

## Handtaschen-Geschmacksmuster von YSL sind schutzfähig

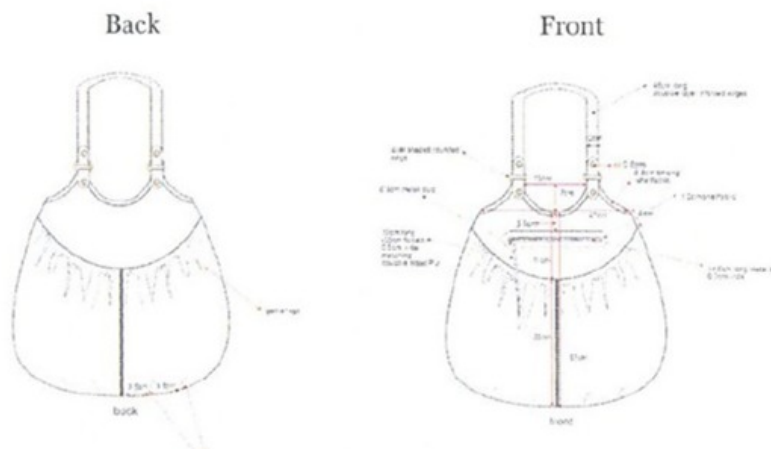
19.01.2016

Gewerblicher Rechtsschutz | Alicante

Am 10. September 2015 hat das Gericht der Europäischen Union (EuG) entschieden, dass zwei die Gestaltung einer Handtasche betreffende Gemeinschaftsgeschmacksmuster von Yves Saint Laurent SAS („YSL“) die notwendige Eigenart aufweisen und daher schutzfähig sind (Rechtssachen T-525/13 und T-526/13). YSL hatte im Jahr 2006 zwei Gemeinschaftsgeschmacksmuster für Handtaschen eintragen lassen, die u.a. folgende Abbildungen enthielten:



H&M beantragte im Jahr 2009 beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt („HABM“), die Muster wegen fehlender Eigenart für nichtig zu erklären. Zur Begründung stützte sich H&M auf das nachfolgend auszugsweise eingeblendete ältere Muster:



Nach Ablehnung seiner Nichtigkeitsanträge erhob H&M Beschwerde, die das HABM mit der Begründung zurückwies, dass die angegriffenen Muster die erforderliche Eigenart nach Art. 6 der Gemeinschaftsgeschmacksmusterverordnung (GGV) aufwiesen. Beide Handtaschendesigns wiesen zwar gemeinsame Merkmale auf, unterschieden sich aber in Bezug auf Form, Struktur und Gestaltung der Oberfläche hinreichend voneinander. Diese Unterschiede spielten eine entscheidende Rolle für den Gesamteindruck aus Sicht des informierten Benutzers (in diesem Fall eine informierte Frau, die sich als mögliche Benutzerin von Handtaschen für diese interessiert). Im Rahmen der Prüfung der Eigenart hatte das HABM auch den Grad der Gestaltungsfreiheit des Designers analysiert und für hoch befunden, die Unterschiede zwischen den Mustern aber gleichwohl für groß genug gehalten. Das HABM hatte überdies klargestellt, dass die Prüfung der Gestaltungsfreiheit des Entwerfers ein integraler Bestandteil der Eigenartsprüfung und kein gesonderter Prüfungspunkt sei.

Das EuG hat die Entscheidungen des HABM vollumfänglich bestätigt.

Was die Gestaltungsfreiheit des Entwerfers angeht, so hat das Gericht bestätigt, dass diese keine abstrakte Vorstufe des Vergleichs der Gesamteindrücke ist und die Eigenart eines Geschmacksmusters sich nicht allein nach diesem Faktor bestimmt. Die Gestaltungsfreiheit sei vielmehr ein Gesichtspunkt, der als „steigernder“ oder „mildernder“ Einfluss auf den Gesamteindruck zu berücksichtigen sein könne.

Hinsichtlich des Vergleichs der von den Mustern hervorgerufenen Gesamteindrücke hat das Gericht den Entscheidungen des HABM folgend festgestellt, dass zwischen den angegriffenen Mustern (den YSL-Taschen) und dem älteren Muster (der H&M-Tasche) entscheidende Unterschiede in Bezug auf die Form (rechteckig vs. abgerundet), die Struktur (ein einziges Stück Leder vs. eine Teilung durch Nähte in drei Teile) und die Gestaltung der Oberfläche (unverziert vs. verziert) bestünden. Daneben weist das Gericht darauf hin, dass die Taschen auf unterschiedliche Weise verwendet würden, weil die YSL-Tasche nur in der Hand zu tragen sei, während die H&M-Tasche über der Schulter getragen werden könne. Das EuG schlussfolgert, dass die Unterschiede – anders als die bestehenden Ähnlichkeiten zwischen den Mustern – wesentlich für den Gesamteindruck seien, der bei der informierten Benutzerin hervorgerufen werde.

Die Entscheidung des EuG reiht sich ein in eine wachsende Anzahl an Entscheidungen zu Gemeinschaftsgeschmacksmustern, die in ihrer Summe immer weiter dazu beitragen, das Gemeinschaftsgeschmacksmuster als eigenständiges Recht zu etablieren, das vor allem in der Modebranche immer wichtiger werden dürfte. Die Entscheidung zeigt dabei, dass ein weiterer Gestaltungsspielraum des Designers gepaart mit gewissen Ähnlichkeiten nicht ausreicht, um zu einem übereinstimmenden Gesamteindruck zu gelangen. Vielmehr braucht es trotz weiten Gestaltungsspielraums einer Nähe zwischen den Mustern, die den informierten Benutzer einen übereinstimmenden Gesamteindruck annehmen lässt.

**Haben Sie Fragen?** Kontaktieren Sie gerne: [Janina Voogd](#)

**Practice Group:** [Gewerblicher Rechtsschutz & Medien](#)

**Weitere Artikel:** [Produktpiraterie: Bekleidungsbranche gehen jährlich Milliarden verloren](#) ; [Werbung für Designermöbel verletzt Urheberrecht](#) ; [Neues EU-Markenrecht nimmt Gestalt an](#)

## Contact Person



**Janina Wortmann, LL.M. (Cape Town)**

Mitglied der Practice Group Gewerblicher Rechtsschutz  
Rechtsanwältin

T +49 89 28628272