

Designschutz in EU durch Ausstellung in China?

Ein nicht eingetragenes Gemeinschaftsgeschmacksmuster genießt für eine Frist von drei Jahren Schutz vor Nachahmung, beginnend mit dem Tag, an dem das Muster der Öffentlichkeit innerhalb der Gemeinschaft erstmals zugänglich gemacht wurde. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass das Design Eigenart besitzt und das Produkt dem Verkehr nicht bekannt, also neu ist. Der Europäische Gerichtshof hatte sich nun mit der Frage auseinanderzusetzen, in welchen Fällen von einer Kenntnis der relevanten Fachkreise auszugehen ist.

Ein Hersteller exklusiver Gartenmöbel machte einen Wettbewerber wegen der Verletzung eines nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters an einem schmiedeeisernen Gartenpavillon in Anspruch.

Der Hersteller hatte sein Design bereits auf einer Handelsmesse in China ausgestellt. Daneben hatte der Hersteller das Design einer Firma in der EU präsentiert, mit dem dieser ins Geschäft kommen wollte. Der Schutz des nicht eingetragenen Geschmacksmusters sei dadurch eröffnet worden.

Der Wettbewerber verteidigte sich damit, dass das Muster dadurch den Fachkreisen in der EU nicht bekannt gemacht wurde und damit auch noch keine Rechte aus einem nicht eingetragenen Design geltend gemacht werden könnten.

Dem EuGH wurde nun vom BGH die Rechtsfrage vorgelegt, ab wann ein Designschutz nicht eingetragener Designs begründet wird und ob wegen der Ausstellung des Designs in China und/ oder der Offenbarung des Gartenpavillons gegenüber einem europäischen Marktteilnehmer von einer schutzbegründenden Kenntnis der relevanten Fachkreise auszugehen ist.

Entscheidung des Gerichts

In seiner [Entscheidung vom 13.02.2014 - Az. C-479/12](#) (Gartenpavillon) - stellte der Europäische Gerichtshof zunächst klar, dass der Schutz des nicht eingetragenen Geschmacksmusters ab dem Zeitpunkt gelte, an dem das Design erstmals der relevanten Öffentlichkeit zugänglich gemacht werde.

Das Versenden von Abbildungen eines neu designten Produkts im Rahmen eines Prospektes an in der Union tätige Händler führe dabei regelmäßig zur Bekanntgabe des nicht eingetragenen Geschmacksmusters gegenüber Fachkreisen des betreffenden Wirtschaftszweigs.

Von einer Kenntnis dieser Fachkreise sei jedoch nicht auszugehen, soweit der Gartenpavillon



nur auf einer Messe in China ausgestellt worden sei. Dies stelle ebenso wenig eine öffentliche Zugänglichmachung des Designs gegenüber europäischen Fachkreisen dar, wie die Präsentation des Pavillons bei einem einzigen Marktteilnehmer in der EU - selbst wenn dieser Firma keine Geheimhaltungsverpflichtung vertraglich auferlegt worden sei. In diesen Fällen sei ein Designschutz in der EU noch nicht begründet worden.

Fazit

Im Ergebnis kann der Hersteller keinen Designschutz für ein nicht eingetragenes Geschmacksmuster gegenüber seinem Wettbewerber geltend machen. Will der Designer sein Produktdesign schützen, sollte er dies rechtzeitig gegenüber den Fachkreisen präsentieren oder das Design schnellstmöglich als registriertes Design schützen lassen. Nach der öffentlichen Zugänglichmachung gegenüber Fachkreisen hat der Designer dazu ein Jahr lang Zeit.