

Dr. Eva-Irina von Gamm

# Die Problematik der Gestaltungshöhe im deutschen Urheberrecht

Unter besonderer Berücksichtigung europarechtlicher  
Vorgaben und der Überschneidung mit dem deutschen  
Geschmacksmuster-, Wettbewerbs- und Kennzeichnungsrecht



Nomos Verlagsgesellschaft  
Baden-Baden 2004

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	12
Einleitung	17
A. Warum noch eine Arbeit zum Thema der Gestaltungshöhe?	17
B. Einführung in die Problematik	17
C. Gang der Untersuchung	19
Kapitel 1: Die historische Entwicklung in Deutschland	21
A. Entwicklung einer Urheberrechtsgesetzgebung	21
B. Das Kunsturhebergesetz vom 9. Januar 1876 (KUG 1876)	22
C. Das LUG und das KUG	24
Kapitel 2: Die aktuelle Rechtslage zur Gestaltungshöhe im Urheberrecht	26
A. Der Werkbegriff im Urheberrechtsgesetz von 1965	26
I. Allgemeines	26
II. Schutzvoraussetzungen	28
1. Persönliche Schöpfung	28
2. Geistiger Inhalt	29
3. Formgestaltung	31
4. Individualität	32
III. Unerhebliche Merkmale	34
1. Zweck der Gestaltung	34
2. Neuheit	34
3. Qualitative Anforderungen	36
4. Weitere unerhebliche Merkmale	36
B. Die Rechtsprechung zur Individualität	37

I.	Werke der angewandten Kunst	38
1.	Allgemeines	38
2.	Grundlegende und aktuelle Entscheidungen	38
3.	Zusammenfassung	43
II.	Schriftwerke, die nicht rein literarischer Natur sind	44
1.	Allgemeines	44
2.	Grundlegende und aktuelle Entscheidungen	45
3.	Zusammenfassung	52
III.	Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art	55
1.	Allgemeines	55
2.	Grundlegende Entscheidungen	55
3.	Zusammenfassung	58
IV.	Weitere geschützte Werke	59
1.	Werke der Baukunst	59
2.	Computerprogramme	61
3.	Werke der Musik	64
4.	Lichtbildwerke	65
5.	Filmwerke	67
6.	Sammelwerke / Datenbankwerke	69
7.	Schutz von Werktiteln	75
V.	Werkartübergreifende Fragen	76
1.	Nachprüfbarkeit im Revisionsverfahren / Beurteilung aus eigener Sachkunde	76
2.	Beurteilungszeitpunkt für die Urheberrechtsschutzfähigkeit	77
3.	Beweislast	78

4.	Form / Inhalt	80
5.	Unbeachtlichkeit von Allgemeingut bei der Bestimmung der Individualität	81
6.	Abhängigkeitsverhältnis von Gestaltungsspielraum und Gestaltungshöhe	82
a)	Keine eigenschöpferische Prägung bei fehlendem Gestaltungsspielraum	82
b)	Geringe Anforderungen an Gestaltungshöhe bei engem Gestaltungsspielraum	83
c)	Höhere Anforderungen an Gestaltungshöhe bei weitem Gestaltungsspielraum	84
7.	Abhängigkeitsverhältnis von Gestaltungshöhe und Schutzzumfang	84
8.	Abhängigkeitsverhältnis von Gestaltungshöhe und Annahme einer zulässigen freien Benutzung gem. § 24 UrhG	85
VI.	Kritische Würdigung der Rechtsprechung	86
1.	Unterschiedliche Anforderungen an Werke der „reinen“ und der angewandten Kunst	86
a)	Schwierigkeiten bei der Abgrenzung zwischen Werken der „reinen“ und der angewandten Kunst	86
b)	Auffängerschutz als Argument für erhöhte Anforderungen an die Gestaltungshöhe bei Werken der angewandten Kunst?	90
2.	Unterschiedliche Anforderungen an die Gestaltungshöhe bei Schriftwerken, die einem Gebrauchszweck dienen und bei Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art	95
3.	Einschränkungen der Rechtsprechung beim Inhaltsschutz	98
4.	Unterschiedliche Anforderungen an die Gestaltungshöhe je nach Werkart	104
5.	Subjektivität der Bewertung	107
	Kapitel 3: Schutz nach deutschem Geschmacksmusterrecht	110
A.	Voraussetzungen für einen Schutz nach dem Geschmacksmustergesetz	110

I.	Grundlegendes	110
II.	Neuheit	111
III.	Eigentümlichkeit	112
B.	Schutzzumfang	114
C.	Verhältnis zum Urheberrecht	116
D.	Vor- bzw. Nachteile des Geschmacksmusterschutzes im Gegensatz zum Urheberrechtsschutz	116
E.	Schlussfolgerungen im Hinblick auf das Kriterium der Gestaltungshöhe	119
	Kapitel 4: Schutz nach europäischem Geschmacksmusterrecht	121
A.	Die Geschmacksmusterrechtsrichtlinie vom 13.10.1998	121
I.	Grundlegendes	121
II.	Schutzvoraussetzungen	121
1.	Neuheit	122
2.	Eigenart	123
III.	Schutzzumfang	126
IV.	Unterschiede zum geltenden deutschen Geschmacksmusterrecht	127
V.	Das Verhältnis zum Urheberrechtsschutz	128
B.	Die Gemeinschaftsgeschmacksmusterverordnung vom 12.12.2001	129
I.	Grundlegendes	129
II.	Das Verhältnis zum Urheberrechtsschutz	134
	Kapitel 5: Ergänzender Leistungsschutz	135
A.	Voraussetzungen für einen ergänzenden Leistungsschutz nach § 1 UWG	135
I.	Grundlegendes	135
II.	Schutzwürdiges Leistungsergebnis	137
III.	Leistungsübernahme	142

IV. Besondere wettbewerbliche Umstände	142
V. Zeitliche Begrenzung des Unterlassungsanspruchs	146
VI. Rechtsfolgen	147
B. Vor- bzw. Nachteile des ergänzenden Leistungsschutzes im Gegensatz zum Urheberrechtsschutz	147
C. Schlussfolgerungen im Hinblick auf das Kriterium der Gestaltungshöhe	151
D. Auswirkungen des nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters auf den ergänzenden Leistungsschutz	152
E. Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz auf Gemeinschaftsebene	157
Kapitel 6: Schutz urheberrechtsschutzfähiger Werke durch das Kennzeichnungsrecht	159
A. Grundlegendes	159
B. Schutz nach dem Warenzeichengesetz	160
I. Schutz von dreidimensionalen Formen und Gestaltungen	160
II. Schutz von Werbeslogans	163
III. Schutz von Werktiteln	164
C. Schutz nach dem Markengesetz	165
I. Grundlegendes	165
II. Schutz von dreidimensionalen Formen und Gestaltungen	166
1. Allgemeines	166
2. Besonderheiten bei der Markenfähigkeit	167
3. Konkrete Unterscheidungskraft bei dreidimensionalen Marken, die die Form der Ware oder Verpackung darstellen	174
4. Freihaltebedürfnis bei dreidimensionalen Marken, die die Form der Ware oder Verpackung darstellen	179
5. Der Schutzzumfang der dreidimensionalen Marke	182
a) Einschränkung des Schutzzumfangs durch die Ausschlussgründe des § 3 Abs.2 MarkenG	182

b)	Geringere Kennzeichenkraft von dreidimensionalen Marken	183
c)	Teleologische Reduktion des Schutzbereichs auf den Funktionsbereich des Markengesetzes	184
d)	Markenrechtsverletzung nur bei kennzeichenmäßigem Gebrauch der kollidierenden Marke	185
III.	Schutz von Werbeslogans	188
1.	Allgemeines	188
2.	Konkrete Unterscheidungskraft	189
3.	Beschreibende Angaben	190
4.	Das Schutzhindernis des § 8 Abs. Nr. 3 MarkenG	191
5.	Schutzumfang	192
IV.	Schutz von Werktiteln	193
D.	Vor- bzw. Nachteile des markenrechtlichen (Design)-schutzes im Vergleich zum urheberrechtlichen / geschmacksmusterrechtlichen Schutz	197
E.	Das Verhältnis des Urheberrechts zum Markenrecht in Abhängigkeit zur Gestaltungshöhe	201
F.	Schlussfolgerungen im Hinblick auf das Kriterium der Gestaltungshöhe	206
	Kapitel 7: Wirtschaftliche Aspekte, europarechtliche und verfassungsrechtliche Vorgaben	208
A.	Wirtschaftliche Aspekte	208
B.	Europarechtliche Vorgaben für das Urheberrecht	209
C.	Verfassungsrechtliche Vorgaben für das Urheberrecht	212
I.	Grundsätzliches	212
II.	Verstoß gegen Art. 14 Abs. 1 GG durch die erhöhten Anforderungen der Rechtsprechung an die Gestaltungshöhe für Werke der angewandten Kunst	214
	Kapitel 8: Lösungsansätze	217
A.	Die Lehre von der statistischen Einmaligkeit als gangbarer Lösungsweg?	217

B.	Schaffung eines neuen Leistungsschutzgesetzes?	220
C.	Negative Abgrenzung im Schaffensbereich als Lösungsvorschlag	226
	Zusammenfassung der Ergebnisse und Schlussbemerkung	233
A.	Zusammenfassung der Ergebnisse	233
I.	Keine unterschiedlich hohen Anforderungen an Werke der „reinen“ und der angewandten Kunst	233
II.	Keine unterschiedlich hohen Anforderungen an Schriftwerke, die einem Gebrauchszweck dienen, und Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art	234
III.	Inhaltsschutz auch für wissenschaftliche Werke	234
IV.	Vor- und Nachteile der jeweiligen Schutzrechte / Folgerungen im Hinblick auf das Kriterium der Gestaltungshöhe	235
V.	Abschied vom ergänzenden Leistungsschutz im Bereich der ange- wandten Kunst	237
VI.	Negative Abgrenzung als Lösungsvorschlag	237
B.	Schlussbemerkung	238
	Anhang: Wichtige Gesetzesvorschriften	240
A.	Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der Literatur und der Tonkunst vom 19. Juni 1901 (LUG):	240
B.	Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie vom 9. Januar 1907 (KUG)	240
C.	Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechts- gesetz) vom 9. September 1965	241
D.	Gesetz betreffend das Urheberrecht an Mustern und Modellen (Geschmacksmustergesetz) vom 11. Januar 1876	243
E.	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7. Juni 1909	243
F.	Warenzeichengesetz vom 5. Mai 1936 in der Fassung vom 2. Januar 1968	243
G.	Markengesetz vom 25. Oktober 1994	244
	Literaturverzeichnis	246