

Das Patent ist nicht alles

Neue Produkte mit „gewerblichen Schutzrechten“ absichern

UM DAUERHAFT WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICH ZU SEIN, MÜSSEN UNTERNEHMEN IMMER WIEDER NEUE PRODUKTE AUF DEM MARKT PLATZIEREN. DOCH DIE KONKURRENZ IST EBENFALLS AKTIV. WAS HEUTE INNOVATIV IST, KANN MORGEN SCHON VON DRITTEN HERGESTELLT WERDEN. WIE KANN MAN SICH DAVOR SCHÜTZEN? DIE „GEWERBLICHEN SCHUTZRECHTE“ BIETEN SICH HIER ALS EFFEKTIVE WERKZEUGE AN. DIE IHK KOBLENZ HAT DIE WICHTIGSTEN FAKTEN ZU DEM THEMA IN EINER DREITEILIGEN ARTIKELSERIE FÜR SIE ZUSAMMENGEFASST.



KEINE CHANCE
FÜR PLAGIATE!

Teil 1: Gewerbliche Schutzrechte

Ein Produkt, eine Formel ist das „geistige Eigentum“ (engl. Intellectual Property, kurz IP) seines Entwicklers – und das ist geschützt. Doch was genau heißt das eigentlich „geistiges Eigentum“? Im Wesentlichen bezieht sich „geistiges Eigentum“ zunächst auf Erfindungen, Literatur, Kunst oder auch Designs, denen ein hohes Maß an Exklusivität angerechnet wird. Von Bedeutung ist hier der Aspekt der denkerischen Eigenleistung und des Neuen. Passend kommentierte Archimedes im antiken Griechenland seine Einfälle mit einem „Heureka!“, zu Deutsch: „Ich habe [es] gefunden!“

Nach der Idee kommt häufig auch die Umsetzung in einem entsprechenden Produkt. „Geistiges Eigentum“ lässt sich in zwei Kategorien einteilen:

- **Gewerbliches Eigentum; umfasst u. a. Erfindungen, Marken, Design, Gebrauchsmuster und geographische Herkunftsangaben.**
- **Urheberrechte; umfasst u. a. literarische und künstlerische Werke.**

Eng damit verbunden ist das Recht des geistigen Eigentums für die jeweiligen Rechteinhaber. Wichtig ist hier zu beachten, dass es sich dabei nicht um den Erfinder oder Schöpfer handeln muss. Beispielsweise können auch Dritte durch den Kauf einer Lizenz das Recht des geistigen Eigentums erwerben. Mit dieser Regelung soll der jeweilige Rechteinhaber in die Lage versetzt werden, den entsprechenden Gegenstand (Bsp. ein Maschinenbauteil) wirtschaftlich nutzen zu können. Außerdem besteht dadurch die Möglichkeit, gegen Verfälschungen oder Missbrauch rechtlich vorzugehen.

„Geistiges Eigentum“ ist ein hohes Gut und dementsprechend schutzwürdig. Dafür stehen die „gewerblichen Schutzrechte“ zur Verfügung. Sie fungieren heute auch zunehmend als Marketinginstrumente, um eigene Produkte oder Dienstleistungen von der Konkurrenz abzugrenzen. Doch welche Rechte sind für Unternehmer von Bedeutung und worin unterscheiden sie sich?

Welches Recht für was?

Generell kann „geistiges Eigentum“ in Deutschland unter dem Schutz von vier unterschiedlichen „gewerblichen Schutzrechten“ stehen. Jedes dieser Rechte stellt verschiedene Anforderungen. Diese Schutzrechte treten erst nach einer Eintragung bei der zuständigen Behörde in Kraft. Hier ist also die Eigeninitiative von Unternehmen oder Erfinder gefragt.

Patent: Das Patent gehört zu den bekanntesten Schutzrechten. Seine Anwendung bezieht sich auf technische Erfindungen aus allen Gebieten der Technik und Verfahrenserfindungen. Dabei muss die Erfindung neu und gewerblich anwendbar sein.

GEISTIGES EIGENTUM

Nicht nur materielle Dinge wie ein Fernseher oder ein Haus können jemandem gehören, sondern auch Ideen und deren Umsetzung, Wissen oder geistige Werke. Die Rechte daran lassen sich genauso verkaufen wie z. B. ein Auto, aber auch schützen. Juristisch unterscheidet man dabei zwischen gewerblichem Eigentum und dem Urheberrecht.

GEWERBLICHES EIGENTUM

Sieht man geistiges Eigentum unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten, stehen Produkte, Hersteller und Konsumenten im Mittelpunkt. Der Schutz von gewerblichem Eigentum wird vor allem über Patent- und Gebrauchsmusterrechte, Markenrechte und Design-/Geschmacksmusterrechte geregelt.

„Endprodukte“ von Ideen:
z. B. Produkte, Marken, Designs



URHEBERRECHT

Beim kulturellen Aspekt geistigen Eigentums wird der Schutz eng mit dem Urheber verbunden. Er hat die Rechte an seinen Ideen und Werken, sofern sie eine persönliche Kreativität erkennen lassen, und kann sie zur Nutzung freigeben – gegen Geld oder kostenlos. Dieser Schutz von geistigen Werken endet 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers.

„Endprodukte“ von Ideen:
z. B. Literatur, Filme, Musik



Erwerb des
Eigentumsrechts
per Lizenz



Dritte

Erwerb des
Eigentumsrechts
per Lizenz oder frei



Dritte

URHEBER

WELCHE MARKENARTEN GIBT ES?

Es gibt zahlreiche unterschiedliche Arten von Markenzeichen, doch sie alle haben eines gemeinsam: Jedes steht für ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Dienstleistung, und man kann es in kürzester Zeit erfassen und identifizieren – also die Marke schnell wiedererkennen.



WORT-MARKE

Diese Form der Marke kann aus einem oder mehreren Wörtern bestehen, aber auch aus Zahlen, Buchstaben oder anderen Schriftzeichen wie & oder @. Wort-Marken sind auch dann geschützt, wenn sie in unterschiedlichen Schrifttypen gesetzt werden.

Weitere Beispiele:

Golf (Volkswagen), Nivea, iPod (Apple), 4711, ARD, C&A



BILD-MARKE

Sie ist eine visuelle Umsetzung als kennzeichnendes Element in der Gestaltung. Verwendet werden können Bilder, Bildelemente, Symbole oder grafische Elemente. Auch Wörter oder Buchstaben in einem festgelegten Design können rechtlich als Bild-Marken angesehen werden.

Weitere Beispiele:

Mercedes-Stern, springende Raubkatze (Puma), Apfel (Apple)

HÖR-MARKE

Melodien und kurze, einprägsame Tonfolgen (Jingles) können als akustisches Markenzeichen dienen – ob instrumental oder als Gesang. Auch sie lassen sich schützen. **Beispiele:** das Brüllen des MGM-Löwen, Telekom-Jingle, BMW-Jingle, „Erdinger Weißbier Walzer“.

KOLLEKTIV-MARKE

Es ist auch möglich, eine bestimmte Art von Produkten oder Dienstleistungen als Marke schützen zu lassen. Das tun oft Fachverbände, z. B. wenn es um regional-typische Spezialitäten geht. **Beispiele:** Nürnberger Lebkuchen, Dresdner Christstollen, Thüringer Rostbratwurst.

GERUCHS-MARKE

Eine Marke, die lediglich aus einem Geruch als solchem besteht und Waren eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen unterscheiden soll. Wurde bisher in Europa nur einmal geschützt, existiert aber nicht mehr: für Tennisbälle mit dem Duft von frisch gemähtem Gras.

Zudem muss eine erfinderische Tätigkeit zu Grunde liegen. Dieser Anspruch wird durch das Patentamt überprüft. Gültigkeit: 20 Jahre

Gebrauchsmuster: Das Gebrauchsmuster ist dem Patent sehr ähnlich. Es schützt technische Erfindungen und chemische Stoffe (bspw. Arzneimittel). Auch hier gilt, dass die Erfindung neu und gewerblich anwendbar sein muss. Zudem ist ein erfinderischer Schritt notwendig. Allerdings findet kein sachliches Prüfungsverfahren im Hinblick auf die Neuheit statt. Gültigkeit: 10 Jahre

Marke: Die Marke ist ein Kennzeichnungsmittel für Produkte oder Dienstleistungen. Schutzzfähig sind dabei „Zeichen“, die in der Lage sind, eine Ware oder Dienstleistung deutlich zu unterscheiden. Dass „Zeichen“ dabei ein recht breit angelegter Begriff ist, verdeutlicht die Infografik zur „Markenfamilie“. Gültigkeit: Beliebig

Zu beachten ist, dass die Marke nicht ein Produkt als solches schützt. Sportschuhe können natürlich von jedem Unternehmen hergestellt werden. Nur dürfen sie eben keinen Puma aufweisen.

Design: Der Designschutz bezieht sich auf spezifische Eigenschaften eines Produkts- oder eines Teil desselben. Das können bestimmte Farben, Form oder Oberflächen sein. Im

juristischen Kontext wird von der „zwei- oder dreidimensionalen Erscheinungsform“ gesprochen. Gültigkeit: 25 Jahre

Wirtschaftlich sinnvoll

Wer sich rechtzeitig mit Hilfe der Schutzrechte absichert, weist die Konkurrenz in die Schranken. Ein Produkt kann dann nicht mehr einfach „kopiert“ werden.

In Deutschland herrscht aber prinzipiell der Grundsatz der Nachahmungsfreiheit. Das heißt: Produkte können nachgebaut oder Ideen eben nachgeahmt werden. Dieses Vorgehen ist an sich vollkommen legal. Denn die Nachahmung als solche bringt zunächst überhaupt keine negativen Konsequenzen mit sich. Ganz im Gegenteil, sie fördert den technischen und wirtschaftlichen Fortschritt. Außerdem wird so die Monopolbildung durch einzelne Unternehmen verhindert. Klar ist aber auch, dass dieser Freiraum im Hinblick auf eine funktionierende Marktwirtschaft gewissen Beschränkungen unterliegen muss. Ein Erfinder muss in der Lage sein, seinen Wissensvorsprung für eine gewisse Zeit exklusiv zu nutzen, um grundsätzlich die Möglichkeit zu haben, den investierten Aufwand wieder zu erwirtschaften. Die „gewerblichen Schutzrechte“ begrenzen somit die Nachahmungsfreiheit auf ein für die Wirtschaft sinnvolles Maß.



WORT-BILD-MARKE

Verbindet man Text- und Grafik-Elemente miteinander zu einer Einheit, entsteht eine Wort-Bild-Marke. So kann auch ein Wort, das allein nicht zu schützen wäre, in Kombination mit einem Bild zum geschützten Markenzeichen werden.

Weitere Beispiele:

Adidas, Schwarzkopf, Fujitsu, OBI, Rolex



3D-MARKE

Auch die Form eines Produkts selbst oder dessen Verpackung kann zu einem Markenzeichen werden. Um solche 3D- oder Formmarken schützen zu lassen, müssen sie deutlich von der branchenüblichen Gestaltungsnorm abweichen.

Weitere Beispiele:

Blütenform von „Saint Albray“-Käse, dreieckige Toblerone

WEITERE

Kennfaden-Marke: Das Produkt – meist Textilien oder Kabel – wird mit einem eingefügten Faden oder Farbcode gekennzeichnet, der sich farblich abhebt.

Tast-Marke: Darstellung einer Marke z. B. in Blindenschrift, so dass sie durch Berührung erkannt werden kann.

Farb-Marke: Eine Farbe als geschütztes

Markenzeichen ist z. B. Lila für Milka Schokolade. **Positions-Marke:** Ein Markenzeichen, das immer an der gleichen Stelle am Produkt platziert ist, z. B. der Knopf im Ohr bei Steiff-Tieren. **Bewegungs-Marke:** Auch eine Abfolge von Bildern kann eine Marke sein, z. B. der Löwe im Vorspann von MGM-Filmen.

Auf den Punkt gebracht

Natürlich muss jedes Unternehmen individuell entscheiden, in welchen Fällen „gewerbliche Schutzrechte“ eine sinnvolle Maßnahme sind. Der Aufwand kann sich jedenfalls lohnen. Denn durch die Hinzunahme von Schutzrechten lassen sich entscheidende Marktvorteile schaffen. Es gilt der Grundsatz:

Alle Schutzrechtsarten geben dem Anmelder/Erfinder das alleinige Recht, für eine bestimmte Zeitdauer seine technische Lösung (Patente und Gebrauchsmuster), Marke und Design oder Werk (Urheberrecht) herzustellen, zu vermarkten oder Lizenzen an Dritte zu vergeben.

Sie haben eine neue Erfindung, Marke oder Design und wollen sie schützen lassen? Dann müssen weitere Aspekte unbedingt geklärt werden. Was passiert, wenn vergleichbare Erfindungen auf dem Markt sind? Wie teuer sind eigentlich Schutzrechte? Wie melde ich meine Innovation an? Die Antworten darauf erhalten Sie im nächsten IHK-Journal.



Dr. Norbert Strompen
Telefon 0261 106-233
strompen@koblenz.ihk.de

BERATUNGSTAGE 2014

Die IHK-Koblenz bietet zu den „Gewerblichen Schutzrechten“ in Zusammenarbeit mit einem Patentanwalt regelmäßig Beratungstage an. Das Angebot richtet sich an Unternehmer und freie Erfinder. Hier besteht die Möglichkeit zu einem kostenlosen Erstgespräch (ca. 25 Minuten), um grundlegende Fragen zu klären.

Für die Beratung ist eine verbindliche Anmeldung bei Silvia Maxeiner (Telefon: 0261 106-242) erforderlich.

An folgenden Terminen sind die Beratungstage für 2014 vorgesehen:

**09.04.2014 25.06.2014 17.09.2014
19.11.2014**

Der Weg zum Patent

„Gewerbliche Schutzrechte“ müssen angemeldet werden

UM DAUERHAFT WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICH ZU SEIN, MÜSSEN UNTERNEHMEN IMMER WIEDER NEUE PRODUKTE AUF DEM MARKT PLATZIEREN. DOCH DIE KONKURRENZ IST EBENFALLS AKTIV. WAS HEUTE INNOVATIV IST, KANN MORGEN SCHON VON DRITTEN HERGESTELLT WERDEN. WIE KANN MAN SICH DAVOR SCHÜTZEN? DIE „GEWERBLICHEN SCHUTZRECHTE“ BIETEN SICH HIER ALS EFFEKTIVE WERKZEUGE AN. DIE IHK KOBLENZ HAT DIE WICHTIGSTEN FAKTEN ZU DEM THEMA IN EINER DREITEILIGEN ARTIKELSERIE FÜR SIE ZUSAMMENGEFASST.



KEINE CHANCE
FÜR PLAGIATE!

Teil 2: Gewerbliche Schutzrechte

Sie haben eine Erfindung und möchten für diese ein „gewerbliches Schutzrecht“ anmelden. Dann müssen Sie im nächsten Schritt einen entsprechenden Antrag beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) in München stellen. Doch Vorsicht vor einer übereilten Anmeldung ist geboten. Deutschland gilt schließlich als „Land der Erfinder“. Für das Jahr 2013 registrierte das DPMA einen Bestand von 1.295.518 gewerblichen Schutzrechten. Eine Erfindung mag deshalb noch so einzigartig erscheinen, zunächst gilt es grundlegende Fragen zu klären:

- Ist meine Erfindung wirklich neu?
- Welche ähnlichen Anmeldungen gibt es?
- Wodurch unterscheidet sich meine Idee von dieser?
- Welche bestehenden Schutzrechte könnten verletzt werden?

Natürlich kann niemand alle geschützten Erfindungen kennen. Es ist dennoch sinnvoll, sich zumindest einen ersten Überblick zu verschaffen um Antworten auf die genannten Fragen zu erhalten. Dabei hilft ein kostenfreies Online-Angebot des DPMA. Interessierte können unter www.dpma.de selbstständig in den Datenbanken des DPMA recherchieren. Diese sind unter dem entsprechenden Schutzrecht gelistet und frei zugänglich.

Technische Erfindungen, die als **Patent** oder **Gebrauchsmuster** geschützt werden sollen, sind in „International Patent Classifications“ (IPC) eingeteilt. Jedes technische Feld (Bsp. Fahrzeuge, Maschinenelemente) bildet eine eigene Klasse. **Geschützte Marken**, dazu gehören deutsche, internationale und Gemeinschaftsmarken, sind in Waren- und Dienstleistungsverzeichnisse gruppiert. Hier ist es günstig, die entsprechende Warenklasse (Bsp.

Nahrungsmittel, Bekleidung) nach ähnlichen Marken durchzugehen. Für **geschützte Designs** gilt die gleiche Vorgehensweise.

Wenn die Recherche positiv verläuft, also keine ähnlichen oder identischen Erfindungen festgestellt wurden, sollten die anstehenden Kosten der Anmeldung kalkuliert werden.

Was kostet das?

„Gewerbliche Schutzrechte“ sind nicht kostenlos. Je nach Art des Schutzrechts fallen im Rahmen der Anmeldung einer Erfindung unterschiedlich hohe Zahlungsbeträge an. Zudem gibt es teilweise laufende Kosten. Fakt ist: Ohne diese Investition wird kein Schutzrecht zugeteilt.

Wer sich durch einen Patent- oder Rechtsanwalt vertreten lassen möchte, muss mit Honoraren von 1.500 bis 4.000 Euro rechnen. Bei Patenten und Gebrauchsmustern ist deren Hinzunahme aber dringend zu empfehlen. Nur wenn ein Antrag juristisch einwandfrei formuliert ist, kann dieser eine hohe Rechtsbeständigkeit erzielen.

»WER NICHT ERFINDET – VERSCHWINDET.
WER NICHT PATENTIERT – VERLIERT«,
SO ÄUSSERTE SICH DER LANG-
JÄHRIGE PRÄSIDENT DES DEUTSCHEN
PATENTAMTS ERICH OTTO HÄUSSER
IM HINBLICK AUF DIE BEDEUTUNG DER
„GEWERBLICHEN SCHUTZRECHTE“.

Die Kosten Gewerblicher Schutzrechte

„Gewerbliche Schutzrechte“ sind nicht kostenlos. Die fälligen Zahlungsbeträge im Rahmen der Anmeldung einer Erfindung sind abhängig von der Art des Schutzrechts. Weiterhin können Kosten für Patent- oder Rechtsanwälte entstehen. (Quelle: DPMA)



Anwaltskosten

(Vertretung durch einen Patent- oder Rechtsanwalt optional, aber empfohlen)
1.500 – 4.000 €

Alle detailliert aufgeschlüsselten
Kosteninformationen finden Sie auf
www.dpma.de

Land der Erfinder

Anzahl in 2013 neu angemeldeter gewerblicher Schutzrechte in Deutschland. (Quelle: DPMA)

Gesamter Bestand:
1.295.518

15.472 Gebrauchsmuster

63.158 Patente

60.161 Marken

55.829 Designs

Über 7.000

Anmeldungen neuer gewerblicher Schutzrechte kommen pro Jahr alleine **aus Rheinland-Pfalz.**

Anmeldung, Prüfung und Registrierung ...

Die Erfindung ist einzigartig und die Kosten sind kalkuliert? Dann kann jetzt die eigentliche Anmeldung stattfinden. Das DPMA bietet Zugriff auf alle notwendigen Dokumente und Formulare für die Anmeldung gewerblicher Schutzrechte im Internet unter www.dpma.de/service/formulare_merkblaetter/index.html – ein Antrag kann in elektronischer sowie schriftlicher Form eingereicht werden.

... eines Patents:

› **Was muss eingereicht werden?** Notwendig sind der Antrag auf Patentanmeldung sowie der Antrag auf Prüfung. In die Patentanmeldung gehören alle Elemente der Erfindung oder der Idee, welche neu sind und geschützt werden sollen.

› **Wie läuft das Verfahren ab?** Im Prüfungsverfahren werden alle neuen Elemente der Erfindung, die in der Patentanmeldung genannt sind, auf Neuheit geprüft. Endet das Verfahren positiv, wird eine Patentschrift durch das DPMA ausgestellt. Dauert das Prüfungsverfahren länger als 18 Monate, wird hingegen eine Offenlegungsschrift herausgegeben, die nicht das Patent ersetzt und ausschließlich Informationscharakter hat.

› **Wann erfolgt der Rechtsschutz?** Nach Publikation der Patentschrift können Dritte innerhalb von drei Monaten Einspruch gegen die Erteilung des Patents erheben. Erst nach dieser Frist tritt der Rechtsschutz in Kraft.

... eines Gebrauchsmusters:

› **Was muss eingereicht werden?** Es werden der Antrag auf Gebrauchsmusterschutz und die zugehörige technische Beschreibung benötigt.

› **Wie läuft das Verfahren ab?** Die technische Beschreibung enthält die wesentlichen technischen Merkmale der Erfindung, welche der Gebrauchsmusterschutz abdecken soll. Fehlende Inhalte können im Nachhinein nicht mehr berücksichtigt werden. Die Bearbeitungsdauer vom Tag der Anmeldung bis hin zur Eintragung kann bis zu drei Monate dauern.

› **Wann erfolgt der Rechtsschutz?** Der Gebrauchsmusterschutz wird unmittelbar mit der Eintragung aktiv.

... einer Marke:

› **Was muss eingereicht werden?** Die Anmeldung erfolgt ausschließlich über den Antrag auf Markenschutz.

› **Wie läuft das Verfahren ab?** Die Anmeldung der Marke bezieht sich auf eine oder mehrere Produktklassen. Bedingung ist, dass keine absoluten Schutzhindernisse entgegenstehen. So ist es nicht möglich, eine Marke einfach „Auto“ zu nennen oder sie mit einem amtlichen Wappen zu versehen.

› **Wann erfolgt der Rechtsschutz?** Die Marke wird in das entsprechende Register eingetragen. Inhaber einer älteren Marke können allerdings jederzeit Widerspruch erheben.

... eines Designs:

› **Was muss eingereicht werden?** Ausreichend ist der Antrag auf Designschutz.

› **Wie läuft das Verfahren ab?** Bei dem Design wird eine besondere Farbe, Form, Geometrie oder äußere Gestaltung angemeldet. Auch hier greift die Regel: Was geschützt werden soll, muss deutlich auf separaten Dokumenten dargestellt werden.

› **Wann erfolgt der Rechtsschutz?** Sobald das Design eingetragen und im Designmusterblatt veröffentlicht wurde.

Über Deutschland hinaus

Bei den „Gewerblichen Schutzrechten“ gilt das Territorialprinzip, deswegen haben diese in der Regel über die Landesgrenzen hinaus keinen Bestand. Alle vom DPMA erteilten Patente, Gebrauchsmuster und Marken, gelten zunächst nur innerhalb der Bundesrepublik Deutschland. Einzige Ausnahme ist das Design. Mit der Eintragung genießt es automatisch den Status eines „nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters“ innerhalb der Europäischen Union und ist für den Zeitraum von drei Jahren geschützt. Ungeachtet dessen bestehen natürlich Optionen, eigene Erfindungen auch auf internationaler Ebene zu schützen. Nähere Informationen dazu finden sich ebenfalls auf der Website des DPMA unter dem jeweiligen Schutzrecht.

Etappenziel

Mit der Eintragung des jeweiligen Schutzrechts erreicht der Erfinder ein bedeutsames Etappenziel. „Wenn ich die Patentschrift in der Hand habe, dann kann ich Dritten verbieten mein Produkt herzustellen und zu vermarkten“, unterstreicht Dr. Strompen, Experte der IHK Koblenz für dieses Thema, den Wert der Anmeldung und ergänzt: „Der nächste große Schritt kommt mit der Vermarktung.“

Sie haben Ihre Erfindung oder Idee erfolgreich eintragen lassen? Dann geht es jetzt darum, die Schutzrechte auch wirtschaftlich zu verwerten. Welche Optionen bieten sich? Welche Chancen haben kleine und mittlere Unternehmen? Die Antworten darauf finden Sie in der nächsten Ausgabe des IHK-Journals.

Dr. Norbert Strompen
Telefon 0261 106-233
strompen@koblenz.ihk.de



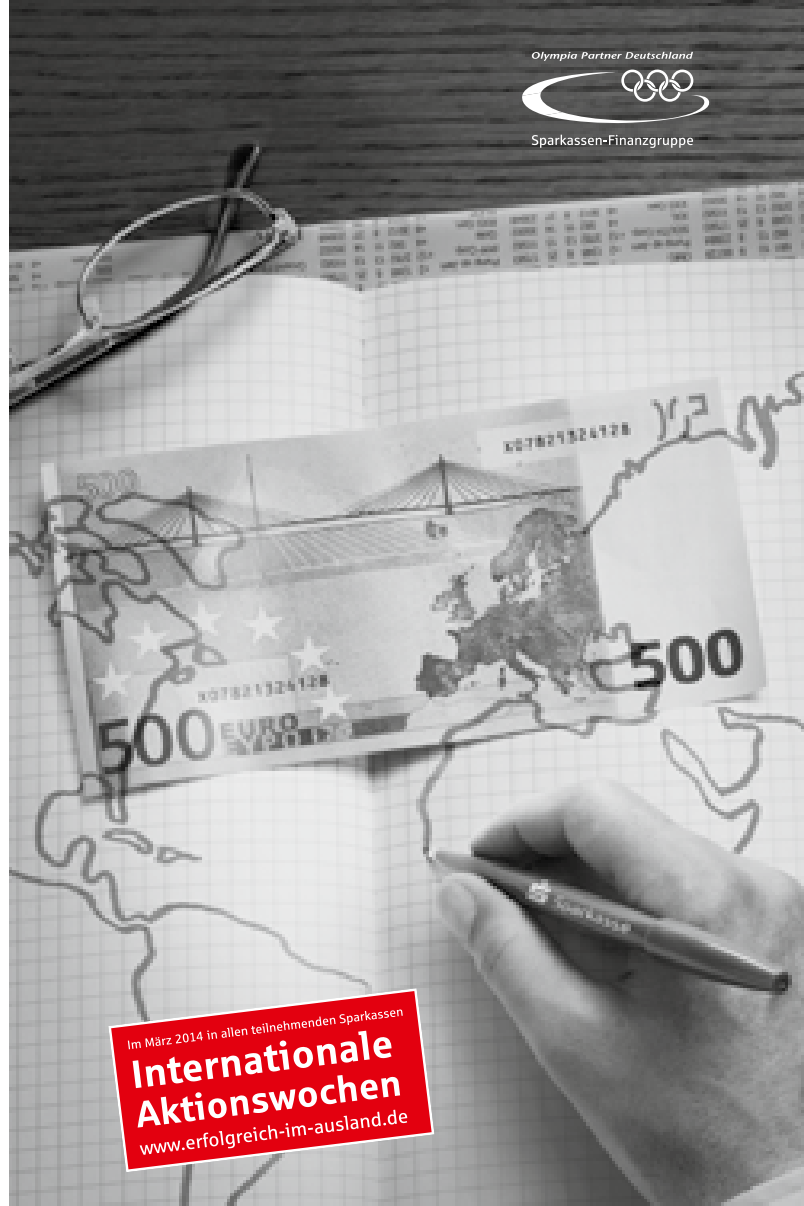
Beratungstage 2014

Die IHK-Koblenz bietet zu den „Gewerblichen Schutzrechten“ in Zusammenarbeit mit einem Patentanwalt regelmäßig Beratungstage an. Das Angebot richtet sich an Unternehmer und freie Erfinder. Hier besteht die Möglichkeit zu einem kostenlosen Erstgespräch (ca. 25 Minuten), um grundlegende Fragen zu klären.

Für die Beratung ist eine verbindliche Anmeldung bei Silvia Maxeiner (Telefon 0261 106-242) erforderlich.

An folgenden Terminen sind die Beratungstage für 2014 vorgesehen:

09.04.2014 25.06.2014
17.09.2014 19.11.2014



Im März 2014 in allen teilnehmenden Sparkassen
Internationale Aktionswochen
www.erfolgreich-im-ausland.de

Mit uns kennt
Ihr Erfolg
keine Grenzen.

Überall an Ihrer Seite:
die Sparkassen und ihr
internationales Netzwerk.



Ob Sie mit Ihrem Unternehmen international expandieren wollen oder Unterstützung bei Import-/Exportgeschäften suchen – als einer der größten Mittelstandsfinanzierer sind wir mit unseren globalen Kontakten und langjähriger Beratungskompetenz auf der ganzen Welt für Sie da. Mehr dazu bei Ihrem Berater oder auf www.sparkasse.de.
Wenn's um Geld geht – Sparkasse.

Das Patent richtig nutzen

„Gewerbliche Schutzrechte“ lassen sich unterschiedlich verwerten

UM DAUERHAFT WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICH ZU SEIN, MÜSSEN UNTERNEHMEN IMMER WIEDER NEUE PRODUKTE AUF DEM MARKT PLATZIEREN. DOCH DIE KONKURRENZ IST EBENFALLS AKTIV. WAS HEUTE INNOVATIV IST, KANN MORGEN SCHON VON DRITTEN HERGESTELLT WERDEN.

WIE KANN MAN SICH DAVOR SCHÜTZEN? DIE „GEWERBLICHEN SCHUTZRECHTE“ BIETEN SICH HIER ALS EFFEKTIVE WERKZEUGE AN. DIE IHK KOBLENZ HAT DIE WICHTIGSTEN FAKTEN ZU DEM THEMA IN EINER DREITEILIGEN ARTIKELSERIE FÜR SIE ZUSAMMENGEFASST.



KEINE CHANCE
FÜR PLAGIATE!

Teil 3: Gewerbliche Schutzrechte

Sie haben für Ihre Erfindung ein Patent vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) erteilt bekommen. Jetzt können Sie an die eigentliche Verwertung ihrer Erfindung herangehen, ohne die wachsamen Augen der Konkurrenz fürchten zu müssen. Denn „gewerbliche Schutzrechte“ wie Patent, Gebrauchsmuster, Marke und Design erlauben nur dem Rechteinhaber die geschützte Erfindung wirtschaftlich zu nutzen.

Soweit die Theorie: In der Praxis stellt sich die Verwertung von „gewerblichen Schutzrechten“ wesentlich komplexer da. Schließlich gibt es auf dem Weg zum Schutzrecht ganz klare Vorgaben, die einzuhalten sind. So muss die Erfindung nachweisbar neu sein, die Anmeldeanträge eingereicht und Gebühren bezahlt werden. „Diese Regelungen fallen jetzt komplett weg. Die Verwertung von gewerblichen Schutzrechten bleibt alleine den Rechteinhabern überlassen. Einen allgemeingültigen Leitfaden gibt es dafür nicht“, betont Dr. Norbert Strompen, IHK-Experte für den Bereich „Technik und Innovation“. Bei der Verwertung von Schutzrechten herrscht das Prinzip der unternehmerischen Freiheit. Trotz aller Freiheit sollten Unternehmen zumindest ihre Handlungsmöglichkeiten kennen.

Ökonomischen Aspekt nicht vergessen

5,1 Milliarden Euro investierten kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in die Forschung und Entwicklung (FuE) im Jahr 2010. Diese Zahl veröffentlichte das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung e.V. in Berlin und verwies zugleich darauf, dass bundesweit 60.000 KMU aktiv FuE-Projekte betreiben. In der Regel forschen die Unternehmen gezielt im Hinblick auf die Optimierung oder Neuentwicklung eigener Produkte. „Die Triebfeder für technische Verbesserungen ist natürlich immer der wirtschaftliche Aspekt. Es bleibt die Frage, wie Unternehmen sicherstellen können, dass sie ihre Erfindung erfolgreich verwerten und auf dem

Markt platzieren können“, erklärt Dr. Strompen und spricht sich für die Entwicklung von Verwertungsstrategien aus. Sonst bestehe die Gefahr, dass wertvolles wirtschaftliches Potenzial verloren gehe. Statistische Erhebungen haben deutlich gemacht: Weltweit werden nur etwa fünf bis sieben Prozent der patentierten Erfindungen auch wirtschaftlich verwertet.

Strategien sind gefragt

„Unternehmen mit einer systematischen Patentstrategie sind nachweisbar erfolgreicher und profitabler“, fasst Dr. Strompen seine Erkenntnisse zusammen. Gerade im Hinblick auf den internationalen Wettbewerb seien entsprechende Strategien ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Diese Strategien beziehen sich vornehmlich auf die Verwertung von Patent und Gebrauchsmustern, die in direkter Verbindung mit einem Produkt zum Tragen kommen. Im Gegensatz dazu haben Marke und Design in erster Linie eine unterstützende Funktion. Sie sollen dabei helfen, die mit Patenten und Gebrauchsmustern geschützten Produkte auf dem Markt zu etablieren. Das kann sowohl durch eine den Kunden ansprechende Gestaltung in Form und Farbe oder einen einprägsamen Produktmarkennamen mit Wiedererkennungswert geschehen. Dr. Strompen verdeutlicht den Zusammenhang am Beispiel eines Fahrrads: „Ein patentierter Elektromotor mit besonders langer Akkulaufzeit verhilft dem Fahrrad als E-Bike zu einem technischen Alleinstellungsmerkmal. Gehört das Fahrrad weiterhin zu einer allgemein anerkannten Marke, bekommt die Vermarktung automatisch einen weiteren Schub.“

Die Kombination von „gewerblichen Schutzrechten“ zum Erzielen des gewünschten Rechtsschutzes kann im Einzelfall also durchaus weitere Vorteile für die Verwertung mit sich bringen.

WEGE DER PATENT-NUTZUNG

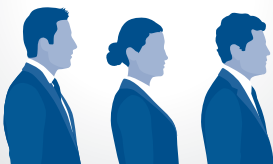
Gewerbliche Schutzrechte müssen von den Rechteinhabern nicht unbedingt selbst genutzt werden. Auch der Verkauf oder die Lizenzvergabe an Dritte ist eine Option, die sich wirtschaftlich lohnen kann.



GEWERBLICHES SCHUTZRECHT

Patent/Gebrauchsmuster/Marke/Design

VERKAUF AN DRITTE



- Einmaliger Erlös (Verkaufspreis)
- Nutzung ggf. ruhenden Kapitals
- Marktwertbestimmung schwierig
- Verkauf aller Rechte, Selbstnutzung nicht mehr möglich



SELBSTNUTZUNG



Regelung des Marktzugangs

- Alleiniges Nutzungs- und Entscheidungsrecht

Blockade von Mitbewerbern

- Verwendung als Verbotungsrecht gegenüber anderen

Vorteile bei Unternehmensakquise

- Verwendung als Unternehmenswert

LIZENZ AN DRITTE



- Regelmäßiger Erlös (Lizenzgebühr)
- Dauer und Umfang der Rechtevergabe frei bestimmbar

› Einfache Lizenz:

- nicht exklusive Lizenzvergabe, Vergabe weiterer Lizenzen und Selbstnutzung weiterhin möglich

› Ausschließliche Lizenz:

- exklusive Lizenzvergabe an einen Lizenznehmer (Bestandschutz bereits erteilter Lizenzen)



SELBSTNUTZUNG

**„Gewerbliche Schutzrechte“ selbst nutzen**

In dem meisten Fällen verwerten Unternehmen ihre Erfindungen selbst, da sie das Resultat von planmäßiger Forschungs- und Entwicklungsarbeit sind. „Gewerbliche Schutzrechte“ werden von den Unternehmen dementsprechend oft in ihrer juristischen Schutzfunktion betrachtet. Dabei dienen sie, darin sind sich die Experten einig, Unternehmen nicht nur zum Schutz der Forschungs- und Entwicklungsergebnisse. Sondern sie können auch als wertvolle Instrumente der strategischen Unternehmensführung herangezogen werden. Die Einsatzmöglichkeiten dahingehend umfassen folgende Bereiche:

- **Regelung des Marktzugangs:** Nur der Rechteinhaber darf das entsprechende Schutzrecht im Verbund mit einem Produkt nutzen. Lediglich wenn er die Nutzungsrechte an Mitbewerber abgibt, dürfen diese das

Produkt herstellen. Damit bestimmt der Rechteinhaber automatisch die Zahl der Mitbewerber.

- **Blockade der Mitbewerber:** Selbst wenn eine Erfindung nicht direkt durch den Rechteinhaber verwertbar ist, kann er durch das Schutzrecht die Aktivitäten anderer Mitbewerber blockieren. Das Schutzrecht fungiert dabei als reines Verbotungsrecht.
- **Vorteile bei der Unternehmensakquise:** Rechteinhaber können ihre Schutzrechte als Unternehmenswerte verwenden. Dadurch können sich neue Möglichkeiten in der Unternehmensfinanzierung ergeben.

Wenn der Fall eintritt, dass das erteilte Schutzrecht von dem Unternehmen selbst nicht ökonomisch sinnvoll genutzt werden kann, bieten sich mit dem Verkauf oder der Lizenzierung Alternativen an.

VERKAUF AN DRITTE

**Schutzrechte verkaufen**

Die erste Option ist der Verkauf. Dazu ergänzt Dr. Strompen: „Ungenutzt bleiben Schutzrechte ruhen des Kapital. Dabei können sie gleich einem Produkt gehandelt und zu einem entsprechenden Marktwert verkauft werden.“ An diesem Punkt stellt sich folglich die Frage, zu welchem Preis und an welchen Interessenten das vorhandene Schutzrecht verkauft werden kann.

Die Ermittlung eines realistischen Marktwertes ist schwierig und ohne die Hinzunahme von spezialisierten Dienstleistern von kleinen und mittleren Unternehmen kaum zu leisten. Je nach Schutzrecht werden von den Fachleuten unterschiedliche Bewertungsansätze herangezogen. Die Problematik, zuverlässige Schätzungen durchzuführen, liegt darin, dass kaum Vergleichswerte aus vorangegangenen Verkäufen vorhanden sind. Die bezahlten Summen werden beispielsweise in der Regel nicht genannt.

Hat der Inhaber des Schutzrechts einen Marktwert ermittelt, steht jetzt die Suche nach einem Käufer oder Interessenten an. Eine erste Anlaufstelle zur Orientie-

rung bieten Technologiebörsen im Internet. Auf diesen Plattformen können neue Erfindungen im Verbund mit dem jeweiligen Schutzrecht zum Verkauf angeboten werden. Das Einstellen von Angeboten ist teilweise kostenpflichtig. Die wichtigsten Technologiebörsen sind in einer Liste auf der Internetseite der IHK Koblenz zusammengestellt. Diese findet sich unter www.ihk-koblenz.de/innovation/Boersen/Technologie-Boerse/

Natürlich können auch Messeauftritte, Publikationen in der Fachpresse, Mailing-Aktionen oder der Kontakt zu Patentverwertungsgesellschaften zu Kontakten mit Interessenten führen. Der Aufwand, mit dem die Akquise betrieben wird, ist dem Rechteinhaber selbst überlassen.

Ist ein Käufer gefunden, erhält der Rechteinhaber beim Verkauf in der Regel einmal eine vertraglich fixierte Summe und geht keinerlei Risiko hinsichtlich der Verwertung ein. Allerdings verliert er dabei alle seine Rechte und kann in Zukunft nicht mehr über seine eigene Erfindung verfügen. Lediglich die Nennung als Erfinder bleibt auch bei einem verkauften Schutzrecht bestehen.

LIZENZ AN DRITTE

**Lizenzvergabe kann Königsweg sein**

Der Mittelweg zwischen Selbsternutzen und Verkaufen ist die Vergabe von Nutzungsrechten der Erfindung an Dritte gegen Zahlung einer entsprechenden Lizenzgebühr. „Der große Vorteil ist, dass das Unternehmen selbst bestimmen kann, wie lange und vor allem in welchem Umfang der Lizenznehmer über die Nutzungsrechte verfügen kann“, erläutert IHK-Fachmann Dr. Strompen. Generell werden zwei unterschiedliche Formen von Lizenzen unterschieden:

› **Einfache Lizenz:** Durch die einfache Lizenz räumt der Rechteinhaber dem Lizenznehmer lediglich ein Benutzungsrecht ein. Wie viele Lizenzen der Rechteinhaber vergibt, ist komplett freigestellt. Er kann sogar parallel das entsprechende Produkt weiter produzieren. Einen Konkurrenzschutz gibt es für den Lizenznehmer nicht.

› **Ausschließliche (exklusive) Lizenz:** Mit der ausschließlichen Lizenz gewährt ein Rechteinhaber dem Lizenznehmer das alleinige Recht zur Verwertung. Weitere Lizenzvergaben sind damit ausgeschlossen. Lediglich bereits erteilte einfache Lizenzen genießen Bestandsschutz. Bevor eine ausschließliche Lizenz erteilt wird, muss der Lizenznehmer über bestehende Lizenzen informiert werden.

Solche Nutzungsverhältnisse werden in Lizenzverträgen geregelt, bei deren Erstellung ein entsprechender Fachanwalt dringend hinzugezogen werden sollte. Je detaillierter der entsprechende Lizenzvertrag ist, desto geringer ist das Risiko rechtlicher Streitigkeiten zwischen den Vertragspartnern. Das gilt auch für die darin festgelegten Lizenzsätze und Lizenzgebühren. So schwanken die Lizenzgebühren je nach Branche zwischen 1 bis 15 Prozent des erzielten Umsatzes.

Fazit

„Gewerbliche Schutzrechte“ können sowohl in rechtlicher als auch in ökonomischer Hinsicht für Unternehmen jeder Größenordnung eine wichtige Rolle spielen. Von Bedeutung ist eine klare Strategie, in welcher Form ein Nutzen aus dem Schutzrecht gewonnen werden soll. Von einer pauschalen Empfehlung pro „gewerbliche Schutzrechte“ nimmt Dr. Strompen aber Abstand: „Die gewerblichen Schutzrechte sind immer auch eine Investition. Nicht jedes Unternehmen kann oder will die notwendigen Mittel dafür aufbringen. Am Ende muss sich das Schutzrecht vor allem wirtschaftlich lohnen.“

Alle Artikel zu der Serie „Gewerbliche Schutzrechte“:
www.ihk-koblenz.de, Dok.-Nr. 119415

Dr. Norbert Strompen
Telefon 0261 106-233
strompen@koblenz.ihk.de

**Beratungstage 2014**

Die IHK-Koblenz bietet zu den „Gewerblichen Schutzrechten“ in Zusammenarbeit mit einem Patentanwalt regelmäßig Beratungstage an. Das Angebot richtet sich an Unternehmer und freie Erfinder. Hier besteht die Möglichkeit zu einem kostenlosen Erstgespräch (ca. 25 Minuten), um grundlegende Fragen zu klären.

Für die Beratung ist eine verbindliche Anmeldung bei Silvia Maxeiner (Telefon 0261 106-242) erforderlich.

An folgenden Terminen sind die Beratungstage für 2014 vorgesehen: **25.06.2014, 17.09.2014, 9.11.2014**

**Die Förderinitiative
KMU-innovativ**

Seit 2007 fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gezielt Forschungsprojekte in kleinen und mittleren Unternehmen. Die Initiative richtet sich besonders an Förderneulinge. Es werden Forschungsvorhaben in verschiedensten Technologiefeldern unterstützt.

Mehr Informationen zu „KMU innovativ“ gibt es im Internet unter www.kmu-innovativ.de.