
Erfolgreich als Designer

Impressum

Konzeption und Layout:

Erik Spiekermann & Thomas Walsch

Edenspiekermann, Berlin

Illustrationen:

Eva Rusch, icon kommunikationsdesign, Köln

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek:

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

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechts.

© 2009 Birkhäuser Verlag AG

Basel · Boston · Berlin

Postfach 133, CH-4010 Basel, Schweiz.

Ein Unternehmen der Fachverlagsgruppe

Springer Science + Business Media.

Gedruckt auf säurefreiem Papier, hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff. TCF[∞]

Printed in Germany

ISBN: 978-3-7643-9988-7

9 8 7 6 5 4 3 2 1

www.birkhauser.ch

Joachim Kobuss
Alexander Bretz

ERFOLGREICH ALS DESIGNER

DESIGNRECHTE
INTERNATIONAL
SCHÜTZEN UND
MANAGEN

BIRKHÄUSER
Basel · Boston · Berlin

*Für Alexander-Semjon Kobuss – meinen Sohn
Joachim Kobuss*

*Allen meinen Mandantinnen und Mandanten,
die ich berate und betreue und deren Intelligenz,
Kraft, Kreativität und Mut ich bewundere
und liebe – ganz besonders Anja
Alexander Bretz*

Inhalt

Vorwort

Joachim Kobuss	13
----------------------	----

Einführung

Alexander Bretz	15
-----------------------	----

Interviews

Fiona Bennett	205
Michael Eibes	235
Anja Engelke	95
Alexandra Fischer-Roehler	67
Karsten Henze	159
Fons Hickmann	41
Johanna Kühl	67
Eckart Maise	219
Justus Oehler	57
Peter Raacke	261
Tassilo von Grolman	139
Sabine Zentek	171

Teil I. Rechtliche Rahmenbedingungen und Nutzung von Designrechten (NUTZEN)

20

1. Der rechtliche Rahmen für Design in einer globalisierten Wirtschaft	23
1.1 Kreativität, Recht und Geld	
1.2 Designerrelevante Schutzrechte	
1.3 Internationaler Rechtsverkehr	
2. Erfolgreiche Designer brauchen keine Schutzrechte	33
2.1 Shared Space: Ein Projekt	
2.2 Bereiche ohne Schutzrecht	
2.3 Design ohne Schutzrechte	
2.4 Lernen von Rechtlosen	
2.5 Schutzrechte versus Wettbewerb	

3.	Grundsätze zum Überleben	43
3.1	Wertungsspielraum	
3.2	Ihre Entwürfe werden nachgeahmt	
3.3	Sie werden beschuldigt, nachzuahmen	
3.4	Und was kostet das alles?	
3.5	Schiedsgerichte und Mediation	
3.6	Rechtsschutzversicherung und Prozessfinanzierung	
4.	Besonderheiten der Designbereiche	59
4.1	Designdisziplinen in Abgrenzung und Verschmelzung	
4.2	Kommunikationsdesign	
4.3	Fotodesign	
4.4	Industrie- und Produktdesign	
4.5	Interiordesign	
4.6	Mode- und Textildesign	
5.	Verträge verhandeln	69
5.1	Einstellungen, Veranlagungen und Fähigkeiten	
5.2	Verhandlungstechniken am Praxisbeispiel	
5.3	Vorgehensweisen mit Verträgen anhand von Praxisbeispielen	
5.4	Typische Verhandlungssituationen und wie Sie damit umgehen	
5.5	Ihr positives Aggressionspotenzial	
6.	Der Wert der Designrechte	99
6.1	Wann werden Schutzrechte bewertet?	
6.2	Schutzrechte in der Bilanz	
6.3	Lizenzverträge als Bewertungsgrundlage	
6.4	Bewertung von Schutzrechten in Gesellschaftsverträgen	
6.5	Markenschutz durch Betriebsspaltung	
6.6	Lizenzverträge in der Insolvenz	
6.7	Markenlizenzen und reine Lizenzen	
6.8	Schutzrechte und Lizenzen als Sicherheiten	

Teil II. Designrechte (GESTALTEN)	108
7. Entwurfs- und produktbezogene Rechte – Urheberrecht und Geschmacksmusterrecht	111
7.1 Worauf es bei Entwürfen und Produkten ankommt	
7.2 Urheberrecht	
7.3 Geschmacksmusterrecht	
7.4 Entwurfs- und produktbezogene Rechte international	
8. Kennzeichenbezogene Rechte – Markenrecht, Schutz der Geschäftsbezeichnung	141
8.1 Worauf es bei geschäftlichen Kennzeichen ankommt	
8.2 Die Marke	
8.3 Geschäftsbezeichnung (nur in Deutschland)	
8.4 Kennzeichenbezogene Rechte international	
9. Handlungsbezogene Rechte – wettbewerbsrechtliche Regelungen	161
9.1 Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz – das kleine Schutzrecht	
9.2 Verbot der Vorlagenfreibeuterei – Schutz bei Pitches und Präsentationen	
9.3 Diskriminierungsverbot und Verbot unbilliger Behinderung – der Anspruch auf faire Auswahl der Teilnehmer an Messen und ähnlichen Veranstaltungen	
9.4 Wettbewerbsrecht international	
10. Technische Rechte für Designer – Patente und Gebrauchsmuster	175
10.1 Patente	
10.2 Gebrauchsmuster	
10.3 Patente international	

Teil III. Vertragsrecht (FORMULIEREN) _____ 182

11.	Auf der Suche nach dem optimalen Vertrag	185
11.1	Der Begriff des Vertrags	
11.2	Law and Economics	
11.3	Musterverträge	
11.4	Anpassung der Rechtsfolgen	
12.	Leistungsdefinitionen für Fortgeschrittene	207
12.1	Die Vielfalt der Leistungen	
12.2	Erarbeitung des Entwurfs	
12.3	Einräumung von Nutzungsrechten	
12.4	Beratung des Auftraggebers	
12.5	Vermittlungstätigkeit	
12.6	Aufwendungsersatz	
13.	Honorare für Fortgeschrittene	221
13.1	Die Vielfalt der Honorar-Leistungen	
13.2	Das Entwurfshonorar	
13.3	Das Nutzungshonorar	
13.4	Das Beratungshonorar	
13.5	Die Vermittlungsprovision	
13.6	Der Aufwendungsersatz	
13.7	Der Sonderfall Pitch-Honorar	
14	Kleingedrucktes für sich nutzen	237
14.1	Der Begriff der Allgemeinen Geschäftsbedingungen	
14.2	Geschäftsbedingungen für Kaufverträge	
14.3	Designvertrag	
15.	Haftung und Reklamationen	247
15.1	Praktische Haftungsvermeidung – Beispiel	
15.2	Vertragliche Pflichten	
15.3	Vertragliche Nebenpflichten	
15.4	Außervertragliche Haftungsrisiken	
16.	Verträge im globalen Wirtschaftsverkehr	255
16.1	Wenn Sie nichts tun	
16.2	Den Internationalen Gerichtsstand und anwendbares Recht festlegen	
16.3	Schiedsgerichte – die Lösung?	
17.	Die Zukunft der Schutzrechte	263
17.1	Eine international vereinheitlichte Rechtsordnung	

- 17.2 Ein einheitliches Schutzrecht für alle Formen geistigen Eigentums
- 17.3 Schutz nur gegen kommerzielle Nutzung
- 17.4 Einsatz moderner Informationstechnologien

Anhang

Danksagung	269
Autorenporträts	270
Länderübersichten	273
Argentinien	274
Australien	276
Brasilien	278
China	280
Dänemark	282
Deutschland	284
Frankreich	286
Großbritannien	288
Indien	290
Israel	292
Italien	294
Japan	296
Kanada	298
Kenia	300
Korea	302
Russland	304
Schweden	306
Schweiz	308
Spanien	310
Südafrika	312
Türkei	314
USA	316
Checklisten	319
Entwurfsbezogene Rechte	320
Kennzeichenrechte	322
Abmahnungen	324
Präsentationen	326
Rahmenbedingungen für Verträge im Design	327
Kommentiertes Wörterbuch deutsch-englisch	337
Adressen	343
Literaturliste	347
Index	351
Sponsoren	359

Vorwort

Joachim Kobuss

Als ich im Sommer 2007 an meinem ersten Buch mit dem Titel *Erfolgreich als Designer – Business gründen und entwickeln* gearbeitet habe, kam zum ersten Mal der Gedanke auf, das komplexe Thema der Designrechte in einem weiteren Buch zu behandeln. Nun habe ich zwar aufgrund meiner langjährigen Erfahrung aus der Beratung und dem Coaching Kenntnisse in diesem Gebiet erworben, kann aber als Nichtjurist keine fundierte und umfassende Beschreibung liefern.

In Gesprächen mit meinem späteren Autorenpartner Alexander Bretz entwickelte sich der Gedanke an eine Zusammenarbeit. Als Fachjurist ist er ein Experte in Fragen der Designrechte und langjähriger Berater von Designern. Durch seine Erfahrungen aus der Praxis hat er darüber hinaus die Fähigkeit entwickelt, juristische Hintergründe und Zusammenhänge verständlich zu vermitteln – auch und insbesondere für Rechtslaien und speziell für kreativ Denkende und Arbeitende. Das waren alles ideale Voraussetzungen für eine Zusammenarbeit. Schnell wurde aus einem ersten Gedanken ein konkretes Konzept. Wir waren uns von Anfang an einig, dass wir kein konventionelles juristisches Buch machen wollten, sondern vielmehr einen aus praktischer Sicht hilfreichen Ratgeber im Umgang mit Rechtsfragen.

In unserer Zusammenarbeit zeigte sich, dass wir uns im Ansatz und der Umsetzung kongenial ergänzen. Unsere juristischen und ökonomischen Erfahrungen führten uns zu einer im Ursprung unterschiedlichen aber in der Entwicklung parallelen Denk- und Handlungsweise. Daher ist es nicht verwunderlich, dass wir durch unsere Zusammenarbeit als Autoren mittlerweile auch in der Beratung, im Coaching, im Training und in designpolitischen Aktivitäten eng zusammenarbeiten. Ein Beispiel hierfür ist unser gemeinsames Institut *Unternehmen Design (Un:D)*, welches wir mit Partnern im Sommer 2008 gründeten.

Die inhaltliche Arbeit an diesem Buch hat zu großen Teilen Alexander Bretz geleistet, schließlich ist er der Jurist. Mein Beitrag beschränkte sich auf die eine oder andere Verständnisfrage, hier

und da ein paar Ergänzungen aus meiner eigenen Erfahrung, die Verlinkung und durchgängige Sprache innerhalb dieser Buchreihe.

Wie Sie als Designerin oder Designer dieses Buch nutzen können, erläutert Alexander Bretz in der folgenden Einführung.

Zum Abschluss unserer Arbeit am Manuskript sind wir zu der Überzeugung gekommen, dass wir über die Beschreibungen und Empfehlungen in Nutzen, Gestalten und Formulieren hinaus auch unsere Position zur Zukunft der internationalen Schutzrechte deutlich machen müssen. Diese finden Sie in Kapitel 17 – als Handlungsempfehlung an Politik, Verwaltung und alle Akteure in der Designwirtschaft.

Wie schon das erste Buch dieser Reihe versteht sich auch dieses als unser Angebot, mit dem wir unseren Standpunkt auf der Basis unserer Erfahrungen wiedergeben. Sie können diesen mit uns teilen, ganz oder teilweise ablehnen oder verurteilen. Wie auch immer, wir sind für Anregungen und Kritik offen.

Apropos Buchreihe: Dieses Buch ist das zweite in der Reihe *Erfolgreich als Designer*. Nun wäre es sicher etwas vermessen, bei zwei Büchern gleich von einer Reihe zu sprechen. Aber mit diesem hier kamen immer neue Ideen zu weiteren Themen, und ständig begegnen mir weitere potenzielle Autorenpartner. So ist kurz vor Fertigstellung dieses Buches schon das dritte in Arbeit, in dem es um die Zukunft der Designerberufe und der Designwirtschaft geht. Weitere sind in Vorbereitung. Außerdem sollen alle Bücher in einer deutschen und einer englischsprachigen Variante erscheinen. Informationen dazu finden Sie in der Anzeige des Verlags auf Seite 364 dieses Buches, in der einen oder anderen inhaltlichen Verknüpfung zu unserem Thema hier in diesem Buch und auf der Website erfolgreichalsdesigner.de.

Joachim Kobuss, Berlin und Köln, Februar 2009

Einführung

Warum es wichtig ist, zwei rote stehende Ampelmännchen in zwei grüne laufende zu verwandeln, was das mit Design zu tun hat und auf welchen Wegen dies erreicht werden kann.

An manchen Kreuzungen in Deutschland hängen Fußgängerampeln, die eigentlich für den Autoverkehr konstruiert sind, also mit drei Lichtern übereinander. Da aber für Fußgänger nur zwei Lichter erforderlich sind, sind zwei doppelt geschaltet.

Ich habe mich immer gefragt, warum bei diesen Ampeln zwei rote Männchen oben stehen und nur ein grünes Männchen unten läuft. Es wäre viel näherliegender, zwei grüne Männchen laufen zu lassen – und das am liebsten oben. Gäbe es solche Ampeln in den USA, wären da bestimmt zwei grüne Männchen.

An dieser Stelle soll auf die Ampelmännchen und ihre Beziehung zum Thema *German Angst* nicht weiter eingegangen werden. Aber genau dieser Wechsel von zwei roten, stehenden Ampelmännchen zu zwei grünen, laufenden ist das Ziel dieses Buches: Die roten Männchen, die viele Designerinnen und Designer sehen, wenn es um das Thema *Recht oder Juristen* geht, sollen in grüne verwandelt werden.

Deswegen geht dieses Buch andere Wege als andere Publikationen über Recht für Kreative oder Designer. Mit seiner Hilfe sollen Sie als Designerin oder Designer das Recht als entscheidenden Aspekt Ihres Berufes verstehen, es vielleicht sogar allmählich ein wenig mögen. Deswegen fasst es Informationen aus den verschiedensten Bereichen zusammen – natürlich Informationen über Schutzrechte und Lizenzverträge, aber auch darüber, wie man solche Verträge verhandelt, warum es die heutigen Regeln gibt und ob man sie wirklich braucht. Und das alles für den weltweiten Einsatz, in Europa, den USA, in insgesamt 22 für das Design wichtigen Staaten der Welt: Argentinien, Australien, Brasilien, China, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Indien, Israel,

Alexander Bretz

Italien, Japan, Kanada, Kenia, Korea, Russland, Schweden, Schweiz, Spanien, Südafrika, Türkei und natürlich USA.

Es ist ein Buch, das intelligente Designerinnen und Designer herausfordert, die verstanden haben, dass Design den Weg in die Zukunft weist, wenn es von Designern kommt, die sich als Unternehmer verstehen – als Unternehmer, die der Welt das vielleicht Wichtigste zu bieten haben, was sie in Zukunft braucht: eine intelligente Gestaltung. Dafür müssen Sie rechtlich fit sein – und müssen so auch die meisten Juristen hinter sich lassen, die immer noch in ihren nationalen Rechtsordnungen herumkriechen. Die werden einiges in diesem Buch gar nicht gut finden.

Aber das macht nichts, denn dieses Buch ist für Sie gedacht. Sinn macht es vor allem, wenn Sie es mit Marker und Bleistift in der Hand durcharbeiten. Doch wir bieten Ihnen drei Wege durch dieses Buch an, um es nicht allzu schwer zu machen – den *Nightmare-*, *Challenge-* und *Pussycat-Trip*.

Der *Nightmare-Trip* geht davon aus, dass Sie eigentlich überhaupt keine Lust haben, sich mit diesem Thema zu beschäftigen, aber das Buch trotzdem gekauft haben, weil Ihnen das im Rahmen einer tätigen Buße auferlegt wurde oder weil Sie sich aus irgendwelchen Gründen dazu verpflichtet fühlen oder doch an den Wissenstransfer von einem Buch, das unter das Kopfkissen gelegt ist, in Ihr Hirn glauben. Mit anderen Worten: Ihnen ist eigentlich nicht zu helfen, und Sie wollen nur das absolut Notwendigste lesen. Es ist zu bezweifeln, dass das gut ist, aber Ihre Angst vor dem Thema gebietet es, für Sie einen Trip vorzusehen, mit dessen Hilfe Sie wenigstens das Allernötigste erfahren. Er besteht darin, dass Sie die Kapitel 1, 2, 5, 7 und 11 lesen. Das ist nicht einfach, weil es sich um Kapitel handelt, die ziemlich anspruchsvolle Inhalte relativ knapp darlegen. Aber Sie sollen ja auch ein bisschen leiden und Alpträume haben, wenn Sie nur so wenig vom Inhalt lesen.

Der *Challenge-Trip* ist immer noch eine Herausforderung für Sie, bietet aber auch erheblich mehr Informationen als der erste Weg. Er geht so: Lesen Sie nach dem Nightmare-Trip zusätzlich die Kapitel 8, 12 und 13 oder die genannten fünf Kapitel des Nightmare-Trips und die drei des Challenge-Trips in numerischer Reihenfolge. Und dann überlegen Sie sich, ob Sie nicht gleich auch noch den Rest des Buches lesen – Sie haben ja schon ungefähr die Hälfte geschafft!

Und nun kommen wir zu den Leserinnen und Lesern, die uns am liebsten sind. Zu denen, die sich nicht von Nightmare- und Challenge-Freunden als Weichei abschrecken lassen. Für sie haben wir den *Pussycat-Trip* im Angebot: Sie lesen das Buch einfach voll-

ständig durch. Dazu haben Sie drei mögliche Wege: die Reihenfolge der Kapitel, die Reihenfolge Nightmare-Challenge-Rest oder die freie Gestaltung des Ausflugs in das Buch, einfach so, wie Sie wollen, in völliger Freiheit. Zeigt sich in völliger Freiheit nicht das wahre Abenteuer?

Wenn Ihnen also manches an diesem Buch nicht so ganz geheuer vorkommt oder Ihnen andere sagen, dass das Buch nicht so ganz geheuer sei, denken Sie immer daran, dass Sie anders sind als andere. Darum werden Sie auch in Zukunft gebraucht – wie alle »Gestörten«, um es mit Wolf Lotter zu sagen.

Wolf Lotter: *Die Gestörten. Deutschland begibt sich auf die Suche nach der Creative Economy, dem Schlüssel zur Wissensgesellschaft. Und stößt dabei auf eine Klasse, die irgendwie nicht ins Konzept passt.* In: *brandeins* Nr. 5/2007, S. 53:

»Kreative sind deshalb kreativ, weil ihr Gehirn auf Sinnesreize aller Art höchst offen reagiert. In durchschnittlichen Oberstübchen sorgt ein Mechanismus namens *latente Hemmung* dafür, dass Reize von außen mehr oder weniger abgeblockt werden. Menschen mit ausgeprägter Hemmung sind durch nichts aus der Ruhe zu bringen und von ihren Routinen abzulenken. Unbekanntes, Neues – das perlt an ihnen ab wie Wasser auf frischem Lack. Ganz anders ist da das Denkorgan von Kreativen geschaltet. Die latente Hemmung ist schwach entwickelt, das Gehirn ist auf 360 Grad offen, zu allem bereit, rund um die Uhr.

Um die Sache einfacher zu machen, nennen wir die erste Testgruppe von nun an die *Gehemmtten* und die zweite, die der leicht reizbaren Kreativen, die *Gestörten*.«

Und natürlich werden Sie fragen, warum in so einem tollen Buch denn eigentlich keine Gesetzestexte oder Mustertexte abgedruckt sind. Doch haben Sie die jemals gelesen? Sie lesen doch den einen oder anderen Mustervertrag nur, wenn es sich nicht umgehen lässt – oder? Wir kommen übrigens später darauf zurück, wie schädlich es ist, wenn Sie sich auf von anderen formulierte Texte verlassen. Das ist der Grund dafür, warum es keine Vertragsmuster und erst recht keine Gesetzestexte in diesem Buch gibt. Wenn Sie diese wirklich wollen, gibt es genug davon auf dem Markt.

Beachten Sie deswegen bitte, dass dieses Buch die Meinung der Autoren wiedergibt und nicht auf alle Situationen anwendbar sein kann. Viele erscheinen ähnlich, weichen aber in juristisch entscheidenden Hinsichten doch voneinander ab. Außerdem sind die Gesetze und die Rechtsprechung nicht nur in den verschiedenen

Ländern unterschiedlich, sondern ändern sich auch im Lauf der Zeit. So kann es sein, dass Informationen bereits bei Erscheinen des Buches nicht mehr aktuell sind. Obwohl wir alles getan haben, um Fehler zu vermeiden, können Autoren und Verlag daher keinerlei Verantwortung für Handlungen oder Unterlassungen von Lesern aufgrund der Informationen oder Ratschläge in diesem Buch übernehmen. Jeder Leser sollte größte Vorsicht bei der Anwendung von Informationen oder Ratschlägen aus diesem Buch walten lassen und vorsichtshalber den Rat und die Unterstützung entsprechend spezialisierter Fachleute nutzen. Also: Nutzen Sie Ihren Verstand und seien Sie vorsichtig!

■ **Rechtliche Rahmenbedingungen und
Nutzung von Designrechten (NUTZEN)**



© Rusch

1 Der rechtliche Rahmen für Design in einer globalisierten Wirtschaft

Die systematische wirtschaftliche Entwicklung und Nutzung von Schutzrechten steckt im deutschsprachigen Raum noch in den Kinderschuhen. Dies gilt nicht nur für Industrieunternehmen, denen wissenschaftliche Untersuchungen ein erhebliches Maß an Nutzungsbrachen im Bereich der Schutzrechte bescheinigen. Unsere Erfahrungen aus der beratenden und coachenden Arbeit für Designer und Designdienstleistungs-Unternehmen zeigen, dass hier auch bei den Kreativen Lücken klaffen. Dies erstaunt umso mehr, als Designer eigentlich gerade mit der wirtschaftlichen Verwertung von Schutzrechten ihr Geld verdienen und es deshalb besser wissen (und können) müssten. Es geht also darum, wie das Geldverdienen als Designer funktioniert – und sich mit relativ geringem Aufwand noch verbessern lässt. Dies ist eine Operation am offenen Herzen, nämlich an Geld und Umsätzen – also an dem, was niemand zu verschenken hat.

Alexander Bretz: Bevor ich anfing, Jura zu studieren, machte ich eine Ausbildung zum Verlagskaufmann. In der Berufsschule hatten wir ein Fach, das *Nebenrechte und Lizenzen* hieß. Ich suchte nach dem Unterrichtsfach, hinter dem sich das Hauptrecht versteckte – und fand es nicht im Lernzielkatalog. Also stellte ich unserem sehr netten und kompetenten Fachlehrer die Frage, was denn das Hauptrecht sei, wenn wir uns mit *Nebenrechten und Lizenzen* beschäftigten. Er antwortete darauf kurz und trotz seiner sonstigen Freundlichkeit etwas ungehalten: »Na das Urheberrecht natürlich!« Das klang so, als ob ich da jetzt aber wirklich ein bisschen aufholen müsste, ein ganz wichtiges Stück Allgemeinbildung nicht hätte und auf jeden Fall nicht die anderen mit meiner völlig deplazierten Frage nerven sollte.

Ich traute mich natürlich nicht, einzugestehen, dass ich mir unter *Urheberrecht* eigentlich nichts Richtiges vorstellen konnte. Ich hatte zwar das Wort schon gehört (immerhin war mein Vater Rechtsanwalt), aber so richtig vorstellen konnte ich mir darunter überhaupt nichts. Also kaufte ich mir Bücher über *Urheberrecht*,

die ich aber damals noch nicht verstand, weil es juristische Fachbücher waren, die einfach zu viel voraussetzten. Und ich zitterte bis zur Kaufmannsgehilfenprüfung, mit der meine Lehre abschloss, dass mich jemand nach dem Hauptrecht fragen würde. Erfreulicherweise fragte mich niemand. Inzwischen weiß ich ein wenig mehr, worum es geht.

Deswegen beginnt dieses Buch mit einer behutsamen Annäherung, über was für ein Recht wir hier eigentlich sprechen. Denn es ist wirklich nicht ganz so einfach mit dem Hauptrecht. Also verzweifeln Sie nicht, wenn Sie es nicht gleich verstehen. So wie man bei seiner ersten Zigarette schrecklich hustet, später aber vielleicht zum Kettenraucher wird, so ist es auch mit den Schutzrechten für Sie als Designerin und Designer. Sie werden dieses Buch vielleicht nicht aus Freude am Recht gekauft haben. Aber es ist viel einfacher und interessanter als Sie glauben. Und bei Weitem nicht so gesundheitsschädlich wie Rauchen.

1.1 Kreativität, Recht und Geld

Ob selbständig oder angestellt, Sie sind als Designerin oder Designer Teil des Wirtschaftssystems. Auch der künstlerischste oder experimentellste Ansatz ist letztlich an die Bedingung geknüpft zu überleben. Wer sein Geld dabei durch die Verwertung der designe-rischen Leistung verdienen muss, ist auf Bezahlung angewiesen. Aber wofür bekommen Sie eigentlich Ihr Geld? Für Ihre Beratung? Für Ihre Planung? Für die Ideen, Entwürfe oder Prototypen? Für Ihren Aufwand, Ihre Vermittlung? Für die Zeit, die Sie für das alles brauchen?

Alles ganz einfach, sagt die Theorie. Der Gesetzgeber stattet Sie mit Schutzrechten aus, die Ihnen für einen gewissen Zeitraum die Möglichkeit geben, selbst zu bestimmen, wer für wie viel Geld und auf welche Weise Ihre geistigen Leistungen wirtschaftlich verwertet. Sie können die Produktion Ihrer Entwürfe komplett verbieten oder im Einzelfall gegen Bezahlung erlauben oder auch anders regeln. Man könnte auch sagen: Juristen und Ökonomen basteln Ihnen so etwas wie ein Grundstück mit bestimmten Grenzen – aber leider nur auf Zeit. Dieses Grundstück können Sie verkaufen, Sie können es aber auch verändern und es so – etwa durch Bebauung und Vermietung – noch einträglicher gestalten.

Kultur- und Kreativwirtschaft

Soweit die gängige Theorie. Doch daraus ergibt sich zunächst die Frage: Warum geben sich Politiker, Juristen und Ökonomen im Auftrag der Gesellschaft so eine unglaubliche Mühe, Ihnen etwas zur

Verfügung zu stellen, damit gerade Sie Geld verdienen können? Dazu gibt es zwei gängige Erklärungen. Erstens: Nur wem die Belohnung (in Geld) winkt, der wird auch kreativ tätig. Der ganze Prozess findet also nicht in Ihrem, sondern im Interesse der Gesellschaft statt, weil die letztlich auf eine Maximierung der kreativen Produktion angewiesen ist und auf eine wirtschaftlich angemessene Behandlung des kreativen Humus – der kleinteiligen Designwirtschaft als Teil der *Kultur- und Kreativwirtschaft*. Belohnung gibt es also nur, weil das allen nützt.

Zweite Erklärung: Die Kreativität ist Bestandteil der Persönlichkeit, und die steht ja (jedenfalls in freiheitlichen Gesellschaften) unter dem Schutz der jeweiligen Verfassung. Also muss auch die Kreativität als Ausdruck einer Persönlichkeit ermöglicht und geschützt werden. Nach dieser Version ist das ganze Regelwerk nichts anderes als die Erledigung von Hausaufgaben, die die Verfassung aufgegeben hat.

Verfassung

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art. 14:

»(1) Das Eigentum und das Erbrecht werden gewährleistet. Inhalt und Schranken werden durch die Gesetze bestimmt.
(2) Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.«

Das mit der Verfassung ist aber auch wieder so eine Geschichte. Denn warum ist eigentlich gerecht, was in einer Verfassung steht?

Die Frage *Was ist Gerechtigkeit?* und ihr folgend die Einstellung zum Recht ist so alt wie das Recht selbst als kulturelle Erscheinung. Dies soll hier nicht diskutiert werden, wir beschränken uns darauf, die neueste Antwort auf diese Frage kurz zu erläutern. Der amerikanische Rechtsphilosoph John Rawls gab eine Antwort, die auf einem Gedankenexperiment beruht. Das Experiment geht von freien Bürgern aus, die Inhalt und Gestalt ihrer rechtlichen Regelungen untereinander diskutieren und festlegen. Rawls baut also auf der naturrechtlichen Lehre vom Gesellschaftsvertrag auf, wie sie von John Locke, Jean-Jacques Rousseau und Immanuel Kant entwickelt wurde.

Wir mögen diesen coolen Gedanken von Menschen, die sich nicht gegenseitig den Schädel einschlagen (wie es Thomas Hobbes noch angenommen hatte), sondern den *Ausgang aus ihrer selbst verschuldeten Unmündigkeit* (Immanuel Kant) gefunden haben.

Frei nach Kant werden sich diese freien, diskutierenden Bürger im besten Fall auf die Lösung verständigen, die jeder nicht nur dem anderen auferlegen will, sondern zugleich auch als Grundsatz für das eigene Handeln akzeptieren wird (das ist der berühmte *kategorische Imperativ*). Rawls erkannte, dass dies aber nur dann zu optimalen Ergebnissen führt, wenn außer der Freiheit und Gleichberechtigung noch ein weiterer Faktor hinzutritt: Die Bürger dürfen bei Diskussion und Entscheidung kein Wissen über ihre individuellen Interessen und Fähigkeiten sowie ihre soziale und ökonomische Stellung haben. Um also optimale Regelungen hervorzubringen, müssten die Bürger in einen Zustand maximaler Naivität gebracht werden, wie sie selbst Kinder nicht haben; Rawls selbst brachte dafür das Wort vom »Schleier der Unwissenheit« auf. Das ist übrigens keine richtig neue Idee, weil es eigentlich um dasselbe geht, was bei den zahlreichen Statuen der Gerechtigkeitgöttin Justitia die Augenbinde symbolisieren soll.

Freie Kultur

Wenn das mit der Gerechtigkeit nur mit unwissenden Menschen und blinden Göttinnen klappt, wundern wir uns über gar nichts mehr. Und wenn wir uns die rechtlichen Strukturen für Kreative im Allgemeinen und für Designerinnen und Designer im Besonderen näher anschauen, haut das nicht so richtig hin. Wenn Sie sich die beiden gängigen Erklärungsansätze zur Kreativproduktion anschauen, wird Ihnen sofort klar, dass die wahren Gründe nicht mit einem dieser Ansätze (Anreiz durch Belohnung oder Persönlichkeitsrecht oder auch eine Kombination von beiden) zu erklären sind. Denn warum arbeiten Kreative bisweilen wie besessen an einem Projekt, wenn es kein Geld bringt? Hätte Leonardo da Vinci etwa noch mehr erfunden, wenn er ordentlich Geld dafür bekommen hätte?

Dazu gibt es ein paar neue und, man muss zugeben, ziemlich beunruhigende Denkansätze. Der erste kommt von Danny Quah, einem Wirtschaftsprofessor an der London School of Economics. Er stellte fest, dass die Forschungsausgaben und Neugründungen in der Computerbranche in demselben Zeitraum abnahmen, in dem die erteilten Patente und die Forschungsausgaben der gesamten Wirtschaft geradezu explodierten.

Prof. Danny Quah in seiner Vorlesung *Managing and Respecting Intellectual Assets in the 21st Century*, Oxford 2003:

»Zwischen 1987 und 1994 sanken die realen Ausgaben für Forschung und Entwicklung in der Computer- und Software-Indus-

trie der USA um 20 Prozent, während die Anzahl der erteilten Patente um 200 Prozent und die Ausgaben der gesamten US-Industrie für Forschung und Entwicklung um 25 Prozent zunahmen. Geschäftsgründungen gingen ebenfalls stark zurück, von 850 in den frühen 1980ern auf 300 in den frühen 1990ern bei Computer-Hardware, von 2500 in den frühen 1980ern auf 800 in den frühen 1990ern bei Computer-Software.«

Gleichzeitig zeigten, so Quah weiter, berühmte Beispiele in Vergangenheit und Gegenwart, dass der ökonomische Erfolg keineswegs das technisch bessere System begünstige, sondern durchaus das Gegenteil eintreten könne: Nicholas Tesla mit seiner technisch viel besseren Wechselstrom-Technik starb in bitterer Armut, während sein großer Konkurrent Thomas Edison als Marketing-Genie mit seiner Gleichstrom-Technik steinreich wurde. Public Relations und unternehmerische Cleverness triumphieren über das bloße Wissen, folgert Quah. Andererseits bewiesen Ansätze wie die *Open Source Software* (die bekannteste dabei für das Betriebssystem LINUX), bei denen bewusst keine Schutzrechte beansprucht wurden, dass in der sogenannten *Weightless Economy* sehr viel stabilere und auch innovativere Lösungen möglich seien und die Mehrheit der Beteiligten trotzdem komplementäre Einkünfte erzielen könne – beispielsweise durch bezahlte Betreuungs- und Beratungsdienstleistungen. Gemessen an den gängigen Erklärungsmustern erfülle das derzeitige Schutzrechtssystem, so Quah, seine Funktion offensichtlich zumindest nicht optimal.

Noch viel grundsätzlicher als Danny Quah geht der amerikanische Verfassungsrechtler und Professor an der Stanford University Lawrence Lessig an diese Frage heran. Er macht gleich das ganze Urheberrecht als Hauptfeind der Kreativität aus und würde es am liebsten durch ein System ersetzen, das nach einer einmaligen Zahlung (Eintrittskarte) freie Nutzung vorsieht – dies ist der Ansatz der sogenannten *Creative-Commons-Bewegung*. Das bisherige System des Urheberrechts und anderer Schutzrechte habe nur zu einem gewaltigen Ausbau der sogenannten *derivativen* (abgeleiteten) Rechte geführt, aber dem einzelnen Urheber gar nichts genutzt.

Open Source

Lawrence Lessig im Interview mit der *Süddeutschen Zeitung* am 22.12.2006:

»Heute gibt es eine Explosion sogenannter Laptop-Musik. Leute nehmen Musikstücke und einzelne Fragmente, mischen sie mit digitalen Mitteln und machen daraus völlig neue Stücke. Die

Gerichte in den USA verbieten das aber, wenn keine Erlaubnis eingeholt worden ist. Und jetzt haben wir Teenager, die in Harlem sitzen und fantastische Musik machen, die sie aber nicht veröffentlichen dürfen, weil es unglaublich teuer ist, die Rechte zu klären. Viele ignorieren also die Rechtslage, andere geben auf, und nicht einmal an den Schulen unterrichteten Musiklehrer, wie das geht, weil man den Kindern ja keine illegalen Sachen beibringen soll. Das ist doch lächerlich.«

Open Design Bleibt zu ergänzen, dass es entsprechende Ansätze auch im Design bereits gibt, wie zum Beispiel im Möbeldesign. Entwürfe mit ausführlichen Bauanleitungen werden auf der Website des *Open Design Club* (Adresse im Anhang) unter der Bedingung – auch zur kommerziellen Produktion – zur Verfügung gestellt, dass der Name des Designers an dem Produkt genannt wird. Und die *Burda-Schnittmuster* früherer Zeiten waren ja auch schon so etwas wie eine Demokratisierung der Entwürfe.

Natürlich ist klar, dass eine Diskussion, die eine letztlich industrieindliche Richtung zu nehmen scheint, für das Design höchst problematisch ist. Denn Design als Gestaltung *industrieller* Produkte ist von der industriellen Verwertung natürlich viel stärker abhängig als – aufgrund ihres kreativen Gehalts – *gewichtslose* Wirtschaftszweige wie Software, Musik und Filme. Aber diese Diskussion kann und soll doch die Augen öffnen für etwas, was gerade in Deutschland und der EU allzu oft aus dem Blick gerät: Die gesetzlichen Regelungen sind nur relativ, und sie sind bisweilen auch nicht (mehr) optimal. Deswegen sollten Sie sich in jeder Situation darüber im Klaren sein, dass optimale individuelle Lösungen zwar natürlich die rechtlichen Regelungen und Rahmenbedingungen berücksichtigen, aber manchmal auch gegensteuern müssen.

Einfacher ausgedrückt: Anhalten vor einer Ampel macht eigentlich nur dann Sinn, wenn auf der Kreuzung gerade jemand anders kommt und keine einfachere Lösung (wie z.B. die Regel *rechts vor links*) zur Verfügung steht.

Es geht also nicht um die Frage, ob Ampeln generell sein müssen oder an der einen oder anderen Stelle richtig stehen. Diese Diskussion kann hier nicht geführt werden. Es genügt, wenn Sie für den Umgang mit Schutzrechten um deren historische Bedingtheit und ökonomische Fragwürdigkeit wissen. Dann können Sie mit Hilfe dieses Buches sehr viel bewusster mit ihnen umgehen und sie in Ihrem Sinn einsetzen.

Als Nächstes stellt sich die Frage nach den derzeit zur Verfügung stehenden Schutzrechten: Welche Rechte gibt es, und welche sind für Sie als Designerin und Designer relevant? Hierzu ein erster, noch ganz pauschaler und oberflächlicher Überblick.

In den kontinentaleuropäischen Ländern sind Ihre Rechte ziemlich ähnlich konstruiert (und relativ weit ausdifferenziert). Dies liegt nur zum Teil an der EU, mehrheitlich vielmehr an der gemeinsamen Rechtstradition, die sich trotz aller nationalen Sonderentwicklungen über mehrere Jahrhunderte hinweg entwickelt hat. Konkret kommen dabei für Sie als Designerin und Designer in Betracht:

- › das *Urheberrecht* – als Schutzrecht der persönlichen geistigen Schöpfung, also wichtig für Ihre Entwürfe;
- › das *Geschmacksmusterrecht* (oder moderner in der Schweiz: *Designrecht*) – als Schutzrecht der (optischen) Gestaltung von Erzeugnissen, also ebenfalls wichtig für Ihre Entwürfe;
- › das *Markenrecht* – als Ihr kommerzielles *Namensrecht*;
- › das *Wettbewerbsrecht* – das für Fairness im wirtschaftlichen Wettbewerb sorgen soll und deswegen z. B. in Deutschland für Sie bei Pitches und Präsentationen sehr wichtig ist;
- › das *Patent* – als Schutzrecht der technischen Erfindungen, das für Sie aber nur ganz ausnahmsweise eine Rolle spielt.

Diese Rechte sind, wie gesagt, in den Ländern Kontinentaleuropas weitgehend ähnlich geregelt. Aber vielleicht am wichtigsten ist, dass es sie dort überhaupt gibt. Denn dass Schutzrechte nicht selbstverständlich sind, beweist sich in der Praxis anderer Länder.

In den USA gibt es beispielsweise kein Geschmacksmuster- oder Designrecht, ebenso kein Wettbewerbsrecht im eigentlichen Sinn. Das dort gesetzlich geregelte *Design Patent* spielt in der Praxis keine große Rolle, weil es nicht nur angemeldet werden muss, sondern auch (wie hierzulande nur Patente) geprüft wird und in streitigen Verletzungsverfahren bisher 71 Prozent der erteilten *Design Patents* für nichtig erklärt wurden.

Nicht ganz so verschieden, aber doch recht andersartig ist das Recht in Großbritannien, wo es zwar auch schon vor der einheitlichen Regelung in der EU *Registered Designs* (und *Non-Registered Designs*) gab, wo aber nach wie vor gar kein Wettbewerbsrecht in der kontinentaleuropäischen Form vorhanden ist.

1.2 Designerrelevante Schutzrechte

USA

Großbritannien

Japan Japan basiert mit seinem Privatrechtssystem auf dem deutschen Recht – das deutsche Bürgerliche Gesetzbuch (BGB) war in der japanischen Übersetzung das erste große Gesetzbuch im Zivilrecht. Nicht zuletzt durch die technologischen (und zunehmend auch designerischen) Erfolge besteht aber ein ausgeprägtes Schutzrechtssystem. Designentwürfe sind drei Jahre lang gegen allerdings sehr schwer nachzuweisende genaue Nachahmung geschützt. Geschmacksmusteranmeldungen werden ähnlich wie in den USA formell und inhaltlich geprüft, was einige Probleme in der Praxis verursacht.

China Allen Gerüchten zum Trotz gibt es in China ein inzwischen weitgehend an internationale Standards angepasstes Wirtschaftsrecht und damit auch Schutzrechte – allerdings zunächst nur auf dem Papier. Damit wäre gleich das für China typische Problem angesprochen, nämlich dass die Probleme mit den Schutzrechten keine der Gesetzgebung, sondern solche des Gesetzesvollzugs sind. Denn damit ein Verletzter an sein Recht kommt, muss er auf Behörden zurückgreifen, die allenfalls in den größeren Städten auf normalem Weg zu einem Einschreiten zu bewegen sind. Die Plagiatoren und Markenverletzer sitzen aber häufig nicht in den großen Städten, sondern außerhalb. Um dort die Behörden zum Handeln zu bewegen, müssen sie teilweise »motiviert« werden: China ist denn auch bei den internationalen Rankings im Bereich der Korruption ziemlich weit vorne. Ein solches Vorgehen ist aber nur dann sinnvoll, wenn alle entscheidenden Ermittlungen bereits vorher durch sogenannte *Unternehmensberater* (so bezeichnen sich die als solche nicht erlaubten Privatdetektive in China häufig) durchgeführt worden sind. Das Problem in China ist also nicht, keine Rechte zu haben, sondern Recht nur aufwendig und teuer durchsetzen zu können.

1.3 Internationaler Rechtsverkehr In der globalisierten Wirtschaft kommt es natürlich nicht nur auf die unterschiedlichen nationalen Gesetze der verschiedenen Staaten an, sondern auch auf den Rechtsverkehr und die Handhabung der Gesetze zwischen den Staaten. Ohne hier bereits auf Einzelheiten einzugehen, können für den internationalen Rechtsverkehr im Bereich der Schutzrechte im Wesentlichen zwei Konstruktionen unterschieden werden: Entweder zwei- oder mehrseitige Verträge, in denen sich die beteiligten Staaten auf bestimmte (Mindest-)Standards einigen. Oder Verträge zwischen Staaten, in denen eine eigenständige Organisation geschaffen wird, die bestimmte Funktionen für alle Mitgliedsstaaten übernimmt.

Das beste Beispiel für die zweite Konstruktion ist natürlich die EU, die schon auf dem Weg zu einem eigenständigen völkerrechtlichen Subjekt (also einem Staat) ist, ohne dies bereits zu sein. Seit der Gründung sind die meisten Rechtsmaterien im Zusammenhang mit Schutzrechten für Designer hier nicht nur *harmonisiert* (also weitgehend vereinheitlicht) worden, sondern es existieren darüber hinaus inzwischen EU-Behörden, die für die Eintragung und Verwaltung von Schutzrechten in der Union zuständig sind. Die für Designerinnen und Designer wichtigste Behörde trägt eine etwas merkwürdige Bezeichnung: das *Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt* in Alicante (deutsch abgekürzt HABM, englisch OHIM, spanisch OAMI). Diese Behörde ist für die Eintragung EU-weiter Geschmacksmuster und Marken zuständig, nicht aber für EU-weite Patente – ein EU-Patentamt gibt es noch nicht.

Europäische Union (EU)

Doch es gibt noch eine Reihe weiterer internationaler Organisationen im Bereich der Schutzrechte, darunter die Weltorganisation für Geistiges Eigentum (englisch abgekürzt WIPO oder französisch OMPI) oder die Welthandelsorganisation (englisch abgekürzt WTO), die teilweise beträchtliche Bedeutung für die internationale Geltung von Schutzrechten und den diesbezüglichen Rechtsverkehr haben.

Weltweite Organisationen

Eine große Rolle spielen jedoch noch immer Verträge, die zwischen zwei oder mehreren Staaten abgestimmt sind. Auf die Details kommen wir später zu sprechen. Hier sei nur ein Prinzip fast all dieser Verträge erwähnt, das Prinzip der *Inländergleichbehandlung*. Das heißt: Der Angehörige des einen Vertragsstaats wird mit seinen Schutzrechten in einem anderen Vertragsstaat so behandelt wie dessen eigene Staatsangehörige. Klingt gut, funktioniert aber nur dann halbwegs gut, wenn die beteiligten Staaten auch einen im Wesentlichen ähnlichen Standard an Schutzrechten haben. Sonst – und auch bei völlig verschiedenen Systemen – begünstigt eine solche Vereinbarung den Staat mit dem geringeren Schutzrechtsniveau.

Prinzip Gleichbehandlung

Im internationalen Wettbewerb sind Gebiete mit relativ komplexen und differenzierten Rechtsstrukturen generell zunächst eher im Nachteil gegenüber solchen mit einfacher strukturierten Rechtsordnungen und geringeren Schutzstandards. Diese Wettbewerbsnachteile ebnen sich allerdings mit der Zeit ein und führen dazu, dass die komplexeren Strukturen untereinander verglichen (und manchmal natürlich auch gegeneinander ausgespielt) werden. Dabei führen

Fortschritt in den Rechtsordnungen

dann vereinfachte Regelungen wieder zu Vereinfachungen und damit zu Fortschritten in den komplexeren Rechtsordnungen.

Ein Beispiel in jüngerer Zeit ist das US-amerikanische Urheberrecht, das bis 1976 ein reines Registrierrecht war. Um es zu erlangen, musste man sein Werk einreichen und registrieren lassen. Doch mit der Zeit ebnete sich das Recht ein, und auch in den USA erlangt man seit 1977 das Urheberrecht automatisch, muss also nichts mehr einreichen oder beantragen. Auch wenn eine Hinterlegung und Registrierung noch immer möglich ist und auch empfohlen wird, ist das nichts anderes als ein grundsätzlicher Paradigmenwechsel des amerikanischen Urheberrechts gewesen. Auch Rechtsordnungen mit ihren Regelungen unterliegen also dem Wettbewerb. Und auch sie – und mit ihnen auch Schutzrechte – sind entgegen allem Pathos keineswegs *ewig* gültig, sondern erfahren laufend Änderungen. Besser also, Sie sehen sie als relativ an.

Methode: Hilfe zur Selbsthilfe

In den folgenden Kapiteln dieses Buches werden auch ausländische und internationale Themen immer wieder angesprochen. Doch keine Sorge, es geht nicht darum, Sie mit Unmengen von Informationen über fremde Länder, die Sie vielleicht gar nicht interessieren, zu überhäufen. Vielmehr soll die Methode *Hilfe zur Selbsthilfe* Ihnen helfen, sich in den meisten Fällen auch auf fremden Terrain selbst zurechtzufinden.

Lassen Sie sich bei Sachverhalten mit Auslandsberührung unbedingt von einem auf internationales Designrecht spezialisierten Anwalt beraten!

Sie haben nun einen ersten Einblick davon bekommen, wie die rechtliche Maschine aussieht, die Ihnen als Designerin oder Designer zu Diensten steht. Auf die Details kommen wir später zurück. Doch zuvor folgt im nächsten Kapitel ein Gedankenexperiment, aus dem sie Erkenntnisse für ihr ganzes Berufsleben gewinnen können.

Einen Überblick über die Schutzrechtssysteme einiger besonders wichtiger Staaten finden Sie im Anhang. Nähere Informationen über die im jeweiligen Land geltenden Vorschriften und die Adressen der dort jeweils zuständigen Behörden und Ämter erhalten Sie auf der Website der Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO, siehe Anhang, Seiten 343–346).

2 Erfolgreiche Designer brauchen keine Schutzrechte

In diesem Kapitel geht es eigentlich um die Frage, wie man sich das Recht am besten zunutze macht. All diejenigen von Ihnen, die diese Frage ungewöhnlich oder sogar seltsam finden, unterliegen dem Irrtum, dass Recht eine statische Größe ist. Das ist nicht zuletzt der Attitüde der meisten Juristen zuzuschreiben, die außer dem Verweis auf Jahrhunderte juristischer Gesetzgebung und Gelehrsamkeit nicht viel zu bieten haben. Wir wollen es aber in diesem Kapitel mit Thomas Jefferson halten, einem der Väter der amerikanischen Verfassung, der alle zwei bis drei Generationen eine Revolution empfahl. Also: Müssen Schutzrechte für Designer überhaupt sein? Das soll hier mit Hilfe eines Gedankenexperiments betrachtet werden. Was passierte mit Ihnen als Designerin oder Designer, wenn es kein Schutzrecht gäbe?

In dem Ort Bohmte in Niedersachsen begann 2006 ein Projekt zum sogenannten *Shared Space*: Sämtliche Verkehrsregeln wurden aufgehoben, alle Verkehrsteilnehmer vom Fußgänger über die Radfahrer bis zu den Autos, Bussen und Lkws müssen sich den Verkehrsraum gleichberechtigt teilen. Ziel dieses Projekts, das auch bereits in zahlreichen niederländischen Gemeinden gestartet wurde, ist die Erkundung neuer und flexiblerer Regelungen bei der Nutzung des öffentlichen Raums. Es wird übrigens mit Mitteln der Europäischen Union gefördert. Dass offensichtlich Geld erforderlich ist, um Regeln aufzuheben, hat aber nichts mit unserem Thema zu tun.

Etwas anderes ist interessant. In Bohmte wie auch in den anderen an dem Projekt teilnehmenden Gemeinden zeigte sich sofort ein deutlicher Trend – die Unfallzahlen gingen drastisch zurück, und der Verkehr lief insgesamt flüssiger. In den 107 niederländischen *Shared-Space*-Orten soll es den Erhebungen zufolge keinen schweren Unfall mehr gegeben haben. Systematisch werden die Projekte des *Shared Space* jedoch erst seit 2008 ausgewertet.

Dieses Projekt und seine Wirkung geben den Anlass, in diesem Kapitel ein virtuelles *Shared-Space*-Projekt für den Bereich der

2.1 Shared Space: Ein Projekt

Schutzrechte zu starten. Lassen Sie uns also einmal darüber nachdenken, was passieren würde, wenn es einfach keine Schutzrechte mehr für Sie gäbe. Würden Sie aufhören zu entwerfen? Würden Sie voller Angst und Frustration Ihren Beruf wechseln? Nach den Erkenntnissen im vorherigen Kapitel wohl kaum. Aber wie würde die Situation konkret aussehen? Was könnte sich aus einer ungeregelten – und damit unbelasteten, freien – Ausgangsposition neu entwickeln?

Dazu mehr aus einer revolutionären Sicht in Kapitel 17 (Seite 263).

2.2 Bereiche ohne Schutzrecht

Bevor es zu spekulativ wird, sei erwähnt, dass es in der Wirklichkeit tatsächlich Bereiche gibt, in denen Designer völlig ohne Schutzrecht dastehen. Zum Beispiel in den USA, wo Modedesigner zwar – theoretisch – auch ein sogenanntes *Design Patent* anmelden können. Das wird aber wie ein reguläres Patent auf seine Voraussetzungen geprüft, wobei, wie bereits in Kapitel 1 erwähnt, 71 Prozent der Anmeldungen zurückgewiesen werden. Copyright kommt für Modeentwürfe in den USA nicht in Betracht. Also haben Modedesigner in den USA kein Schutzrecht für ihre Entwürfe.

Einen Überblick über das Schutzrechtssystem in den USA – wie auch in anderen wichtigen Staaten – finden Sie im Anhang dieses Buches (Seiten 273–317).

Aber man muss gar nicht in die Ferne schweifen, um derartige Situationen aufzuspüren. Auch in Deutschland, mitten in Europa, einem der rechtlich am meisten regulierten Länder der Welt, gibt es einen Bereich, in dem Designer ohne Schutzrecht für ihre Entwürfe dastehen. Beim Design von Websites sind allenfalls das gezeigte Ergebnis oder die Programmierung urheberrechtlich geschützt. Einzelne Elemente (z. B. Texte, Fotos, Logos) sind geschützt oder schützbar. Dagegen ist das Kommunikationsdesign insgesamt unter Verwendung von Templates faktisch nicht geschützt oder schützbar.

Einzelheiten zur Schutzproblematik von Werken des Kommunikationsdesigns und Websites finden Sie in Kapitel 4 dieses Buches (Seite 59).

Und trotzdem existieren Modedesigner in den USA und überleben Kommunikationsdesigner in Deutschland. Es gibt übrigens noch weitere Beispiele für sozusagen schutzrechtsloses geistiges

Eigentum, mit dem sich prächtig Geld verdienen lässt, zum Beispiel Fernsehserienformate, Handyklingeltöne oder Buchausgaben, deren Schutzfristen abgelaufen sind. Wie geht das, wenn Schutzrechte angeblich die wesentliche Voraussetzung für eine wirtschaftliche Nutzung von Kreativität sind. Das alles dürfte doch nicht sein, wenn die Theorien zur Begründung der Schutzrechte stimmen würden. Doch *warum* funktioniert das trotzdem? Und kann man daraus Schlüsse für den eigenen Umgang mit Schutzrechten ziehen?

Es funktioniert ohne Schutzrechte – aus zwei Gründen:

Erstens: Es besteht in allen Rechtsordnungen mehr oder weniger die Möglichkeit, auf andere Schutzrechte auszuweichen. In den USA spielt nicht ohne Grund die Marke eine große Rolle. Der Siegeszug von Marke und Logo kommt natürlich in erster Linie aus dem Marketing. Aber dass Entwürfe von amerikanischen Modelabels immer sehr stark das jeweilige Logo einbeziehen, hat auch in dieser rechtlichen Situation seinen Grund. Eine sehr starke Rolle spielt in den USA das sogenannte *Trade Secret*, das eine unbefugte Offenbarung von Geschäftsgeheimnissen verhindert. In anderen Ländern weicht die Rechtsprechung auf einen urheberrechtlichen Schutz zwar nicht des Entwurfs an sich, aber zum Beispiel der Entwurfszeichnungen aus. In Deutschland gab es vor Einführung des EU-weiten automatischen Geschmacksmusters ohne Eintragung (dazu mehr in Kapitel 7, Seite 111) eine von den Gerichten entwickelte wettbewerbsrechtliche Auffanglösung, mit der *Modeneuheiten* für ein bis zwei Saisons geschützt waren.

Zweitens: Sehr vieles kann vertraglich geregelt werden. Und das wird insbesondere in den USA auch getan. So können vertragliche Geheimhaltungs-, Handlungs- und Unterlassungspflichten definiert werden. Oder in Verträgen wird ausführlich erläutert, was der Auftraggeber alles bekommt, ohne dafür eine besondere rechtliche Grundlage zu haben.

Aus diesen beiden Praktiken kann jede Designerin und jeder Designer Rückschlüsse für sein eigenes Verhalten ziehen und sich Gedanken darüber machen, wie man sich weltweit in unterschiedlichen Rechtssystemen möglichst gut absichert und dabei auch noch relativ ruhig bleiben kann. Es entsteht so eine Methode, weltweit zu überleben – und das relativ einfach.

2.3

Design ohne Schutzrechte

Wir nennen diese Methode: *Lernen von den Rechtlosen*.

Wenn alle Designerinnen und Designer sich so verhalten würden, als gäbe es kein Schutzrecht, würden sie sich im Ergebnis auch mit Schutzrecht besser absichern. Wir verwandeln einfach die geschilderten passiven Ausweichstrategien im Lande der Rechtlosen in eine aktive Ersatzstrategie und bekommen so eine Methode, die eigentlich überall weiterhilft. Schön, wenn es dann auch noch ein halbwegs taugliches Schutzrechtssystem gibt. Aber wir haben schon selbst für uns gesorgt – im Sinne eines unternehmerischen Denkens und Handelns im Wirtschaftsbereich Design.

2.4 Lernen von Rechtlosen

Lernen von den Rechtlosen bedeutet zunächst Zweierlei:

Erstens: Bei den Nachbarn mitnehmen, was zu bekommen ist. Die Probleme mit dem Schutz in verschiedenen Designbereichen sind fast überall die gleichen. Nur die Rechtsordnungen sind verschieden und finden unterschiedliche Lösungen. Die Rechtsordnungen stehen allerdings auch untereinander im Wettbewerb und werden sich deshalb immer weiter angleichen. Treffen Sie einfach selbst Vorsorge, und nehmen Sie rechtlich mit, was geboten wird.

Wir freuen uns schon darauf, in einer künftigen Auflage dieses Buches Rechtsfragen deutlich kürzer abhandeln zu können, um noch mehr Platz für Revolutionäres und Innovatives zu haben.

Zweitens: Treffen Sie Vorkehrungen, um bei der Party dabei zu sein. Das bedeutet vor allem, dass Sie sich selbst um Ihre rechtlichen Probleme kümmern. Je besser Ihre Verträge, je mehr darin steht und je mehr Sie darin selbst vorausgesehen haben, umso besser für Sie und Ihre Chancen. Das können Sie sehr gut selbst, denn niemand sonst kennt Ihre besonderen Anforderungen und Ihre besondere Situation so gut wie Sie selbst. Sie können also ruhig selbst Verträge machen und werden damit von den Vertragspartnern und Juristen richtig ernst genommen. Ein vorteilhafter Nebeneffekt ist, dass Sie unabhängiger werden – und erst das macht Sie wirklich frei.

Hieraus ergeben sich für Ihre Praxis zwei Grundsätze, zu denen Sie in den folgenden Kapiteln alles Notwendige erfahren:

- › Alles dokumentieren. So viel wie nötig und so wenig wie möglich anmelden.

Hierzu finden Sie im zweiten Teil des Buches (ab Seite 108) die notwendigen Informationen.

› In Verträgen möglichst viel selber regeln.

Worauf es hierbei ankommt, finden Sie im dritten Teil des Buches (ab Seite 182).

Bevor Sie sich als Designerin oder Designer jetzt mit Schaudern abwenden und sich fragen, ob Sie hier zu Superjuristen gemacht werden sollen, bedenken Sie, dass es keine optimalen Regelungen gibt! Und in Ihrem alltäglichen Umgang mit rechtlichen Regelungen – bei der Frage, wie Sie diese schaffen, anwenden, anpassen oder auch ignorieren – kommt es nicht darauf an, Respekt zu haben. Sondern darauf, möglichst gute Lösungen für sich und andere zu finden.

So wie Sie sich in Ihrem eigenen kreativen Tun um die optimale Lösung bemühen, aber wissen, dass diese immer nur relativ ist, so gilt dies für alle juristischen Lösungen. Und das bedeutet, dass der Umgang mit rechtlichen Problemen eigentlich nichts anderes ist als *Design von Regeln*. Das Recht ist relativ. Es hängt von den Umständen und Anforderungen ab. Es ist veränderlich. Und sie müssen es selbst in die Hand nehmen, um eine optimale Lösung zu finden. Aber Sie sind Designerin oder Designer und können das.

Design von Regeln

Bleibt noch die Frage, ob es wirklich zutrifft, dass Sie als erfolgreiche Designerin oder als erfolgreicher Designer keine Schutzrechte benötigen. Dazu ein Rückgriff auf das Beispiel mit den Modedesignern in den USA. Ja, es gibt dort Modedesigner. Aber bezogen auf die Gesamtbevölkerung, gibt es dort viel weniger Modedesigner als in Europa. Und die notwendige kritische Masse einer Firma muss, damit sie überleben kann, größer sein als in Europa.

2.5 Schutzrechte versus Wettbewerb

Es zeigt sich also, dass das Fehlen von Schutzrechten einen schärferen ökonomischen Wettbewerb verursacht, in dem mitunter nicht der bessere Wettbewerber gewinnt, sondern der mit den größeren finanziellen Mitteln. Der Grund für Schutzrechte ist also nicht, dass Kreative ohne sie nicht arbeiten würden. Und er liegt auch nicht in der Würdigung der Persönlichkeit und der Leistung der Kreativen. Sondern es ist ein eminent politischer Grund: Kreativunternehmen sind anfangs zarte Pflänzchen, die bei zu viel ökonomischem Wind leicht eingehen. Will eine Gesellschaft möglichst viele Neugründungen von Kreativunternehmen ermöglichen, muss sie ihre Schutzrechte so aufstellen, dass mit möglichst wenigen Voraussetzungen zunächst ein möglichst guter Schutz von Entwürfen und Gründungen möglich ist. Und wenn dabei die EU vielleicht