

Inhaltsverzeichnis

1	Urheberrecht.....	3
1.1	In der Schweiz.....	3
1.2	Übersicht	3
1.3	Was ist geschützt?.....	3
1.4	Die einzelnen Werkarten.....	4
1.4.1	Traditioneller Kulturbereich	4
1.4.2	Gewerblicher und industrieller Bereich	4
1.5	Nicht geschützt, aber.....	4
1.5.1	Ideen, Konzepte, Lehren und Theorien	4
1.5.2	Erfindungen	4
1.5.3	Kennzeichen	4
1.5.4	Darbietungen, Sendungen und Tonträger.....	5
1.6	Internationaler Schutz.....	5
1.7	Die Berechtigung am Werk.....	5
1.7.1	Erstveröffentlichung.....	5
1.7.2	Namensnennung	5
1.7.3	Werkintegrität	5
1.7.4	Vervielfältigungsrecht	5
1.7.5	Wahrnehmbarmachung	5
1.8	Schranken der Urheberberechtigung.....	6
1.8.1	Schutzdauer	6
1.8.2	Eigengebrauch der (privaten) Nutzer	6
1.9	Musikdownload und Filesharing	6
1.9.1	Fallbeispiele aus der Praxis.....	7
1.9.2	Rechtlicher Rahmen: Eigengebrauch (Privatkopie).....	7
1.9.3	Wer ist verantwortlich? Wer haftet?	8
1.10	Sicherung und Durchsetzung des Urheberrechts.....	8
1.10.1	Traditionelle Sicherung.....	8
1.10.2	Digital Rights Management (DRM).....	8
1.10.3	Schutzvermerk ©.....	9
1.11	Verwertung und Nutzung des Werks	9
1.11.1	Übertragung des Urheberrechts	9
1.11.2	Lizenzierung und Verlag	10
1.11.3	Verwertungsgesellschaften	10
2	Patentschutz.....	11
2.1	Patente zum Schutz von Erfindungen und zur Förderung der technischen Innovation	11

2.2	Übersicht über das Patentrecht in der Schweiz	11
2.2.1	Zweck des Patentrechts.....	11
2.2.2	Patentvoraussetzungen.....	11
2.2.3	Patentvoraussetzungen im Einzelnen	12
2.2.4	Kategorien von Patentansprüchen.....	12
2.2.5	Schweizerisches Patentrecht.....	12
2.2.6	Internationales Patentrecht	12
2.2.7	Software und Patente.....	13
2.3	Patentanmeldung und -erteilung	13
2.3.1	Patentstrategie	13
2.3.2	Patentrecherche	14
2.3.3	Anmeldung und Hinterlegung	14
2.3.4	Prüfungsverfahren.....	14
2.4	Sicherung und Durchsetzung.....	15
2.4.1	Patentverwaltung.....	15
3	Designrecht.....	16
3.1	Designrecht in der Schweiz	16
3.2	Übersicht	16
3.3	Registrierung und Hinterlegung	17
3.4	Sicherung und Durchsetzung.....	17
4	Marken- und Kennzeichenrecht in der Schweiz.....	18
4.1	Markenschutz in der Schweiz.....	18
4.1.1	Schutzvoraussetzungen.....	18
4.1.2	Allgemeines zur Marke.....	19
4.1.3	Definition der Marke	19
4.1.4	Markenformen	19
4.1.5	Markenrecht.....	20
4.2	Registrierung und Hinterlegung	20
4.2.1	Markenrecherche	20
4.2.2	Markenhinterlegung.....	20
4.2.3	Eintragungs- und Widerspruchsverfahren	20
4.3	Sicherung und Durchsetzung.....	21
4.4	Internationale Marken	21
4.4.1	Markenausdehnung	21
4.4.2	Gemeinschaftsmarken.....	22

1 Urheberrecht

1.1 In der Schweiz

Das Schweizerische Urheberrechtsgesetz schützt geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst, die individuellen Charakter haben. Zu diesen Schöpfungen gehören unter anderem Sprachwerke, Werke der Musik, der bildenden Kunst, der angewandten Kunst, visuelle oder audiovisuelle Werke sowie Computerprogramme. Der Schutz des Urheberrechtes und der verwandten Schutzrechte (Interpretenschutz) in der Schweiz gilt vom Moment der Schöpfung an und bedarf keiner Registrierung. Die Bezeichnung "Copyright" oder der Vermerk "©" haben keinen Einfluss auf den Schutz.

Beim Urheberrecht handelt es sich um ein juristisches Spezialgebiet, mit welchem sich namentlich Juristen und Rechtsanwälte befassen, die bei Verlagen, bei Produzenten, Verwertungsgesellschaften oder spezialisierten Anwaltsbüros tätig sind. Je nachdem, ob sich im konkreten Fall Fragen der Nutzung, der Lizenz, des Vertriebs oder der Geltendmachung bzw. der Durchsetzung von Urheberrechten stellen, ist der Beizug eines solchen Spezialisten sinnvoll.

1.2 Übersicht

Die Urheberrechtsordnung zielt auf den Ausgleich eines vielfältigen Interessensgegensatzes: Der Urheber hat ein Interesse an einem starken und umfassenden Exklusivrecht, welches ihn möglichst oft berechtigt, die Nutzung seines Werks zu untersagen oder aber zumindest materiell davon zu profitieren. Diesem Individualinteresse gegenüber steht das Interesse der Allgemeinheit an einem offenen Kultur- und Wirtschaftsleben, in welchem das kulturelle Schaffen unter Inspiration und gegenseitiger Beeinflussung nicht durch ein absolutes Verbotsrecht des Urhebers verunmöglicht wird.

Da die Befugnis des Urhebers, die Nutzung seines Werks bis in die letzten Winkel des Privatlebens zu kontrollieren bzw. zu untersagen, problematisch und kaum durchsetzbar wäre, privilegiert oder vereinfacht denn auch die geltende Urheberrechtsordnung die Nutzung fremder Werke insbesondere im privaten bzw. innerbetrieblichen Bereich.

Eine wichtige Funktion im Rahmen der Unterstützung und des Ausgleichs zwischen Rechtsinhaber- und Nutzerinteressen kommt dabei den Verwertungsgesellschaften zu. Diese sind in weiten Bereichen als "Clearing-Stellen" für eine einfache und rasche Abwicklung der Werknutzung und der damit verbundenen Abgeltung der Rechtsinhaber zuständig.

1.3 Was ist geschützt?

Gegenstand und Schutzobjekt des Urheberrechts bilden, unabhängig von ihrem Wert oder Zweck, geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst. Kernvoraussetzung ist ferner, dass diese Schöpfungen einen individuellen Charakter haben. Nach dem heutigen Stand geisteswissenschaftlicher Erkenntnis gibt es allerdings keine exakten Massstäbe für eine stringente Abgrenzung zwischen dem urheberrechtlich Schützbaren und dem Gemeinfreien. In dem Masse, wie das Urheberrecht auf den Schutz qualifizierter menschlicher Kommunikation zielt (Gerhard Schricker, Urheberrecht, 3. Auflage, München 2006, Einleitung, N 7), müssen neben dem eigentlichen Schöpfungsgegenstand auch die konkreten Kommunikationssituationen analysiert werden, in welchen die Gegenstände dem Publikum begegnen. Gerade im heutigen Kunstbetrieb sind es denn auch in vielen Fällen erst Kontext bzw. Umstände der Präsentation, welche das Banale, Alltägliche vom herausragend Individuellen trennen.

Insoweit Information wertungsmässig ihr eigenes Wesen mit dem Kontext verändert, ist sie kein Gut, sondern vielmehr ein Vorgang: „Sie tritt nicht als solche, sondern tritt als Erkenntnis, in die individuellen Vorstellungsleben ein, sei dies durch eigene Erfahrung oder – und vor allem – durch Mitteilung von andern" (Jean Nicolas Druey, Information als Gegenstand des Rechts, Zürich 1995, 55, 364).

1.4 Die einzelnen Werkarten

Das Urheberrecht ist historisch als Schutzinstrument der künstlerisch-kreativen Schöpfung gewachsen und hatte seit jeher nicht zuletzt auch eine soziale Zielsetzung. Freilich ist sein Anwendungsbereich längst nicht mehr auf den traditionellen oder gar hochkulturellen Bereich begrenzt.

1.4.1 Traditioneller Kulturbereich

Zu den geistigen Kunstschöpfungen, die sich in einer konkreten Formgebung zu einer besonderen, individuellen Werkkreation verdichten, zählen traditionellerweise Sprachwerke, Musikwerke, plastische und architektonische Kunstwerke, Zeichnungen, Bild- und Filmwerke sowie choreographische Werke.

1.4.2 Gewerblicher und industrieller Bereich

Auch Schöpfungen, welche durch ihren gewerblichen oder industriellen Gebrauchszweck etwas weiter vom traditionellen Kunst- und Kulturbetrieb anzusiedeln sind, können den Schutz des Urheberrechts geniessen: Geschützt sind regelmässig Zeichnungen technischer Art, Computerprogramme, Design, Werbegrafik oder wissenschaftliche Texte.

Das Urheberrecht steht heute in einem Entwicklungsstadium, welches durch eine immer stärkere Ausdehnung auf alltägliche, banale und "unkünstlerische" Hervorbringungen geprägt ist. Wird hier und da die Meinung vertreten, das Urheberrecht habe nichts mit Kunst zu tun, so äussert sich in dieser Ansicht letztlich die Bereitschaft, das Urheberrecht in noch grösserem Mass zum Vehikel gewerblich-industrieller Interessen werden zu lassen. Dabei könnte der subtile, geschichtlich gewachsene Interessensausgleich des Urheberrechts in Schiefelage geraten.

1.5 Nicht geschützt, aber...

Nicht alle geistig-kreativen Leistungen geniessen einen urheberrechtlichen Schutz. Es gibt solche, an welchen überhaupt kein Monopolrecht erlangt werden kann, andere wiederum fallen unter den Schutz der Patent-, Marken- oder Designgesetzgebung.

1.5.1 Ideen, Konzepte, Lehren und Theorien

Ein genereller urheberrechtlicher Ideenschutz würde nicht nur die Freiheit von Wissenschaft und Kunst gefährden, sondern überhaupt das ganze Geistesleben in unerträglicher Weise behindern. Nicht unter den Urheberrechtsschutz fallen demnach reine Ideen, Konzepte, Lehren und Theorien an sich. Erst in ihrer konkreten Darstellungsform werden sie zum Schutzgegenstand des Urheberrechts. Die Quantentheorie Max Plancks beispielsweise ist nicht in ihrem Inhalt, sondern nur in der von Planck konkret formulierten Version urheberrechtlich geschützt. Ebenso kann nur eine konkrete Karikatur parodistischen Inhalts Urheberrechtsschutz geniessen, nicht hingegen die blosser Idee, den Kunstbetrieb zu ironisieren.

1.5.2 Erfindungen

Erfindungen sind als technische Innovationen zwar auch kreative Geistesschöpfungen. Da sie aber nicht dem Bereich der Kunst oder der Literatur zuzurechnen sind, fallen sie nicht unter das Urheberrecht. Unter gewissen Umständen kann für eine Erfindung aber ein Patent erlangt werden (vgl. www.patentlaw.ch).

1.5.3 Kennzeichen

Kennzeichen (Einzeltöne, Jingles, Wortfolgen, Kreuze, Verkehrszeichen, Piktogramme etc.) sind in aller Regel durch das Urheberrecht nicht geschützt. Der rechtliche Rahmen für deren Schutz bilden insbesondere die Wappen- und Markenschutzgesetzgebung sowie die firmenrechtlichen Bestimmungen. Ein grafisch gestaltetes Logo (Bild- oder Wortbildmarke) oder eine Erkennungsmelodie (Jingle) kann jedoch durchaus ein urheberrechtlich geschütztes Werk sein, wenn sich die Gestaltung nicht im Banalen erschöpft (vgl. www.trademark.ch).

1.5.4 Darbietungen, Sendungen und Tonträger

Künstlerische Darbietungen, Sendungen und Ton- und Tonbildträgerproduktion sind Leistungen, die der Vermittlung von Ton-, Bild-, Film- und Musikwerken dienen. Diese Leistungen sind, da sie lediglich an einem Werk anknüpfen, jedoch kein solches schaffen und somit nicht urheberrechtlich geschützt. Sie geniessen allerdings einen so genannten Leistungsschutz, welcher aber in Inhalt und Umfang weniger weit geht als jener des Urheberrechts.

1.6 Internationaler Schutz

Auf Grund der geistigen Qualität einer Werkschöpfung hat sich früh das Bewusstsein gebildet, dass der Urberschutz nicht an den Landesgrenzen ein Ende nehmen sollte. Am 9. September 1886 wurde als bis heute wichtigster Staatsvertrag im Urheberrecht die Berner Übereinkunft (RBÜ) abgeschlossen. Diese gilt, obwohl mehrfach und umfassend revidiert, bis heute. Nach Art. 5 Abs. 1 RBÜ geniessen die Urheber für die Werke, für die sie durch diese Übereinkunft geschützt sind, in allen Verbandsländern mit Ausnahme des Ursprungslands des Werkes die Rechte, die die einschlägigen Gesetze den inländischen Urhebern gegenwärtig gewähren oder in Zukunft gewähren werden, sowie die in dieser Übereinkunft besonders gewährten Rechte. Der Genuss und die Ausübung dieser Rechte sind nicht an die Erfüllung irgendwelcher Förmlichkeiten gebunden (Art. 5 Abs. 2 RBÜ).

1.7 Die Berechtigung am Werk

Das Urheberrecht ist, vergleichbar mit dem Eigentum an einer Sache oder einem Grundstück, ein Ausschliesslichkeitsrecht, welches sich gegenüber jedermann richtet (Recht mit Wirkung erga omnes). Berechtigter am Werk ist entweder der Urheber selber oder jener, welcher einzelne oder sämtliche Befugnisse vom Urheber erworben hat. Zu den (treuhänderischen) Erwerbem von Urheberrechten zählen insbesondere auch die Verwertungsgesellschaften. Diese nehmen zugunsten der Urheber die Rechte namentlich im Bereich der Massennutzung (Fotokopien, Musikvorführung) wahr, wo der einzelne Berechtigte mit der Verwertung seines Werks überfordert wäre.

1.7.1 Erstveröffentlichung

Der Urheber hat das ausschliessliche Recht zu bestimmen, ob, wann, wie und unter welcher Urheberbezeichnung das eigene Werk erstmals veröffentlicht werden soll.

1.7.2 Namensnennung

Der Urheber hat das Recht auf Anerkennung seiner Urheberschaft (Namensnennungsrecht). Diesem Anspruch auf Urheberanerkennung wird vom Verpflichteten nur dann genügend Rechnung getragen, wenn der Name des Urhebers in Bezug auf das Werk in einer Weise angebracht wird, die das Publikum auch als Urheberbezeichnung auffasst. Die Art der Urhebernennung hängt von den Gewohnheiten der jeweiligen Branche ab, wobei meistens Vor- und Familiennamen zu nennen sind.

1.7.3 Werkintegrität

Der Urheber hat das ausschliessliche Recht, zu bestimmen, ob, wann und wie das Werk geändert werden darf. Ebenso kann er darüber bestimmen, ob, wann und wie das Werk bearbeitet und als Vorlage zur Schaffung eines neuen Werks verwendet werden darf.

1.7.4 Vervielfältigungsrecht

Der Rechtsinhaber hat das ausschliessliche Recht, Werkexemplare herzustellen. Von dieser Befugnis erfasst ist grundsätzlich auch die digitale Textspeicherung eines Werks. Dem Urheber ist es ausschliesslich vorbehalten, Werkexemplare (Bücher, CDs, DVDs, etc.) anzubieten, zu veräussern oder sonstwie zu verbreiten.

1.7.5 Wahrnehmarmachung

Der Urheber oder dessen Rechtsnachfolger hat das Recht, das Werk in unkörperlicher Form einem Publikum zugänglich zu machen, indem er es vorträgt (etwa ein literarisches Werk), aufführt (z. B. ein

Ballett) oder es vorführen lässt (etwa einen Film). Auch das Bereitstellen eines Werks auf einer Datenbank oder auf einer Website und dessen Abruf fällt grundsätzlich unter das Vortrags-, Aufführungs- und Vorführungsrecht.

1.8 Schranken der Urheberberechtigung

Das Urheberrecht steht im Dienst eines Ausgleichs von Interessenssphären: Vermittelt wird zwischen dem Individualinteresse der (Einzel-)Herrschaft über die eigenen Geistesschöpfungen einerseits und dem Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit andererseits. Dem Ausschliesslichkeitsrecht des Werkberechtigten sind im Sinne eines offenen Kultur- und Wirtschaftslebens Schranken gesetzt.

1.8.1 Schutzdauer

Ein Werk ist urheberrechtlich geschützt, sobald es geschaffen ist, unabhängig davon, ob es auf einem Träger festgehalten ist oder nicht. Der Schutz erlischt 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Ein Spätwerk eines Komponisten, kreierte kurz vor seinem Tod, ist also gut 70 Jahre lang geschützt. Demgegenüber profitiert ein Frühwerk, welches ein mit 85 Jahren verstorbener Komponist als Zwanzigjähriger komponiert hat, von einer Schutzdauer von über 135 Jahren. Die Schutzfrist (stets 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers) ist folglich absolut, die Schutzdauer hingegen relativ.

1.8.2 Eigengebrauch der (privaten) Nutzer

Veröffentlichte Werke dürfen zum Eigengebrauch verwendet, insbesondere vervielfältigt werden. Zu unterscheiden ist zwischen dem privaten Gebrauch, also dem Eigengebrauch im engeren Sinn, und dem innerbetrieblichen Gebrauch. Wer zum Eigengebrauch berechtigt ist, darf die dazu erforderlichen Werkexemplare auch durch Dritte herstellen lassen. Voraussetzung einer solchen Vervielfältigung durch Dritte ist stets der private Zweck der Vervielfältigung und der Umstand, dass die Organisationshoheit über Gegenstand und Umfang der Vervielfältigung bei dem verbleibt, welcher sich die Vervielfältigungen herstellen lässt. Unzulässig ist jedenfalls das Kopieren durch den Dritten auf Vorrat.

1.9 Musikdownload und Filesharing

Die Nutzungs- und Konsumgewohnheiten haben sich mit der Massenverbreitung des Internet stark verändert. Es wächst zur Zeit eine Konsumentengeneration heran, für welche nicht mehr der Ton- bzw. Filmträger (Platten, Kassetten, CD etc.), sondern das Internet das Medium bildet, welches ihnen den Kulturgenuss ermöglicht.

Haben wir es hier mit einer Form der Massenkriminalität zu tun? Wohl kaum. Gerät der traditionelle Interessenausgleich im Urheberrecht durch das Internet aus dem Lot? Viele Unwahrheiten, viel Halbwissen, viele Gerüchte gibt es zum Thema "Download im Internet". Aufklärung tut not. Auf dieser Seite können Sie Informationen finden, welche Ihnen einen kurzen Überblick über Erlaubtes und Unerlaubtes nach schweizerischem Urheberrecht verschaffen sollen.

1.9.1 Fallbeispiele aus der Praxis

Erlaubt ist regelmässig das Herunterladen („Downloaden“) von geschützten Text-, Bild- oder Musikdateien zum persönlichen Gebrauch, und zwar nach überwiegender Meinung in der Schweiz auch dann, wenn das Angebot („Upload“) unerlaubterweise erfolgt ist. Ein solches Herunterladen von Musik- oder anderen Dateien (z.B. Filme) ist für den privaten Nutzer grundsätzlich vergütungsfrei bzw. unterliegt den Bedingungen des Anbieters. Gesetzlich vorgesehen ist dagegen eine Vergütung auf den Leerträgern (z. B. CD-Rohlinge, iPods), die allerdings nicht vom privaten Konsumenten, sondern vom Hersteller oder Importeur der Leerträger geschuldet wird. Dieser wird sie regelmässig auf den Erwerber des Leerträgers abwälzen, so dass der private Nutzer im Endeffekt seinen Gebrauch dennoch bezahlt.

Erlaubt ist grundsätzlich der Versand von rechtmässig kopierten Musikdateien oder Gesangstexten und anderen urheberrechtlich geschützten Dateien, sofern man mit der Person, welcher man die Datei schickt, eng verbunden, d. h. befreundet oder verwandt ist (Privatgebrauch). Die Beziehung zu diesen Personen darf nicht gerade und nur deswegen bestehen, weil man mit ihr zum Zwecke des Dateienversands (bzw. „Austauschs“) in Kontakt gekommen ist, ansonsten jede bewusste Kontaktnahme mit „Internet-Piraten“ eine persönliche Verbundenheit im Rechtssinne darstellen würde, dank welcher man schrankenlos kopieren dürfte.

Erlaubt ist in der Regel das Aufschalten („Uploading“) von geschützten Musikdateien oder Gesangstexten, Bilddateien usw. auf einen (z. B. mit einem Passwort) geschützten Internet-Bereich, welcher nur Personen zugänglich ist, mit denen derjenige, der die Dateien aufgeschaltet hat, persönlich eng verbunden ist (Privatgebrauch).

Erlaubt ist in jedem Fall sowohl das Auf- wie das Herunterladen beispielsweise von Musik- und Textdateien, sofern die Rechteinhaber einer solchen Nutzung zugestimmt haben. Als Rechteinhaber zu nennen sind die Urheber (Komponisten, Textdichter), die Interpreten, die Ton- bzw. Tonbildträgerhersteller und, sofern eine Sendung übernommen wird, nach mehrheitlicher Auffassung auch die Sendeunternehmen. Rechteinhaber können aber auch jene sein, welche die Rechte von den oben genannten ursprünglich Berechtigten, insbesondere vertraglich, erworben haben. Machen die genannten Rechtsinhaber die Nutzung ausserhalb des privaten Kreises von Bedingungen abhängig, so sind diese einzuhalten. Werden über das Internet ganze Musiktitel oder ganze Tonträger zum individuellen Abruf angeboten („Music on demand“) bedarf der Anbieter hierfür einer Lizenz.

Erlaubt ist das Brennen von CDs/DVDs für den eigenen, rein persönlichen Gebrauch, ebenso das Brennen von CDs/DVDs usw., um diese nahen Angehörigen (Verwandte, Freunde) zu schenken.

Nicht erlaubt ist das Aufschalten („Uploading“) von geschützten Musikdateien oder Gesangstexten auf einen jedermann frei zugänglichen Internet-Bereich (Entscheid des Strafgerichts Basel-Stadt vom 31. Januar 2003, sic! 2003, 960 ff.; vgl. Entscheid des Bundesgerichts vom 11. August 1999, sic! 1999, 635). Entsprechendes gilt auch für andere Daten, wie Text- oder Bilddateien. Unerheblich ist dabei, ob hinter diesem illegalen Upload eine kommerzielle Gewinnabsicht steht oder nicht.

Nicht erlaubt ist ohne Lizenz des Rechteinhabers das Vervielfältigen durch Aufnahme in eine ausserhalb des privaten Kreises frei zugängliche Datenbank (Strafentscheid des Bezirksgerichts Bremgarten vom 27. Mai 2003, angezeigt und besprochen von Elvira Huber, sic! 2004, 170 f.).

Nicht erlaubt ist, sofern man dafür nicht vom Rechteinhaber lizenziert ist, das Brennen von CDs/DVDs für deren Vertrieb sowie das Brennen von CDs/DVDs, welche ausserhalb des Kreises von nahen Angehörigen verschenkt oder sonstwie weitergegeben werden sollen. Nicht erlaubt ist nach mehrheitlicher Auffassung auch das „Weitergeben“ von CDs oder DVDs an „Kollegen“ (also nicht Freunde) in Schulklassen bzw. Schulen gegen Entgelt des Rohlingpreises (z.B. CHF 1.00).

1.9.2 Rechtlicher Rahmen: Eigengebrauch (Privatkopie)

Nach Art. 10 Abs. 2 lit. a des geltenden schweizerischen Urheberrechtsgesetzes (URG) hat der Urheber das ausschliessliche Recht, Werkexemplare herzustellen. Von diesem Vervielfältigungsrecht erfasst ist auch die digitale Speicherung eines Werks. Dem Vervielfältigungsrecht unterfällt also grundsätzlich jede Festlegung im Rahmen der Internetnutzung bzw. Online-Nutzung eines Werkes, insbesondere also das Up- und Downloading (Ivan Cherpillod, in: Hilty [Hrsg.], Information Highway, Bern/München 1996, 262 f.; Martin Wirtz, in: Bröcker/Czychowski/Schäfer [Hrsg.], Praxishandbuch Geistiges Eigentum im Internet, München 2003, 627 f.).

Als Ausnahme von diesem grundsätzlich dem Urheberrechtlich vorbehaltenen Vervielfältigungsrecht bestimmt das Gesetz, dass veröffentlichte Werke zum Eigengebrauch verwendet werden dürfen. Zu unterscheiden ist zwischen dem privaten Gebrauch, also dem Eigengebrauch im engeren Sinn, und dem innerbetrieblichen Gebrauch in Unternehmen, Schulen, in

der Verwaltung etc. (Eigengebrauch im weiteren Sinn). Als Privatgebrauch gilt jede Werkverwendung im persönlichen Bereich und im Kreis von Personen, die unter sich eng verbunden sind, wie Verwandte oder Freunde. Wer zum Eigengebrauch berechtigt ist, darf die dazu erforderlichen Werkexemplare auch durch Dritte herstellen lassen. Im privaten Kreis ebenfalls zulässig ist die vollständige oder weitgehend vollständige Vervielfältigung von Musikstücken oder anderen geschützten Werken (z.B. Filme), sofern diese im Handel erhältlich sind.

Unter dem Eindruck der sich ab den 80er Jahren immer weiter verbreitenden Vervielfältigungsmöglichkeiten durch Fotokopiergeräte wollte man die Werknutzer durch die Gewährung einer gesetzlichen Lizenz aus der Illegalität herausführen (Botschaft zum URG, BBl 1989 III 538). Ein Eindringen des Urheberrechts in die Privatsphäre schien dem Gesetzgeber nicht gerechtfertigt. Es ist allerdings anzuführen, dass die grundsätzliche Beschränkung der Urheberrechte im privaten Bereich nicht in einer Überbewertung der Bedürfnisse der Allgemeinheit nach günstigem Werkkonsum, sondern im Mangel an verhältnismässigen Kontrollmöglichkeiten über die Verwendung im privaten Bereich begründet liegt (Paul Brügger, Private Nutzungsfreiheit? – Rechtliche und rechtspolitische Überlegungen, in: Schweizerische Vereinigung für Urheberrecht [Hrsg.], 100 Jahre URG, Bern 1983, 334 f.). Das Recht auf Privatkopie wurde mit anderen Worten als pragmatische Lösung für ein juristisch und technisch kaum anders lösbares Problem gesehen und stellt daher kein „wohlerworbenes Recht“ dar, welches auch in einem digitalen Umfeld unantastbar wäre (Rolf Auf der Maur/Claudia Keller, Privatkopie: Ein wohlerworbenes Recht?, sic! 2004, 86).

1.9.3 Wer ist verantwortlich? Wer haftet?

Verantwortlich für die Nutzung von Musik im Internet bzw. von anderen geschützten Werken (z.B. Filmen, Bildern usw.) ist im oben umrissenen rechtlichen Rahmen grundsätzlich jener, welcher die rechtlich geschützten Stücke auf einem über das Internet zugänglichen Server verfügbar macht. Wer den Inhalt einer Website kontrolliert, ist dafür verantwortlich und muss die notwendigen Lizenzen einholen. Auch jener, welcher als sogenannter Störer (z. B. Service-Provider) die Urheberrechtsverletzung (indirekt) mitverursacht, duldet oder begünstigt, kann u. U. auf Unterlassung oder Beiseitigung verpflichtet werden. Für die Verpflichtung zu Schadenersatz wird jedoch Vorsatz oder Fahrlässigkeit vorausgesetzt (Art. 41 OR).

1.10 Sicherung und Durchsetzung des Urheberrechts

Recht haben und Recht bekommen ist bekanntlich nicht dasselbe. Oft scheitert die Durchsetzung eines Urheberrechtsschutzes daran, dass nicht bewiesen werden kann, dass die eigene Kreation gegenüber der Nachahmung zuerst da war.

1.10.1 Traditionelle Sicherung

Da es für urheberrechtliche Werke im Unterschied zu Erfindungspatenten, Design und Marken kein öffentliches Register gibt, aus welchem der Zeitpunkt der Rechtsentstehung und die Berechtigung hervorgehen würde, ist der Nachweis des älteren, besseren Urheberrechts oft schwierig zu erbringen.

Entsprechend wichtig ist es, dass der Urheber seine Einfälle, Entwürfe und Ausarbeitungen immer dokumentarisch festhält. Eine solche Dokumentierung sollte während des kreativen Prozesses möglichst fortlaufend erfolgen, sind doch nicht nur vollendete Werke, sondern auch Entwürfe und Teile rechtlich geschützt.

Nicht nur das Werkschöpfen, sondern auch dessen genauer Zeitpunkt muss dabei festgehalten werden. Unter Umständen kann es nämlich in einem Urheberrechtsstreit entscheidend sein, ob im Nachhinein noch feststellbar ist, ob die eigene Kreation eine Woche früher bestanden hat als eine Nachahmung bzw. ein Plagiat.

1.10.2 Digital Rights Management (DRM)

Neue technische Systeme, insbesondere das so genannte Digital Rights Management (Digitale Rechteverwaltung, DRM), ermöglichen es den Inhabern von Urheberrechten, im digitalen Bereich

Werknutzungen zu kontrollieren bzw. zu unterbinden. Kernpunkt dieser Kontrollsysteme bildet insbesondere der Kopierschutz, durch dessen Einsatz etwa dem Eigentümer einer CD entweder gar keine oder nur eine begrenzte Anzahl von Vervielfältigungen ermöglicht werden.

Die Kontrollmöglichkeiten des DRM können sich also auch auf Nutzungen erstrecken, welche, wie die Vervielfältigung zum persönlichen Gebrauch, gesetzlich erlaubt sind. Vor diesem Hintergrund ist nun die Diskussion darüber entbrannt, ob die private Nutzungsfreiheit ein eigentliches Recht der Nutzer darstellt, oder ob in ihr lediglich eine pragmatische Ausnahme vom Urheberrechtsschutz zu sehen ist, für welche dann keine Rechtfertigung mehr besteht, wenn neue technische Systeme eine Nutzungskontrolle selbst im privaten Raum ermöglichen.

Herausgefordert werden dürften durch das DRM mittelfristig auch die Verwertungsgesellschaften, welche als eigentliche "Clearing-Stellen" an Bedeutung verlieren könnten, wenn im digitalen Bereich Urheberrechtsnutzungen bis zum End-user kontrollierbar werden. Der rechtliche Rahmen für den Einsatz von DRM wird in der laufenden Revision des Urheberrechtsgesetzes debattiert, deren Abschluss und Umsetzung jedoch kaum innert der nächsten fünf Jahre zu erwarten ist.

1.10.3 Schutzvermerk ©

Damit eine Werkschöpfung einen urheberrechtlichen Schutz genießt, ist es nicht notwendig, dass diese mit dem Schutzvermerk "Copyright" oder © bzw. einem Rechteinweis wie „Alle Rechte vorbehalten“ versehen ist. Die Berner Übereinkunft zum Schutze von Werken der Literatur und Kunst (RBÜ) schreibt den Mitgliedsländern (zu denen fast sämtliche Staaten der Welt gehören) vor, Genuss und Ausübung des Urheberrechts nicht an die Erfüllung irgendwelcher Förmlichkeiten zu binden.

Der Schutzvermerk „Copyright“ oder © muss also nicht, er kann aber verwendet werden. Er besteht regelmässig in der Jahresangabe der ersten Veröffentlichung sowie in der Angabe eines vollständigen Namens im Impressum. Der „Copyright“-Vermerk bzw. das © gibt an, wer Rechteinhaber ist. Das kann eine Gesellschaft, insbesondere etwa ein Verlag sein. Er ist nicht zu verwechseln mit dem Urhebervermerk, welcher darauf hinweist, wer Urheber ist (nach geltendem Recht immer eine natürliche Person, also nie eine Gesellschaft).

Nach schweizerischem Urheberrechtsgesetz (URG) gilt, solange nichts anderes nachgewiesen ist, derjenige als Urheber, wer auf den Werkexemplaren (Buch, CD, Manuskript, Bild etc.) oder bei der Veröffentlichung des Werks (z. B. auf dem Internet) genannt wird. Wird eine natürliche Person neben dem üblichen © namentlich angegeben und gibt es keine anderen Schutzvermerke, darf die Urheberschaft der genannten Person vermutet werden (vgl. OLG Köln, ZUM 1999, 409). Insoweit bei Urheberrechtsverletzungen dem Verletzten nur dann ein Schadenersatzanspruch zusteht, wenn den Verletzer ein Verschulden trifft, kann ein Schutzvermerk © unter Umständen auch Vorteile bei der Durchsetzung von Schadenersatzansprüchen bieten.

1.11 Verwertung und Nutzung des Werks

Das urheberrechtlich geschützte Werk ist einerseits Ausfluss der Persönlichkeit seines Schöpfers (man denke etwa an ein Tagebuch), andererseits kann es auch zum kommerzialisierbaren Vermögenobjekt werden. Zwischen der Kinderzeichnung, welche in aller Regel rein ideellen Wert hat, und einem kassenfüllenden Unterhaltungsfilm als Erscheinungsform der Kulturindustrie, gibt es für Werke eine grosse Spannweite unterschiedlicher Verwertungspotentiale.

1.11.1 Übertragung des Urheberrechts

Das Urheberrecht ist übertragbar und vererblich. Den Kernbereich der persönlichkeitsrechtlichen Befugnisse wie das Namensnennungsrecht oder das Recht auf Werkintegrität kann der Urheber aber nicht veräussern. Wohl kann er aber im Einzelfall darauf verzichten (allenfalls gegen Entgelt), diese Ansprüche gegenüber Dritten geltend zu machen.

1.11.2 Lizenzierung und Verlag

Der Urheber ist regelmässig auf kommerzielle Verwerter angewiesen, welche ihm bei der Kommerzialisierung bzw. Verwertung helfen. Die älteste und bedeutendste Verwertungsart besteht darin, dass der Urheber sein Werk einem Verlag zur Veröffentlichung überlässt, welcher ihn dafür am Vertriebslös der Werkexemplare beteiligt. Während eine Lizenz eine irgendwie geartete Nutzung des Werks betrifft, besteht die Nutzungsbefugnis im Verlagsvertrag hauptsächlich in der Vervielfältigung und im Vertrieb von Werkexemplaren (Bücher, CDs, Disketten, Kassetten etc.).

1.11.3 Verwertungsgesellschaften

Regelmässig liegt es nicht im Interesse des Urhebers, die Nutzung bzw. die Aufführung der eigenen Kreation Dritten einfach zu verbieten. Viel eher ist ihm daran gelegen, dass sein Werk Verbreitung findet und ihm im Gegenzug dafür eine Vergütung bezahlt wird. Freilich stehen dem einzelnen Rechtsinhaber eine grosse Zahl potentieller Nutzer gegenüber, was einen individuellen Einzug der Entschädigungen praktisch unmöglich macht. Sie wird deshalb ersetzt durch eine kollektive Verwertung von Verwertungsgesellschaften, an welche die Berechtigten ihre Verwendungsrechte (teilweise) abtreten können. Für gewisse Rechte ist eine kollektive Verwertung sogar gesetzlich vorgeschrieben. In der Schweiz gibt es fünf Verwertungsgesellschaften.

Für musikalische, nicht-theatralische Werke ist die [SUISA](#) zuständig, für audiovisuelle Werke die [SUISSIMAGE](#), für Literatur, Fotografie und bildende Kunst die [PROLITTERIS](#), für wort- und musikdramatische sowie audiovisuelle Werke die [SSA](#) und für die Rechte der Interpreten, Sendeanstalten, Musik- und Filmverlage die [SWISSPERFORM](#). Alle schweizerischen Verwertungsgesellschaften haben mit einer Vielzahl ausländischer Schwestergesellschaften Gegenseitigkeitsverträge abgeschlossen, welche sicherstellen, dass im Ausland eingespielte Tantiemen den betreffenden Gesellschaftsmitgliedern zugute kommen. Die Verwertungsgesellschaften unterstehen der Aufsicht des Eidgenössischen Instituts für Geistiges Eigentum (IGE), während für die Genehmigung der Tarife der Verwertungsgesellschaften eine Eidgenössische Schiedskommission eingerichtet ist.

2 Patentschutz

2.1 Patente zum Schutz von Erfindungen und zur Förderung der technischen Innovation

Das Patentrecht schützt Erfindungen und gibt dem Erfinder durch das Patent das Recht, seine Erfindung ausschliesslich zu nutzen, zu lizenzieren und zu vermarkten. Patente sind der Lohn und Anreiz für die Forschung und Entwicklung auf allen Gebieten der Technik und ermöglichen den Schutz von technischen Innovationen. Patente sind daher Ausdruck für Innovationskraft und sichern Markt Vorteile. Erst die Anmeldung des Patents gibt dem Erfinder einen Patentschutz und ermöglicht es diesem, sich gegen Verletzungen seines Patents zur Wehr zu setzen.

Nach dem Patentgesetz werden Erfindungspatente für neue gewerblich anwendbare Erfindungen erteilt. Nach dem Patentrecht ist keine patentfähige Erfindung, was sich aus dem Stand der Technik (Art.7 PatG) ergibt. Für den Schutz des Patents sind die Voraussetzungen der Neuheit, der gewerblichen Anwendbarkeit und des nicht Naheliegens zu erfüllen. Die Anmeldung der nationalen oder internationalen (PCT bzw. EPÜ) Patentes kann beim Institut für Geistiges Eigentum (IGE) oder beim Europäischen Patentamt (EPA) erfolgen.

Diese Homepage enthält grundsätzliche Informationen und Neuigkeiten zu Patenten und zum Patentrecht, insbesondere zum schweizerischen und europäischen Patentrecht. Diese Informationen sollen vor allem dem Erfinder einen ersten Einstieg in das Patentrecht ermöglichen und zu den wichtigsten Fragen Antworten geben.

Für rechtliche, technische und strategische Fragen z. B. bei der Anmeldung und Hinterlegung des Patents, Verletzung des Patents, Lizenzierung des Patents oder Dienstleistungen wie Recherchen des Standes der Technik oder Management des Patentportfolios helfen Ihnen [Rentsch Partner AG](#) Patentanwälte und Rechtsanwälte gerne weiter.

2.2 Übersicht über das Patentrecht in der Schweiz

Zusammen mit dem Markenrecht, Urheberrecht und Designrecht zählt das Patentrecht zu den wichtigsten Gesetzen des gewerblichen Rechtsschutzes. Das Patentrecht regelt das Recht an Erfindungen, und die Erteilung und die Wirkung von Patenten.

Die nachfolgenden Ausführungen enthalten grundsätzliche Informationen, insbesondere über das schweizerische und europäische Patentrecht. Diese Informationen sollen einen Einstieg in das Patentrecht ermöglichen.

2.2.1 Zweck des Patentrechts

Das Patentrecht bezweckt ein Gleichgewicht zwischen den Interessen der Erfinder einerseits und jenen der Allgemeinheit andererseits: Die Erfinder werden mit einem zeitlich (auf maximal 20 Jahre), territorial (auf das Gebiet des Erteilungsstaates) und inhaltlich (auf die patentierte Erfindung) beschränkten Ausschliesslichkeitsrecht belohnt, weil sie die der Allgemeinheit einen technischen Fortschritt verschaffen. Das Patentrecht schützt so die getätigten Investitionen für Forschung und Entwicklung und schafft einen Innovationsanreiz.

Patentanmeldungen und erteilte Patente werden veröffentlicht. Sie vermitteln somit auch Einblick in die Entwicklung und können Parallelentwicklungen vermeiden helfen.

2.2.2 Patentvoraussetzungen

Gemäss Art. 1 des schweizerischen Patentgesetzes werden für neue, gewerblich anwendbare Erfindungen Patente erteilt. Nach ständiger Rechtsprechung des schweizerischen Bundesgerichts liegt dann eine Erfindung vor, wenn auf Grund einer eigenartigen, schöpferischen Idee durch neue originelle Kombination von Naturkräften ein technischer Nutzeffekt und damit ein technischer Fortschritt erzielt wird (vgl. z.B. BGE 95 I 579 Erw. 3).

Die Patentierbarkeit von Erfindungen setzt insbesondere das Vorliegen folgender Merkmale voraus:

1. Neuheit der Erfindung (in der Regel absolut, d.h. weltweit)
2. Erfinderische Tätigkeit (d.h. nicht durch den Stand der Technik nahe gelegt)
3. Die Erfindung ist gewerblich anwendbar

2.2.3 Patentvoraussetzungen im Einzelnen

Für die meisten europäischen Länder gilt, dass eine Erfindung **technischen Charakter** aufweisen muss. Dieses Erfordernis ist insbesondere dann nicht erfüllt, wenn sich die Patentanmeldung oder das Patent auf mathematische Methoden, Regeln und Verfahren für gedankliche oder geschäftliche Tätigkeiten, oder auf die Wiedergabe von Informationen beschränkt.

Praktische Abgrenzungsprobleme ergeben sich insbesondere im Bereich von Computerprogrammen, (ästhetischen) Formschöpfungen sowie der Wiedergabe von Informationen. In diesen Bereichen ist die Rechtsprechung und Praxis der jeweiligen Patentämter zu berücksichtigen.

Die **Neuheit einer Erfindung** ist gegeben, wenn sich die Erfindung vom einschlägigen Stand der Technik unterscheidet. Zum Stand der Technik gehören grundsätzlich alle Informationen, welche vor dem Anmelde- bzw. Prioritätstag einer Patentanmeldung der Öffentlichkeit durch schriftliche Beschreibungen (Patentschriften, Zeitschriftenartikel oder sonstige Publikationen, Prospekte) sowie durch mündliche Beschreibungen (z.B. anlässlich von Vorstellungen an Tagungen oder Messen) oder durch tatsächliche Handlungen (z.B. Präsentationen von Prototypen) zugänglich gemacht worden sind.

Eine Erfindung beruht dann auf einer **erfinderischen Tätigkeit**, wenn sie sich für den Fachmann nicht in naheliegender Weise aus dem Stand der Technik ergibt (vgl. Art. 1 PatG bzw. Art. 56 EPÜ).

2.2.4 Kategorien von Patentansprüchen

In den meisten Ländern wird zwischen verschiedenen Kategorien von Patentansprüchen unterschieden. Das schweizerische Patentrecht enthält in Art. 52 PatG eine Aufzählung verschiedener Kategorien von Patentansprüchen, wobei letztlich zwischen den beiden Grundkategorien Verfahrensanspruch und Erzeugnisanspruch unterschieden wird.

Diese grundsätzliche Unterscheidung ist nicht bloss theoretischer Natur: Einerseits ist der durch ein Patent gewährte Schutz abhängig von der Kategorie des Patentanspruches. Andererseits statuiert Art. 67 PatG die praktisch wichtige Vermutung, dass bis zum Beweis des Gegenteils jedes Erzeugnis von gleicher Beschaffenheit wie ein Erzeugnis aus einem patentierten Verfahren als nach dem patentierten Verfahren hergestellt gilt.

2.2.5 Schweizerisches Patentrecht

Die wichtigsten Bestimmungen zum schweizerischen Patentrecht finden sich im Bundesgesetz über die Erfindungspatente (Patentgesetz, abgekürzt PatG) sowie in der dazugehörigen Verordnung über die Erfindungspatente (Patentverordnung, abgekürzt PatV). Weiterhat das zuständige Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (IGE) Richtlinien für die Sachprüfung von schweizerischen Patentgesuchen erlassen. Obwohl diese Richtlinien für Dritte ausserhalb des Instituts nicht direkt bindend sind, geben sie einen Einblick in das Erteilungsverfahren und die Abläufe innerhalb des Instituts.

2.2.6 Internationales Patentrecht

Beim **Europäischen Patentübereinkommen (EPÜ)** handelt es sich um eine staatsvertragliche Vereinbarung von europäischen Staaten.

Das EPÜ bildet für die Vertragsstaaten ein einheitliches Recht für die Erteilung von Patenten (sog. europäische Patente). Dabei ist zu beachten, dass solcherart erteilte Patente in den vom Anmelder benannten Staaten die gleichen Rechtswirkungen wie nationale Patente haben (vgl. Art. 2 Abs. 2 EPÜ).

Patentverletzungsverfahren bezüglich eines europäischen Patents richten sich nach der nationalen Rechtsordnung der verschiedenen Vertragsstaaten.

In internationaler Hinsicht spielt im Patentrecht der **Patent Cooperation Treaty (PCT)** eine wichtige Rolle. Der PCT ermöglicht die Einreichung einer einzigen Patentanmeldung mit Wirkung in über 120 Staaten anstelle der Einreichung mehrerer einzelner nationaler oder regionaler Anmeldungen. Erst nach Ablauf einer gewissen Frist müssen in den einzelnen Ländern nationale Patentanmeldungen eingereicht werden.

2.2.7 Software und Patente

Software bzw. Computerprogramme sind durch das Urheberrecht geschützt. Dabei schützt das Urheberrecht die konkrete Implementierung, also den Programm-Code, nicht aber ein Verfahren, das einem Computerprogramm zugrunde liegt. Ohne gegen das Urheberrecht zu verstossen, ist es möglich, dieselbe Idee in einem anderen Computerprogramm umzusetzen oder eine Software mit einer gewissen Funktionalität nachzuprogrammieren.

Es wäre also naheliegend, Software mittels Patenten zu schützen. **Patente** dienen dem Schutz technischer Erfindungen, also neuen und nicht naheliegenden Lösungen technischer Problemstellungen. Grundsätzlich jedoch sind in Europa **Computerprogramme als solche** vom Patentschutz ausgeschlossen. Reine Textverarbeitungsprogramme beispielsweise lösen kein technisches Problem und sind daher nicht patentierbar. Anders sieht es hingegen aus, wenn Computerprogramme dazu dienen, eine technische Erfindung umzusetzen. Solche "**computer-implementierte Erfindungen**" können unter gewissen Umständen unter dem europäischen Patentrecht durchaus patentfähig sein.

2.3 Patentanmeldung und -erteilung

Verschiedene Staatsverträge [insbesondere Europäisches Patentübereinkommen (EPÜ), Patent Cooperation Treaty (PCT)] ermöglichen es, eine Erfindung auf verschiedenen Wegen patentieren zu lassen. Nachfolgend finden Sie die wichtigsten zu beachtenden Punkte sowie einen Überblick über das Eintragungsverfahren

2.3.1 Patentstrategie

Verschiedene Staatsverträge [insbesondere Europäisches Patentübereinkommen (EPÜ), Patent Cooperation Treaty (PCT)] ermöglichen es, eine Erfindung auf verschiedenen Wegen patentieren zu lassen. Folgende Gesichtspunkte sollten bei der Festlegung der konkreten Patentanmeldestrategie beachtet werden:

1. Vorhandene Patente auf dem massgeblichen Gebiet der Erfindung (Ergebnis einer Patentrecherche)
2. Markt- und Konkurrenzsituation auf dem betreffenden Gebiet der Erfindung in technischer, kommerzieller und territorialer Hinsicht
3. Festlegung der zu schützenden Aspekte der Erfindung (Verfahrens- und/oder Vorrichtungspatent)
4. Entwicklungsstadium der Erfindung (liegt erst eine Idee oder bereits ein Prototyp vor?)
5. Zur Verfügung stehende finanzielle Mittel
6. Art der kommerziellen Verwertung des Patents (eigene Verwertung, Verkauf des erteilten Patents oder Lizenzvergabe)

All diese Punkte und weitere sollten sinnvollerweise zusammen mit einem Patentanwalt im Einzelnen erörtert werden.

2.3.2 Patentrecherche

Eine Erfindung ist nur patentierbar, wenn sie neu ist und auf einer erfinderischen Tätigkeit beruht. Die Grundlage für die Beurteilung der Neuheit und der erfinderischen Tätigkeit wird basierend auf dem zum Anmeldezeitpunkt vorliegenden Stand der Technik ermittelt (Recherche).

Das Vorliegen der oben genannten Kriterien (Neuheit und erfinderische Tätigkeit) wird im schweizerischen Patenterteilungsverfahren nicht geprüft. Es besteht jedoch die Möglichkeit, eine freiwillige amtliche Recherche zu beantragen.

Im europäischen Patenterteilungsverfahren wird das Vorliegen der Patentierungsvoraussetzungen "Neuheit" und "erfinderische Tätigkeit" von Amtes wegen geprüft. Im europäischen Recherchenbericht erfolgt eine erste Beurteilung dieser Kriterien durch den zuständigen Prüfer. Eine sorgfältig durchgeführte Patentrecherche sowie deren angemessene Berücksichtigung bei der Abgrenzung des Schutzbegehrens ist notwendige Grundlage eines rechtsbeständigen und durchsetzbaren Patents

2.3.3 Anmeldung und Hinterlegung

Wer ein Patent erlangen will, hat bei der zuständigen Behörde eine Patentanmeldung einzureichen. Die dabei zu beachtenden formellen Vorgaben richten sich weltweit nach vergleichbaren Kriterien.

Eine schweizerische Patentanmeldung muss beispielsweise folgendes enthalten:

1. Einen Antrag auf Erteilung des Patent
2. Eine Beschreibung der Erfindung
3. Eine Zusammenfassung
4. Einen oder mehrere Patentansprüche
5. Gegebenfalls eine Zeichnung, auf die sich die Beschreibung oder die Patentansprüche beziehen

Nach Eingang der Patentanmeldung beim IGE oder beim EPA wird im Rahmen der Eingangsprüfung festgestellt, ob die formellen, gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind, um der Patentanmeldung ein Anmeldedatum zuzuerkennen.

2.3.4 Prüfungsverfahren

In der nachfolgenden Formalprüfung wird die Patentanmeldung in formeller Hinsicht überprüft. Anschliessend erfolgt in der Sachprüfung die Prüfung der Frage, ob die Patentanmeldung den Voraussetzungen von Art. 1, 1a und 2 PatG genügt (technische Lehre, gewerbliche Anwendbarkeit, genügende Offenbarung, Einheitlichkeit und Klarheit). Sind alle Voraussetzungen der Patenterteilung erfüllt, so wird das Patent erteilt und die Erteilung im Patentregister eingetragen und veröffentlicht. Der Anmelder erhält eine Patenturkunde.

Die Verfahrensschritte im Rahmen eines europäischen Patenterteilungsverfahrens gemäss EPÜ sind mit jenen des schweizerischen Verfahrens in formeller Hinsicht vergleichbar, wobei nach der Formalprüfung der europäische Recherchenbericht erstellt wird, welcher anschliessend zusammen mit der Patentanmeldung veröffentlicht wird. Im Gegensatz zum schweizerischen Erteilungsverfahren werden jedoch die Kriterien "Neuheit" und "erfinderische Tätigkeit" bereits im Erteilungsverfahren materiell durch eine sachkundige Prüfungsabteilung geprüft. Nach der Veröffentlichung der Patenterteilung im europäischen Patentblatt erfolgt die Eintragung in die jeweiligen nationalen Register.

2.4 Sicherung und Durchsetzung

Nach einer erfolgreichen Patentanmeldung gilt es, die Patente zu sichern und nötigenfalls gerichtlich durchzusetzen.

2.4.1 Patentverwaltung

Ein einmal erteiltes Patent muss verwaltet und verwertet werden. Bei der Patentverwaltung geht es in erster Linie darum, alle notwendigen administrativen Handlungen zur Aufrechterhaltung des Patents fristgerecht auszuüben. Dazu zählt insbesondere die Zahlung allfälliger Jahresgebühren. Im Rahmen der Patentverwertung sollten die Möglichkeiten genutzt werden, ein erteiltes Patent gewinnbringend durch den Patentinhaber einzusetzen oder durch Dritte einsetzen zu lassen (Lizenzvergabe, Patentverkauf usw.).

Die Rentsch Partner AG ist dank ihrer Erfahrung und ihrem Know-how in der Lage, auch umfassende Patentportfolios professionell zu verwalten.

3 Designrecht

3.1 Designrecht in der Schweiz

Nach dem Designrecht der Schweiz ist die Voraussetzung für den Schutz von Design (Muster und Modelle), dass die Gestaltungen neu sind und Eigenart aufweisen. Die schweizerische Hinterlegung von Design erfolgt beim Institut für Geistiges Eigentum (IGE) in Bern (Art 19 Designgesetz). Wer seinen Sitz oder Wohnsitz nicht in der Schweiz hat, muss einen in der Schweiz niedergelassenen Anwalt (Rechtsanwalt, Patentanwalt) bestimmen. Bis maximal sechs Monate ab Ersthinterlegung kann der Schutz des Designs auf weitere Länder ausgedehnt werden (Internationale Hinterlegung). Während dieser Frist bleibt die Neuheit des Designs bestehen (Priorität). Internationale Hinterlegungen mit Gültigkeit für die Mitgliedstaaten des Haager Abkommens können direkt bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO/OMPI) vorgenommen werden oder die Vertretung kann spezialisierten Anwälten (Rechtsanwälte, Patentanwälte) bzw. einem auf schweizerisches Immaterialgüterrecht (Designrecht, Urheberrecht und Markenrecht) spezialisierten Anwaltsbüro übertragen werden.

3.2 Übersicht

Begriff

Art. 1 DesG definiert Design als eine Gestaltung von Erzeugnissen oder Teilen von Erzeugnissen, die namentlich durch die Anordnung von Linien, Flächen, Konturen oder Farben oder durch das verwendete Material charakterisiert sind. Damit schützt das neue Designgesetz alle äusserlich wahrnehmbaren Merkmale der Erscheinungsform, ohne auf deren industriellen Verwendungszweck abzustellen.

Schutzvoraussetzungen

Art. 2 definiert die Voraussetzungen, die für den Schutz gegeben sein müssen. Demnach muss eine Gestaltung neu sein und sich in ihrer Eigenart von bestehenden Gestaltungen in wesentlichen Punkten genügend unterscheiden. Vom Designschutz nicht erfasst werden Herstellungsweisen, Nützlichkeitszwecke und technische Funktionen; diese können gegebenenfalls durch ein Erfindungspatent geschützt werden.

Hinterlegung und Eintragung

Die Entstehung des Designs erfolgt zweistufig. Mit der Schöpfung des Designs entsteht zunächst das Immaterialgut und die Anwartschaft auf das Designrecht. Um in den Genuss des ausschliesslichen Rechts am Design zu gelangen, muss das Design beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum, Bern, hinterlegt und im Designregister beantragt werden (Art. 5 Abs. 1, Art. 7 Abs. 1 DesG).

Schutzbereich und Schutzdauer

Das Designrecht schützt eine Gestaltung in ihrem Gesamteindruck, wie er sich aus den wesentlichen Merkmalen ergibt. Es verleiht der Rechtsinhaberin das Recht, anderen während **maximal 25 Jahren** zu verbieten, das identische oder ein im Gesamteindruck identisch wirkendes Design zu gewerblichen Zwecken zu gebrauchen. Als Gebrauch gelten insbesondere das Herstellen, das Lagern, das Anbieten, das Inverkehrbringen, die Ein-, Aus- und Durchfuhr sowie der Besitz zu diesen Zwecken. Der Schutz besteht vom Datum der Hinterlegung an für eine **Schutzperiode von fünf Jahren**. Danach kann der Schutz **um vier Schutzperioden von jeweils fünf Jahren verlängert** werden (Art. 5 Abs.3 DesG).

3.3 Registrierung und Hinterlegung

Hinterlegung

Ein Design gilt als hinterlegt, wenn beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (Institut) ein Eintragungsgesuch eingereicht wird. Das Gesuch muss einen Antrag auf Eintragung sowie eine zur Reproduktion geeignete Abbildung enthalten (Art. 19 Abs. 1 DesG). Zudem steht dem Hinterleger die Möglichkeit zu, das Design gegen Entrichtung einer Gebühr mit höchstens 100 Wörtern zu beschreiben. Mehrere Designs, die derselben Klasse für gewerbliche Muster und Modelle angehören, können als kostengünstige Sammelhinterlegung angemeldet werden (Art. 20 DesG).

Die Hinterlegung des Designs begründet die Vermutung der Neuheit und der Eigenart sowie der Berechtigung zur Hinterlegung (Art. 21 DesG). Die Vermutung kann jedoch durch einen Dritten jederzeit auf dem Prozessweg widerlegt werden.

Prüfungsverfahren

Tritt das IGE auf das Hinterlegungsgesuch ein, prüft das Institut, ob einer der in Art. 4 DesG erwähnten Ausschlussgründe vorliegt (kein Design gemäss Definition, Design verstösst gegen die öffentliche Ordnung etc.). Nicht geprüft wird, ob das Design die Schutzvoraussetzungen der Neuheit und Eigenart erfüllt oder die Merkmale des Designs ausschliesslich technisch bedingt sind.

Priorität

Wie das Markenrecht, folgt das Designrecht dem Grundsatz der Hinterlegungspriorität.

Eintragung und Veröffentlichung

Ein nach den gesetzlichen Vorschriften hinterlegtes Design wird in das Designregister eingetragen und verleiht damit dem Inhaber die vollen Schutzrechte. Als Ersatz für die versiegelte Hinterlegung bietet das Designgesetz in Übereinstimmung mit dem europäischen Recht die Möglichkeit, im Eintragungsverfahren zu beantragen, dass die Veröffentlichung um höchstens 30 Monate aufgeschoben wird (Art. 26 Abs. 1 DesG). Das Institut hält in diesem Fall das hinterlegte Design bis zum Ablauf der Aufschubsfrist oder bis zum Begehren des Hinterlegers um sofortige Veröffentlichung geheim (Art. 26 Abs. 3 DesG).

3.4 Sicherung und Durchsetzung

Die Sicherung und Durchsetzung des Designs liegt in der Hand des Inhabers

Sowohl die Fristennachführung eines bereits eingetragenen Designs als auch die Überwachung und die Durchsetzung des Designrechts ist den Rechtsinhabern überlassen. Die Kontrolle und Nachführung der national und international laufenden Fristen ist eine anspruchsvolle Tätigkeit, welche angesichts der grossen Anzahl von Eintragungen akribische Genauigkeit verlangt. Für einen optimalen Schutz ist professionelle Unterstützung in der Überwachung empfehlenswert.

4 Marken- und Kennzeichenrecht in der Schweiz

Das Kennzeichenrecht bildet den rechtlichen Rahmen für unterschiedlichste Arten bzw. Nutzungsformen von Zeichen. Im Vordergrund stehen insbesondere Marken (Produkte-Individualisierung), Personennamen (Personenidentifikation), Geschäftsfirmen (Unternehmenskennzeichen), Werktitel, geografische Herkunftsbezeichnungen und Domainnamen. Die Ausführungen auf dieser Website enthalten grundsätzliche Informationen, insbesondere über das schweizerische und internationale Markenrecht, und ermöglichen Ihnen einen Einstieg in das System der Marke, erklären deren Bedeutung als Kommunikationssystem, weisen auf die gesetzlichen Grundlagen in der Schweiz hin und erlauben Ihnen u.a., das Eintragungsverfahren einer schweizerischen Marke schematisch zu überblicken.

4.1 Markenschutz in der Schweiz

Marken sind Zeichen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Nach Schweizerischem Markenrecht sind beschreibende oder irreführende Zeichen grundsätzlich vom Markenschutz ausgeschlossen. Ob die rechtlichen Anforderungen für die Eintragung einer Marke in der Schweiz erfüllt werden, wird vom Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum (IGE) geprüft. Wer seinen Sitz oder Wohnsitz nicht in der Schweiz hat, muss für die Vertretung vor dem IGE im Rahmen des Eintragungsverfahrens einen in der Schweiz niedergelassenen Anwalt (Rechtsanwalt, Patentanwalt) bestimmen. Bis maximal sechs Monate ab Ersthinterlegung kann der Schutz der Marke mit Priorität der Anmeldung auf weitere Länder ausgedehnt werden (Internationale Registrierung). Internationale Registrierungen mit Gültigkeit für die Mitgliedstaaten des Madrider Markenabkommens (MMA) bzw. des Madrider Protokolls (MMP) können via IGE bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO / OMPI) vorgenommen werden oder die Vertretung kann spezialisierten Anwälten (Rechtsanwälte, Patentanwälte) bzw. einem auf schweizerisches Immaterialgüterrecht [spezialisierten Anwaltsbüro](#) übertragen werden.

4.1.1 Schutzvoraussetzungen

Zeichen werden nur registriert, wenn keine Eintragungshindernisse vorliegen. Zeichen, die der Allgemeinheit sowie der Konkurrenz zur Verfügung stehen müssen (Gemeingut), dürfen nicht monopolisiert werden. Marken dürfen keine öffentlichen Interessen verletzen und müssen von den Konsumenten tatsächlich als Unterscheidungsmedium erkannt werden. Nach schweizerischem Markenschutzgesetz werden Zeichen, denen die gesetzlich verlangte Unterscheidungskraft fehlt, Zeichen des Gemeingutes, schutzunfähige Waren- und Verpackungsformen, irreführende Zeichen, rechts-, sitten- und ordnungswidrige Zeichen nicht eingetragen. Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (IGE) prüft nicht, ob ein Zeichen in identischer oder ähnlicher Form bereits existiert. Auf Antrag von Inhabern älterer Zeichen, die eine Verwechslungsgefahr geltend machen, wird ein Widerspruchsverfahren durchgeführt.

Vom IGE zurückgewiesen werden etwa Zeichen, die Glaubens- oder Anstandsgefühle verletzen (z.B. BUDDHA für Tee oder ein Hakenkreuz für Bier) oder Zeichen, welche bei den Konsumenten falsche Erwartungen an das Produkt wecken und deshalb täuschend sind (z.B. DAKOTA für Zigaretten, die nicht aus den USA kommen). Oft scheidet die Registrierung einer Marke daran, dass ein Hinterleger ein Zeichen für sich reservieren will, welches sich zu stark an beschreibendem Gemeingut anlehnt. So ist etwa der Begriff CONNOISSEUR CLASS für Flugdienstleistungen ebenso schutzunfähig wie der Ausdruck SOURCESAFE für Software zur Sicherung von Quellencodes. Nicht schützbar sind auch unmittelbare Herkunftsangaben (z.B. PHOENIX für Kosmetika), da solche Angaben allen ortsansässigen Produzenten frei zur Verfügung stehen müssen. Hingegen gilt, was für die konturlose Farbe und für das schwache Wortzeichen gilt, auch für Herkunftsangaben: Sie können sich als ursprünglich gemeinfreie Zeichen aufgrund eines intensiven Gebrauchs im Verkehr als Marken etablieren und sind unter dieser Voraussetzung als durchgesetzte Marken in das Register eintragbar. Die schweizerischen Hoheitszeichen sind nur für Dienstleistungs-, nicht aber für Waren- und Handelsmarken eintragungsfähig.

4.1.2 Allgemeines zur Marke

Marke und Marketing

In Gesellschaften, in denen zwar nicht alle, aber doch bemerkenswert viele Menschen über so viel Geld verfügen, dass materielle Knappheit kein Hauptproblem mehr ist, wächst automatisch der Wert des wirklich Knappen. Und wirklich knapp ist in der heutigen Zeit unter anderem die Aufmerksamkeit der Menschen. In diesem veränderten Umfeld ist es dem System der Marke gelungen, das Unverwechselbare, Wiedererkennbare und Einzigartige zu verkörpern, mithin jene Werte, mit denen die Sehnsucht der Menschen gestillt wird.

Die Marke ist ein Kommunikationssystem

Mit der zunehmenden Bedeutung harter Faktoren (Shareholder value, Optimierung der Vertriebskanäle) hat sich auch die Bedeutung der weichen Faktoren wie Image, Identität und Public relations verstärkt. Die einzelnen Produzenten und Anbieter verbinden mit ihrem Markenzeichen ein bestimmtes Image, welches mit der Persönlichkeit des einzelnen Konsumenten in Beziehung treten soll. Langfristig erfolgreich sind indessen nur jene Marken, deren Gestalt diszipliniert geführt wird, die sich selber treu bleiben und einen bestimmten Stilkorridor nicht verlassen. Das Wesen einer Marke ist nicht in erster Linie das Zeichen selbst, sondern das positive Urteil in den Köpfen der Konsumenten, welches für eine Unternehmung ein enormes Wertschöpfungspotential darstellt: Die Konsumenten übertragen ihre bereits gemachten Erfahrungen mit einem Produkt auf die nächste Konsumentenscheidung. Kann demnach die Marke als ein Kommunikationskanal zur Übertragung von Goodwill verstanden werden, so wird klar, dass der Weg zu einer erfolgreichen Marke nur über langfristige Strategien und hartnäckige Kleinarbeit führt. Der Markenschutz ist somit Pflege und Freihaltung dieses Kanals von störenden Dritteinflüssen. Die Entscheidung, welche (Werbe-)Botschaften über ein Zeichen kommuniziert werden, muss dem Markeninhaber exklusiv vorbehalten bleiben. Letztlich geht es um die Bewahrung des guten Rufs und der Glaubwürdigkeit, welche im Informationszeitalter einer der wichtigsten Aktivposten darstellt.

4.1.3 Definition der Marke

Marken dienen der Unterscheidung

Als Marke gilt nach schweizerischem Recht ein Zeichen, das geeignet ist, Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Eine Marke unterstützt den Kunden beim Kaufentscheid, schafft Vertrauen und weckt Qualitätserwartungen. Die als registrierbare Marken in Frage kommenden Zeichen sind ganz unterschiedlich. Entscheidend ist, dass das Zeichen geeignet ist, als Unterscheidungsmerkmal im Geschäftsverkehr zu dienen.

4.1.4 Markenformen

Marken begegnen uns in ganz unterschiedlichen Formen

Mögliche Erscheinungsformen sind Worte, Buchstaben, Zahlen, bildliche Darstellungen, dreidimensionale Formen, akustische Zeichen, Kennfäden bei Textilien, abstrakte Farben sowie Slogans. Möglich und rechtlich zulässig sind auch kombinierte Marken, wie etwa Logos bestehend aus Wort- und Bildelementen.

Die Geschichte des Markenrechts kann auch als eine Geschichte der Erweiterung des Kreises registrierbarer Kennzeichen gelesen werden. Die früheren Markengesetze sahen lediglich grafische Marken oder Kombinationsmarken bestehend aus Wort und Bild vor. Später wurden auch Wortmarken zugelassen, deren Rechtsschutz sich auf alle Varianten und Schreibweisen des registrierten Wortes erstreckt. In jüngerer Zeit sind nun neue Arten der Markengestaltung, beispielsweise Formmarken wie etwa die Coca-Cola®-Flasche, Klangmarken (akustische Zeichen) wie der „Migros®-Jingle“, abstrakte Farbmarken (das „Gelb“ der Schweizerischen Post) als schützbares Kennzeichen hinzugekommen. Erweitert hat sich auch der Kreis möglicher Markenträger. Bis in die 1990er Jahre konnte lediglich ein Schutz für die Kennzeichnung von Waren erlangt werden ("Warenzeichen"). Heute können auch die Dienstleistungsmarken geschützt werden.

4.1.5 Markenrecht

Das Recht an der Marke ist ein ausschliessliches Recht

Nach schweizerischem Markenschutzgesetz verleiht das Markenrecht dem Inhaber das ausschliessliche Recht, die Marke zur Kennzeichnung der Waren oder Dienstleistungen, für die sie beansprucht wird, zu gebrauchen und darüber zu verfügen. Dieses ausschliessliche Recht verleiht dem Inhaber der Marke einerseits eine eigentumsähnliche Verfügungsmacht und andererseits die Berechtigung, gegen identische oder verwechselbare Drittzeichen vorzugehen. Voraussetzung für ein solches Vorgehen ist aber, dass das verteidigte Zeichen auf dem Markt auch effektiv gebraucht wird.

4.2 Registrierung und Hinterlegung

Die Markenhinterlegung bzw. Anmeldung der Marke steht zwar am Anfang des Eintragungsverfahrens. Vor der Markenmeldung sollte jedoch eine professionelle Markenrecherche durchgeführt werden. Am Ende des Verfahrens steht die definitive Markeneintragung.

4.2.1 Markenrecherche

Erst recherchieren, dann registrieren!

Um kosten- und zeitintensive Markenstreitigkeiten sowie Fehlausgaben z.B. für Werbekonzepte oder Briefpapier zu vermeiden, empfiehlt es sich, vor der Markenmeldung eine Nachforschung nach ähnlichen oder identischen Marken durchzuführen. Mit der Recherche gelangt ein Hinterleger an die Information, die es ihm ermöglicht, Chancen und Risiken eines Zeichens abzuschätzen. Im Nachforschungsprotokoll wird allerdings nicht direkt zur rechtlichen Frage der Verwechselbarkeit mit Drittmarken Stellung bezogen. Es ist am Hinterleger, zu entscheiden, ob und welche Risiken er mit seiner Markenmeldung eingehen will. Die Recherche hat ihre Hauptbedeutung nicht erst im Eintragungsverfahren, sondern bereits bei der Markenwahl. In dieser Phase kann ein Recherchenbericht als wertvoller Ideenfundus für die neue Markencreation dienen. Nach erfolgter Markenregistrierung dient die Recherche ferner der Überwachung einer Marke. So ist es möglich, dass sich ein Markeninhaber vierteljährlich das Ergebnis einer Ähnlichkeits-Recherche zukommen lässt und sich periodisch einen Überblick über alle ähnlichen Markenzeichen in seiner Branche verschaffen kann.

4.2.2 Markenhinterlegung

Die Anmeldung steht am Anfang des Eintragungsverfahrens

Damit eine Marke registriert wird und somit den Schutz erlangen kann, müssen die jeweiligen gesetzlichen Voraussetzungen der Registrierung erfüllt werden. In der Schweiz überprüft das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (IGE) die Eintragungsfähigkeit der angemeldeten Marke. In einem weiteren Schritt kann die Schweizer Marke durch Eintragung einer IR-Marke (international registrierte Marke) international ausgedehnt werden. Zu beachten ist, dass das IGE im Rahmen des Eintragungsverfahrens nicht legitimiert ist, von sich aus in jedem Verfahren zu prüfen, ob bereits eine gleiche oder ähnliche Drittmarke besteht. Wird aber gegen die Eintragung der Marke Widerspruch durch einen Drittinhaber erhoben, kommt es zum Widerspruchsverfahren vor dem IGE, in welchem beurteilt wird, ob die später angemeldete Marke mit der älteren verwechselbar ist und daher wieder gelöscht werden muss.

4.2.3 Eintragungs- und Widerspruchsverfahren

Das Markeneintragungsverfahren ist ein Verwaltungsverfahren

Das Markenrecht entsteht mit dem Registereintrag. Die Hinterlegung (Markenanmeldung), welche das Eintragungsverfahren in Gang setzt, ist für sich allein nicht Schutz begründend. Nach Prüfung der formellen Hinterlegungsvoraussetzungen tritt das IGE, soweit diese vorliegen, auf das Eintragungsgesuch ein und prüft das Vorliegen der materiellen Erfordernisse. Sofern ein Zeichen den rechtlichen Anforderungen genügt, wird es in das Register eingetragen und im Schweizerischen Handelsamtsblatt (SHAB) publiziert.

Widerspruchsverfahren

Marke gegen Marke

Wird ein bestehendes Markenrecht durch die Registrierung eines jüngeren Zeichens verletzt, welches ähnlich oder sogar identisch ist, so kann der Markeninhaber des älteren Zeichens innert drei Monaten seit der Publikation des jüngeren Zeichens beim IGE gegen dessen Eintragung Widerspruch erheben. Dieses Widerspruchsverfahren ist im Vergleich zu einem Prozess vor einem Zivilgericht ein relativ einfaches und kostengünstiges Verfahren. Es bietet zudem den Vorteil, dass der Widersprechende keine Verletzungshandlungen (z.B. das Inverkehrbringen gefälschter Markenware durch Markenpiraten) nachweisen muss und die Beurteilung der Markenkollision in die Hände von Spezialisten gelegt wird.

4.3 Sicherung und Durchsetzung

Die Sicherung und Durchsetzung der Marke liegt in der Hand des Inhabers

Sowohl die Fristennachführung einer bereits eingetragenen Marke, als auch die Überwachung und die Durchsetzung des Markenrechts ist den Rechtsinhabern überlassen. Die Kontrolle und Nachführung der national und international laufenden Fristen ist eine anspruchsvolle Tätigkeit, welche akribische Genauigkeit verlangt. Angesichts der weit über 600'000 Eintragungen (von denen allerdings längst nicht alle im Markt gültig sind bzw. eingesetzt werden) wird die gesetzliche Regelung verständlich, wonach das Institut für Geistiges Eigentum nicht legitimiert ist, von sich aus in jedem Registrierungsverfahren zu prüfen, ob bereits eine gleiche oder ähnliche Drittmarke besteht.

Für einen optimalen Schutz Ihrer Marken ist eine professionelle Unterstützung empfehlenswert.

4.4 Internationale Marken

Gestützt auf eine Schweizer Markenmeldung kann vom Heim- auf den Weltmarkt eine internationale Markenmeldung vorgenommen werden, wobei unter anderem die Gemeinschaftsmarke der Europäischen Union als Kern eines europäischen Schutzsystems betrachtet werden kann.

4.4.1 Markenausdehnung

Vom Heim- auf den Weltmarkt

Gestützt auf eine Schweizer Markenmeldung kann der Schutzbereich von Marken auf zahlreiche Länder des Madrider Abkommens (MMA) oder des Madrider Protokolls (MMP) ausgedehnt werden. Der Schutzbereich von Marken, die als internationale Registrierungen (IR-Marken) eingereicht werden, erstreckt sich auf alle Beitrittsstaaten, die der Markenmelder auswählt. Die Ausdehnung ist relativ kostengünstig, und die Länderbenennung kann den Marktbedürfnissen des Inhabers entsprechend "massgeschneidert" werden. Wird das Gesuch um Eintragung der IR-Marke innerhalb

von sechs Monaten nach der Schweizer Basisanmeldung gestellt, genießt die IR-Marke in sämtlichen beanspruchten Ländern rückwirkend Schutz ab dem Datum der Schweizer Basishinterlegung.

4.4.2 Gemeinschaftsmarken

GM als Kern eines europäischen Schutzsystems

Die Gemeinschaftsmarke, welche beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt der Europäischen Union ("HABM") zu hinterlegen ist, kann entweder für ein unmittelbar beim HABM angemeldetes Zeichen oder auf der Basis einer früheren Anmeldung bei einem nationalen Amt erworben werden. Im Gegensatz zur IR-Marke lässt die Gemeinschaftsmarke "massgeschneiderte" Lösungen in einzelnen Ländern auf dem Gebiet der Gemeinschaftsmarke nicht zu.