

besonderer Absatz dem Kampf gegen die Rechtsprechung gewidmet. Dem Gesetz wird nunmehr zugegeben, daß es genügend Raum und Handhabe biete, dem Plagiatunwesen beizukommen. Das Gesetz von 1907 passe auch auf den Schutz des Plakatkünstlers, es würde aber vom Richter nicht auf die Plakatkunst angewendet. Nicht eine Abänderung des geltenden Rechts sei zu erstreben, sondern richtige Anwendung auf das Gebiet des Plakatplagiaten.

Die Angriffe richten sich u. a. gegen zwei vermeintliche grundlegende Irrtümer:

Das Reichsgericht hat mit Urteil vom 5. 11. 15 dem Warenzeichen der Salamander-Schuhwaren-Gesellschaft den Kunstschutz versagt, weil es kein Werk der bildenden Kunst sei. Die Gründe des Urteils, auf das sich Meyer bezieht, werden im Mai-Juni Heft der „Mitteilungen deutscher Reklamefachleute“ S. 126 wie folgt mitgeteilt:

„Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsirrtum dem für Schuhwaren eingetragenen Zeichenbilde „Salamander“ der Klägerin den Kunstschutz versagt, weil es kein Werk der bildenden Künste sei. Unerheblich ist hierfür, daß das Bild zum Gebrauche als Warenzeichen, also für einen gewerblichen Zweck angefertigt ist. Als Kunstwerk zu schützen ist aber nur ein Bild, welches durch selbständige Zeichnung zwecks Erzielung eines ästhetischen Eindrucks hervorgebracht ist. Nun spricht das Landgericht aus, das Bildzeichen der Klägerin sei augenscheinlich nicht in der Absicht geschaffen, daß es sich an das Schönheitsgefühl des Beschauers wenden und es anregen solle; vielmehr augenscheinlich nur in der Absicht, ein auffallendes, dem Publikum sich einprägendes Warenzeichen zu schaffen. Das Berufungsgericht, macht sich diesen Ausspruch zu eigen und bekräftigt ihn durch den Zusatz, es erhelle ohne weiteres, daß das Salamanderzeichen in seiner Ausführung nicht geeignet oder bestimmt sei, das Schönheitsgefühl des Beschauers anzuregen

oder zu befriedigen. Beide Vorinstanzen haben also durch den Augenschein die Ueberzeugung gewonnen, daß der Urheber des Zeichens nicht den Zweck verfolgt hat, mit seinem Werke einen ästhetischen Eindruck hervorzubringen, sondern daß er nur dem Bedürfnisse der Klägerin nach einem charakteristischen und handlich gestalteten Zeichen hat genügen können. Damit ist dem Zeichen die Eigenschaft eines Kunstwerkes ohne Rechtsirrtum abgesprochen. Die Entscheidung ist auch einleuchtend, denn in dem Zeichenbilde treten Merkmale des Bestrebens, auf das Schönheitsgefühl des Beschauers einzuwirken, nicht hervor.

Klägerin hat solche auch nicht anzuführen vermocht. Eines Eingehens auf die Behauptung, daß sie sich das jetzt vorliegende Zeichen hat anfertigen lassen, weil das früher benützte ihr zu plump schien, bedurfte es nicht. Denn wenn Klägerin auch das jetzige Zeichen als Ersatz für ein anderes, welches ihr mißfiel, angenommen haben mag, so folgt daraus nicht, daß das eine Zeichen als ein Kunstwerk zu erachten ist.

Nicht jeder Gegenstand, dessen Urheber sich bemüht hat, seine unschöne Gestaltung zu vermeiden, ist deswegen als Kunstwerk anzusehen. Die Einwirkung auf das Schönheitsgefühl muß vielmehr ein wesentlicher Zweck des Urhebers des Werkes gewesen sein. Da dies für das hier streitige Bildzeichen „Salamander“ verneint ist, wird der Klägerin der Schutz des Gesetzes, betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste (K. U. G.) vom 9. 1. 1907 mit Recht abgesprochen.“

Die Auffassung des Reichsgerichts beruht nach Meyer auf einer „bedenklichen Verkennung der tatsächlichen Verhältnisse“. Er findet in dem Urteil die Verkündung des „fadenscheinigen Begriffs“ „l'art pour l'art“. Das Gericht versage, da es das Zweck und Kunst vereinigende Wort Zweckkunst nicht kenne. Die Auffassung des Reichsgerichts entspräche der noch herrschenden Ansicht in der Öffentlichkeit, deren reinsten Niederschlag Reichsgerichtsurteile seien. Er legt dem Reichsgericht zur Last, daß es sich die Be-



ORIENT-TEPPICHE
GRANDS **JELMOLIS**
MAGASINS **ZÜRICH**
„AUS DEN WAH-WETTBEWERBEN“

Abb. 12 OTTO BAUMBERGER / Plakat 1916
Druck: Gebr. Fretz A.-G., Zürich