbesondere des Markenrechts, zu denken. Hier gilt es daher zu klären, inwieweit sich ein Schutz für grafische Gebrauchsgestaltungen mit der Ausrichtung und Zielsetzung dieses Rechtsgebiets vereinbaren lässt. Schließlich darf nicht unberücksichtigt bleiben, dass möglicherweise auch ein wettbewerbsrechtlicher Schutz an grafischen Leistungsergebnissen denkbar ist, wobei sich hier bereits die Frage nach einer Anwendbarkeit neben oder anstelle der vorbehandelten immaterialgüterrechtlichen Schutzbereiche stellt.

B. Gang der Untersuchung

Bevor damit begonnen werden kann, die Frage nach dem rechtlichen Schutz zu klären, gilt es zunächst den untersuchten Schutzgegenstand – die grafische Gebrauchsgestaltung – näher darzustellen. Daher wird der Gegenstand der Arbeit im zweiten Teil zunächst definiert und sowohl inhaltlich, als auch begrifflich von ähnlichen Schaffensbereichen abgegrenzt, um eine rechtliche Bewertung zu ermöglichen. Im Hinblick auf den sodann im Mittelpunkt stehenden Schutz durch das Immaterialgüterrecht

wird nachfolgend auf die Systematik und Funktion der verschiedenen Immaterialgüterrechtsbereiche eingegangen, um zu bestimmen, ob sich ein Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen mit der grundlegenden Zielsetzung des immaterialgüterrechtlichen Schutzes vereinbaren lässt. Abschließend erfolgt in diesem Teil sodann ein Überblick über die in Betracht kommenden immaterialgüterrechtlichen Schutzmöglichkeiten, um den grundsätzlichen Rahmen der Untersuchung konkret abzustecken.

In den nachfolgenden Teilen wird auf den rechtlichen Schutz durch die verschiedenen in Betracht kommenden Immaterialgüterrechtsbereiche eingegangen. Im Vordergrund steht dabei der im dritten Teil behandelte Schutz durch das Urheberrecht. Hierbei wird insbesondere der Frage nachgegangen, welche Schutzanforderungen an den urheberrechtlichen Schutz von grafischen Gebrauchsgestaltungen zu stellen sind und inwieweit diese daher ein urheberrechtlich geschütztes Werk darstellen. Ausgehend von den gewonnenen Ergebnissen, gilt es ferner den hieraus resultierenden Umfang der Schutzgewährung zu bestimmen.

Der vierte Teil der Arbeit widmet sich dem Schutz durch das Designrecht. Hier gilt es zu klären, ob der designrechtliche Schutz nach seiner heutigen Ausgestaltung eine geeignete Grundlage für den Schutz grafischer Gebrauchsformen ist. Nach einer einleitenden Darstellung der Rechtsentwicklung auf dem Gebiet des Designrechts, wird daher auch untersucht werden, ob und inwieweit die Schutzvoraussetzungen, ebenso wie die verschiedenen Schutzformen des Designrechts, auf einen Schutz grafischer Gestaltungsformen ausgerichtet sind. Anschließend wird der mögliche Schutz mit der urheberrechtlichen Schutzgewährung verglichen. Die gewonnenen Ergebnisse werden sodann zum Anlass genommen, die Auswirkungen auf den urheberrechtlichen Schutz zu untersuchen, wobei sich in Anbetracht eines möglicherweise parallelen Schutzes insbesondere die Frage nach der Abgrenzung beider Immaterialgüterrechtsbereiche stellt.

Im fünften Teil der Arbeit wird auf den Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen durch das Kennzeichenrecht eingegangen, wobei vorrangig der Schutz als Marke, daneben aber auch der Schutz als sonstiges Kennzeichen im Sinne von § 1 MarkenG untersucht wird. Im Mittelpunkt der Untersuchung steht hier die funktionale Ausrichtung des Kennzeichenschutzes, wobei der mittlerweile auch in der Rechtsprechung zum Ausdruck kommende multifunktionale Markenrechtsansatz mit den Schutzvoraussetzungen des Kennzeichenrechts verglichen und hieraus Folgerungen für den Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen gezogen werden.

Im sechsten Teil der Arbeit wird schließlich die Möglichkeit eines wettbewerbsrechtlichen Schutzes für grafische Gebrauchsgestaltungen untersucht. Vor allem aufgrund der zuvor untersuchten Schutzmöglichkeiten durch das Urheber- und Markenrecht, stellt sich hier die Frage nach einer ergänzenden Anwendung des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes auf grafische Gebrauchsgestaltungen.

2. Teil: Schutzgegentand und rechtliche Einordnung

A. Grafische Gebrauchsgestaltungen: Begriffsbestimmung

Bevor in den nachfolgenden Teilen auf die Schutzmöglichkeiten für grafische Gebrauchsgestaltungen eingegangen wird, bedarf es zunächst einer näheren Definition und Abgrenzung zu anderen Gestaltungsgebieten. Die einleitend dargestellten Beispiele[8] vermögen bereits eine gewisse Vorstellung darüber zu geben, was unter grafischen Gebrauchsgestaltungen zu verstehen ist und in welchen verschiedenen Formen diese vorzufinden sind. Dennoch bedarf es einer näheren Erläuterung dieses weder im Gesetz zu findenden, noch im allgemeinen Sprachgebrauch gebräuchlichen Begriffs.

Unter grafischen Gebrauchsgestaltungen werden im Rahmen der vorliegenden Arbeit visuelle Kommunikationsmittel verstanden, die einem bestimmten praktischen Zweck oder Nutzen dienen. Kennzeichnend für grafische Gebrauchsgestaltungen ist, dass eine bestimmte – im weitesten Sinne praktisch nutzbare – Aussage, eine Botschaft oder Information mit Mitteln der grafischen Darstellung vermittelt wird. Bildliche Ausdrucks- und Kommunikationsmittel dieser Art finden sich nicht erst in neuerer Zeit. In seinem Beitrag zur „Markenschutzfähigkeit der Kommunikationszeichen" stellt *Fezer* heraus, dass Zeichen seit alters her funktionale Instrumente der Kommunikation sind, deren Ursprünge in der Antike liegen.[9] In dieser Form waren Grafiken zunächst nur Ersatz oder Ergänzung für schriftliche Gestaltungen, die später durch das geschriebene Wort ersetzt wurden. Geht man im historischen Kontext noch weiter zurück, so lässt sich die Entwicklung bildlicher Kommunikationsmittel schon von der Frühgeschichte und bis in die Moderne hinein verfolgen. Angefangen bei prähistorischen Höhlenmalereien entwickelten sie sich von ägyptischen Hieroglyphen, chinesischen oder arabischen Kalligrafien und mittelalterlichen Handschriften zur Schrift des 19. Jahrhunderts.[10]

Als eigenständig erfassbarer Bereich entwickelte sich das Feld bildlicher Kommunikationsmittel dagegen erst gegen Ende des 19. bis Anfang des

---

8 Oben, 1. Teil: Einleitung, S. 23f.
9 *Fezer*, WRP 2010, 165 (166f.).
10 *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 11.

20. Jahrhunderts unter dem Begriff der „Gebrauchsgrafik“,[11] in einer Zeit also, die kunsthistorisch dem Jugendstil zuzuordnen ist. Ihre Entwicklung ist hierbei eng mit der verstärkten Verbreitung industriell hergestellter Güter im Zuge der industriellen Revolution verbunden: Einerseits entstand durch die einsetzende Massenproduktion von Konsum- und Verbrauchsgütern ein enormer Bedarf an Werbung und anderen Druckerzeugnissen.[12] Andererseits begann sich ab Mitte des 19. Jahrhunderts zugleich die für eine Realisierung dieses Bedarfs notwendige Infrastruktur, durch industrielle Druckverfahren und den Transport großer Mengen an Drucksachen herauszubilden.[13] Zu dieser Zeit entwickelte sich zugleich das eigenständige Berufsfeld des Gebrauchsgrafikers, dessen Arbeit sich von der klassischen Druckwerkstatt hin zu Werbeagenturen oder den Entwurfsabteilungen großer Firmen und Unternehmen verlagerte.[14]

Anstelle des Begriffs der „Gebrauchsgrafik“ wird heute überwiegend von „Grafikdesign“ als Teilbereich des noch wesentlich weiter gefassten Bereichs des Kommunikationsdesigns gesprochen.[15] Der Begriff „Grafikdesign“ wurde erstmals 1922 von dem amerikanischen Typografen und Schriftentwerfer *William Addison Dwiggins* als Bezeichnung für den rein zweckgebundenen Druck geprägt.[16] Bereits zu dieser Zeit hatte sich allerdings schon die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Gebrauchsgrafik bzw. das Grafikdesign nicht allein der Werbung, sondern allgemein der visuellen Kommunikation in vielfältigster Weise dient. In dieser Weise wird unter Grafikdesgin daher heute die bewusste, zweckentsprechende, sachlich und künstlerisch hochwertige Organisation von Zeichen, Symbolen, Worten und Bildern auf einem Informationsträger, wie beispielsweise einem Plakat, einer Orientierungstafel oder einem Bildschirm, verstanden, die das Ziel hat eine konkrete Information zu übermitteln.[17] Kurz gefasst ist unter Grafik- und Kommunikationsdesign folglich „das Planen und

---

11 Vgl. *Aynsley*, Grafik-Design in Deutschland, S. 6f.; *Siebeke*, Designers' Alphabet, S. 79 (Eintrag „Gebrauchsgrafik“); *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 11f.

12 Vgl. *Aynsley*, Grafik-Design in Deutschland, S. 6f.; *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 17.

13 *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 17; *Aynsley*, Grafik-Design in Deutschland, S. 7.

14 *Aynsley*, Grafik-Design in Deutschland, S. 7.

15 Vgl. *Siebeke*, Designers' Alphabet, S. 79 (Eintrag „Gebrauchsgrafik“), wonach dieser Begriff inzwischen veraltet ist.

16 *Aynsley*, Grafik-Design in Deutschland, S. 12; *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 9.

17 *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 9f.

Gestalten von Botschaften, die über das Sehen wahrgenommen werden" zu verstehen.[18]

Im Sinne einer näheren Eingrenzung umfasst der Bereich des Grafikdesigns damit zunächst allein die grafische Gestaltung, d.h. bildliche oder zeichnerische Darstellungen zweidimensionaler Art.[19] Damit grenzt sich die Gebrauchsgrafik bzw. das Grafikdesign einerseits von sprachlichen Gestaltungen wie Werbeslogans oder Hinweis- und Informationstexten, andererseits aber auch von dreidimensionalen Gestaltungen, also dem Produkt- oder Industriedesign ab. Kennzeichnend ist gerade aber auch der Anwendungs- bzw. Gebrauchscharakter, den dieses wiederum mit den vorgenannten Beispielen teilt. Die Gebrauchsgrafik dient im Gegensatz zur reinen künstlerischen Gestaltung seit jeher einem ganz bestimmten Verwendungszweck.[20] Dieser Zweck ist hierbei häufig an einem kommerziellen Auftrag orientiert, den es durch die visuelle Darstellung auszudrücken gilt.[21] In allen Fällen orientiert sich der Zweck aber an der Kommunikation eines bestimmten Inhalts, der je nach Anwendungs- bzw. Verwendungsbereich der Gebrauchsgestaltung variiert. Der Anwendungsbereich selbst erstreckt sich folglich auf eine Vielzahl unterschiedlicher Gebiete, von denen etwa die grafische Werbegestaltung nur einen Teilbereich ausmacht. So kann der Verwendungszweck wirtschaftlicher oder sozialer, aber auch hoheitlicher oder politischer Natur sein, wobei sich die Bereiche auch überschneiden können und im Übrigen nicht abschließend sind.[22] Erfasst werden daher nicht nur grafische Werbegestaltungen, die auf ein Produkt oder unmittelbar auf ein Unternehmen hinweisen sollen, wie Logos, Signets, Plakatgestaltungen, Anzeigen oder allgemein die bildliche Aufmachung von Warenverpackungen. Auch der Bereich der Buchkunst, welcher die Gestaltung von Bucheinbänden zum Gegenstand hat oder die Gelegenheitsgrafik, bei der es etwa um die Gestaltung von Einladungs- oder Geburtstagskarten geht, ist hierzu zu zählen. Einem praktischen Zweck dient auch die „amtliche Druckgrafik", bei der es um die Gestaltung von Siegeln, Wappen, oder Geld- und Wertzeichen geht. Daneben werden aber etwa auch grafische Gestaltungen in Leit- und Informationssystemen, wie die schon erwähnten Piktogramme oder

---

18 *Seitz,* Rahmenplan zum Hochschulstudium Grafik-Design, herausgegeben vom Bund Deutscher Grafikdesigner 1977, zitiert nach *Hackenberg*, in: FS Nordemann, S. 25 (26).

19 *Lewandowsky*, Grafik-Design, S. 10; *Schack*, Kunst und Recht, Rn. 829.

20 *Pfister*, Der Gebrauchsgraphiker, S. 6.

21 Brockhaus Enzyklopädie, S. 255, Eintrag „Grafikdesign".

22 Vgl. *Pfister*, Der Gebrauchsgraphiker, S. 12.

Hinweisschilder erfasst, deren praktischer Zweck in der schnellen und einfachen Verständlichkeit eines kommunikativen Inhaltes liegt und die vor allem eine soziale Orientierungsfunktion erfüllen. Nicht erst in neuerer Zeit werden Gebrauchsgrafiken im Bereich des Layout für Zeitschriften und Zeitungen (Editorial Design) eingesetzt. Eine im historischen Kontext dagegen neue Anwendungsform, die erst im Zusammenhang mit der verstärkten Nutzung des Internets in Erscheinung getreten ist, ist die Gestaltung von Web- und Computergrafiken oder allgemein der Bereich des Webdesign. Insgesamt existiert eine nahezu unüberschaubare Vielzahl weiterer Formen, sodass eine abschließende Aufzählung nur schwer möglich ist.[23]

Letztlich zeigt sich damit, dass der Begriff der Gebrauchsgrafik bzw. des Grafikdesigns ein sehr weites Feld an bildlichen Kommunikationsformen umfasst. Für die vorliegende Untersuchung ist es daher unabdingbar gewisse Einschränkungen vorzunehmen und sich auf ausgewählte Themenbereiche zu beschränken. Ausgeschlossen werden daher vor allem die Bereiche der Fotogestaltung und Typografie, die zwar ebenfalls als Teilbereiche des Grafikdesigns- bzw. der Gebrauchsgrafik auszumachen sind,[24] sich jedoch vorwiegend mit der Erstellung und Anordnung fotografischer Ablichtungen, sowie der Gestaltung von Schriftzeichen befasst. Um andererseits einen weitreichenden Überblick über das Feld grafisch-kommunikativer Gebrauchsformen zu erhalten, sollen neben den typischerweise „künstlerisch“ gestalteten Grafikformen des Grafikdesigns auch solche Grafikformen erfasst werden, die – wenn auch nicht ausschließlich, so doch zumindest tendenziell – einen Bezug zum Bereich des technischen Zeichnens aufweisen. Behandelt werden daher auch solche Grafikgestaltungen, die einen primär wissens- oder informationsvermittelnden Charakter haben, wie bildliche Gebrauchsanleitungen, Karten oder Pläne. Angesichts der so umfassten „Schnittmenge“, die Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist, erweist sich der Begriff der grafischen Gebrauchsgestaltung daher als am besten geeignet, um den Untersuchungsgegenstand zu umschreiben.

---

23 Zu den vorstehenden Beispielen vgl. Brockhaus Enzyklopädie, S. 255, Eintrag „Grafikdesign“. Einen Überblick über die klassischen Arbeitsgebiete des Gebrauchsgrafikers findet sich bei *Pfister*, Der Gebrauchsgraphiker, S. 12f.

24 *Schack*, Kunst und Recht, Rn. 829.

B. Systematik und Rechtfertigung der Immaterialgüterrechte

Im Folgenden wird zunächst auf das Rechtssystem und die Begründungsansätze des Immaterialgüterrechts eingegangen. Dies ist zum einen erforderlich um den grundsätzlichen Rahmen der rechtlichen Schutzmöglichkeiten für grafische Gebrauchsgestaltungen durch das Immaterialgüterrecht abstecken zu können. Zum anderen lassen sich aus den jeweiligen Begründungsansätzen Rückschlüsse auf die rechtliche Anerkennung grafischer Gebrauchsgestaltungen ziehen.

I. Begriff und Rechtssystem

Der Begriff des Immaterialgüterrechts geht zurück auf *Josef Kohler* und der von ihm Ende des 19. Jahrhunderts entwickelten Lehre vom Immaterialgüterrecht.[25] Ausgehend von dieser Lehre werden Immaterialgüterrechte als Rechte an unkörperlichen geistigen Gütern bezeichnet, die regelmäßig auf eine bestimmte Person zurückgeführt werden können, jedoch eine von dessen Person ablösbare selbstständige Erscheinungsform angenommen haben.[26] Immaterialgüterrechte stellen folglich Rechte an verselbstständigten, verkehrsfähigen geistigen Gütern dar.[27]

Im objektiven Sinne umfasst das Immaterialgüterrecht sämtliche Rechtsnormen, die den Schutz geistigen Schaffens auf gewerblichem oder kulturellem Gebiet regeln.[28] Zum Immaterialgüterrecht gehören daher einerseits diejenigen Schutzrechte, deren Gegenstände gewöhnlich wirtschaftlich verwertet werden und die daher als gewerbliche Schutzrechte bezeichnet werden. Hierzu zählen neben dem Patent- und Gebrauchsmusterrecht insbesondere das Design- und Markenrecht.[29] Ebenfalls Teil des Immaterialgüterrechts ist zum anderen das Urheberrecht.[30] Anders als die gewerblichen Schutzrechte liegt der Schutzgegenstand im Urheberrecht nach traditionellem Verständnis jedoch primär auf kulturell-schöpferischem und

---

25 *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 1, Rn. 2; *Schack*, Urheberrecht, Rn. 19 und 120.
26 *Schack*, Urheberrecht, Rn. 19.
27 *Schönherr*, in: FS Troller, S. 57 (62); *Götting*, Persönlichkeitsrechte, S. 10; *Pierson*, in: Pierson/Ahrens/Fischer, S. 40.
28 *Rehbinder/Jireček*, Tafeln Immaterialgüterrecht, Fn. 1.
29 *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 1, Rn. 1, sowie Rn. 10-14.
30 *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 28.

nicht auf gewerblichem Gebiet.[31] Es zählt damit nicht zu den gewerblichen Schutzrechten, sondern steht systematisch gleichberechtigt neben diesen.[32]

Immaterielle Güter begründen nur dann Immaterialgüterrechte, wenn sie von der Rechtsordnung einem bestimmten Rechtssubjekt – in der Regel demjenigen, der es geschaffen hat – besonders zugeordnet werden.[33] Einerseits wird der Kreis der geschützten Güter bereits im Vorfeld durch einen abschließenden Katalog an möglichen Immaterialgüterrechten begrenzt. Andererseits werden auch an den grundsätzlich geschützten Kreis der Immaterialgüter einschränkende Voraussetzungen geknüpft, die sowohl die Entstehung als auch den Fortbestand eines spezifischen Immaterialgüterrechts beschränken. Zentrale Aufgabe des Immaterialgüterrechts ist es daher, allgemein nach Kategorien und insbesondere nach den gesetzlichen materiellen und formellen Erfordernissen zu prüfen, ob bestimmte geistige Leistungs- oder Schaffensergebnisse als Rechtsobjekt Schutz erhalten.[34]

Die durch ein Immaterialgüterrecht gewährte Rechtsstellung ist subjektiv absoluter Art und äußert sich insbesondere in der Gewährung einer Ausschließlichkeitsstellung, die das Immaterialgut der Herrschaft des Berechtigten unterstellt.[35] Neben einer positiven (Allein-) Nutzungsbefugnis weist diese Rechtsherrschaft daher vor allem einen negativen Inhalt auf, der sich darin äußert, dass dem Berechtigten die Macht verliehen wird, Dritten die unberechtigte Benutzung und Auswertung des Immaterialgutes zu verbieten.[36] Gerade aufgrund dieser Ausgestaltung erweist sich die mit der Zuerkennung eines Immaterialgüterrechts verbundene Rechtsgewährung zugleich als geeignete Grundlage für den Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen.

---

31 *Ahrens*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 1, Rn. 24; *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 1, Rn. 7.

32 Vgl. *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 1, Rn. 7.

33 *Schack*, Urheberrecht, Rn. 21; *Schönherr*, in: FS Troller, S. 57 (62f.); *Pierson*, in: Pierson/Ahrens/Fischer, S. 40.

34 Vgl. *Troller*, Immaterialgüterrecht, S. 50.

35 *Pierson*, in: Pierson/Ahrens/Fischer, S. 40.

36 *Troller*, Immaterialgüterrecht, S. 69.

II. Die Legitimation der Immaterialgüterrechte

Im Unterschied zu körperlichen Gegenständen lassen sich Immaterialgüter nicht von einer bestimmten Person aneignen, sondern bleiben als geistige Güter ubiquitär, wiederholbar und daher von allen nutzbar.[37] Durch die Zuordnung eines Immaterialgutes zu einer bestimmten Person im Wege ihrer Anerkennung als immaterialgüterrechtlich geschütztes Gut, wird diese allgemeine Nutzbarkeit jedoch aufgehoben, indem allein dem Rechtsinhaber die Nutzung des Immaterialgutes vorbehalten wird. Vor dem Hintergrund der in unserer Rechtsordnung grundsätzlich gewährleisteten Wettbewerbsfreiheit[38] und der sich daraus ergebenden grundsätzlichen Freiheit der Nachahmung und Nutzung fremder Leistungsergebnisse[39] bedarf die spezifische Einschränkung der Nutzbarkeit von geistigen Gütern durch das Immaterialgüterrecht daher einer rechtfertigenden Grundlage.[40]

Zur Legitimierung der Sonderstellung an Immaterialgüterrechten wurden verschiedene Theorieansätze entwickelt, die jeweils gesondert eine tragfähige Grundlage für die Einräumung einer Monopolstellung an geistigen Gütern bilden sollen.[41] Die unterschiedlichen Ansätze stellen allerdings weniger den Versuch einer Rechtfertigung des Immaterialgüterrechts in seiner Gesamtheit dar, sondern wurden vielmehr vor dem Hintergrund eines spezifischen Schutzrechtes entwickelt, wobei vor allem die rechtfertigungstheoretischen Ansätze des Urheberrechts und des Patentrechts zu unterscheiden sind.[42]

---

37 *Schack*, Urheberrecht, Rn. 20.

38 Vgl. nur *Köhler*, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, Einleitung, Rn. 1.46: „Die *Wettbewerbsfreiheit* ist als Ordnungsform des wirtschaftlichen Gesamtprozesses rechtlich gewährleistet."

39 Vgl. *Ohly*, in: Ohly/Sosnitza, § 4, Rn. 3/2.

40 Nicht näher erörtert werden soll die Frage nach der grundsätzlichen Berechtigung von Ausschließlichkeitsrechten an immateriellen Gütern. Diese kann heute als allgemein anerkannt betrachtet werden, vgl. *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 116 (Fn. 4). Ebenfalls nicht untersucht werden soll die Frage nach dem volkswirtschaftlichen Nutzen von Ausschließlichkeitsrechten an geistigen Gütern, wie sie insbesondere im Zusammenhang mit der ökonomischen Analyse des Rechts diskutiert wird. Insoweit sei hier lediglich erwähnt, dass vor allem das Patentsystem einen wichtigen Beitrag für die technologische Entwicklung insbesondere in den Industrieländern geleistet hat, *Osterrieth*, Patentrecht, Rn. 42.

41 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 116.

42 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 116; vgl. *Dölemeyer/Klippel*, FS 100 Jahre GRUR, S. 185 (Rn. 59f.).

1. Legitimation des Urheberrechtsschutzes

Das Urheberrecht wird in den kontinentaleuropäischen Ländern primär aus dem naturrechtlichen Postulat des geistigen Eigentums des Urhebers an seinem Werk abgeleitet.[43] Danach kommt das Urheberrecht dem Urheber naturrechtlich fundiert als Menschenrecht schon deshalb zu, weil er es ist, der das Werk geschaffen hat.[44] Die naturrechtliche Verknüpfung mit der Person des Urhebers kommt vor allem in der Entstehung des Urheberrechtsschutzes zum Ausdruck, die an keine formalen Akte gebunden ist: Das Urheberrecht entsteht als natürliches Recht mit der Schaffung des Werkes, ohne dass es einer Anmeldung oder Registrierung bedarf. Auch der verfassungsmäßige Schutz des Urheberrechts gründet auf dieser naturrechtlichen Verbindung des Urhebers zu seinem Werk, da sich der Urheber in Bezug auf sein Werk nicht nur auf den Eigentumsschutz nach Art. 14 GG berufen, sondern sich hinsichtlich seiner in der Schöpfung zum Ausdruck kommenden Persönlichkeit auf Art. 1, 2 Abs. 1 GG stützen kann.[45]

Neben diesem rein naturrechtlich-philosophischen Begründungsansatz ist heute allerdings anerkannt, dass die urheberrechtliche Schutzgewährung auch weitere Funktionen erfüllt, die an dem überindividuellen Interesse der Allgemeinheit orientiert sind.[46] Der Urheber leistet durch sein Wirken vor allem einen öffentlichen Dienst an der Gesellschaft, da er die Menschen innerhalb der Gesellschaft über die Grenzen unterschiedlicher Rassen, gesellschaftlicher Klassen, sowie auch Generationen hinweg verbindet und hierdurch zur Entwicklung des gesellschaftlichen Zusammenlebens beiträgt.[47] Für diesen Dienst ist der Urheber zu entlohnen, und zwar auch deshalb, weil mit der Schaffung und Verbreitung von Geistesschöpfungen nicht nur finanzielle, sondern auch zeitliche und kreative Investitionen verbunden sind (Amortisationsfunktion).[48] In dieser Weise erfüllt das Urheberrecht allerdings auch wiederum eine soziale Funktion zugunsten des Urhebers selbst: Das Urheberrecht hat insbesondere auch die Aufgabe, dem Urheber einen Lebensunterhalt zu verschaffen und zur

---

43 *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 10.
44 *Dreier*, in: Dreier/Schulze, Einleitung, Rn. 10.
45 *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 10.
46 *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 17; *Schack*, Urheberrecht, Rn. 17.
47 *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 20; *Rehbinder/Peukert*, Urheberrecht, Rn. 74.
48 *Rehbinder/Peukert*, Urheberrecht, Rn. 74.

Sicherung seiner Existenz beizutragen (Alimentationsfunktion).[49] Die Bereicherung um kreative Ergebnisse zugunsten der Allgemeinheit kann nur dann stattfinden, wenn als Reflex eine Versorgung des Urhebers ermöglicht wird. Dies gilt umso mehr, als die finanzielle Ausgangslage gerade für freischaffende Urheber oftmals schwierig ist, zumal sie das Risiko des „künstlerischen" Schaffens häufig alleine trifft.[50]

Die dogmatische Rechtfertigung des Urheberrechtsschutzes weißt folglich neben dem philosophisch-individualistischen Ansatz jedenfalls auch soziale, kulturelle und wirtschaftliche Elemente auf. Die urheberrechtliche Schutzgewährung erfolgt damit zwar ebenfalls im Interesse der Allgemeinheit.[51] Dennoch bleibt die spezifisch persönlichkeitsrechtliche Ausrichtung als zentraler Leitgedanke für die Rechtfertigung der urheberrechtlichen Schutzgewährung erhalten, zumal der Urheber für die im Rahmen der Schrankenregelungen erlaubten Nutzungen grundsätzlich eine Vergütung zu erhalten hat.[52] Auch dogmatisch betrachtet dienen die primär allgemeinwohlbezogenen Begründungsansätze letztlich der Person des Urhebers, dem das schöpferische Wirken finanziell zugutekommen soll.

2. Legitimation der gewerblichen Schutzrechte

Ebenso wie im Immaterialgüterrecht insgesamt, fehlt es auch für den Bereich der gewerblichen Schutzrechte an einer rechtstheoretischen Legitimationsbasis, die sämtliche Einzelschutzrechte allumfassend begründen soll. Allerdings wurden im Laufe des Streits über die grundsätzliche Anerkennung eines ausschließlichen Erfindungsschutzes in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts unterschiedliche Theorieansätze entwickelt, die von *Machlup*[53] als klassische Patentrechtstheorien zusammengefasst wurden und bis heute zur Legitimierung der Ausschließlichkeitsstellung an Erfindungen herangezogen werden: Die Naturrechts- oder Eigentumstheorie,

---

49 *A. Nordemann*, in: Fromm/Nordemann, Einleitung, Rn. 19; *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 14; *Rehbinder/Peukert*, Urheberrecht, Rn. 74.

50 *A. Nordemann*, in: Fromm/Nordemann, Einleitung, Rn. 19; *Rehbinder/Peukert*, Urheberrecht, Rn. 52 und Rn. 74; *Schack*, Urheberrecht, Rn. 10.

51 *Schricker*, GRUR 1992, 242 (246).

52 *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 10.

53 *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (377).

die Belohnungstheorie, die Offenbarungs- oder Vertragstheorie, sowie die Anspornt heorie.[54]

a. Patentrechtstheorien

aa. Naturrechts- oder Eigentumstheorie

Auch im Patentrecht wird in erster Linie der Naturrechts- oder Eigentumsgedanke zur Rechtfertigung des Sonderschutzes an der Erfindung herangezogen. Die Begründung für den Schutz der Erfindung soll danach auch hier in der Überzeugung liegen, dass der Mensch an den von ihm gemachten Erfindungen ein unbedingtes natürliches Eigentumsrecht besitzt.[55] Gegen eine entsprechende Rechtfertigung spricht allerdings schon im Patentrecht, dass die eigentumsrechtliche Fundierung mit der institutionellen Ausgestaltung des Patentrechts, die einen staatlichen (Verwaltungs-)Akt voraussetzt, in Widerspruch steht.[56] Auch die mit dem Prioritätsprinzip verbundene Benachteiligung des Doppelerfinders[57] ließe sich auf der Grundlage der Eigentumstheorie nicht systemimmanent erklären.[58] Da das Prioritätsprinzip zu den gemeinsamen Wesensmerkmalen aller gewerblichen Schutzrechte gehört,[59] bietet die Eigentumstheorie daher insgesamt keine überzeugende Rechtfertigungsgrundlage für die gewerblichen Schutzrechte.

bb. Belohnungstheorie

Nach der Belohnungstheorie ist es aus Gerechtigkeitsgründen geboten, jeden der Allgemeinheit geleisteten Dienst seiner Nützlichkeit nach zu

---

54 Vgl. nur *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 7ff.; *Osterrieth*, Patentrecht, Rn. 14ff.

55 *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 8; *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (377).

56 *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (2); kritisch: *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 117 (Fn. 8).

57 Vgl. *Götting* , Gewerblicher Rechtsschutz, § 5, Rn. 5.

58 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 119; *Kunczik*, GRUR 2003, 845 (848). Anders dagegen im Urheberrecht, in dem voneinander unabhängige Doppelschöpfungen vollen Urheberrechtsschutz erlangen können, vgl. *Schack*, Urheberrecht, Rn. 189.

59 Vgl. *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 5, Rn. 5.

belohnen.[60] Der Erfinder, der durch seine geistige Leistung das technische Wissen mehrt, leistet einen solchen Dienst und soll dementsprechend belohnt werden. Es handelt sich daher auch bei der Belohnungstheorie um einen rechtsethischen Begründungsansatz, der sich auf die Formel „Gerechter Lohn für nützliche Arbeit" verkürzen lässt.[61] Obwohl die Belohnungstheorie wegen ihrer Anknüpfung an den Wert der Erfindung und der damit verbundenen Einbeziehung des Allgemeininteresses, insgesamt mehr Zustimmung erfahren hat als die Eigentumstheorie,[62] wurde dieser Ansatz allerdings schon für das Patentrecht kritisiert. Gegen ihn spricht vor allem, dass sich die gewährte Belohnung letztlich losgelöst von der gesellschaftlichen Nützlichkeit, sondern allein anhand der aktuellen (wirtschaftlichen) Verwertbarkeit orientiert, sodass sie oftmals keine wirklich gerechte Belohnung für den Erfinder darstellt.[63]

cc. Vertrags- oder Offenbarungstheorie

Der Vertrags- oder Offenbarungstheorie liegt die Überlegung zugrunde, dass ein fortwährender industrieller Fortschritt wünschenswert ist, ein solcher aber nicht erreicht werden kann, wenn Erfinder ihre Erfindungen geheim hielten.[64] Im Interesse der Allgemeinheit soll der Erfinder daher zu einer möglichst frühzeitigen Offenlegung seiner Erfindung bewogen werden.[65] Das Ausschlussrecht an der Erfindung erscheint hiernach als Gegenleistung der Allgemeinheit für den mit der Offenlegung verbundenen Verzicht des Erfinders auf die Geheimhaltung,[66] weshalb im Zusammenhang mit der Offenbarungstheorie auch von einem Austauschvertrag gesprochen wird.[67] Auch diesem Ansatz wurden verschiedene Argumente entgegengehalten, so etwa, dass eine vollständige Offenbarung in allen Einzelheiten zur Erlangung eines Patentschutzes in vielen Fällen gar nicht notwendig sei und dass der Schutz oftmals für etwas vergeben würde,

---

60 *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (377); *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 9.
61 *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (2f.).
62 *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (3).
63 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 119; *Kunczik*, GRUR 2003, 845 (848); vgl. auch *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (382).
64 *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (377).
65 *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (377).
66 *Osterrieth*, Patentrecht, Rn. 18; *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 11.
67 *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (4).

was früher oder später ohnehin bekannt würde.[68] *Sambuc* weist überdies darauf hin, dass dieser Ansatz allein für das Patentrecht eine geeignete Rechtsfertigungsgrundlage biete, während im Bereich der anderen gewerblichen Schutzrechte eine Offenbarung ohnehin regelmäßig beabsichtigt ist.[69] Gerade im Bereich des Designrechts, aber auch bei Marken wird der Schutzgegenstand ohnehin offengelegt, sodass dieser Ansatz dort keine Grundlage findet.

dd. Ansporntheorie

Auch die Ansporntheorie stellt das Allgemeininteresse an einem wirtschaftlichen und technischen Fortschritt in den Vordergrund.[70] Ihr liegt allerdings der Ansatz zugrunde, dass Erfindungen, die dem technischen, wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt dienen, nur dann zustande kommen, wenn die Aussicht auf einen entsprechenden Ertrag aus der Erfindung besteht. Anders als nach dem Belohnungsgedanken ist die Gewährung einer Ausschließlichkeitsstellung daher nicht der Lohn für bereits geleistet Dienste, sondern Anreiz zur Förderung des weiteren Fortschritts.[71] Die einfachste, billigste und zugleich wirkungsvollste Möglichkeit einen solchen Anreiz zu schaffen, stelle die Gewährung einer zeitlich befristeten Monopolstellung in Gestalt eines Ausschließlichkeitsrechts an der Erfindung dar.[72]

Auch gegen die Ansporntheorie wurden verschiedene Argumente vorgetragen, so etwa, dass auch diese Theorie nicht begründen könne, weshalb die Anreizwirkung gerade in der Gewährung einer Ausschließlichkeitsstellung liegen soll oder dass der wirtschaftliche Vorsprung des Erfinders als Gewinnerwartung genüge.[73] Dennoch ist in der juristischen Diskussion vor allem der Anreizgedanke als übergeordneter Zweck des Patentsystems und damit als zentraler Rechtfertigungsgrund des Patentschutzes anerkannt.[74]

---

68 *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (383f.); *Kunczik*, GRUR 2003, 845 (847).
69 *Sambuc*, UWG-Nachahmungsschutz, Rn. 553; ebenso *Gottschalk*, Schutz des Designs, S. 39.
70 *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (3).
71 *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (3); *Säger*, GRUR 1991, 267 (269).
72 *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (377).
73 Vgl. zu den Gegenargumenten *Machlup*, GRUR Int. 1961, 373 (378f.).
74 Statt vieler: *Sambuc*, UWG-Nachahmungsschutz, Rn. 555; *Kunczik*, GRUR 2003, 845 (848); *Horn*, GRUR 1977, 329.

b. Vergleich und Übertragbarkeit auf andere gewerbliche Schutzrechte

Vergleicht man die unterschiedlichen Begründungsansätze miteinander, so zeigt sich, dass sowohl die Naturrechtstheorie, als auch die Belohnungstheorie die Ausschließlichkeitsstellung vorwiegend mit Blick auf den Erfinder als Gebot der Gerechtigkeit zu rechtfertigen versuchen, während sowohl die Ansporn- als auch die Offenbarungstheorie vor allem die Nützlichkeit für die Allgemeinheit betonen.[75] Zwar stellt auch die Belohnungstheorie im Kern auf die Nützlichkeit der Erfindung für die Allgemeinheit ab, doch erfolgt die gewährte Belohnung hier nicht primär aus ökonomischen Überlegungen wegen der Förderung des technischen oder wirtschaftlichen Fortschrittes, sondern aus der Vorstellung von Gerechtigkeit heraus.[76] Sie knüpft damit unmittelbar an die naturrechtliche Fundierung des Erfindungsschutzes an, die allein rechtsethische Aspekte zugunsten des Erfinders berücksichtigt und steht diesem Begründungsansatz damit näher als die Ansporn- und Offenbarungstheorie.

Alle genannten Theorien sehen sich allerdings wie erwähnt in unterschiedlicher Weise der Kritik ausgesetzt. Im Schrifttum wird daher mittlerweile der Standpunkt vertreten, dass sich die verschiedenen Theorien nicht gegenseitig ausschließen, sondern vielmehr ergänzen und nur in ihrer Gesamtheit zur Begründung herangezogen werden können.[77] Dennoch erweist sich primär die Ansporntheorie als tragfähiges Fundament für die Begründung der Ausschließlichkeitsstellung an Erfindungen. Die an ihr geäußerte Kritik erweist sich im Vergleich zu den weiteren Rechtfertigungsansätzen bereits deshalb als weniger schwer, weil sich erst durch die zeitlich gesicherte Befugnis zur Alleinnutzung die künftige Ertragserwartung stabilisiert und hierdurch die Bereitschaft, Kapital und Mühe in die Entwicklung neuer Problemlösungen zu investieren, erhöht.[78] Erst die Erwartung für künftige Entwicklungen einen Schutz zu erhalten, stellt folglich den entscheidenden Anreiz für die Schaffung weiterer Erfindungen dar.[79]

Zumindest für das Patentrecht lässt sich demnach die mit der Ansporntheorie verbundene Förderung des Allgemeinfortschritts als zentraler Be-

---

75 *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 12.
76 Vgl. *Säger*, GRUR 1991, 267 (269); *Beier*, GRUR Int. 1970, 1 (2).
77 *Bacher*, in: Benkard, PatG, § 1, Rn. 1a; *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 12; *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 120.
78 *Ann*, in: Kraßer/Ann, Patentrecht, § 3, Rn. 10.
79 *Sambuc*, UWG-Nachahmungsschutz, Rn. 555.

gründungsansatz ausmachen. Zu klären bleibt indessen, inwieweit sich dieser dem Patentschutz vorrangig zugrundeliegende Begründungsansatz auch auf die anderen gewerblichen Schutzrechte übertragen lässt. Für das Kennzeichenrecht wird man zumindest eine unmittelbare Übertragbarkeit des Anreizgedankens indessen verneinen müssen. Nach bisherigem Verständnis liegt insbesondere die Funktion des Markenrechts primär darin die Kennzeichnung einer unternehmerischen Leistung zu schützen, weshalb der Gegenstand des Schutzes selbst keine geistige Leistung darstellen muss, zu deren Entwicklung der „Markengestalter" angeregt werden müsste.[80] Dennoch ist auch hier nicht von der Hand zu weisen, dass auch Marken und sonstige Kennzeichen einen entscheidenden Wettbewerbsfaktor darstellen, indem sie als Ausdruck innovativer Kompetenz am Markt in Erscheinung treten.[81] In dieser Weise dient daher auch das Kennzeichenrecht zumindest mittelbar der Förderung von Innovation und Kreation, indem es Unternehmen, die ihre Leistungen am Markt anbieten, die Möglichkeit gewährt, sich den Abnehmern gegenüber erkennbar zu machen und dadurch voneinander abzugrenzen.[82] Das Markenrecht bietet daher eine Anreizstruktur in Bezug auf die Wettbewerbsfaktoren Kommunikation und Information.[83] Gerade das Forschungs- und Entwicklungspotential der Markenhersteller sorgt dabei aber nicht nur für einen qualitativen, sondern auch für einen technischen Fortschritt,[84] sodass sich der Anreizgedanke zumindest mittelbar übertragen lässt.

Auch für das Designrecht erscheint eine unmittelbare Übertragung des Ansporngedankens zunächst zweifelhaft. Eine mit dem Patentrecht vergleichbare Nützlichkeit im Sinne eines unmittelbaren Fortschritts in der Technik lässt sich nämlich bei gestalterischen Leistungsergebnissen, wie sie durch das Designrecht geschützt werden, nicht ohne Weiteres erkennen. Nach *Eck*, der sich soweit erkennbar als erster eingehend mit den Schutzgründen des Designrechts befasst hat,[85] wird man den erforderlichen Allgemeinfortschritt im patentrechtlichen Sinne jedoch nicht auf den Kernbereich des technischen Schaffens beschränkt sehen dürfen. *Eck* sieht die durch das Patentrecht bezweckte Förderung des Allgemeinfortschritts gerade nicht als Fortschritt in dem Bereich der Technik, sondern

---

80 Vgl. *Veelken*, ZVglRWiss 1999, 313 (341). Die Markenfunktionen werden im 5. Teil der Arbeit eingehend behandelt, vgl. unten, 5. Teil, A, I, S. 296ff.
81 *Güldenberg*, GRUR 1999, 843 (843f.).
82 *Kur*, in: Kur/v. Bomhard/Albrecht, MarkenG, Einleitung Markenrecht, Rn. 6.
83 *Lehmann/Schönfeld*, GRUR 1994, 481 (486).
84 *Güldenberg*, GRUR 1999, 843 (844).
85 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 116ff.

als allgemeinen Fortschritt durch eine jeweilige Technik.[86] Der Gedanke des Allgemeinfortschritts ist demnach gerade nicht auf das Gebiet der Technik begrenzt, sondern als Bereicherung durch die allgemeine Erweiterung von Techniken zu verstehen. Eine Übertragung des patentrechtlichen Ansporngedankens lässt sich daher auch auf das Designrecht vornehmen.

3. Folgerungen für den Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen

Angesichts der unterschiedlichen dogmatischen Begründungsansätze des Urheberrechts auf der einen und der gewerblichen Schutzrechte auf der anderen Seite, stellt sich die Frage, ob und inwieweit sich ein Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen mit der dogmatischen Zielsetzung der verschiedenen Rechtsbereiche in grundsätzlichen Einklang bringen lässt.

Während die Gewährung eines urheberrechtlichen Schutzes für grafische Gebrauchsgestaltungen vergleichsweise einfach mittels der an der Person des Urhebers ausgerichteten Naturrechts- und Eigentumstheorie begründet werden kann, ist im Hinblick auf die gewerblichen Schutzrechte jedenfalls nicht offenkundig erkennbar, worin hier der dem Ansporngedanken zugrundeliegende Fortschritt zu erblicken ist.

Auch für grafische Gestaltungen lässt sich jedoch die von *Eck* zugrunde gelegte Auslegung des Fortschrittsgedankens als Fortschritt *in* der Technik heranziehen. Nach *Eck* liegt die Nützlichkeit jedenfalls für den Bereich schöpferischer Formgestaltungen im Sinne des dreidimensionalen Produktdesigns in der allgemeinen Bereicherung des Formenschatzes der gewerblichen Gegenstände.[87] Dieser Gedanke lässt sich ohne Einschränkungen auf den Bereich rein zweidimensionaler Flächengestaltungen im Sinne des Grafik-Designs oder auch auf andere Grafikgestaltungen übertragen. Der den gewerblichen Schutzrechten in dogmatischer Hinsicht zugrundeliegende Fortschrittsgedanke kann bei grafischen Gebrauchsgestaltungen damit in der allgemeinen Bereicherung des Bestandes an grafisch-kommunikativen Gebrauchsformen gesehen werden.

Vom dogmatischen Standpunkt aus lässt sich ein Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen daher im Grunde auch mit der rechtstheoretischen Legitimation der gewerblichen Schutzrechte vereinbaren. Dennoch wird erkennbar, dass die Schutzgewährung für grafische Gestaltungsergebnisse mit der dogmatischen Fundierung des Urheberrechts ungleich einfacher

---

86 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 126.
87 *Eck*, Schutz der Formgebung, S. 126, m. N. aus der älteren Rechtsprechung.

in Übereinstimmung gebracht werden kann. Gerade im Hinblick auf die voneinander abweichenden Leitgedanken der verschiedenen Rechtsbereiche lassen sich überdies zumindest indirekt aber auch Rückschlüsse auf die Anforderungen der jeweiligen Schutzgewährung ziehen: Während sich eine Verbesserung der Bedingungen im Bereich der schöpferischen Tätigkeit nur durch einen effizient ausgebauten Urheberrechtsschutz erreichen lässt,[88] was die Anlegung nicht allzu strenger Maßstäbe bei der Frage der Schutzgewährung einschließt, spricht die am Fortschrittsgedanken orientierte Schutzgewährung durch die gewerblichen Schutzrechte jedenfalls im Ausgangspunkt tendenziell gegen eine allzu weitgehende Schutzgewährung. Gerade weil der Schutz durch eine weitreichende Ausschließlichkeitsstellung im Bereich der gewerblichen Schutzrechte primär an die allgemeinwohlbezogene Nützlichkeit des jeweiligen Geistesgegenstandes und den damit verbundenen Fortschritt anknüpft, liegt es vielmehr näher, diese Stellung tendenziell nur für solche Ergebnisse zu vergeben, die eine entsprechend weitreichende Nützlichkeit für die Allgemeinheit aufweisen. Letzteres rechtfertigt es daher zumindest tendenziell nicht allzu niedrige Maßstäbe bei der Festlegung der Schutzuntergrenzen im Bereich der gewerblichen Schutzrechte anzulegen.

C. Die Schutzmöglichkeiten für grafische Gebrauchsgestaltungen im Überblick

I. Urheberrechtlicher Schutz

Hinsichtlich der in Frage kommenden Schutzmöglichkeiten bietet vor allem das Urheberrecht eine mögliche Grundlage für den Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen. Als formloses Schutzrecht, welches ipso iure mit der Schaffung des Werkes entsteht und erst siebzig Jahre nach dem Tod des Urhebers erlischt,[89] könnte der urheberrechtliche Schutz für den Gestalter grafischer Gebrauchsgestaltungen einen frühzeitigen und zeitlich umfassenden Schutz gegen die unberechtigte Nutzung von Gestaltungen bieten.

Obwohl das Urheberrecht als das „Schutzrecht der Kreativen“[90] dazu dient den ansonsten finanziell benachteiligten Künstlern ein Einkommen

88 Vgl. *Loewenheim*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 19.
89 § 64 UrhG.
90 *Dietz*, GRUR Int. 2015, 309 (309).

zu sichern,[91] wurden die Anforderungen an die urheberrechtliche Schutzgewährung jedoch vor allem im Bereich gebrauchsbezogener Kunstgestaltungen durch die Rechtsprechung lange Zeit restriktiv gehandhabt. Dies galt vor allem für den urheberrechtlichen Schutz von Designgestaltungen, zu dem neben dem Produkt-, Mode und Textildesign auch der Bereich des Grafik- und Kommunikationsdesigns zählt. Nach einem im Auftrag der Allianz deutscher Designer verfassten Gutachten von *Nordemann* und *Heise* waren angesichts der traditionell strengeren Schutzanforderungen vormals gerade einmal 2,5% aller Designleistungen aus diesem Bereich urheberrechtlich geschützt.[92] Grafik-, Mode-, Produkt- oder Textildesigner arbeiteten daher lange Zeit in der permanenten Ungewissheit, ob ihre Werke in Streit- oder Zweifelsfällen als schutzfähig anerkannt wurden oder nicht.[93] Nicht nur in der Designbranche, sondern auch im urheberrechtlichen Schrifttum ist diese Rechtspraxis im Lauf der Zeit daher immer stärker kritisiert worden.

Dadurch, dass sich der Bundesgerichtshof im Jahr 2013 zumindest aus formaler Sicht von den vormals strengeren Anforderungen für Gestaltungen aus diesem Bereich getrennt hat, gewinnt die Frage nach der urheberrechtlichen Schutzgewährung allerdings erneut an Aktualität. Dies gilt vor allem für diejenigen grafischen Gebrauchsgestaltungen, die aufgrund der vormals strengeren Anforderungen bislang regelmäßig vom Urheberrechtsschutz ausgenommen blieben. Ob und inwieweit aufgrund der seither geänderten Rechtslage ein Schutz durch das Urheberrecht möglich ist, wird im Rahmen der Untersuchung zum urheberrechtlichen Schutz im dritten Teil eingehend behandelt werden.

II. Designrechtlicher Schutz

Neben dem Urheberrecht bietet das vormals als Geschmacksmusterrecht bezeichnete Designrecht eine weitere Schutzmöglichkeit für grafische Gebrauchsgestaltungen. Ebenso wie durch die übrigen gewerblichen Schutzrechte werden durch das Designrecht geistige Leistungen geschützt, die einen Anwendungs- und Gebrauchsbezug aufweisen. Allerdings unterscheidet sich der Schutz insbesondere von den technischen Schutzrechten durch den Gegenstand des Schutzes: Das Designrecht zielt auf den Schutz

91 Vgl. oben, 2. Teil, B, II, 1, S. 36f.
92 Vgl. *Nordemann/Heise*, ZUM 2001, 128 (136).
93 *Hackenberg*, in: FS Nordemann, S. 25 (26).

der in einem Erzeugnis zum Ausdruck kommenden Gestaltungslehre ab.[94] Gegenstand des Designrechts ist demnach der Schutz vorwiegend gewerblich nutzbarer Gestaltungsformen, was einen Schutz durch dieses Rechtsgebiet auch für grafische Gebrauchsgestaltungen sinnvoll erscheinen lassen könnte.

Durch den Schutz gestalterischer Erscheinungsformen besteht seit jeher eine starke Nähe zum urheberrechtlichen Schutzkreis, der vor allem durch die Einbeziehung angewandter Kunstgestaltungen ebenfalls Gestaltungsergebnisse mit einem Anwendungsbezug erfasst. Es stellt sich daher die Frage, inwieweit der designrechtliche Schutz insbesondere im Überschneidungsbereich zum Urheberrecht eine vergleichbare Schutzstellung für grafische Gebrauchsgestaltungen bietet und sich insoweit vom Urheberrechtsschutz unterscheidet. Der designrechtliche Schutz wird daher im vierten Teil der Arbeit untersucht werden.

III. Kennzeichenrechtlicher Schutz

Ein Schutz grafischer Gestaltungsergebnisse ist zudem über die kennzeichenrechtlichen Bestimmungen des Markengesetzes möglich. Wie zuvor bereits erwähnt, weist der kennzeichenrechtliche Schutz im Vergleich zu den übrigen Immaterialgüterrechten allerdings Besonderheiten auf, die aus der Funktion und Bedeutung dieses Rechtsgebiets resultieren. Das Kennzeichenrecht hat traditionell primär den Zweck die in einem Zeichen zum Ausdruck kommende Werbeleistung eines Unternehmens bei dem Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen zu schützen.[95] Aus diesem Grund gewährt der kennzeichenrechtliche Schutz folglich keine vollständige Ausschließlichkeitsstellung an einem Zeichen, sondern beschränkt sich auf den Schutz von bestimmten markenrechtlich anerkannten Funktionen.[96] Wie weit dieser „Funktionenschutz“ reicht und inwieweit sich ein Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen mit diesem vereinbaren lässt, ist zentraler Gegenstand des fünften Teils.

---

94 *Nirk*, Designlaw, S. 111.
95 *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 4, Rn. 17.
96 *Ohly*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 56; vgl. auch *Sack*, WRP 2010, 198 (206ff.); *Bercovitz*, GRUR Int. 2001, 611 (612).

IV. Patentrecht- und gebrauchsmusterrechtlicher Schutz

Gegenstand des patent- und gebrauchsmusterrechtlichen Schutzes sind Erfindungen, die auf technischem Gebiet liegen und eine Lehre zum technischen Handeln, sei es für die Herstellung eines Erzeugnisses oder für ein bestimmtes Verfahren beinhalten.[97] Der Patentschutz hat damit die Aufgabe die einer Erfindung zugrundeliegende technische Lehre zu schützen. Davon abzugrenzen sind (hingegen) geistige Schaffensergebnisse, die außerhalb des Bereichs der Technik liegen und daher von einem patent- und gebrauchsmusterrechtlichen Schutz ausgenommen bleiben, wie Schöpfungen der Literatur oder Kunst.[98] Hierzu zählt auch der primär über das Urheberrecht erfasste Bereich des künstlerisch-kreativen Wirkens, weshalb zwischen dem Urheberrechtsschutz einerseits und dem patent- und gebrauchsmusterrechtlichen Schutz andererseits kaum Überschneidungsbereiche bestehen.[99] Auch für grafische Gebrauchsgestaltungen, die als vorwiegend ästhetische Formgestaltungen selbst keine technische Lehre darstellen, wird ein Schutz über das Patentrecht daher nicht in Betracht kommen. Als grafische Kommunikationsmittel können diese zwar eine technische Lehre wiedergeben, sodass die einer grafischen Darstellung gegebenenfalls zugrundeliegende Erfindung – die formellen, wie auch materiellen Erteilungsvoraussetzungen vorausgesetzt – über das Patentrecht geschützt werden kann.[100] Die schöpferisch-ästhetische Formgestaltung selbst bleibt von einem patent- und gebrauchsmusterrechtlichen Schutz jedoch ebenso ausgenommen, wie die reine Wiedergabe von Informationen,[101] sodass ein Schutz der Gestaltung an sich durch diese Rechtsbereiche ausscheidet.

Ein zumindest theoretischer Anwendungsfall des Patentschutzes verbleibt dagegen zwar insoweit, als die Möglichkeit besteht, einen Schutz für eine bestimmte Gestaltungstechnik im Wege des Verfahrenspatents zu erlangen.[102] Da sich die vorliegende Untersuchung indessen mit dem Schutz grafischer Gebrauchsgestaltungen als Ergebnis eines geistigen Schaffens-

---

97 *Osterrieth*, Patentrecht, Rn. 332 und 357; *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 10, Rn. 1 und 4.

98 Vgl. *Götting*, Gewerblicher Rechtsschutz, § 10, Rn. 16.

99 *Ohly*, in: Schricker/Loewenheim, Einleitung, Rn. 52.

100 Dies betrifft vor allem Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 7 UrhG, vgl. dazu *Osterrieth*, Patentrecht, Rn. 470.

101 Vgl. § 1 Abs. 3 Nr. 2 und 4 PatG, sowie § 1 Abs. 2 Nr. 2 und 4 GebrMG.

102 Vgl. *Bacher*, in: Benkard, PatG, § 1, Rn. 29; *Osterrieth*, Patentrecht, Rn. 367; *Sauer*, Designschutz, S. 122.