



IGE | IPI

Gedacht. Gemacht. Geschützt.

**Marken, Patente und Co.
auf den Punkt gebracht**

+ pat +

mod.dép.

Impressum «Gedacht. Gemacht. Geschützt. – Marken, Patente und Co. auf den Punkt gebracht» © 2003 Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum (IGE), Stauffacherstrasse 65/59 g, CH-3003 Bern. 13. überarbeitete Ausgabe, September 2024.

Redaktion und Übersetzung: IGE. Layout und Satz: Kursiv Grafik GmbH, Bern. Fotos: Andreas Greber (S. 40), Francesco Rossetti (S. 7 rechts), Susan Trigg (S. 32) und Stanislav Popov (S. 37). Druck: Vögeli AG, Langnau i. E.

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

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

Zur besseren Lesbarkeit haben wir bei personenbezogenen Bezeichnungen nur die männliche Form verwendet. Alle Angaben beziehen sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise.

Inhaltsverzeichnis

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

Geistiges Eigentum – Die Schutzrechte der Innovativen und Kreativen

Gedacht

Wer zündende Ideen hat, ...

Gemacht

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

Geschützt

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

Das Immaterialgüterrecht

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

Markenschutz

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

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

Patentschutz

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

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



Designschutz

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

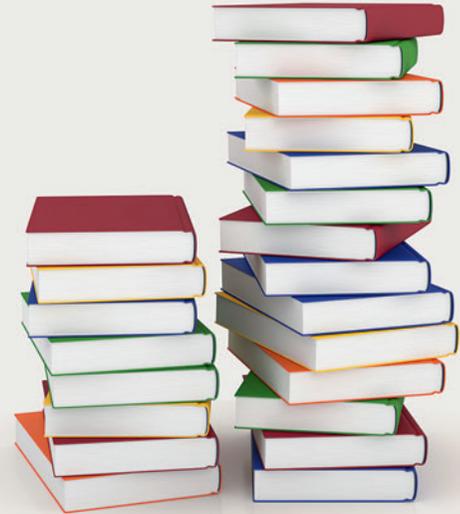
Inhaber eines Designrechts können anderen verbieten, Produkte mit gleichem oder ähnlichem Design zu gebrauchen.



Urheberrecht

Die Urheber von Werken der Literatur und Kunst sind automatisch durch das **Urheberrecht** (S. 32–37) geschützt.

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



Schutzrechte – Was sie sind und was sie können

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

- **Schutzrechte geben den Inhabern das Recht, Dritte – in der Regel Mitbewerber – von der wirtschaftlichen Nutzung der Güter auszuschliessen, an denen ein Recht besteht.** Verboten werden können insbesondere das Herstellen, Verwenden, Verkaufen, Inverkehrbringen (auch Schenken!) und Bewerben von geschützten Waren oder Dienstleistungen.
- **Schutzrechte machen Innovationen und Kreationen überhaupt erst zu einem handelbaren Gut, zu einem Vermögenswert eines Unternehmens.** Sie können Schutzrechte verkaufen, vermieten (Lizenzen), verpfänden oder vererben.
- **Geistiges Eigentum ist als Informationsquelle für Unternehmer, Forscher, Entwickler und Kreative von grosser Bedeutung.** In Schutzrechtsdatenbanken werden Informationen aus den Marken-, Patent- und Designregistern sowie zu geschützten Topografien veröffentlicht. Diese Datenbanken enthalten damit eine Fülle von Informationen zu den Schutzrechten.

Gut zu wissen!

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

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

Schutzrechtsstrategien

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

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

- Vom Datum der ersten Anmeldung an beginnen wichtige Fristen (z. B. Zahlungen, maximale Laufzeit) zu laufen. Dazu gehört auch die sogenannte Prioritätsfrist, während welcher der Anmelder für eine bestimmte Dauer beispielsweise die Möglichkeit hat, eine Marke, eine Erfindung oder ein Design auch im Ausland anzumelden, ohne dass Dritte zuvorkommen können. Je nach Schutzrecht sind die Prioritätsfristen unterschiedlich: 6 Monate bei Marken und Designs, 12 Monate bei Patenten.

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

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

Grenzen der Schutzrechte

Für erteilte Schutzrechte gelten verschiedene Einschränkungen:

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

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

Warnung vor unseriösen Angeboten

Inhaber von Marken, Patenten und Designs erhalten gelegentlich Offerten oder Rechnungen für nutzlose Einträge in Register und Verzeichnisse. Weil Einträge in private Register und Verzeichnisse rechtlich unwirksam sind, raten wir davon ausdrücklich ab. In der Schweiz sind einzig die Einträge in die vom Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum verwalteten Schutzrechtsregister massgebend.

Problematisch sind auch unaufgeforderte Angebote für die Ausdehnung und Verlängerung des Schutzes. Prüfen Sie genau, wem Sie welche Aufträge zur Verwaltung Ihrer Schutzrechte erteilen, und bevollmächtigen Sie keine unbekanntem Dritten. Wer die oft offiziell aussehenden Schreiben ohne genaue Prüfung unterzeichnet oder entsprechende Rechnungen bezahlt, kann böse Überraschungen erleben.

- Schutzrechte werden ohne Garantie erteilt. In der Schweiz wird z. B. die Neuheit einer Erfindung nicht geprüft. Dritte können deshalb ein erteiltes Schutzrecht jederzeit anfechten. Ob es schliesslich Bestand hat oder nicht, kann nur ein Gericht entscheiden. Beim Markenschutz steht dem Inhaber einer älteren Marke zudem während dreier Monate nach der Veröffentlichung einer neuen Marke das Widerspruchsverfahren zur Verfügung, in welchem er die Gefahr der Verwechslung mit seiner älteren Marke geltend machen kann. Deshalb ist es wichtig, vor einer Anmeldung von Erfindungen, Marken und Designs abzuklären, ob alle Schutzvoraussetzungen erfüllt sind.
- Neuheitserfordernis: Patente und Designs sollten Sie unbedingt vor Veröffentlichung (z. B. Verkauf, Messepräsentation, Internet) anmelden.
- Mögliche Konflikte mit Rechten Dritter werden bei der Eintragung eines Schutzrechts in der Schweiz nicht überprüft. Wir empfehlen Ihnen, dieses Risiko mit einem Spezialisten (S. 38) abzuklären.

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

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

Schutzrechtsregister als Informationsquellen erster Güte

Die Register, in welche die Schutzrechte eingetragen werden, enthalten eine Fülle an Informationen zu technischen Erfindungen, geschützten Kennzeichen und Designs. Die elektronisch gut zugänglichen Patentdokumente zum Beispiel sind ein wesentlicher Bestandteil des weltweit verfügbaren technischen Wissens. Dieses Wissen können Sie für diverse Zwecke nutzen:

- In der Schweiz werden die Neuheit und die erfinderische Tätigkeit von zum Patent angemeldeten Erfindungen nicht geprüft. Es empfiehlt sich daher, diese zwei Anforderungen vorweg selbst zu klären, z. B. mit Recherchen in Patentdatenbanken. Ist die Erfindung zum Patent angemeldet, können Sie dazu eine Recherche bei uns beantragen (S. 25).
- Bei der Prüfung einer Marke wird nicht geprüft, ob identische oder ähnliche Schutzrechte wie Marken, Firmen oder Domainnamen schon bestehen. Dies muss vom Anmelder vorgängig selbst abgeklärt werden – allenfalls mit Unterstützung durch einen Spezialisten (S. 38).
- Mit Marken- und Patentrecherchen kann auch die Grundlage für die Überprüfung geschaffen werden, ob man mit seinem Produkt ein bereits bestehendes Schutzrecht verletzt.
- Gezielte Recherchen, z. B. zum Stand der Technik oder zu bestehenden Marken in einem bestimmten Produktumfeld, liefern wertvolle Entscheidungsgrundlagen in der Forschungs-, Entwicklungs- bzw. Kurationsphase. Sie lassen Sie zum Beispiel die Patentierbarkeit einer Erfindung abschätzen und damit Leerläufe und Doppelentwicklungen vermeiden.
- Mittels Recherchen können Sie auch Schutzrechte überprüfen und überwachen, die Konkurrenz oder eine bestimmte Branche analysieren oder frühzeitig Trends erkennen.

Erste Infos via Gratis-Datenbanken

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

- **www.swissreg.ch:** enthält in der Schweiz eingetragene Schutztitel einschliesslich Informationen zum Rechtsstand
- **www.wipo.int/madrid/monitor:** erlaubt die Suche nach internationalen Marken, die in der Schweiz geschützt sind
- **https://worldwide.espacenet.com:** umfasst über 140 Millionen Patentdokumente weltweit

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

Die Marke – Rund um das berühmte ®

Was ist eine Marke?

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

Warum Marken schützen?

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

Der konkrete Nutzen?

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



Markentypen

Als Marken geschützt werden können zum Beispiel:

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

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

Kein Schutz

Ihr Zeichen muss als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen wahrgenommen werden können. Dies ist bei beschreibenden Zeichen (wie z. B. 4WD für Fahrzeuge oder M8 für Schrauben) nicht der Fall. Wenn Dritte auf die freie Verwendung eines Zeichens angewiesen sind, darf dieses nicht als Marke geschützt werden (wie z. B. WASSERDICHT für Bekleidung). Einzelne Farben können in der Regel nicht geschützt werden. Ausnahmen bilden Farben, die sich im Alltag als unterscheidungskräftig durchgesetzt

Schutzvoraussetzungen

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

und Markencharakter erhalten haben (z. B. Lila für Milka-Schokolade – siehe auch «Durchgesetzte Marken» auf Seite 18).

Weiter darf Ihr Zeichen nicht täuschend sein, z. B. in Bezug auf die geographische Herkunft. Gegen die Rechtsordnung oder die guten Sitten verstossende Zeichen können ebenfalls nicht geschützt werden.

In- und ausländische Wappen dürfen als Marken nur von Institutionen und Unternehmen verwendet werden, die in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Gemeinwesen (Eidgenossenschaft, Kanton usw.) stehen, dem ein bestimmtes Wappen zugeschrieben wird.

Schutzdauer

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

Anmeldung in der Schweiz

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

Verletzt eine Marke Rechte Dritter?

Weil wir dieses Kriterium im Eintragungsverfahren nicht prüfen, ist eine vorgängige Recherche nach Marken, Firmen oder Domainnamen dringend zu empfehlen.

Weitere Informationen zur Markenrecherche finden Sie auf Seite 12 sowie unter www.ige.ch/markenrecherchen.

Schutz in anderen Ländern

Für die internationale Registrierung einer Marke stehen verschiedene Wege offen:

- **Die direkte Anmeldung im betreffenden Land**

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

- **Das Madrider System**

Dieses Anmeldeverfahren ermöglicht die Ausdehnung des schweizerischen Markenschutzes auf andere Vertragsstaaten oder Vertragsorganisationen. Die internationale Schutzausdehnung muss bei uns beantragt werden.

- **Mehrere Länder mit einer Anmeldung**

Mit einer einzigen Markenmeldung beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO, Alicante, Spanien, <https://euipo.europa.eu>) schützen Sie Ihre Marke im gesamten Gebiet der Europäischen Union (Gemeinschaftsmarke). Der Schutz in den Ländern der EU kann auch durch eine Ausdehnung nach dem Madrider System beantragt werden.

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

Gut zu wissen!

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

Alternativen zum Markenschutz

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

Marken: einige Spezialfälle

- **Durchgesetzte Marken:** Beschreibende Zeichen können Schutzfähigkeit erlangen, wenn sie für Waren oder Dienstleistungen eines bestimmten Unternehmens auf dem Markt allgemeine Bekanntheit erlangt, sich wie im Fachjargon genannt «durchgesetzt» haben (z. B. Coca-Cola für alkoholfreie Getränke).
- **Freizeichen:** Marken können durch ihre jahrelange Präsenz zu Bezeichnungen für ganze Produktgattungen werden und ihre Schutzfähigkeit verlieren (z. B. «Eile mit Weile» für Brettspiele).
- **Berühmte Marken** wie etwa Nestlé oder Nike geniessen unter gewissen Voraussetzungen auch für Waren und Dienstleistungen Schutz, für die sie gar nicht eingetragen wurden.
- **Internet-Domainnamen:** Für die Vergabe von .ch und .li Domainnamen sind verschiedene Registrare zuständig. Eine Liste finden Sie auf der Website der Stiftung SWITCH unter www.nic.ch. Domainnamen können auch als Marken angemeldet werden.
- **Herkunftsangaben:** Herkunftsangaben sind Hinweise auf die geografische Herkunft von Waren oder Dienstleistungen. Es wird zwischen direkten Herkunftsangaben (z. B. Schweizer Schokolade) und indirekten Herkunftsangaben (z. B. Schokolade Wilhelm Tell) unterschieden. Direkte Herkunftsangaben sind beschreibend und können nicht als Marke geschützt werden. Enthält ein Zeichen aber neben einer direkten Herkunftsangabe unterscheidungskräftige Bestandteile, kann es ins Markenregister eingetragen werden, solange es nicht offensichtlich irreführend ist. Eine Marke mit Bestandteil «Schweiz» kann z. B. nicht für Waren aus Frankreich geschützt werden.

- **Geografische Angaben (GA):** Von geografischen Angaben spricht man, wenn eine bestimmte Qualität, ein besonderer Ruf oder andere Eigenschaften der Waren im Wesentlichen auf die geografische Herkunft zurückzuführen sind. Beispiele für geografische Angaben sind die geschützten Ursprungsbezeichnungen (GUB/AOP) und die geschützten geografischen Angaben (GGA/IGP): Dabei handelt es sich um speziell geschützte Herkunftsangaben, die in einem Register eingetragen sind, wie z. B. *Tête de Moine* (GUB/AOP) oder *St. Galler Kalbsbratwurst* (GGA/IGP). Die damit bezeichneten Erzeugnisse müssen die Voraussetzungen eines detaillierten Pflichtenhefts erfüllen. Das Register für landwirtschaftliche Erzeugnisse führt das Bundesamt für Landwirtschaft, dasjenige für nicht landwirtschaftliche das IGE. GUB und GGA können auch als geografische Marke registriert werden.
- **Wie viel Schweiz muss drin sein, damit Schweiz draufstehen darf?** Das Schweizerkreuz darf zu Werbezwecken sowohl für Schweizer Dienstleistungen wie für Schweizer Produkte verwendet werden, sofern diese die Herkunftskriterien des MschG erfüllen. Das Schweizer Wappen bleibt hingegen dem Gemeinwesen vorbehalten.



Das Patent – Das Schutzrecht für findige Köpfe

Was ist eine Erfindung?

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

Warum Erfindungen schützen?

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



Der konkrete Nutzen?

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

Kein Schutz

Nicht patentierbar sind z. B. Ideen, Konzepte, Entdeckungen, wissenschaftliche Theorien und mathematische Methoden, Algorithmen, Spielregeln, Lotteriesysteme, Lehrmethoden und organisatorische Arbeitsabläufe, diagnostische, therapeutische oder chirurgische Verfahren (am Tier und am Menschen), Pflanzensorten und Tierrassen. Computerprogramme «als solche» sind ebenfalls nicht patentierbar; sie sind durch das Urheberrecht geschützt. Programmbezogene Erfindungen dagegen können patentierbar sein (z. B. elektronische Steuerungen). Ebenfalls von der Patentierung ausgeschlossen sind Erfindungen, deren Verwertung gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstösst (beispielsweise gewisse biotechnologische Erfindungen).

Schutzvoraussetzungen

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

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

Schutzrechte im Überblick

	Markenschutz	Patentschutz	Designschutz	Urheberrecht ¹
Was wird geschützt?	Eingetragene Zeichen bei Missbrauch durch Dritte	Erfindungen, d.h. technische Lösungen im Bereich der Technik	Die Form, die äussere Gestaltung eines Gegenstandes	Werke der Literatur und Kunst (inklusive Computerprogramme)
Wie entsteht der Schutz?	Eintragung der Marke ins Markenregister	Erteilung des Erfindungspatentes	Eintragung des Designs ins Designregister	Automatisch im Moment der Schöpfung
Minimalanforderungen	<ul style="list-style-type: none"> keine Verletzung älterer Drittrechte unterscheidungskräftig nicht beschreibend nicht gegen die öffentliche Ordnung und die guten Sitten verstossend 	<ul style="list-style-type: none"> Neuheit gewerbliche Anwendbarkeit erfinderische Tätigkeit Offenbarung der Erfindung 	<ul style="list-style-type: none"> Neuheit Gesamteindruck muss sich von bestehenden Gestaltungen wesentlich unterscheiden nicht gegen die öffentliche Ordnung und die guten Sitten verstossend 	Geistige Schöpfung der Literatur und Kunst mit individuellem Charakter (Fotografien sind unabhängig vom individuellen Charakter geschützt)
Kein Schutz	<ul style="list-style-type: none"> einfache Zeichen Sachbezeichnungen anpreisende Angaben irreführende Zeichen Wappen und andere geschützte Zeichen und weitere 	<ul style="list-style-type: none"> Tierrassen, Pflanzensorten Verfahren der Diagnose, Therapie oder Chirurgie am menschlichen oder tierischen Körper Verwertung verstösst gegen die öffentl. Ordnung oder die guten Sitten bestimmte biotechn. Erfindungen 	<ul style="list-style-type: none"> ausschliesslich technische Funktionen Ideen, Konzepte Bundesrecht (z. B. Wappenschutz) und Staatsverträge verletzt 	<ul style="list-style-type: none"> Inhalt (Ideen, Konzepte) Gesetze, amtliche Erlasse Entscheidungen von Behörden Zahlungsmittel Patentschriften
Schutzausnahmen	Nicht markenmässiger Gebrauch	Privatgebrauch, Forschung und Lehre		Privatgebrauch, Zitate, Sicherungskopien, Berichterstattung usw.
Schutzumfang	Definiert durch das Zeichen und die Waren- und Dienstleistungsliste (WDL)	Definiert durch Patentansprüche («claims»)	Definiert durch die Abbildung	Definiert durch das konkrete Werk; plus Darbietung, Festlegung, Sendung
Schutzdauer	10 Jahre (beliebig verlängerbar)	max. 20 Jahre	5 Jahre (4 x 5 Jahre verlängerbar): max. 25 Jahre	70 Jahre nach dem Tod des Urhebers (50 Jahre bei Computerprogrammen); 50 Jahre ab Herstellung bei Fotografien ohne individuellen Charakter
Gängige Symbole oder Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> ® für registrierte Marke ™ für Trademark Verwendung fakultativ, Missbrauch strafbar	+pat+; pat. pend. (Erfindung zum Patent angemeldet) Verwendung fakultativ, Missbrauch strafbar	mod. dép. Verwendung fakultativ, Missbrauch strafbar	©, «Copyright», «Alle Rechte vorbehalten», «Tous droits réservés» oder ähnliche Anmerkungen Verwendung fakultativ
Anmeldegebühr (CH)	450 CHF e-Rabatt 100 CHF	200 CHF (Anmeldung), 500 CHF (optionale Recherche), 500 CHF (Prüfung)	200 CHF (Grundgebühr), inklusive Publikation einer Abbildung	Keine
Verlängerung (CH)	550 CHF (10 Jahre)	100 CHF für das 4. Jahr, danach steigen die Gebühren jährlich bis auf 960 CHF für das 20. Jahr	200 CHF (5 Jahre)	Keine
Besonderheiten	Verletzung älterer Schutzrechte wird in der Schweiz nicht geprüft (Markenrecherche empfohlen)	Neuheit und erfinderische Tätigkeit werden in der Schweiz nicht geprüft (Patentrecherche empfohlen)	<ul style="list-style-type: none"> Veröffentlichung kann 30 Monate aufgeschoben werden Neuheit wird in der Schweiz nicht geprüft 	Verwertungsgesellschaften: SUISA, SUISSIMAGE, ProLitteris, SSA, SWISSPERFORM

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

Schutzdauer

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

Anmeldung in der Schweiz

Wollen Sie Ihre Erfindung patentieren lassen? Dann reichen Sie eine Patentanmeldung schriftlich oder per E-Mail ([patent.admin@ekomм.ipi.ch](mailto:patent.admin@eкомm.ipi.ch)) bei uns ein.

Antragsformulare können Sie unter www.ige.ch/download herunterladen. Die komplette Anmeldung umfasst die Beschreibung der Erfindung, mindestens einen Patentanspruch, der den Schutzbereich festlegt, und gegebenenfalls Zeichnungen. Ein Patentanwalt kann helfen, die Erfindung auf ihre wesentlichen Merkmale hin zu analysieren und die Anmeldung zu verfassen. Die Patentanmeldung wird 18 Monate nach ihrer Einreichung und das erteilte Patent nach seiner Erteilung auf www.swissreg.ch veröffentlicht.

Ist eine Erfindung tatsächlich neu und erfinderisch?

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

Schutz in anderen Ländern

Im Ausland führen drei verschiedene Wege zum Patent:

- **Direkte Anmeldung im betreffenden Land**

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

- **Europäische Anmeldung**

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

Gut zu wissen!

- Erst anmelden, dann reden! Eine Erfindung, die vor der ersten Anmeldung bereits in irgendeiner Form bekannt gemacht worden ist, ist nicht mehr patentierbar.
- Ein Patent schützt den Inhaber nicht davor, dass seine Erfindung ohne seine Einwilligung benutzt wird – es gibt ihm aber die Möglichkeit, rechtlich gegen eine solche Nutzung vorzugehen.

- Patente sichern Investitionen in die Forschung und Entwicklung. Da im Gegenzug zur Patentierung das beschriebene Wissen veröffentlicht wird, dienen Patente zudem der Wissensverbreitung. Damit fördert der Patentschutz die Forschung und den technischen Fortschritt.
- Erfindungen, die im Rahmen eines Arbeitsverhältnisses entstehen, gehören (gemäss Art. 332 OR) dem Arbeitgeber, sofern nichts anderes vereinbart wurde.
- Für die Schweiz und Liechtenstein gilt dasselbe Patentgesetz. Beide Länder stellen ein gemeinsames Schutzgebiet dar.

• Internationale Anmeldung

Die Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO, www.wipo.int) in Genf stellt ein weltweites Anmeldeverfahren zur Verfügung, das auf dem sogenannten Patentszusammenarbeitsvertrag (PCT) basiert. Dank dem PCT-Verfahren gilt eine Erfindung mit einer einzigen Anmeldung in über 150 Vertragsstaaten als angemeldet. Eine solche Anmeldung führt jedoch nicht direkt zu einem Patent, sondern sie wird im Anschluss an die internationalen Verfahrensschritte in allen gewünschten Ländern unabhängig voneinander geprüft. Das Verfahren hat den Vorteil, dass der Anmelder mehr Zeit hat zu entscheiden, in welchen Ländern er seine Erfindung schützen lassen will. Die Kosten in den einzelnen Ländern fallen entsprechend später an.

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

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

Alternativen zum Patentschutz

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



Das Design – Ein fassbares Gesetz für eine fassbare Materie

Was ist ein Design?

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

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

Warum Designs schützen?

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



Der konkrete Nutzen?

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

Kein Schutz

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

Schutzdauer

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

Anmeldung in der Schweiz

Wollen Sie Ihr Design registrieren lassen? Dann reichen Sie eine Designanmeldung bei uns ein. Antragsformulare können Sie unter www.ige.ch/download herunterladen. Sie können Ihr Design auch per E-Mail anmelden (design.admin@ekomm.ipi.ch). Die Anmeldung beinhaltet mindestens eine zur Vervielfältigung geeignete Abbildung des Designs. Nach der Eintragung wird das Design auf www.swissreg.ch veröffentlicht.

Schutzvoraussetzungen

In den Genuss des Designschutzes können Gestaltungen kommen, wenn

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

Schutz in anderen Ländern

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

- **Direkte Anmeldung im betreffenden Land**

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

- **Mehrere Länder mit einer Anmeldung**

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

Beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO, Alicante, Spanien, <https://euipo.europa.eu>): für das gesamte Gebiet der Europäischen Union.

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

Alternativen zum Designschutz

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

Gut zu wissen!

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



Das Urheberrecht – Auf der Seite der Kunstschaffenden

Wofür steht das Urheberrecht?

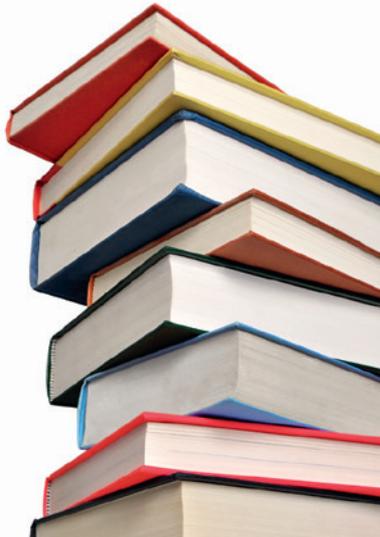
Das Urheberrecht schützt die Urheber von Werken der Literatur und Kunst. Geschützt ist die Art und Weise, in welcher eine Idee zum Ausdruck gelangt, nicht aber die Idee oder das Konzept selbst. Der urheberrechtliche Schutz bezieht sich folglich auf die Form und nicht die Inhalte.

Beispiel: Einsteins Aufsatz «Die Grundlage der allgemeinen Relativitätstheorie» in den «Annalen der Physik» ist urheberrechtlich geschützt. Die Relativitätstheorie selbst darf aber frei verwendet oder erläutert werden, einfach nicht mit denselben Worten wie in Einsteins Originaltext.

Der konkrete Nutzen?

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

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



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

Was sind Werke?

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

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

Schutzvoraussetzungen

Urheberrechtlichen Schutz genießen Werke unter der Voraussetzung, dass sie

- zum Bereich der Literatur und Kunst gehören,
- das Ergebnis einer geistigen Schöpfung sind und
- einen individuellen Charakter haben (Fotografien sind auch ohne individuellen Charakter geschützt).

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

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

Schutz von Software

Urheberrechtlich geschützt ist insbesondere der Quelltext von Computerprogrammen. Lösungsprinzipien, d. h. Algorithmen, die einer Software zugrunde liegen, sind nicht urheberrechtlich geschützt.

Kein Schutz

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

Schutzdauer

In der Schweiz erlischt der Urheberrechtsschutz 70 Jahre (Computerprogramme 50 Jahre) nach dem Tod des Urhebers. Bei Fotografien ohne individuellen Charakter endet der Schutz 50 Jahre nach der Herstellung.

Entstehung des Schutzes

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

Die verwandten Schutzrechte

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

Schutz in anderen Ländern

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

Gut zu wissen!

- Erlaubt ist die Verwendung veröffentlichter Werke zum Eigengebrauch (im privaten Kreis unter Verwandten und engen Freunden; auszugsweise die schulische Nutzung für den Unterricht; das auszugsweise Vervielfältigen in Betrieben für die interne Information). In gewissen Fällen hat der Urheber aber Anspruch auf Vergütung.
- Nicht erlaubt ist es, eigene Videos mit fremder Musik zu unterlegen und diese auf Social-Media-Plattformen zu verbreiten. Dies geht über den Eigengebrauch hinaus, weshalb es einer Erlaubnis für die Musikverwendung bedarf.

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

Verwertungsgesellschaften

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

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

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



Patentanwälte und Markenberater

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

Markenberater bieten Unterstützung in allen Fragen zum Markenschutz.

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

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

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

Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum

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

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

Wir beraten die Bundesbehörden in allen Fragen des Geistigen Eigentums und sind für die verwaltungsinterne Vorbereitung der entsprechenden Gesetzgebung zuständig. Wir vertreten die Schweiz in den massgeblichen internationalen Organisationen sowie in Verhandlungen zum Geistigen Eigentum mit Drittstaaten.

Das IGE verfügt über eine eigene Rechtspersönlichkeit und ist vom Bundeshaushalt unabhängig. Es beschäftigt derzeit rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



Noch Fragen?

Unser Contact-Center mit der Nummer **+41 31 377 77 77** steht allen Interessierten unentgeltlich zur Verfügung und beantwortet Ihre Fragen zum Schutz von Innovationen und Kreationen: montags bis freitags, 8.00 Uhr–12.00 Uhr und 13.00 Uhr–17.00 Uhr. Sie erreichen das Contact-Center auch per E-Mail (info@ipi.ch).

Informationen online

Auf unserer Website finden Sie unter anderem:

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

IGE – die Experten für Fragen rund um Marken, Patente und Designs

Unsere Dienstleistungen im Überblick

- Alles rund um Geistiges Eigentum: Das KMU-Portal
www.ige.ch/kmu
- Individuelle Auskünfte, Workshops und Kurse für Privatpersonen
wie für Unternehmen: www.ige.ch/ip-academy
- Auf Draht: Unser Contact Center
031 377 77 77

www.ige.ch

.....
Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum
.....

Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
.....

Istituto Federale della Proprietà Intellettuale
.....

Swiss Federal Institute of Intellectual Property
.....