

YSL Geschmacksmuster haben Eigenart!

Die Gesellschaft H&M Hennes & Mauritz (H&M) wehrte sich gegen die Eintragung zweier Handtaschen Designs der Modefirma Yves Saint Laurent (YSL) als Gemeinschaftsgeschmacksmuster. H&M war der Meinung, dass die Designs keine Eigenart aufweisen, also bereits vor dem Antrag auf Eintragung des Geschmacksmusters beim HABM der Öffentlichkeit bekannt waren. Der Europäische Gerichtshof war da anderer Auffassung.



© Gordon Bussiek - Fotolia.com

#14656027

Im Jahr 2006 ließ das HABM zwei zur Anwendung auf Handtaschen bestimmte Geschmacksmuster der Firma Yves Saint Laurent zur Eintragung zu. Darauf hin reichte die Gesellschaft Hennes & Mauritz beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt zwei Anträge auf Erklärung der Nichtigkeit der für YSL eingetragenen Geschmacksmuster ein. H&M begründete dies mit dem Argument, dass den Designs von YSL jegliche Eigenart fehle.

Ein Geschmacksmuster hat keine Eigenart, wenn sich der Gesamteindruck, den das Design beim informierten Benutzer hervorruft, nicht von dem Gesamteindruck anderer, schon früher bekannter Designs abhebt. Dies sei hier der Fall da Hennes & Mauritz ältere ähnliche Geschmacksmuster besitze, welche die Eintragung der Gemeinschaftsgeschmacksmuster von YSL entgegenstünden.

Entscheidung des Gerichts

Mit [Urteil vom 10.09.2015 - Az. T-525/13 wies das Gericht der Europäischen Union](#) die Klage von H&M ab.

Der EuG entschied, dass die Designs der Taschen von YSL die nötige Eigenart aufwiesen. Diese beurteile sich unter Berücksichtigung des Grads der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers bei der Schaffung des Designs.



Das Design der YSL Taschen unterscheidet sich hier von den H&M Designs durch drei Merkmale, die sich entscheidend auf ihr Gesamterscheinungsbild auswirken. Form, Struktur und Oberflächengestaltung seien neu und besäßen Eigenart. Die Geschmacksmuster der Taschendesigns von YSL riefen bei informierten Benutzern daher einen anderen Gesamteindruck hervor als die Designs von H&M.

Fazit

Die Bewertung der Eigenart, also der Neuheit des anzumeldenden Designs, ist regelmäßig eine sehr schwierige Aufgabe. Grundsätzlich gilt, dass die Entfernung zu bestehenden Mustern höher sein muss, wenn der Grad der Gestaltungsfreiheit größer ist, den der Designer eines Produktes hat.