

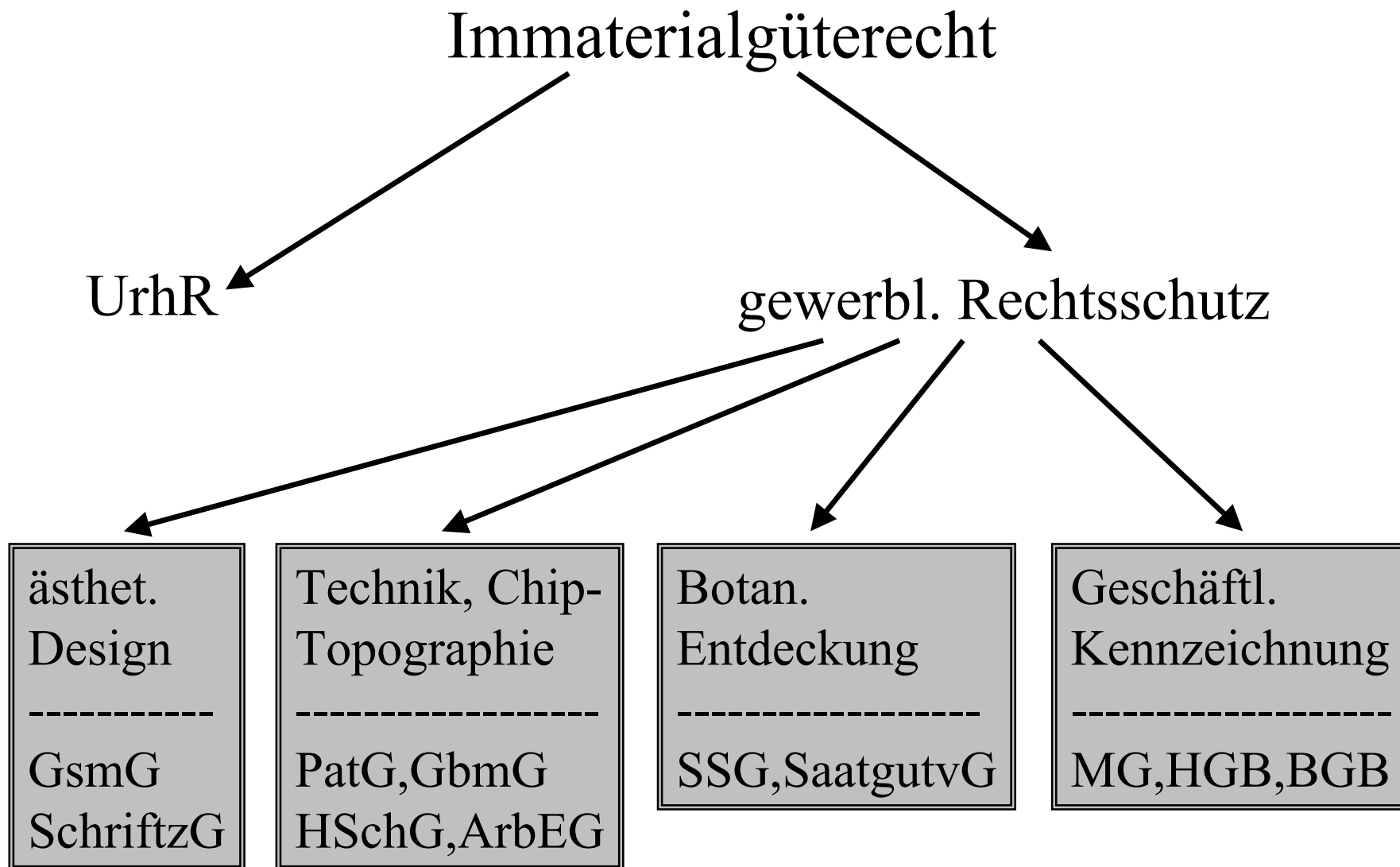
ROTARY CLUB KARLSTADT-ARNSTEIN

RYLA-SEMINAR, April 2000

Vortrag „**Patente für Innovationen**“ am 09.04.2000

- Konkrete Ideen → Schutzrechtsarten
- Systematik des nationalen und internationalen Schutzrechtsinstrumentariums
- Umfang und Aufwand mit Schutzrechtsaktivitäten
- Gemeinsame Systemmerkmale gewerblicher Schutzrechte
- Verwertungs- und Wettbewerbsstrategien

Georg Götz - Patentanwalt



# Intellectual Property

©<Inh> 1995

Copyright (RBÜ, WUA)

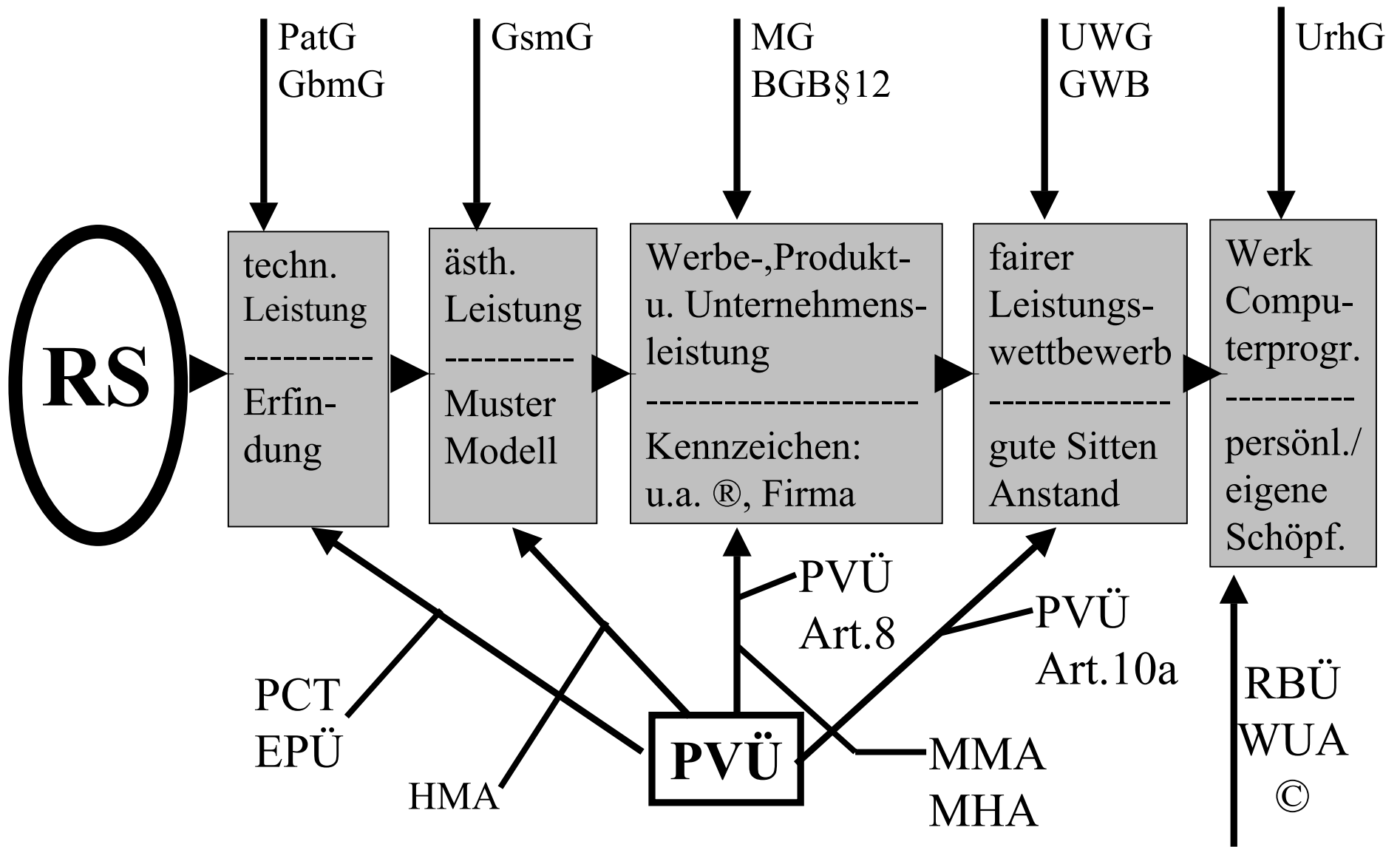
gewerbl. Eigentum (PVÜ)

ästhet.  
Design  
-----  
HMA, Wie-  
ner SchrZA

Technik, Chip-  
Topographie  
-----  
PCT,EPÜ;EG-  
Richtlinie

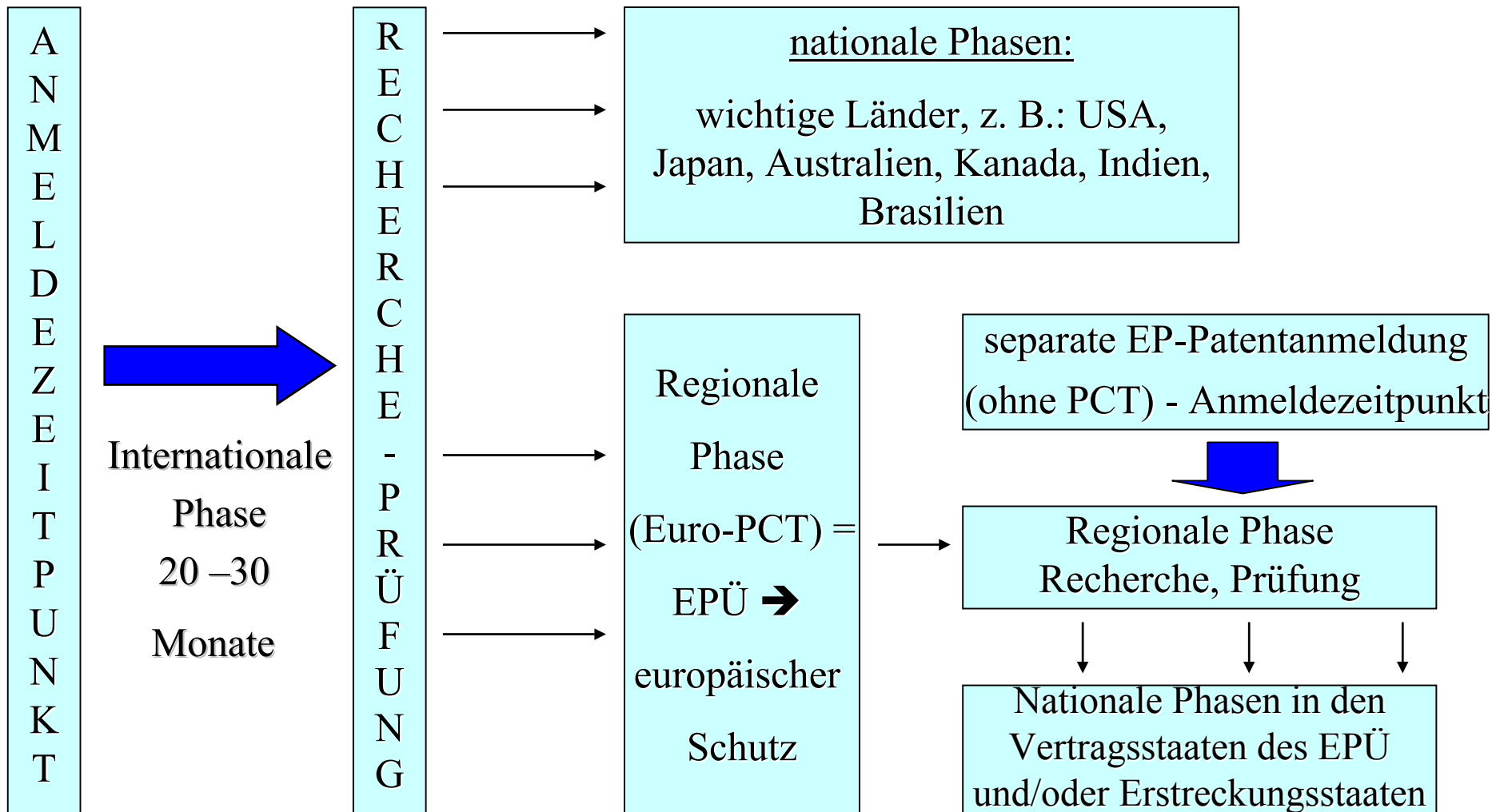
Botan.  
Entdeckung  
-----  
IntPflÜ  
®

Geschäftl.  
Kennzeichnung  
-----  
EG,PVÜ Art.8,  
MMA,MHA



# TECHNIK

PCT → internationaler Schutz:



## Haager Musterabkommen (HMA)

Ästhetisches Design/Geschmacksmuster

einzig, einsprachige Anmeldung beim  
Internationalen Büro (WIPO) in Genf



Schutz in allen Mitgliedsstaaten

## EU-Marke

Wort-, Bild-, Farb-, Form und/oder  
Klangmarke

eine Anmeldung beim  
Harmonisierungsamt für den  
Binnenmarkt in Alicante



Schutz in allen EU-Staaten

## Madriider System

Marken für Waren und Dienstleistungen



Mitgliedstaaten: EU-Länder außer Irland und Griechenland, Schweiz, Norwegen,  
Osteuropa, Japan, China

Nichtmitglieder: USA, Kanada, Australien, Brasilien, Mexico, Indien, Taiwan,  
Thailand, Südkorea

# Prioritätsprinzip

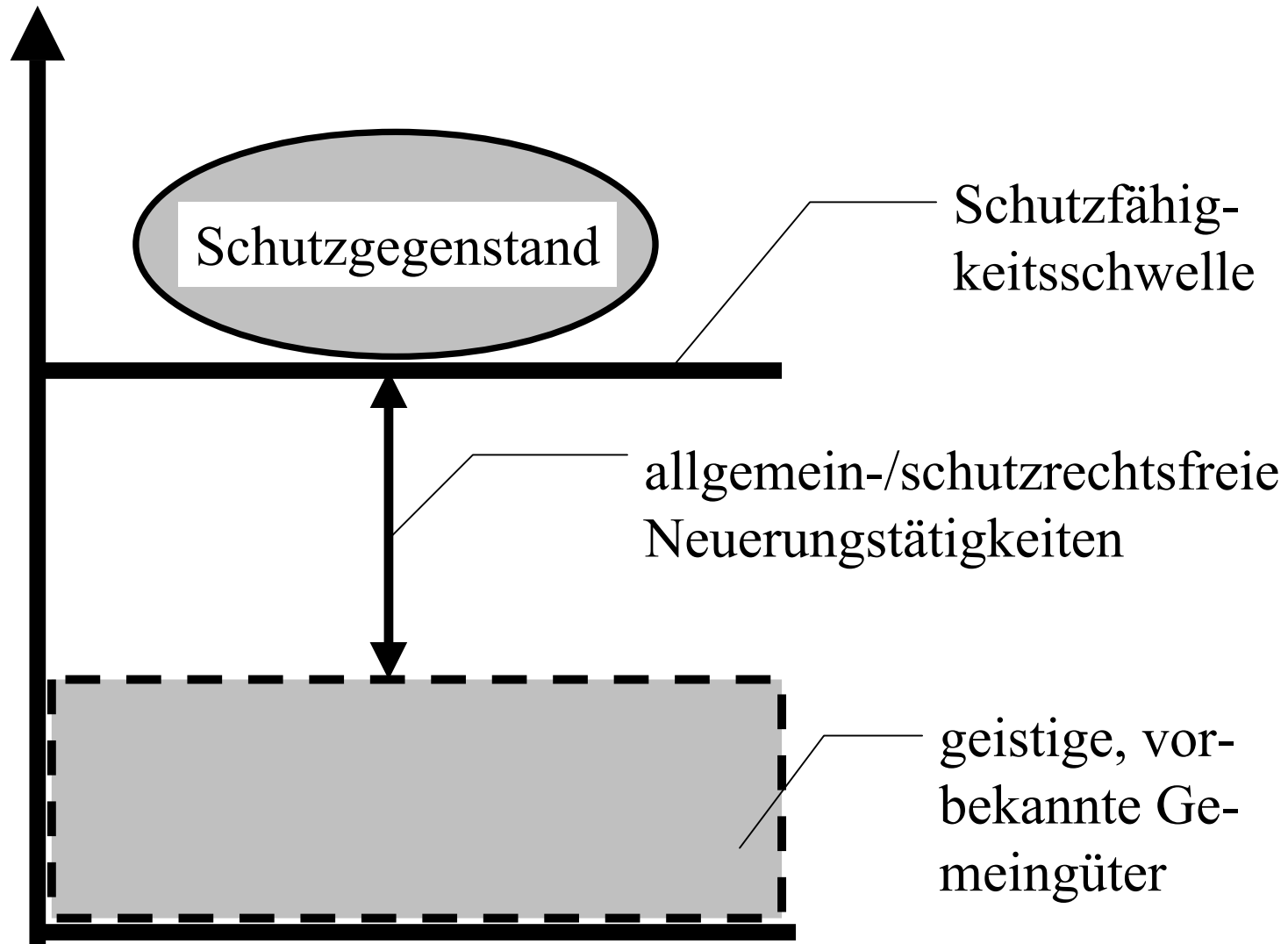
Zuordnung des (etwaigen) Schutzrechts demjenigen, der den Schutzgegenstand zuerst öffentlich-rechtlich (Behörde) angemeldet oder eigengeschäftlich benutzt hat, wer also zuerst den Schutzgegenstand gegenüber der Öffentlichkeit offenbart oder verwertet hat, sei es:

- **formell** durch Antrag bei der zuständigen Behörde oder
- **sachlich** durch praktische Nutzung/Verwertung

Bedeutung der Anmeldung (Antrag):

Vorbehalt der Priorität (Vorrecht) auf ausschließliches Verwertungsrecht

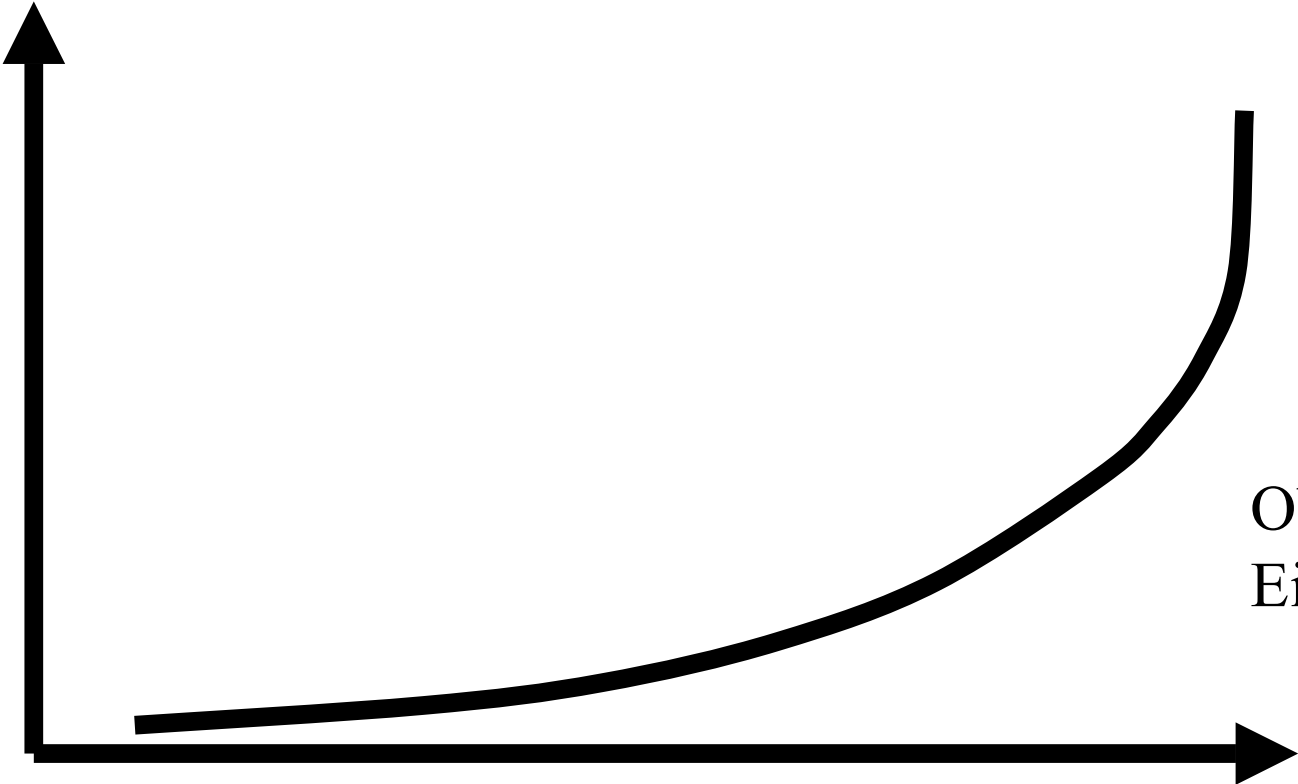
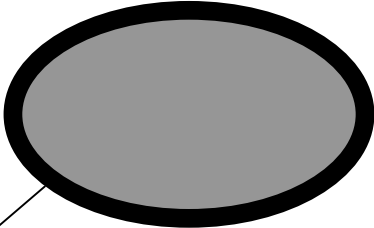
objektive Eigenart



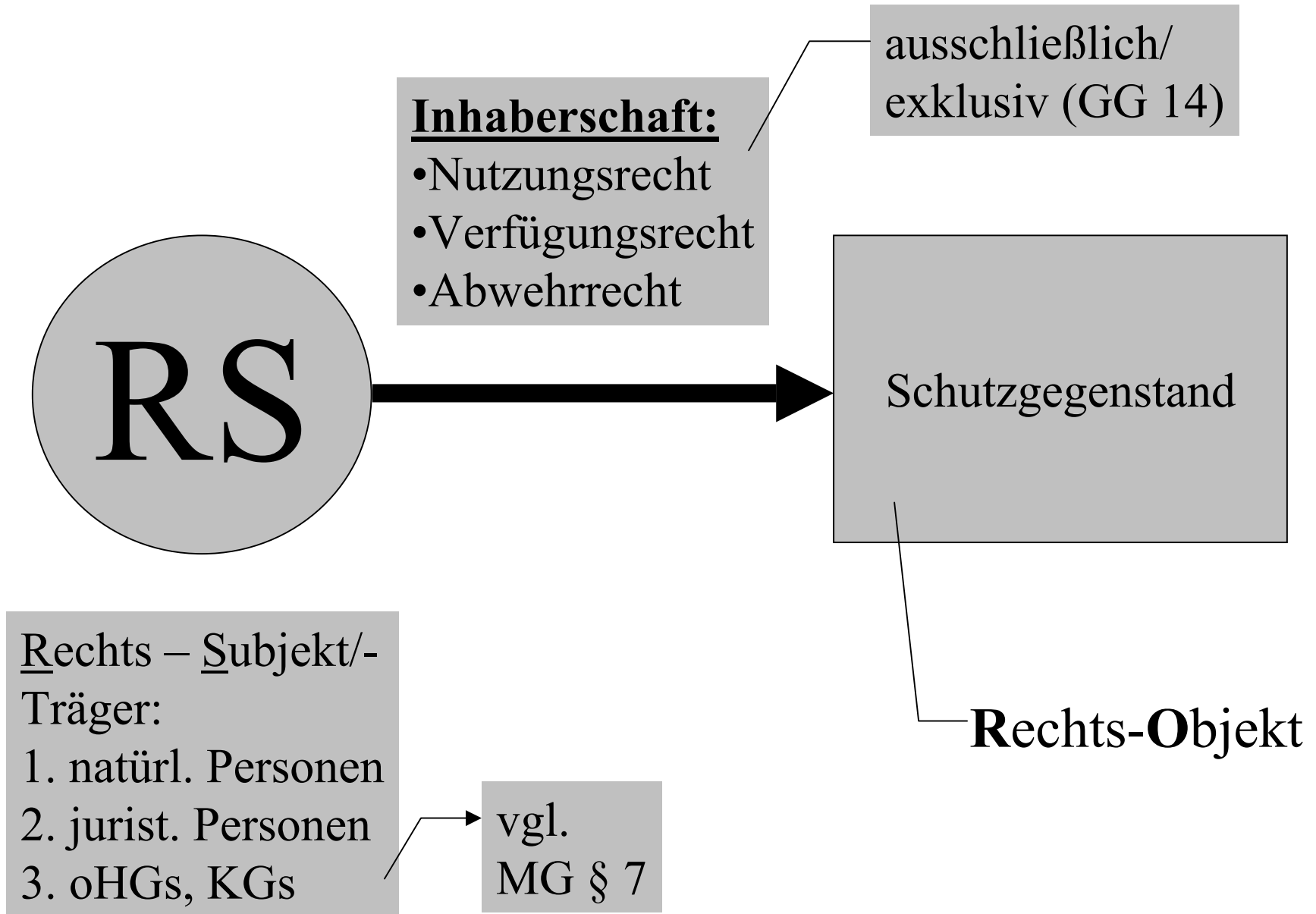


Schutzbereich:

(Schutz-)  
Umfang



Objektive  
Eigenart



# MARKETING-RECHTS-Management:

Marketingstrategien: .....



- Produkte
- Distribution
- Preise, Rabatte
- Werbung, Kommunikation

Schutzrechtsstrategien:

- Angriff durch Basisschutzrechte
- Absicherung durch engm. Anmel-
- Reputation aufgrund intellekt. Eigentums
- finanzieller Ertrag durch Lizenzgebühren
- Mitarbeiter-Motivierung
- dung von „Kleingehaktem“

## Funktionen und Schutzbereich

# Marke

Orientierungshilfe

Werbewirkung

Nachahmungsschutz

Registrierung beim  
Deutschen Patentamt  
bewirkt  
Ausschließlichkeitsrecht

Verbot für Dritte, diese  
Marke für identische  
oder ähnliche Waren zu  
benutzen

# Wesentliche Aspekte für die Gestaltung einer Marke

## □ Gestaltung

### **Wort**

keine beschreibenden Angaben, keine Worte der Umgangssprache.

### **Bild**

Markantes Symbol, wenig Elemente.

### **Kunden-orientiert**

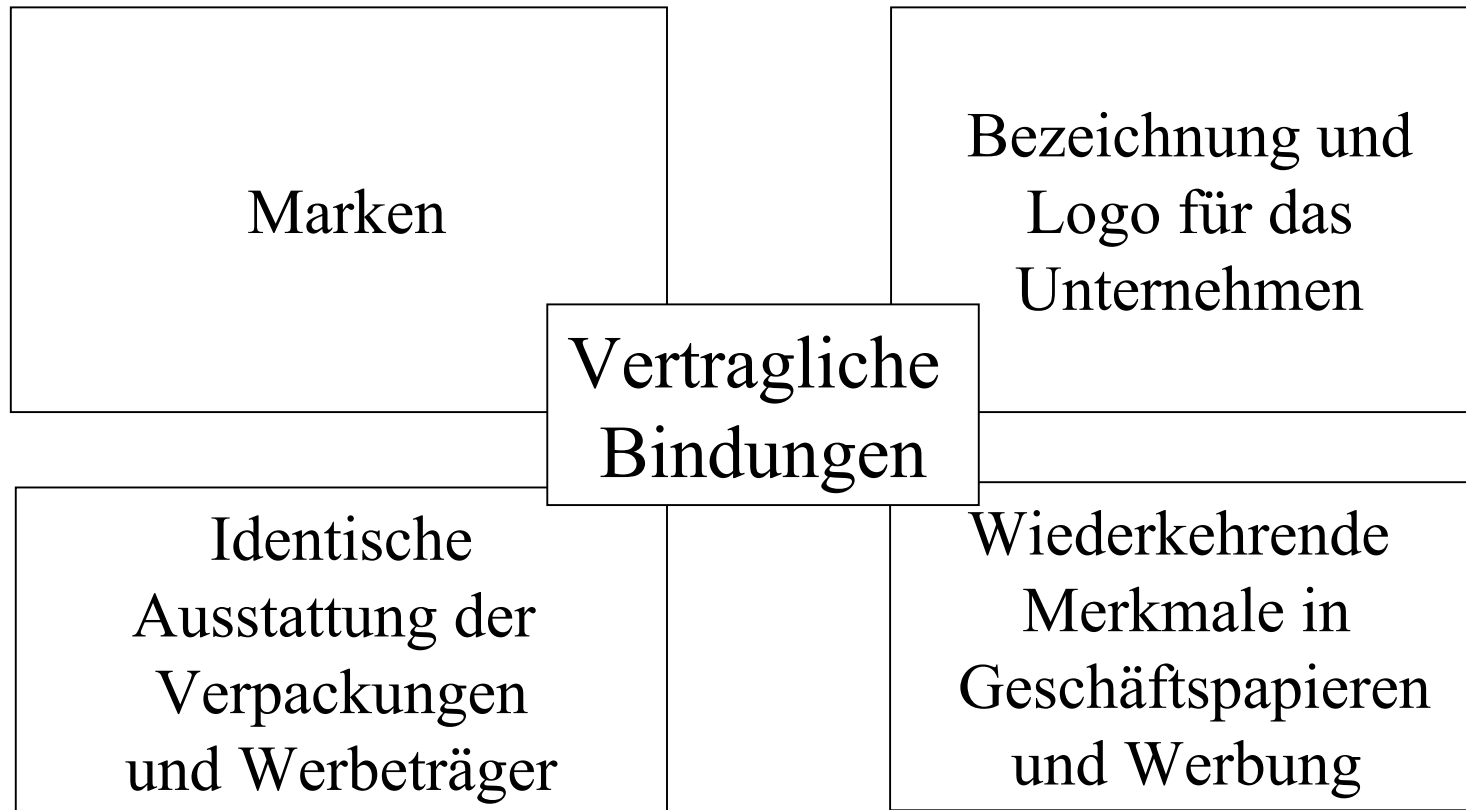
Konservative oder moderne Symbolik.

Übertragbarkeit auf weitere Produkte.  
Regionale Identität.

## □ Recht

Registrierung der Marke in den benutzten Formen, ggf. auch der Unternehmensbezeich. und des Logos.  
Vertragliche Bindungen.

# Elemente



# Das Registrierungsverfahren

