

● ● Markenrecht

● ● ● | Die Marke

Dorothea L. Haenni, eidg. dipl. Verkaufsleiterin, cand. iur.

● ● ● | Funktion der Marke

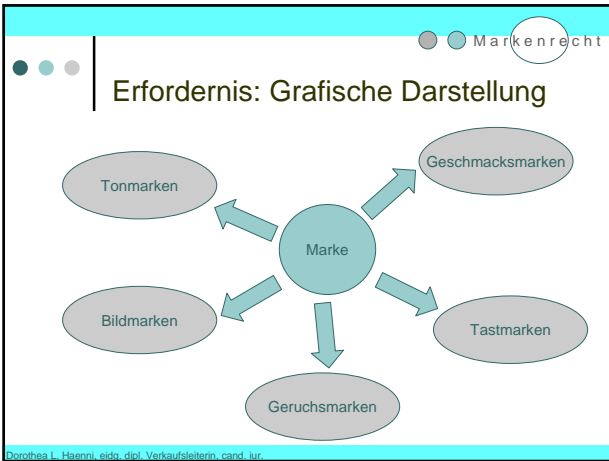
- Herkunfts- und Unterscheidungsfunktion
- Wirtschaftliche Funktion
- Verweist auf Quelle (Hersteller, Firma)
- Positive Individualisierung
- Abgrenzung gegenüber Konkurrenz
- Werbe- und Kommunikationsfunktion
- Qualitätsfunktion

Dorothea L. Haenni, eidg. dipl. Verkaufsleiterin, cand. iur.

● ● ● | Begriff der Marke (nach MSchG)

- Zeichenqualität stellvertretend für Waren oder DL
- Keine Marke kann sein, was vom Publikum nicht als Marke erkannt wird

Dorothea L. Haenni, eidg. dipl. Verkaufsleiterin, cand. iur.



- ● Markenrecht
- ### Erscheinungsformen
- Wörter, Buchstaben, Zahlen
 - 3-D-Formen (z.B. als spezifische Formgebung von Verpackungen, z.B. Coca Cola)
 - Positionierungsmarke (z.B. Steiff Stofftiere „Knopf im Ohr“ oder Mercedes-Stern)
- Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

- ● Markenrecht
- ### Unzulässige Marken
- Irreführende Zeichen
 - Rechtswidrigkeit
 - Sittenwidrigkeit
 - Ordnungswidrig
- Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ● | Beispiele für Irreführung:

- „Expo02“ Dienstleistungen, welche mit der Expo02 keinen Zusammenhang haben
- „Alpina“ für japanische Uhren
- „Clip“ für Gegenstände, die keine Klemmvorrichtung haben

Dorothea L. Haenni, eidg. dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ● | Bsp. Rechts- und Sittenwidrigkeit

- „Antigerman“ und „Bin Ladin“ für ein Desinfektionsmittel

Dorothea L. Haenni, eidg. dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ● | Erwerb einer Marke in CH

- Eintragungspflicht, Recht entsteht durch Registrierung
- Nicht nötig: Vorgebrauch der Marke oder HR-Eintrag
- Falls in 5 J. die Marke nicht gebraucht wird, erlischt der Anspruch darauf

Dorothea L. Haenni, eidg. dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ● | Unzulässig sog. Deffensivmarken

- Marken, die einzig hinterlegt wurden, um andere Anbieter zu hindern sind nichtig

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ● | Eintragungsverfahren

- Hinterlegung ⇒ Markenmeldung
- Mit der Hinterlegung entsteht noch kein Rechtsanspruch sondern nur eine Anwartschaft
- Angabe für welche Waren od. DL die Marke stellvertretend ist (Firma, Hinterleger)

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ● | Prüfung durch IGE

- Wenn abgelehnt: Beschwerdeführung
- Nach Abweisung ⇒ Verwaltungsgerichtsbeschwerde ans Bundesgericht
- Wenn gutgeheissen: Eintragung ins Markenregister & Publikation im Schweiz. Handelsamtsblatt

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ●

Gültigkeit der Marke

- 10 Jahre (Hinterlegungsdatum)
- Verlängerbar um weitere 10 Jahre

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ●

Unterschiede

- Markenrecht
- Patentrecht
- Urheberrecht
- Designrecht

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

● ● ●

Patentrecht

- Erfindung
(technische/wissenschaftliche)
- Neuheit
- Gewerbliche Anwendbarkeit
- Wiederholbarkeit

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

Ausschlusskriterien

- Lebende Materie
- Menschliche Klone
- Ethische, sittenwidrige Patente

Bsp: Sargkonstruktion, welche garantiert, dass im Falle eines Scheintods der Tod durch Ersticken eintritt!

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

Schutz

- 20 Jahre, danach keine Verlängerung (jedermann kann Erfindung für sich beanspruchen)

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

● ● Markenrecht

Designrecht

- Ausschliessliches Recht einer Person ein geschaffenes Design (Gestaltung eines Erzeugnisses) zu verwenden

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

Markenrecht

Schutz

- o 5 Jahre
- o 4 x verlängerbar max. 25 Jahre

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

Markenrecht

Urheberrecht

- o Schützt den Urheber (Schöpfer) in seiner persönlichen und geistigen Beziehung zum Werk

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.

Markenrecht

Entstehung und Erlöschen

- o Entstehung: Mit der Schöpfung des Werks
- o Erlöschen der Urheberschaft: 70 Jahre, bzw. 50 Jahre (für Tonträger) nach Tod

Speziell: URG geht weit über den Persönlichkeitsschutz (Art. 27 ff. ZGB) hinaus, kann vererbt werden

Dorothea L. Haenni, eidm, dipl. Verkaufsführerin, cand. iur.
