Verwendung von geschütztem Design in der Werbung

Viele Designobjekte sind durch ein Geschmacksmuster geschützt. Darf man Abbildungen solcher geschützten Geschmacksmuster zu eigenen werblichen Zwecken verwenden, ohne dass man sich die entsprechenden Rechte einholt? Darf man solche Geschmacksmuster bildhaft zitieren? Der Bundesgerichtshof hat hierzu einige Ausführungen gemacht.

Die Fraunhofer-Gesellschaft warb im Rahmen eines Ausstellerkatalogseiner Fachmesse für ihre Leistungen im Bereich Schienenfahrzeugtechnik. Hierbei verwendete sie auch eine Abbildung eines ICE 3.

Die Deutsche Bahn AG ist Inhaberin von geschmacksmusterrechten am ICE 3. Die DB AG sah in in der Verwendung einer Abbildung des ICE 3 eine Geschmacksmusterrechtsverletzung und verlangte von der Fraunhofer Gesellschaft EUR 750,- als Lizenzgebühr.

Hiergegen klagte die Fraunhofer Gesellschaft.

Entscheidung des Gerichts

Nachdem die Vorinstanzen die Klage der Fraunhofer-Gesellschaft abgelehnt hatten, hob der BGH mit Urteil vom 07.04.2011 – I ZR 56/09 (Pressemitteilung) die Vorentscheidung auf und verwies die Sache zurück an das Berufungsgericht.

In seiner Entscheidung führt der BGH aus, dass eine Verwendung eines Geschmacksmusters zum Zwecke der Zitierung eine Verbindung zwischen dem abgebildeten Geschmacksmuster und der im Katalog dargestellten Tätigkeit der Fraunhofer Gesellschaft voraussetze, bei dem das Muster als Belegstelle für eigene Ausführungen des Zitierenden diene. Eine Verwendung zu eigenen werblichen Zwecken stelle kein solches Zitat dar und sei daher auch nicht vom Zitatrecht gedeckt.

Fazit

Die Verwendung von Geschmacksmustern bzw. Abbildungen derselben zu reinen Werbezwecken ist ohne Genehmigung des Rechteinhabers regelmäßig nicht erlaubt, jedenfalls soweit sie nicht völlig in den Hintergrund treten. Daher sollte man bei entsprechender Verwendung von Bildern zu Werbezwecken darauf achten, dass die Motive keinen Geschmacksmusterschutz genießen.