

Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
Swiss Federal Institute of Intellectual Property
Stauffacherstrasse 65/59 g · CH-3003 Bern
Telefon +41 (0)31 377 77 77 · Fax +41 (0)31 377 77 78 · www.ige.ch

Gedacht. Gemacht. Geschützt.

Marken, Patente und Co.
auf den Punkt gebracht



pat. pend.

+ pat +

mod. dép.



Impressum «Gedacht. Gemacht. Geschützt. – Marken, Patente und Co. auf den Punkt gebracht» © 2003 Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum (IGE), Stauffacherstrasse 65/59g, CH-3003 Bern. 5. überarbeitete Auflage, August 2010.

Redaktion und Übersetzung: IGE. Layout und Satz: Typopress Bern AG, Bern. Fotos: Andreas Greber (S. 40), Francesco Rossetti (S. 7 rechts), Susan Trigg (S. 32) und Stanislav Popov (S. 37). Druck: Binkert Druck AG, Laufenburg.

Wir danken den Unternehmen Ricola AG in Laufen, Zenith, branch of LVMH Swiss Manufactures SA, in Le Locle und Thomas Sutter AG in Appenzell, deren Produkte bzw. Logos wir in dieser Broschüre abbilden dürfen.

«Gedacht. Gemacht. Geschützt. – Marken, Patente und Co. auf den Punkt gebracht» erscheint in deutscher, französischer, italienischer und englischer Sprache. Die Broschüre ist gratis und kann auch unter www.ige.ch/download als PDF-Datei bezogen werden.

Um die Lesbarkeit nicht zu beeinträchtigen, haben wir in der Regel auf die weibliche Form verzichtet. Wir bitten die Leserinnen um Verständnis.

Inhaltsverzeichnis

Geistiges Eigentum	5
Die Schutzrechte der Innovativen und Kreativen	
Schutzrechte	8
Was sie sind und was sie können	
Das Rad nicht neu erfinden	12
Was bringen Marken-, Technologie- und Patentrecherchen?	
Die Marke	14
Rund um das berühmte ®	
Das Patent	20
Das Schutzrecht für findige Köpfe	
Schutzrechte im Überblick	22
Das Design	28
Ein fassbares Gesetz für eine fassbare Materie	
Das Urheberrecht	32
Auf der Seite des Künstlers	
Patentanwälte, Markenanwälte & Co.	38
Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum	39

Geistiges Eigentum – Die Schutzrechte der Innovativen und Kreativen

Gedacht

Wer zündende Ideen hat, ...

Gemacht

... diese beharrlich weiterentwickelt und sie in die Praxis umsetzt, ...

Geschützt

... soll seine Innovationen und Kreationen als Geistiges Eigentum schützen können.

Das Immaterialgüterrecht

Es liegt in der Natur der Sache, dass innovative Leistungen und kreative Schöpfungen leicht kopiert und missbräuchlich verwendet werden können. Hier effektiven Schutz zu bieten, ist Aufgabe des Immaterialgüterrechts.

Markenschutz

Namen und Logos, mit denen sich Waren, Dienstleistungen oder Unternehmen auf dem Markt profilieren oder bewerben lassen, können als **Marke** (S. 14–19) geschützt werden. Der Markenschutz verleiht dem Inhaber das ausschliessliche Recht, seine Marke zur Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen zu verwenden.

The Ricola logo is displayed in a dark green, cursive font with a white outline. A registered trademark symbol (®) is located to the upper right of the word "Ricola".

Patentschutz

Auf Erfindungen, durch die ein Produkt oder ein Herstellungsverfahren wesentlich verbessert oder neu erschaffen wird, kann ein **Patent** (S. 20–27) erteilt werden.

Das Patent gibt dem Inhaber das Recht, Dritten die wirtschaftliche Nutzung seiner Erfindung zu verbieten.



Designschutz

Das äussere Erscheinungsbild, das eine Ware charakterisiert, kann als **Design** (S. 28–31) geschützt werden.

Inhaber eines Designrechts können anderen verbieten, Produkte mit gleichem oder ähnlichem Design zu gebrauchen.



Urheberrecht

Software, Texte, Bilder, Musik und ähnliche Schöpfungen mit individuellem Charakter sind automatisch durch das **Urheberrecht** (S. 32–37) geschützt.

Der Urheber kann darüber bestimmen, ob, wann und wie sein Werk verwendet werden darf.



Schutzrechte – Was sie sind und was sie können

Das Immaterialgüterrecht umfasst die gewerblichen Schutzrechte (Marken-, Patent- und Designschutz) und das Urheberrecht. Zusammenfassend werden die Rechte an den «immateriellen» Gütern auch als Geistiges Eigentum bezeichnet. Die zentralen Funktionen sind:

- **Schutzrechte geben den Inhabern das Recht, Dritte – in der Regel Konkurrenten – von der wirtschaftlichen Nutzung der Güter auszuschliessen, an denen ein Recht besteht.** Verboten werden können insbesondere das Herstellen, Verwenden, Verkaufen, Inverkehrbringen (auch Schenken!) und Bewerben von geschützten Waren oder Dienstleistungen.
- **Schutzrechte machen Innovationen und Kreationen überhaupt erst zu einem handelbaren Gut, zu einem Vermögenswert eines Unternehmens.** Schutzrechte können Sie verkaufen, vermieten (Lizenzen), verpfänden oder vererben.
- **Geistiges Eigentum ist als Informationsquelle für Unternehmer, Forscher, Entwickler und Kreative von grosser Bedeutung.** Weil quasi als «Gegenleistung» für das erhaltene Schutzrecht die betreffenden Informationen veröffentlicht werden, sammelt sich in den Schutzrechtsregistern eine Fülle von Daten über technische Erfindungen, Marken und Designs, die jeder nutzen kann.

- **Schutztitel helfen bei der professionellen Vermarktung einer Ware oder einer Dienstleistung und fördern deren Ansehen.** Mit einer starken Marke oder einem überlegenen Produkt fällt es leichter, die mit der Entwicklung und Markteinführung investierten Summen zurückzugewinnen.

Schutzrechtsstrategien

Wer seine Waren und Dienstleistungen optimal schützen will, sollte strategisch vorgehen und sich einige zentrale Fragen beantworten:

- Ist der Schutz überhaupt notwendig? Droht Missbrauch durch Dritte?
- Welcher Schutz ist der optimale? Neben dem formellen Schutz, also der Registrierung von Marken, Patenten und Designs, gibt es auch informelle Schutzmöglichkeiten wie z. B. Geheimhaltung oder vorsorgliche Publikation von Erfindungen.
- Was ist zu schützen? Erfindung, Marke oder Design? Oder alles gleichzeitig? Und wie? Die raffinierte Form einer Flasche als Design oder der Name eines Getränks als Marke?
- Wie weit soll der Schutz reichen? Für welche Waren oder Dienstleistungen soll eine Marke registriert werden? Soll das Patent das erfinderische Verfahren oder das Produkt schützen?
- In welchen Ländern wollen Sie Ihre Produkte vermarkten – in welchen Ländern benötigen Sie Schutz? Sind Sie auch bereit, Ihre Rechte in diesen Ländern durchzusetzen? Wie sieht das Kosten-Nutzen-Verhältnis aus?

Gut zu wissen!

- Während der Urheberrechtsschutz automatisch entsteht, müssen der Marken-, der Patent- und der Designschutz beantragt und periodisch «erneuert» werden. Diese Anträge unterstehen gewissen Bedingungen und Formvorschriften. Weitere Erläuterungen finden Sie in den nachfolgenden Kapiteln.
- «Wer zuerst kommt, mahlt zuerst.» Schutzrechte gehören grundsätzlich denjenigen, die ihre Marke, ihre Erfindung oder ihr Design als Erste anmelden. Ausnahme: US-Patentanmeldung.

- Vom Datum der ersten Anmeldung an beginnen wichtige Fristen (z. B. Zahlungen, maximale Laufzeit) zu laufen. Dazu gehört auch die sogenannte Prioritätsfrist, während welcher der Anmelder für eine bestimmte Dauer beispielsweise die Möglichkeit hat, eine Marke, eine Erfindung oder ein Design auch im Ausland anzumelden, ohne dass ihm ein Dritter zuvorkommen kann. Je nach Schutzrecht beträgt die Prioritätsfrist 6 oder 12 Monate.

- Auch über fremde Schutzrechte sollten Sie sich Gedanken machen: Verletzen Sie Rechte von Dritten? Sollten Sie die Innovationen und Kreationen der Konkurrenz überwachen?

Der Aufbau einer wirksamen Schutzrechtsstrategie setzt fundierte Kenntnisse über die verschiedenen gewerblichen Schutzrechte voraus. Der Beizug eines Spezialisten (S. 38) lohnt sich.

Grenzen der Schutzrechte

Ermittelte Schutzrechte sind verschiedenen Einschränkungen unterworfen:

- **Schutzrechte laufen nach einer maximalen Schutzdauer ab.** Abgelaufene, d. h. nach der maximalen Laufzeit gelöschte oder zurückgezogene Schutzrechte sind frei verfügbar. Ausnahme: Der Schutz für Marken kann beliebig oft verlängert werden.
- **Schutzrechte sind nur in einem bestimmten Land gültig (Territorialitätsprinzip).** Eine Schweizer Marke gilt also nur innerhalb der Schweiz. Soll sie auch in anderen Ländern geschützt sein, müssen Sie die Marke dort ebenfalls registrieren. Auch die sogenannten regionalen oder internationalen Anmeldeverfahren ergeben schliesslich in den meisten Fällen rein nationale, autonome Schutzrechte. Ausserhalb des Schutzgebietes können Dritte grundsätzlich frei auf Marken, Erfindungen oder Designs zugreifen.

- **Geschützt ist in der Regel nur die gewerbliche (wirtschaftliche) Nutzung einer Erfindung oder Kreation.** So darf z. B. ein patentierter Gegenstand für die Forschung oder zum Privatgebrauch ohne Zustimmung des Patentinhabers benutzt werden. Der privaten Nutzung sind aber insbesondere im Urheberrecht und bei der Ein-, Aus- und Durchführung von Piraterieprodukten Grenzen gesetzt.
- **Der Umfang des Schutzes ist genau zu definieren.** Für jedes Schutzrecht bestehen klare Regeln, wie der Schutzzumfang zu definieren ist. So ist z. B. eine Marke nicht generell, sondern nur für diejenigen Waren und Dienstleistungen geschützt, für welche sie registriert ist.

Private Register und Datenbanken sind fakultativ!

Private Firmen bieten die Eintragung von gewerblichen Schutzziteln in Info-Register, Handelsmarken-Indizes oder Internet-Datenbanken an. Massgebend für den rechtmässigen Schutz in der Schweiz ist aber einzig und allein der Eintrag in eines der Schutzrechtsregister, die vom Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum verwaltet werden. Private Register und Datenbanken sind rechtlich unwirksam und von zweifelhaftem Nutzen. Zur Zahlung der entsprechenden «Eintragungskosten» besteht deshalb weder eine Verpflichtung noch ist diese sinnvoll.

- Schutzrechte werden ohne Garantie erteilt. In der Schweiz wird z. B. die Neuheit einer Erfindung nicht geprüft. Dritte können deshalb ein erteiltes Schutzrecht jederzeit anfechten. Ob es schliesslich Bestand hat oder nicht, entscheidet dann der Richter. Beim Markenschutz steht dem Inhaber einer älteren Marke zudem während dreier Monate nach der Veröffentlichung einer neuen Marke das Widerspruchsverfahren zur Verfügung, in welchem er die Gefahr der Verwechslung mit seiner älteren Marke geltend machen kann. Deshalb ist es wichtig, vor einer Anmeldung von Erfindungen, Marken und Designs abzuklären, ob alle Schutzvoraussetzungen erfüllt sind.

- Neuheitserfordernis: Patente und Designs sollten Sie unbedingt vor Veröffentlichung (z. B. Verkauf, Messepräsentation, Internet) anmelden.
- Mögliche Konflikte mit Rechten Dritter werden bei der Eintragung eines Schutzrechts in der Schweiz nicht überprüft. Wir empfehlen Ihnen, dieses Risiko mit einem Spezialisten (S. 38) abzuklären.

Das Rad nicht neu erfinden – Was bringen Marken-, Technologie- und Patentrecherchen?

Häufig werden Marken, Patente oder Designs für kreative Schöpfungen angemeldet, die bereits existieren. Eine vorgängige Abklärung kann helfen, unnötige Investitionen und Doppelspurigkeiten in der Entwicklung zu vermeiden.

Schutzrechtsregister als Informationsquellen erster Güte

Die Register, in welche die Schutzrechte eingetragen werden, enthalten eine Fülle an Informationen zu technischen Erfindungen, geschützten Kennzeichen und Designs. Schätzungen zufolge sind mehr als 80 % des technischen Wissens ausschliesslich in den rund 70 Millionen weltweit publizierten Patentdokumenten niedergeschrieben. Dieses Wissen können Sie für diverse Zwecke nutzen:

- In der Schweiz wird bei der Erteilung eines Patents – auch wenn eine fakultative Recherche zum Stand der Technik beantragt worden ist – nicht überprüft, ob die Erfindung neu ist. Es empfiehlt sich daher beispielsweise für eine Patentanmeldung, den Stand der Technik mit Hilfe von Patentdatenbanken abzuklären.
- Bei der Prüfung einer Marke wird nicht geprüft, ob identische oder ähnliche Schutzrechte wie Marken, Firmen oder Domainnamen schon bestehen. Dies muss vom Anmelder vorgängig selbst abgeklärt werden – allenfalls mit Unterstützung durch einen Spezialisten (S. 38).
- Mit Marken- und Patentrecherchen kann auch die Grundlage für die Überprüfung geschaffen werden, ob man mit seinem Produkt ein bereits bestehendes Schutzrecht verletzt.
- Gezielte Recherchen, z. B. zum Stand der Technik oder zu bestehenden Marken in einem bestimmten Produktumfeld, liefern wertvolle Entscheidungsgrundlagen in der Forschungs-, Entwicklungs- bzw. Kreativephase. Sie lassen Sie zum Beispiel die Patentierbarkeit einer Erfindung abschätzen und damit Leerläufe und Doppelentwicklungen vermeiden.
- Mittels Recherchen können Sie auch die Schutzrechte der Mitbewerber überprüfen und überwachen, die Konkurrenz oder eine bestimmte Branche analysieren oder frühzeitig Trends erkennen.

Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum bietet Unerfahrenen mit der «Begleiteten Patentrecherche» gegen ein geringes Entgelt eine Einführung in das Patentwesen und eine einfache Patentrecherche. Informationen über die Möglichkeiten von massgeschneiderten Marken- und Patentrecherchen sowie Adressen von Anbietern finden Sie unter www.ige.ch/recherchen.

Erste Infos via Gratis-Datenbanken

Im Internet stehen kostenlose Datenbanken zur Verfügung, in denen auch Laien erste einfache Recherchen nach Schutzrechten vornehmen können. Dazu gehören:

- **www.swissreg.ch**: enthält in der Schweiz eingetragene Schutztitel
- **www.wipo.int/romarin**: erlaubt die Suche nach internationalen Marken, die in der Schweiz geschützt sind
- **www.espacenet.ch**: umfasst über 70 Millionen Patentdokumente weltweit

Achtung: Diese Datenbanken sind keine professionellen Suchwerkzeuge. Eigene Recherchen in Gratis-Datenbanken können daher die Recherche eines Experten nicht ersetzen.

Die Marke – Rund um das berühmte ®

Was ist eine Marke?

Eine Marke im rechtlichen Sinne ist ein Kennzeichen, das sich eignet, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Warum Marken schützen?

Marken sind ein entscheidendes Profilierungsmerkmal für Waren oder Dienstleistungen. In deren Aufbau und Pflege wird oft viel Geld und Zeit investiert. Marken stellen somit wertvolles Kapital dar. Mit einer Marke heben Sie sich von Ihren Mitbewerbern ab.

Der konkrete Nutzen?

Der Markenschutz verleiht dem Inhaber das ausschliessliche Recht, seine Marke zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen zu gebrauchen. Dieses Recht kann weitergegeben werden, z.B. durch Lizenzen oder durch Verkauf. Der Markeninhaber kann anderen verbieten, ein identisches oder ähnliches Zeichen für gleiche oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen zu verwenden, sofern Verwechslungsgefahr besteht.



Markentypen

Als Marken geschützt werden können zum Beispiel:

- Wörter (z. B. Breitling)
- Slogans (z. B. «Red Bull verleiht Flügel»)
- Buchstabenkombinationen (z. B. ABB)
- Zahlenkombinationen (z. B. 501)
- bildliche Darstellungen (z. B. SBB-Logo)
- dreidimensionale Formen (z. B. Toblerone)

oder Kombinationen dieser Elemente. Auch akustische Zeichen (z. B. Ricola-Melodie mit Gesang) können geschützt werden.

Kein Schutz

Ihr Zeichen muss als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen wahrgenommen werden können. Dies ist bei beschreibenden Zeichen (wie z. B. 4WD für Fahrzeuge oder M8 für Schrauben) nicht der Fall. Wenn Konkurrenten auf die freie Verwendung eines Zeichens angewiesen sind, darf dieses nicht als Marke geschützt werden (wie z. B. WASSERDICHT für Bekleidung). Weiter darf Ihr Zeichen nicht täuschend sein, z. B. in Bezug auf die geografische

Schutzvoraussetzungen

- Grundsätzlich können alle grafisch darstellbaren Zeichen Marken im Sinne des Gesetzes sein, solange sie unterscheidungskräftig sind. Massgebend für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist der Gesamteindruck, den eine Marke hinterlässt.
- Eine Marke darf nicht beschreibend sein, also keine Sachangaben zu Beschaffenheit, Qualität, Art oder Ort der Herstellung, Bestimmung oder Preis der Ware enthalten (Beispiel: «apple» kann nicht für Obst, wohl aber als Marke eines Computerherstellers geschützt werden).
- Eine Marke darf nicht gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstossen. So darf ein Zeichen weder sittliches, moralisches noch religiöses Empfinden (auch von Minoritäten) verletzen.
- Eine Marke darf keine falschen Eigenschaften, z. B. zu Herkunft, Qualität oder Beschaffenheit der Ware oder Dienstleistung, vortäuschen (siehe auch «Herkunftsangaben» auf Seite 18).

Herkunft. Gegen die Rechtsordnung oder die guten Sitten verstossende Zeichen können ebenfalls nicht geschützt werden. In- und ausländische Wappen dürfen als Marken nur von Institutionen und Unternehmen verwendet werden, die in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Gemeinwesen (Eidgenossenschaft, Kanton usw.) stehen, dem ein bestimmtes Wappen zugeschrieben wird. Einzelne Farben können in der Regel nicht geschützt werden. Ausnahmen bilden Farben, die sich im Alltag als unterscheidungskräftig durchgesetzt und Markencharakter erhalten haben (z. B. Lila für Milka-Schokolade – siehe auch «Durchgesetzte Marken» auf Seite 18).

Schutzdauer

Eine Marke ist vom Anmeldedatum an für jeweils zehn Jahre geschützt. Der Schutz kann beliebig oft um weitere zehn Jahre verlängert werden.

Anmeldung in der Schweiz

Wollen Sie Ihre Marke registrieren lassen? Melden Sie die Marke online unter <https://e-trademark.ige.ch> an. Die Anmeldung umfasst ein Verzeichnis der Waren oder Dienstleistungen, für welche Sie die Marke beanspruchen wollen, und eine Abbildung der Marke. Nach der Eintragung wird die Marke auf www.swissreg.ch veröffentlicht.

Verletzt eine Marke Rechte Dritter?

Weil das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum dieses Kriterium im Eintragungsverfahren nicht prüft, ist eine vorgängige Recherche nach Marken, Firmen oder Domainnamen dringend zu empfehlen. Weitere Informationen zur Markenrecherche finden Sie auf Seite 12 sowie unter www.ige.ch/recherchen.

Schutz in anderen Ländern

Für die internationale Registrierung einer Marke stehen verschiedene Wege offen:

- **Die direkte Anmeldung im betreffenden Land**

Zu beachten ist, dass die gesetzlichen Grundlagen, Anmeldeformalitäten, Prüfungs- und Erteilungsverfahren von Land zu Land verschieden sind.

- **Das Madrider System**

Dieses Anmeldeverfahren ermöglicht die Ausdehnung des schweizerischen Markenschutzes auf andere Vertragsstaaten oder Vertragsorganisationen. Die internationale Schutzausdehnung muss beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum beantragt werden.

- **Mehrere Länder mit einer Anmeldung**

Mit einer einzigen Markenanmeldung beim Amt der Europäischen Union für die Eintragung von Marken und Geschmacksmustern (HABM, Alicante, Spanien, <http://oami.europa.eu>) schützen Sie Ihre Marke im gesamten Gebiet der Europäischen Union (Gemeinschaftsmarke). Der Schutz in den Ländern der EU kann auch durch eine Ausdehnung nach dem Madrider System beantragt werden.

Wir empfehlen Ihnen, den Markenschutz im Ausland und die beste Anmeldestrategie mit einem Spezialisten (S. 38) zu besprechen.

Gut zu wissen!

- Mit der Eintragung ins schweizerische Handelsregister ist der Name eines Unternehmens nicht automatisch auch als Marke geschützt. Wollen Sie den Firmennamen auch zur Kennzeichnung von Produkten verwenden, kann es sich lohnen, ihn als Marke schützen zu lassen.
- Eine Marke muss innerhalb von fünf Jahren nach ihrer Eintragung auch tatsächlich gebraucht werden.
- Wer als Privatperson gefälschte Markenprodukte zum Eigengebrauch einführt, riskiert, dass diese am Zoll beschlagnahmt werden.

Alternativen zum Markenschutz

Die Kennzeichnung der eigenen Waren oder Dienstleistungen ist auch ohne Markenschutz möglich. Ohne Markenschutz haben Sie aber nur unter erschwerten Voraussetzungen die Möglichkeit, Dritten die Nutzung Ihres Kennzeichens zu verbieten.

Marken: einige Spezialfälle

- **Durchgesetzte Marken:** Beschreibende Zeichen können Schutzfähigkeit erlangen, wenn sie für Waren oder Dienstleistungen eines bestimmten Unternehmens auf dem Markt allgemeine Bekanntheit erlangt, sich wie im Fachjargon genannt «durchgesetzt» haben (z. B. Valsler für Mineralwasser).
- **Freizeichen:** Marken können durch ihre jahrelange Präsenz zu Bezeichnungen für ganze Produktgattungen werden und ihre Schutzfähigkeit verlieren (z. B. «Eile mit Weile» für Brettspiele).
- **Berühmte Marken** wie etwa Nestlé oder Nike geniessen unter gewissen Voraussetzungen auch für Waren und Dienstleistungen Schutz, für die sie gar nicht eingetragen wurden.
- **Internet-Domainnamen:** Für die Vergabe von Domainnamen mit den Ländercodes CH und LI und deren Registrierung ist die Stiftung SWITCH (www.switch.ch) zuständig. Domainnamen können auch als Marken angemeldet werden.
- **Herkunftsangaben:** Damit werden bestimmte Waren oder Dienstleistungen voneinander unterschieden – jedoch nicht wie bei Marken bezüglich des Herstellers der Ware, sondern bezüglich der geografischen Herkunft. Unterschieden wird zwischen direkten Herkunftsangaben (z. B. Schweizer Schokolade) und indirekten Herkunftsangaben (z. B. Wilhelm Tell). Wenn ein Zeichen neben einer direkten Herkunftsangabe unterscheidungskräftige Bestandteile enthält, kann es ins Markenregister eingetragen werden, sofern die Warenliste entsprechend geografisch eingeschränkt wird. Bei Dienstleistungen muss der Sitz des Dienstleistungserbringers im Land der betreffenden Herkunftsangabe liegen.

- **AOC/IGP (Appellation d'Origine Contrôlée/Indication Géographique Protégée):** Bestimmte Bezeichnungen wie z. B. Tête de Moine (AOC) oder die St. Galler Kalbsbratwurst (IGP) sind speziell geschützte Herkunftsangaben, die in einem Register des Bundesamtes für Landwirtschaft eingetragen sind. Die damit bezeichneten Erzeugnisse müssen die Voraussetzungen eines detaillierten Pflichtenhefts erfüllen. AOC und IGP können nur unter bestimmten Bedingungen auch als Markenbestandteil registriert werden.
- **Wie viel Schweiz muss drin sein, damit auch Schweiz draufstehen darf?** Zu diesem Thema hat der Bundesrat im November 2009 eine Gesetzesvorlage verabschiedet (www.ige.ch/swissness). Die parlamentarische Beratung wurde Anfang 2010 aufgenommen.



Das Patent – Das Schutzrecht für findige Köpfe

Was ist eine Erfindung?

Eine Erfindung im rechtlichen Sinne löst ein technisches Problem mit den Mitteln der Technik, z. B. das Entfernen eines Korkens aus einer Flasche mittels eines Korkeziehers.

Warum Erfindungen schützen?

Patente sind Lohn und Anreiz für die Forschung und Entwicklung. Sie fördern die technische Innovation und tragen zur Vermehrung und Verbreitung des technischen Wissens bei. Sie sind Beweis für die Innovationskraft eines Unternehmens und sichern ihm im hart umkämpften Markt die Nutzung seiner Erfindung.



Der konkrete Nutzen?

Ein Patent gibt dem Inhaber das Recht, Dritten die wirtschaftliche Nutzung (z. B. die Herstellung, den Verkauf, die Einfuhr) seiner Erfindung zu verbieten. Es steht dem Inhaber offen, anderen dieses Recht zu übertragen, sei es durch Verkauf des Patentes oder durch Lizenzverträge.

Kein Schutz

Nicht patentierbar sind z. B. Ideen, Konzepte, Entdeckungen, wissenschaftliche Theorien und mathematische Methoden, Algorithmen, Spielregeln, Lotteriesysteme, Lehrmethoden und organisatorische Arbeitsabläufe, diagnostische, therapeutische oder chirurgische Verfahren (am Tier und am Menschen), Pflanzensorten und Tierrassen.

Computerprogramme «als solche» sind ebenfalls nicht patentierbar; sie sind durch das Urheberrecht geschützt. Programmbezogene Erfindungen dagegen können patentierbar sein (z. B. elektronische Steuerungen). Ebenfalls von der Patentierung ausgeschlossen sind Erfindungen, deren Verwertung gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstösst (beispielsweise gewisse biotechnologische Erfindungen).

Schutzvoraussetzungen

Eine Erfindung muss folgende Kriterien erfüllen, um patentierbar zu sein:

- **Neuheit:** Eine Erfindung ist dann neu, wenn sie nicht zum Stand der Technik gehört. Zum Stand der Technik gehört alles Wissen, das vor Anmeldung der Erfindung der Öffentlichkeit in irgendeiner Form zugänglich war – und zwar irgendwo auf der Welt.
- **Gewerbliche Anwendbarkeit:** Die Erfindung muss auf irgendeinem gewerblichen Gebiet einschliesslich der Landwirtschaft hergestellt oder benutzt werden können.
- **Erfinderische Tätigkeit:** Die Erfindung darf sich nicht in naheliegender Weise aus dem Stand der Technik ergeben und somit für einen Fachmann trivial sein. Unerwartete Eigenschaften von Produkten oder die Widerlegung eines Vorurteils («auf diese Weise geht es ja sowieso nicht») sind oft Indizien dafür, dass die erfinderische Tätigkeit gegeben ist.

Schutzrechte im Überblick

	Markenschutz	Patentschutz	Designschutz	Urheberrecht ²
Was wird geschützt?	Eingetragene Zeichen bei Missbrauch durch Dritte	Erfindungen, d. h. technische Lösungen im Bereich der Technik	Die Form, die äussere Gestaltung eines Gegenstandes	Werke der Literatur und Kunst (inklusive Computerprogramme)
Wie entsteht der Schutz?	Eintragung der Marke ins Markenregister	Erteilung des Erfindungspatentes	Eintragung des Designs ins Designregister	Automatisch im Moment der Schöpfung
Minimalanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> keine Verletzung älterer Drittrechte unterscheidungskräftig nicht beschreibend nicht gegen die öffentliche Ordnung und die guten Sitten verstossend 	<ul style="list-style-type: none"> Neuheit gewerbliche Anwendbarkeit erfinderische Tätigkeit Offenbarung der Erfindung 	<ul style="list-style-type: none"> Neuheit Gesamteindruck muss sich von bestehenden Gestaltungen wesentlich unterscheiden nicht gegen die öffentliche Ordnung und die guten Sitten verstossend 	Geistige Schöpfung der Literatur und Kunst mit individuellem Charakter
Kein Schutz	<ul style="list-style-type: none"> einfache Zeichen Abkürzungen Sachangaben Wappen und weitere 	<ul style="list-style-type: none"> Tierrassen, Pflanzensorten Verfahren der Diagnose, Therapie oder Chirurgie am menschlichen oder tierischen Körper Verwertung verstösst gegen die öffentl. Ordnung oder die guten Sitten bestimmte biotechn. Erfindungen 	<ul style="list-style-type: none"> ausschliesslich technische Funktionen Ideen, Konzepte Bundesrecht (z. B. Wappenschutz) und Staatsverträge verletzend 	<ul style="list-style-type: none"> Inhalt (Ideen, Konzepte) Gesetze, amtliche Erlasse Entscheidungen von Behörden Zahlungsmittel Patentschriften
Schutzausnahmen	Nicht markenmässiger Gebrauch	Privatgebrauch, Forschung und Lehre		Privatgebrauch, Zitate, Sicherungskopien, Berichterstattung
Schutzumfang	Definiert durch das Zeichen und die Waren- und Dienstleistungsliste (WDL)	Definiert durch Patentansprüche («claims»)	Definiert durch die Abbildung	Definiert durch das konkrete Werk
Schutzdauer	10 Jahre (beliebig verlängerbar)	max. 20 Jahre	5 Jahre (4 x 5 Jahre verlängerbar): max. 25 Jahre	70 Jahre nach dem Tod des Urhebers (50 Jahre bei Computerprogrammen)
Gängige Symbole oder Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> ® für registrierte Marke ™ für Trademark Verwendung fakultativ, Missbrauch strafbar	+pat+; pat. pend. (Erfindung zum Patent angemeldet) Verwendung fakultativ, Missbrauch strafbar	mod. dép. Verwendung fakultativ, Missbrauch strafbar	©, «Copyright», «Alle Rechte vorbehalten», «Tous droits réservés» oder ähnliche Anmerkungen Verwendung fakultativ
Anmeldegebühr (CH)¹	550 CHF	200 CHF (Anmeldung), 500 CHF (optionale Recherche), 500 CHF (Prüfung)	200 CHF (Grundgebühr), inklusive Publikation einer Abbildung	Keine
Verlängerung (CH)¹	550 CHF (10 Jahre)	Jährlich 100 CHF für das 5. und 6. Jahr, 200 CHF für das 7. und 8. Jahr, 310 CHF ab dem 9. Jahr	200 CHF (5 Jahre)	Keine
Besonderheiten	Verletzung älterer Schutzrechte wird in der Schweiz nicht geprüft (Markenrecherche empfohlen)	Neuheit und erfinderische Tätigkeit werden in der Schweiz nicht geprüft (Patentrecherche empfohlen)	<ul style="list-style-type: none"> Veröffentlichung kann 30 Monate aufgeschoben werden Neuheit wird in der Schweiz nicht geprüft 	Verwertungsgesellschaften: SUISA, SUISSIMAGE, ProLitteris, SSA, SWISSPERFORM

¹ Exkl. allfällige Kosten bei Beizug eines Spezialisten.

² Im Urheberrechtsgesetz sind zudem die verwandten Schutzrechte der ausübenden Künstler, der Hersteller von Ton- und Tonbildträgern und der Sendeunternehmen geregelt.

Schutzdauer

Erfindungen lassen sich vom Anmeldedatum an gerechnet für maximal 20 Jahre schützen. Um den Schutz aufrechtzuerhalten, muss der Inhaber ab dem fünften Jahr nach dem Anmeldedatum jährliche Gebühren entrichten.

Anmeldung in der Schweiz

Wollen Sie Ihre Erfindung patentieren lassen? Dann reichen Sie eine Patentanmeldung schriftlich oder per E-Mail (patent.admin@ekom.ipi.ch) beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum ein. Antragsformulare können Sie von www.ige.ch/formulare herunterladen oder per Telefon 031 377 77 77 anfordern. Die komplette Anmeldung umfasst die Beschreibung der Erfindung, mindestens einen Patentanspruch, der den Schutzbereich festlegt, und gegebenenfalls Zeichnungen. Ein Patentanwalt kann helfen, die Erfindung auf ihre wesentlichen Merkmale hin zu analysieren und die Anmeldung zu verfassen. Die Patentanmeldung wird 18 Monate nach ihrer Einreichung und das erteilte Patent nach seiner Erteilung auf www.swissreg.ch veröffentlicht.

Ist eine Erfindung tatsächlich neu und erfinderisch?

Weil wir diese Kriterien nicht prüfen, empfehlen wir Ihnen, vor der Patentanmeldung selbst oder mit Unterstützung eines Spezialisten (S. 38) sicherzustellen, dass Ihre Erfindung diese Schutzvoraussetzungen erfüllt. Haben Sie Ihre Erfindung bereits zum Patent angemeldet, können Sie zur Abklärung von Neuheit und erfinderischer Tätigkeit eine «Recherche zur schweizerischen Patentanmeldung» ausführen lassen. Weitere Informationen zu Patentrecherchen finden Sie unter www.ige.ch/recherchen.

Schutz in anderen Ländern

Im Ausland führen drei verschiedene Wege zum Patent:

- **Direkte Anmeldung im betreffenden Land**

Zu beachten ist, dass die gesetzlichen Grundlagen, Anmeldeformalitäten, Prüfungs- und Erteilungsverfahren von Land zu Land verschieden sind.

- **Europäische Anmeldung**

Mit einem einzigen Erteilungsverfahren kann in fast 40 europäischen Staaten, einschliesslich der Schweiz, Schutz beantragt werden. Das Europäische Patent ist entweder direkt beim Europäischen Patentamt (EPA, www.epo.org) in München oder – von schweizerischen bzw. liechtensteinischen Unternehmen – auch beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum in Bern zu beantragen.

Gut zu wissen!

- Erst anmelden, dann reden! Eine Erfindung, die vor der ersten Anmeldung bereits in irgendeiner Form bekannt gemacht worden ist, ist nicht mehr patentierbar.
- Ein Patent schützt den Inhaber nicht davor, dass seine Erfindung ohne seine Einwilligung benutzt wird – es gibt ihm aber die Möglichkeit, rechtlich gegen eine solche Nutzung vorzugehen.
- Patente sichern Investitionen in die Forschung und Entwicklung. Da im Gegenzug zur Patentierung das beschriebene Wissen veröffentlicht wird, dienen Patente zudem der Wissensverbreitung. Damit fördert der Patentschutz die Forschung und den technischen Fortschritt.

- Erfindungen, die im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses entstehen, gehören (gemäss Art. 332 OR) dem Arbeitgeber, sofern nichts anderes vereinbart wurde.
- Für die Schweiz und Liechtenstein gilt dasselbe Patentgesetz. Beide Länder stellen ein gemeinsames Schutzgebiet dar.

• Internationale Anmeldung

Die Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO, www.wipo.int) in Genf stellt ein weltweites Anmeldeverfahren zur Verfügung, das auf dem sogenannten Patentszusammenarbeitsvertrag (PCT) basiert. Dank dem PCT-Verfahren gilt eine Erfindung mit einer einzigen Anmeldung in über 140 Vertragsstaaten als angemeldet. Eine solche Anmeldung führt jedoch nicht direkt zu einem Patent, sondern sie wird im Anschluss an die internationalen Verfahrensschritte in allen gewünschten Ländern unabhängig voneinander geprüft. Das Verfahren hat den Vorteil, dass der Anmelder mehr Zeit hat zu entscheiden, in welchen Ländern er seine Erfindung schützen lassen will. Die Kosten in den einzelnen Ländern fallen entsprechend später an.

Die **Patentierungskosten** sind abhängig von den gewählten Anmeldeverfahren und von der Anzahl Länder, in welchen Schutz beantragt wird. Gegebenenfalls müssen auch Kosten für die Übersetzungen der Patentschriften berücksichtigt werden.

Wir empfehlen Ihnen, den Patentschutz im Ausland und die beste Anmeldestrategie mit einem Patentanwalt (S. 38) zu besprechen.

Alternativen zum Patentschutz

- Wenn die Erfindung am fertigen Produkt nicht nachvollziehbar ist, kann man sie auch geheim halten (Geschäftsgeheimnis).
- In Branchen mit sehr schnellen Entwicklungszyklen ist ein Patentschutz möglicherweise nicht notwendig. Denn bis Konkurrenten das eigene Produkt kopieren, bringen Sie bereits die nächste Produktgeneration auf den Markt.
- Wollen Sie Ihre Erfindung nicht schützen, aber gleichzeitig verhindern, dass Dritte diese Erfindung patentieren lassen, können Sie sie veröffentlichen. Damit ist sie nicht mehr neu und somit nicht mehr patentierbar. Falls Sie Ihre Erfindung im Internet publizieren wollen, müssen Sie sicherstellen, dass Sie das Publikationsdatum zu einem späteren Zeitpunkt belegen können. Unter www.ige.ch/defpubl finden Sie eine aktuelle Liste von Anbietern, die Ihnen dabei helfen.



Das Design – Ein fassbares Gesetz für eine fassbare Materie

Was ist ein Design?

Unter Design im rechtlichen Sinne wird die äussere Gestaltung von Erzeugnissen oder Teilen davon verstanden. Die Gestaltung kann zwei- (Muster) oder dreidimensional sein. Die Formgebung ist charakterisiert durch die Anordnung von Linien, Konturen, Farben oder Flächen oder durch das verwendete Material.

Beispiele: Das Design von Konsumgütern wie Bestecke und Zahnbürsten; Industrial Design wie Lokomotiven oder Produktionsanlagen; Design im Detail wie ein Uhrenzifferblatt, Stoffmuster oder Teile einer Fahrzeugkarosserie.

Warum Designs schützen?

Design spricht die Sinne an, löst Gefühle aus, schafft Identifikation, profiliert. Deshalb ist Design zu einem entscheidenden Marktfaktor geworden und Fälschungen in diesem Umfeld sind dementsprechend häufig.



Der konkrete Nutzen?

Inhaber eines Designrechts können anderen verbieten, Produkte mit gleichem oder ähnlichem Design zu gebrauchen. Als Gebrauch gelten insbesondere das Herstellen, das Lagern, das Anbieten, das Inverkehrbringen, die Ein-, Aus- und Durchfuhr sowie der Besitz. Bei gewerblich hergestellten Waren können die Ein-, Aus- und Durchfuhr auch verboten werden, wenn sie zu privaten Zwecken erfolgen.

Kein Schutz

Vom Schutz ausgeschlossen sind Designs, die sich ausschliesslich aus der Verwirklichung einer technischen Funktion ergeben (z. B. das Gewinde einer Schraube), die Bundesrecht (z. B. Wappenschutz) oder Staatsverträge verletzen oder gegen die guten Sitten oder die öffentliche Ordnung verstossen.

Schutzdauer

Ein Design kann für maximal 25 Jahre (fünf Perioden à fünf Jahre) geschützt werden. Gerechnet wird vom Anmeldedatum an.

Anmeldung in der Schweiz

Wollen Sie Ihr Design registrieren lassen? Dann reichen Sie eine Designanmeldung beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum ein. Antragsformulare können Sie von www.ige.ch/formulare herunterladen oder per Telefon 031 377 77 77 anfordern. Sie können Ihr Design auch per

Schutzvoraussetzungen

In den Genuss des Designschutzes können Gestaltungen kommen, wenn

- das Design neu ist – was der Fall ist, wenn vor der Anmeldung kein anderes identisches oder ähnliches Design veröffentlicht worden ist – und
- sich das Design von bestehenden Gestaltungen in wesentlichen Punkten genügend unterscheidet.

E-Mail (design.admin@ekomm.ipi.ch) anmelden. Die Anmeldung beinhaltet mindestens eine zur Vervielfältigung geeignete Abbildung des Designs. Nach der Eintragung wird das Design auf www.swissreg.ch veröffentlicht.

Schutz in anderen Ländern

Designs können im Ausland grundsätzlich auf zwei verschiedene Arten angemeldet werden:

- **Direkte Anmeldung im betreffenden Land**

Zu beachten ist, dass die gesetzlichen Grundlagen, Anmeldeformalitäten, Prüfungs- und Erteilungsverfahren von Land zu Land verschieden sind.

- **Mehrere Länder mit einer Anmeldung**

Bei der Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO, www.wipo.int) in Genf: für Länder, die dem sogenannten Haager Abkommen angeschlossen sind.

Beim Amt der Europäischen Union für die Eintragung von Marken und Geschmacksmustern (HABM, Alicante, Spanien, <http://oami.europa.eu>): für das gesamte Gebiet der Europäischen Union.

Wir empfehlen Ihnen, den Designschutz im Ausland und die beste Anmeldestrategie mit einem Spezialisten (S. 38) zu besprechen.

Alternativen zum Designschutz

Eine Gestaltung kann auch unter den Schutz des Urheberrechts fallen oder als Marke (dreidimensionale Bildmarke) geschützt werden, sofern die Voraussetzungen für den Urheberrechts- oder Markenschutz erfüllt sind.

Gut zu wissen!

- Soll Ihr angemeldetes Design noch nicht veröffentlicht werden, damit z. B. die Konkurrenz keine Trends erkennt, können Sie die Veröffentlichung um maximal 30 Monate aufschieben lassen.
- Der Schutz ist unabhängig von den Dimensionen, d. h. ein massstabsgetreues Modell genießt den gleichen Schutz wie das Original. Deshalb dürfen auf den Abbildungen auch keine Massangaben gemacht werden.



Das Urheberrecht – Auf der Seite des Künstlers

Wofür steht das Urheberrecht?

Das Urheberrecht schützt den Urheber von Werken der Literatur und Kunst. Es schützt die Form und nicht Inhalte. Geschützt ist also die Form, in welcher eine Idee zum Ausdruck gelangt, und nicht die Idee oder das Konzept selbst. Beispiel: Einsteins Aufsatz «Die Grundlage der allgemeinen Relativitätstheorie» in den «Annalen der Physik» ist urheberrechtlich geschützt. Die Relativitätstheorie selbst darf aber frei verwendet oder erläutert werden, einfach nicht mit denselben Worten wie in Einsteins Originaltext.

Der konkrete Nutzen?

Der Urheber kann darüber bestimmen, ob, wann und wie sein Werk verwendet werden darf. Insbesondere verfügt er über die folgenden Rechte:

- **Vervielfältigungsrecht:** Recht, das Werk durch irgendein Verfahren zu vervielfältigen (Herstellung von weiteren Werkexemplaren), ob unverändert oder verändert spielt keine Rolle.

- **Verbreitungsrecht:** Recht, das Werk anzubieten, zu veräußern oder auf eine andere Art in Verkehr zu bringen.
- **Recht des Zugänglichmachens:** Recht, das Werk in ein Kommunikationsnetz wie das Internet zu stellen, sodass die Öffentlichkeit Zugang dazu hat und das Werk beispielsweise heruntergeladen kann.
- **Aufführungs- und Vorführungsrecht:** Recht, das Werk öffentlich vorzutragen, aufzuführen, vorzuführen oder es auf eine andere Art wahrnehmbar zu machen.
- **Bearbeitungsrecht:** Recht, zu entscheiden, ob, wann und wie das Werk geändert werden und ob es zur Schaffung eines neuen Werkes dienen darf (z. B. eine Übersetzung).

Was sind Werke?

Werke im urheberrechtlichen Sinne sind Schöpfungen im Bereich der Kunst und Literatur. Dazu gehören insbesondere:

- literarische Werke jeglicher Art (Texte), vom Roman über die wissenschaftliche Abhandlung und den Zeitungsartikel bis hin zum Werbeprospekt oder den Texten auf einer Website;
- visuelle oder audiovisuelle Werke wie Fotografien und Filme;
- Werke der Musik und andere akustische Werke;
- Werke der bildenden Kunst (Malerei, Bildhauerei, Grafik) sowie der angewandten Kunst (Gegenstände mit Gebrauchswert), wobei die Anmeldung als Design den Urheberrechtsschutz nicht ausschließt;

Schutzvoraussetzungen

Urheberrechtlichen Schutz genießen Werke unter der Voraussetzung, dass sie

- zum Bereich der Literatur und Kunst gehören,
- das Ergebnis einer geistigen Schöpfung sind und
- einen individuellen Charakter haben.

Es kommt weder auf den Zweck noch auf den Aufwand oder die finanziellen Mittel an, die eingesetzt werden, um ein Werk zu schaffen. Im Einzelfall obliegt es aber den ordentlichen Gerichten, verbindlich zu entscheiden, ob die Schutzvoraussetzungen erfüllt sind.



- Werke mit wissenschaftlichem oder technischem Inhalt wie Zeichnungen, Pläne, Karten oder plastische Darstellungen;
- Werke der Baukunst (Architektur).

Schutz von Software

Urheberrechtlich geschützt ist insbesondere der Quelltext von Computerprogrammen. Davon ausgeschlossen sind beispielsweise Lösungsprinzipien wie Algorithmen, die einer Software zugrunde liegen.

Kein Schutz

Blosse Ideen, Leistungen, Konzepte oder Anweisungen schützt das Urheberrecht nicht – selbst dann nicht, wenn sie individuell sind. Des Weiteren nicht geschützt sind Gesetze, Verordnungen und andere amtliche Erlasse sowie Entscheidungen, Protokolle und Berichte von Behörden und öffentlichen Verwaltungen, Zahlungsmittel, Patentschriften und veröffentlichte Patentgesuche.

Schutzdauer

In der Schweiz erlischt der Urheberrechtsschutz 70 Jahre (Computerprogramme 50 Jahre) nach dem Tod des Urhebers.

Entstehung des Schutzes

Der Schutz des Urheberrechts gilt automatisch vom Moment der Schöpfung an. Es bedarf weder irgendwelcher Formalitäten noch einer Anmeldung. Es werden keine Register geführt.

Die verwandten Schutzrechte

Neben den Werkschaffenden schützt das Urheberrechtsgesetz weitere Kategorien von kulturell Tätigen. Geschützt werden auch Schauspieler, Musiker, Musik- und Filmproduzenten, Radio- und Fernsehsender. Im Detail geht dieser Schutz aber weniger weit als derjenige der Urheber.

Schutz in anderen Ländern

Grundsätzlich ist jedes Rechtssystem immer national. Das schweizerische Urheberrecht schützt Urheber und weitere Kategorien von kulturell Tätigen (verwandte Schutzrechte) nur in der Schweiz. Der Schutz auf internationaler Ebene wird durch internationale Abkommen (Berner Übereinkunft, WIPO-Urheberrechtsvertrag, WIPO-Vertrag über Darbietungen und Tonträger, Rom-Abkommen und weitere) geregelt.

Gut zu wissen!

- Erlaubt ist die Verwendung veröffentlichter Werke zum Eigengebrauch (im privaten Kreis unter Verwandten und engen Freunden; auszugswise die schulische Nutzung für den Unterricht; das auszugswise Vervielfältigen in Betrieben für die interne Information). In gewissen Fällen hat der Urheber aber Anspruch auf Vergütung.
- Der Austausch von Musikdateien im Rahmen von Tauschbörsen ist illegal, denn das Zurverfügungstellen dieser Dateien an beliebige Dritte geht über die Verwendung zum Eigengebrauch hinaus.

- Wer eine Software auf mehreren Computern laufen lassen will, muss die nötige Anzahl Lizenzen erwerben.
- Vermerke auf dem Werk wie «Copyright», «Alle Rechte vorbehalten» oder «©» sind zwar für einen Schutz in der Schweiz nicht nötig, können aber ein nützlicher Hinweis für Dritte sein und in gewissen Fällen als eine Art «Warnung» dienen. Als Urheber wird grundsätzlich angenommen, wer auf dem Werk bzw. bei dessen Veröffentlichung genannt wird.
- Werke zweiter Hand wie z. B. Übersetzungen, Verfilmungen oder musikalische Arrangements (Coverversionen) sind ebenfalls geschützt.

Verwertungsgesellschaften

Verwertungsgesellschaften nehmen die Rechte der Urheber kollektiv wahr und zwar insbesondere dort, wo eine Verwertung durch die einzelnen Rechteinhaber nicht möglich oder nicht sinnvoll wäre (z. B. Fotokopieren, Vermieten von DVDs oder privates Kopieren auf CD-Rohlinge).

- SUISA, für musikalische, nichttheatralische Werke, www.suisa.ch
- SUISSIMAGE, für audiovisuelle Werke, www.suissimage.ch
- ProLitteris, für Literatur, Fotografie und bildende Kunst, www.prolitteris.ch
- SSA – Société Suisse des Auteurs, für wort- und musikdramatische sowie audiovisuelle Werke, www.ssa.ch
- SWISSPERFORM, für verwandte Schutzrechte, www.swissperform.ch

- Werke auf allgemein zugänglichem Grund dürfen zweidimensional abgebildet werden (keine Erlaubnis des Urhebers ist notwendig, um z. B. eine Statue auf einem öffentlichen Platz zu fotografieren und dieses Foto dann zu verwerten).
- Das Zitieren eines veröffentlichten Werkes in einem anderen Werk zur Veranschaulichung ist grundsätzlich erlaubt. Zitate sind als solche zu kennzeichnen und die Quelle ist deutlich anzugeben. Es gilt die Faustregel «so wenig wie möglich, so viel wie nötig».



Patentanwälte, Markenanwälte & Co.

Patentanwälte wirken aufgrund ihres natur- oder ingenieurwissenschaftlichen Hochschulabschlusses sowie ihrer Zusatzausbildung im Patentrecht, im Designrecht und anderen Bereichen des Schutzes Geistigen Eigentums als versierte Dolmetscher zwischen Recht und Technik. Sie beraten und unterstützen die Erfinder und Anmelder in allen Schritten von der Erkennung der Erfindung bis zur Durchsetzung eines Patents gegenüber Dritten, nicht nur in der Schweiz, sondern weltweit.

Markenanwälte bieten Unterstützung in allen Fragen zum Markenschutz. Im Vordergrund stehen dabei meist die Klärung der Verfügbarkeit von Marken bzw. die Ähnlichkeit zu bestehenden Marken, Fragen zum Gebrauch einer Marke und die Abschätzung von möglichen Konflikten. Ebenso helfen sie bei der Verteidigung von Markenschutzrechten.

Die Patent- und die Markenanwälte vertreten die Anmelder von Schutzrechten vor den Patent- und Markenämtern, entweder direkt oder, im Falle von ausländischen nationalen Ämtern, über ihnen gut bekannte, dort ansässige Patent- und Markenanwälte. Sie überwachen und verwalten Schutzrechte, verfassen Verletzungs- und Rechtsbeständigkeitsgutachten, erstellen Schutzrechtsstrategien und beraten bei Lizenzierung und Verkauf von Schutzrechten.

Für eine unentgeltliche Erstberatung in Fragen des Patentschutzes steht KMU und Einzelpersonen in der Schweiz und in Liechtenstein das IP-Beratungsnetzwerk zur Verfügung. Unter www.ige.ch/ip-netz finden Sie einen teilnehmenden Patentanwalt in Ihrer Nähe.

Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum

Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (IGE) ist die zentrale Anlaufstelle des Bundes für alle Fragen zu Patenten, Marken, geografischen Herkunftsbezeichnungen, Designschutz und Urheberrecht. Es bietet Ihnen folgende Dienstleistungen an:

- **Erteilung von Schutzrechten:** Bei uns können Sie Marken, Patente und Designs anmelden – für die Schweiz, je nach Verfahren auch international. Wir prüfen die nationalen Gesuche, erteilen die Schutzrechte und verwalten die entsprechenden Register.
- **Marken-, Patent- und Technologierecherchen:** Wir bieten verschiedenste Recherchedienstleistungen, von einer begleiteten Patentrecherche für Einsteiger bis zu komplexen Patentverletzungsrecherchen, von einfachen Markenrecherchen bis zu massgeschneiderten Markenüberwachungen.
- **Informationen und Schulungen:** Zu unseren Aufgaben gehört es auch, Unternehmen darüber zu informieren, wie sie das Schutzrechtssystem und die ihnen zustehenden Freiräume für ihren wirtschaftlichen Erfolg nutzen können. Wir führen Kurse und Seminare durch und kooperieren mit schweizerischen Hochschulen.

Das IGE berät die Bundesbehörden in allen Fragen des Geistigen Eigentums und ist für die verwaltungsinterne Vorbereitung der entsprechenden Gesetzgebung zuständig. Es vertritt die Schweiz in den massgeblichen internationalen Organisationen sowie in Verhandlungen zum Geistigen Eigentum mit Drittstaaten.

Das IGE verfügt über eine eigene Rechtspersönlichkeit und ist vom Bundeshaushalt unabhängig. Es beschäftigt derzeit 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Noch Fragen?

Unser Contact-Center mit der Nummer **+41 (0)31 377 77 77** steht KMU, grossen Unternehmen, Einzelerfindern und allen weiteren Interessierten unentgeltlich zur Verfügung und beantwortet Ihre Fragen zum Schutz von Innovationen und Kreationen:

montags bis freitags, 8.00 Uhr–12.00 Uhr und 13.00 Uhr–17.00 Uhr.
Sie erreichen das Contact-Center auch mit der beiliegenden Postkarte oder per E-Mail (info@ipi.ch).

Informationen online

Auf unserer Website finden Sie auch:

- Informationen speziell für KMU (kmu.ige.ch)
- Liste mit Markenberatern und Patentanwälten in der Schweiz (www.ige.ch/ma-berater und www.ige.ch/pat-anwalt)
- Liste der am IP-Beratungsnetzwerk (unentgeltliche Erstberatung) angeschlossenen Patentanwaltsbüros (www.ige.ch/ip-netz)
- Informationen über Patent- und Markenrecherchen (www.ige.ch/recherchen)
- Informationen zu unseren Schulungsangeboten, Kursen und massgeschneiderten «à la carte»-Seminaren für Unternehmen, Verbände und Handelskammern (www.ige.ch/schul)
- Informationen zur aktuellen und künftigen gesetzlichen Situation sowie über neuere nationale und internationale Entwicklungen auf dem Gebiet des Geistigen Eigentums (www.ige.ch/jurinfo)

**Bitte senden Sie mir kostenlos weitere
Informationen über folgende Bereiche des
Geistigen Eigentums:**

- **Markenschutz**
- **Patentschutz**
- **Designschutz**
- **Urheberrecht**
- **Markenrecherchen**
- **Patent- und Technologierecherchen**
- **Aus- und Weiterbildung**

Vorname, Name

Firma

Strasse, Nr.

PLZ, Ort

Land

Telefon

Fax

E-Mail

+ pat +

mod.dép.