

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	19
ERSTER TEIL: Die Mode und der Status quo des Nachahmungsschutzes	23
1. Kapitel: Grundlagen	23
A. Einführung	23
I. Globalisierung als Herausforderung	25
II. Ziel der Arbeit	27
III. Gang der Untersuchung	29
2. Kapitel: Einführung in die Mode- und Textilbranche	29
A. Begrifflichkeiten und Eigenarten der Modeindustrie	29
I. Begriff „Modekreation“	29
II. „Moden“ und „Trends“ von Bekleidung	30
III. Einzelhandel	32
IV. Modezyklus	34
V. Segmente und Kollektionen	35
B. Fashion Law	38
C. Begriffe der Fälschung und Nachahmung	39
D. Arten des Nachahmungsschutzes	42
E. Schutzfähige Eigenschaften einer Modekreation	43
I. Modedesign	43
II. Skizzen, Entwürfe und Schnittmuster	45
III. Verwendung von Artwork auf Modekreationen	45
IV. Material	47
V. Verwendung neuer Verfahren und Techniken	48
3. Kapitel: Nachahmungsschutz nach deutschem Recht	50
A. Einführung	50
B. Urheberrecht	51
I. Gegenstand	51

Inhaltsverzeichnis

II.	Schutzworaussetzungen	52
1.	Werke der angewandten Kunst	52
2.	Geforderte Gestaltungshöhe	53
a)	Gestaltungsfreiheit	54
b)	Schöpfungshöhe	54
III.	Rechtsfolgen	57
IV.	Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	58
1.	Modedesign	58
2.	Skizzen, Entwürfe und Schnittmuster	59
3.	Artwork	60
a)	Prints, Logos, Grafiken und Comic-Zeichnungen	60
b)	Fotografien	61
c)	Stoffmuster	61
V.	Bedeutung für den Nachahmungsschutz	63
VI.	Kritik am Status quo: „kleine Münze“ für Werke der angewandten Kunst	64
C.	Markenrecht	69
I.	Gegenstand des Markenrechts	69
1.	Markenrecht als Herkunftshinweis	71
2.	Markenrecht als Designsenschutz?	73
II.	Einfluss des Europäischen Rechts	74
III.	Deutsches Markenrecht	76
1.	Schutzworaussetzungen	76
2.	Rechtsfolgen	78
3.	Markenformen	78
a)	Formmarke	79
aa)	Die Ausschlussgründe gemäß § 3 Abs. II MarkenG	80
(1)	Form ist durch Art der Ware selbst bedingt	80
(2)	Form zur Erreichung technischer Wirkung erforderlich	81
(3)	Form verleiht Ware wesentlichen Wert	83
(a)	Historischer Hintergrund	91
(b)	Revision der Vorschrift nicht ersichtlich	92
(c)	Meinungsstand zum geltenden Recht	93
(d)	Stellungnahme	95

(e) Die absoluten Eintragungshindernisse	99
(f) Fehlende Unterscheidungskraft	99
(g) Merkmalsbeschreibende Angaben	102
(h) Problem der Verkehrs durchsetzung	103
b) Kennfadenmarke	105
c) Farbmarke	108
d) Positionsmarke	112
e) Bildmarke	114
4. Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	116
5. Bedeutung des Markenrechts für den Nachahmungsschutz	116
 D. Designrecht	118
I. Gegenstand	118
II. Einfluss des Europäischen Rechts	119
III. Schutzvoraussetzungen	120
1. Eingetragenes Designrecht	120
a) Musterfähigkeit	121
b) Neuheit	122
c) Eigenart	124
aa) Mustervergleich	125
bb) Gestaltungsfreiheit des Schöpfers	126
cc) Informierter Benutzer	127
dd) Zwischenergebnis zur Eigenart	129
d) Offenbarung und Stichtag	129
e) Rechtsfolgen	131
aa) Vermutung der Rechtsgültigkeit	131
bb) Schutzdauer	132
cc) Ansprüche des Berechtigten	132
2. Nicht eingetragenes Designrecht	133
a) Unterschiede zum eingetragenen GGM	134
aa) Schutzdauer	134
bb) Nachahmung	135
cc) Bestandskraft	135
dd) Beweislast	136
ee) Kenntnisnahme durch die Fachkreise	136
3. Rechtsfolgen	137
4. Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	137
a) Modedesign	137

Inhaltsverzeichnis

b) Skizzen, Entwürfe und Schnittmuster	139
c) Artwork	139
aa) Prints, Logos, Grafiken und Comic-Zeichnungen	139
bb) Fotografien	140
cc) Stoffmuster	140
5. Bedeutung des Designrechts	141
a) Eingetragenes Design	142
b) Nicht eingetragenes Design	143
E. Patent- und Gebrauchsmusterschutz von Mode	144
I. Einführung	144
II. Schutzworaussetzungen	144
III. Rechtsfolgen	147
IV. Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	147
1. Technische Erfindungen mit ästhetischem Charakter	147
2. Material	148
3. Verwendung neuer Verfahren	149
V. Bedeutung für den Nachahmungsschutz	149
F. Lauterkeitsrecht	150
I. Gegenstand	150
II. Einfluss des Europäischen Rechts	151
III. Schutzworaussetzungen	152
1. Nachahmungsschutz nach § 4 Nr. 9 UWG	152
a) Wettbewerbliche Eigenart	153
b) Nachahmung	157
c) Unlauterkeitsmomente	158
aa) Vermeidbare Herkunftstäuschung (§§ 4 Nr. 9 lit. a UWG)	159
(1) Herkunftstäuschung	159
(2) Vermeidbarkeit der Herkunftstäuschung	160
bb) Ausnutzung/Beeinträchtigung der Wertschätzung (§ 4 Nr. 9 lit. b UWG)	161
(1) Wertschätzung	162
(2) Rufausbeutung	163
(3) Beeinträchtigung der Wertschätzung	164
2. Nachahmungsschutz außerhalb des § 4 Nr. 9 UWG	165
a) Abschließender Charakter des § 4 Nr. 9 UWG?	166

b) Praktisches Bedürfnis – Beispiel nebeneinander verkaufter Modekreationen als sog. „Lookalikes“	168
aa) Rechtliche Bewertung der Lookalikes gem. § 4Nr. 9, 10 UWG	172
bb) Fallgruppe der „Behinderung“	175
(1) Systematisches Nachahmen	176
(2) Saisonschutz nach dem Lauterkeitsrecht	178
(a) Obsoleszenz durch nicht eingetragenes Design	179
(b) Marktversagen	183
3. Ergebnis zum Schutz außerhalb § 4 Nr. 9 UWG	185
IV. Rechtsfolgen	186
1. Schutzdauer und Verjährung	186
2. Ansprüche	187
V. Modekreationen: Schützenswerte Eigenschaften	187
VI. Bedeutung des UWG-Nachahmungsschutzes	188
1. § 4 Nr. 9 a lit. UWG	188
2. § 4 Nr. 9 lit. b UWG	191
3. Bedeutung des Nachahmungsschutzes außerhalb des § 4 Nr. 9 UWG	192
G. Zwischenergebnis zum deutschen Recht	192
4. Kapitel: Nachahmungsschutz nach englischem Recht	195
A. Einführung	195
B. Copyright	196
I. Gegenstand	196
II. Schutzvoraussetzungen	198
1. „Original“	198
2. „Artistic“	199
a) „Works of artistic craftsmanship“	199
b) „artistic works irrespective of artistic quality“	201
3. Fixation	203
4. Ausschlussgründe	203
a) § 51 CDPA	204
b) § 52 CDPA	205
III. Rechtsfolgen	206
1. Schutzdauer	206
2. Nachahmung im urheberrechtlichen Sinn	206

Inhaltsverzeichnis

3. Causal connection	208
4. Ansprüche bei Verletzung des Urheberrechts	208
IV. Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	209
1. Modedesign	209
2. Skizzen, Entwürfe und Schnittmuster	210
3. Artwork	211
a) Prints, Logos, Grafiken und Comic-Zeichnungen	211
b) Fotografien	211
c) Stoffmuster	212
V. Bedeutung für den Nachahmungsschutz	213
C. Trade Marks	214
D. Design Right	216
I. Einführung	216
II. Unregistered Design Right (UDR)	217
1. Gegenstand	217
2. Schutzworaussetzungen	218
a) „Design“	219
b) „Original“	220
c) Fixation/Recording of the design	222
d) Ausschlussgrund: “surface decoration”	222
3. Rechtsfolgen	224
a) Schutzdauer	224
b) Copying	224
c) Infringement	226
aa) Primary Infringement	226
bb) Secondary Infringement	226
cc) Ausschluss der Rechtsverletzung	227
d) Schadensersatz	227
4. Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	227
a) Modedesigns	227
b) Entwürfe, Schnitte, Schnittmuster	228
c) Artwork	228
5. Bedeutung für die Modeindustrie	229
E. Patent- und Gebrauchsmusterschutz von Mode	229
F. Unfair Competition	230
I. Einführung	230

II.	Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008	233
III.	Law Torts: die „Passing-off“-Klage	235
1.	Gegenstand	235
2.	Schutzvoraussetzungen	236
a)	„Goodwill“	237
b)	„Misrepresentation“	239
c)	„Damage“	243
3.	Rechtsfolgen	244
a)	Schutzdauer und Verjährung	244
b)	Schadenersatz	244
c)	Weitere Ansprüche	245
4.	Modekreationen: schützenswerte Eigenschaften	245
5.	Bedeutung der Passing-off-Klage für Modekreationen	247
G.	Zwischenergebnis zum Status quo des deutschen und englischen Rechts	248
5.	Kapitel: Nachahmungsschutz nach US-amerikanischem Recht	250
A.	Einführung	250
B.	Copyright	251
C.	Trade Mark	252
D.	Trade Dress	254
E.	Design Patent	256
F.	Unfair Competition	258
G.	Gesetzentwurf zum Schutz von Modekreationen	259
H.	Zwischenergebnis	260
6.	Kapitel: Nachahmungsschutz nach japanischem Recht	261
A.	Einführung	261
B.	Urheberrecht	261
C.	Designrecht	263
D.	Markenrecht	265
E.	Lauterkeitsrecht	267
F.	Zwischenergebnis	271

Inhaltsverzeichnis

G. Ergebnis des Ersten Teils	272
ZWEITER TEIL Bestimmung des optimalen Schutzniveaus	275
7. Kapitel: Modekreationen: Hohes oder niedriges Schutzniveau?	275
A. Einführung	275
B. Klassisches Innovationsargument	276
C. Das “Piracy Paradox” in der Modeindustrie	278
I. „Induced Obsolescence“	278
II. „Anchoring“	279
III. Kritik am Piracy Paradox	281
D. Schutz kleiner Labels	282
E. „Fashion lottery“-Argument	286
F. Mode als Kunst	286
G. Unterschiedlicher Kundenkreis	286
H. Fast Fashion trotz hohen Schutzniveaus	288
I. Wenig Eintragungen von Designs	288
J. Aussagekraft der Rechtsprechung	290
K. “Imitation is the sincerest form of flattery”	291
L. Soziale Aspekte	291
I. „Fashion Democracy“	291
II. Nachhaltigkeit	292
M. Plädoyer für ein niedriges Schutzniveau	293
8. Kapitel: Austarierung des Schutzniveaus – Handhabung von Doppelschutz und Kumulation am Beispiel von Modekreationen	296
A. Einführung	296
B. Doppelschutz	299
I. Deutsches Recht bzw. kontinentaleuropäisches Recht	299
II. Englisches Designrecht	301
C. Schutzrechtskumulation	304
I. Modedesign	305
1. Verhältnis Urheberrecht/Designrecht	306
2. Verhältnis Markenrecht/Designrecht & Urheberrecht	307

3. Verhältnis IP-Rechte/Lauterkeitsrecht	309
II. Skizzen, Entwürfe und Schnittmuster	310
III. Artwork	311
1. Prints, Logos, Grafiken und Comic-Zeichnungen	311
a) Verhältnis Urheberrecht/Designrecht	311
b) Verhältnis Markenrecht/Designrecht und Urheberrecht	312
c) Verhältnis IP-Rechte/Lauterkeitsrecht	315
2. Fotografien	315
a) Verhältnis Urheberrecht/Designrecht	315
b) Verhältnis Markenrecht/Urheber- und Designrecht	316
c) Verhältnis IP-Rechte/Lauterkeitsrecht	316
3. Stoffmuster	317
a) Verhältnis Urheberrecht/Designrecht	318
b) Verhältnis Markenrecht/Urheberrecht & Designrecht	318
c) Verhältnis IP-Rechte/Lauterkeitsrecht	319
4. Material & Verwendung neuer Verfahren und Techniken	319
D. Lösungsansätze – Kumulation	321
I. Einführung – Handlungsspielraum	321
II. Generelles Verbot der Schutzrechtsüberlappung	323
III. Auswahlrecht des Rechteinhabers	324
IV. Anpassung des Prozessrechts	325
V. Erklärung Rechteinhaber	326
VI. Regeln des schärferen Rechts gelten	327
VII. Funktion des Schutzrechts	329
VIII. Vorrang der IP-Rechte vor dem Lauterkeitsrecht	330
IX. Warenverkehrsfreiheit	332
X. Ausschlussklauseln nach dem Vorbild des englischen Rechts	332
XI. Rechtsmissbrauch: die “Public interest”- & “Misuse of intellectual property”-Doktrin	333
XII. „three step method“	337
E. Ergebnis	337

Inhaltsverzeichnis

DRITTER TEIL Schlussbemerkung	341
9. Kapitel: Fazit und Ausblick	341
Literaturverzeichnis	347