

Interview Eidgenössisches Institut für Geistiges Eigentum

«Das Thema muss entmystifiziert werden»

Thomas Pfyffer, Redaktion «Zürcher Wirtschaft»

Geistiges Eigentum und KMU: Ein relevantes Thema, das manchem Unternehmer Bauchweh bereitet. Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (IGE) geht in die Informationsoffensive und will das Bewusstsein für die Schutzrechte schärfen. Felix Addor, stv. Direktor IGE, und Claudia Mund, Projektleiterin «Geistiges Eigentum und KMU» im IGE, stellen sich den Fragen der «Zürcher Wirtschaft».

Wie sieht ein sinnvoller Umgang mit Schutzrechten aus Sicht einer KMU aus?

Addor: Das Thema der Schutzrechte wird dann sinnvoll in der Praxis angewandt, wenn der Umgang damit aufgeklärt erfolgt. Weiss die Unternehmung, was geistiges Eigentum ist und wo in ihrer Leistungserbringung geistiges Eigentum eine Relevanz entwickeln wird? Gestützt auf diese Auslegeordnung kann eine Unternehmung versiert über den gewünschten Schutz entscheiden. Hier kommen Fragen wie Umfang, Art und Durchsetzbarkeit des Schutzes ins Spiel. Selbstverständlich kann sich in diesem Prozess auch herausstellen, dass eine Unternehmung bewusst ohne Schutzrechte agieren will.

Schutzrechte sind ein Sammelbegriff. Welche einzelnen Rechte lassen sich darunter zusammenfassen, welche Leistungen einer Unternehmung gelten als schützenswürdig?

Mund: Den meisten KMU ist der Markenschutz geläufig. Darunter verstehen wir den Schutz Kennzeichen, wie etwa ein Logo, Produkt- und Firmenname. Erfindungen laufen unter dem Titel des Patentschutzes und sind innovative Lösungen zu einer technischen Herausforderung. Als Drittes lassen sich die Form oder Gestaltung eines Produkts als Designs registrieren. Im Wissen um Letzteres bestehen vor allem noch Defizite. Bei allen geschilderten Aspekten handelt es sich um sogenannte formelle Schutzrechte,

die dem Nutzer ein wirtschaftliches Ausschliesslichkeitsrecht für eine begrenzte Nutzungsperiode gewähren; der Markenschutz lässt sich unbe-



Claudia Mund, Juristin IGE Fotos: T. Pfyffer

schränkt verlängern. Ein automatischer Schutz ergibt sich hingegen beim Urheberrecht, bei dem die Nutzungsrechte nicht erst angemeldet werden müssen.

Liesse sich ein Automatismus des Urheberrechts nicht auch auf die anderen drei Formen – Markenschutz, Patentschutz und Designschutz – anwenden?

Addor: Wir müssen differenzieren. Die drei ersten Schutzrechte sind gewerbliche Schutzrechte; das Logo, eine Erfin-

dung oder eine gestalterische Form werden im Zeitpunkt ihrer Schöpfung, jedoch vor der Markteinführung, eingetragen. Gestützt darauf erfolgt die Weiterentwicklung zur Marktreife. In der Konsequenz Ihrer Frage würde also der Markteinführer geschützt, der nicht zwingend mit dem Erfinder identisch ist. Dieser Mechanismus könnte gar dazu führen, dass ein Kopist gegenüber dem Erfinder seine Rechte durchsetzen könnte. Eine derartige Praxis führte also zu Fehlanreizen, gar zu stossenden Ergebnissen. Der Gedanke hinter dem Urheberrecht ist aber ein anderer: Der Urheber muss genannt, korrekt zitiert usw. werden – das Thema an sich unterliegt aber keinem Schutz und kann ebenso von andern bearbeitet werden.

Wie kann ein mangelnder Umgang mit Schutzrechten das wirtschaftliche Gedeihen einer Unternehmung gefährden?

Addor: Die Erfindungen bzw. Schöpfungen aus Forschung und Entwicklung finden in Form von Produkten ihren Niederschlag. Der Unternehmer muss sich bewusst sein, auf welche geografischen Märkte er sich mit welchem Schutz begeben wird. Werden diese Hausaufgaben nicht sorgfältig gemacht, drohen vielfältige Gefahren. Wir werden kopiert; im schlimmsten aller Fälle werden Konkurrenten Schutzrechte für unsere eigenen Innovationen und Erfindungen beantragen und drängen uns damit vom Markt.

Wirtschaftliche Sicherheit hat also viel mit dem bewussten Umgang mit Schutzrechten zu tun.

Wo orten Sie typische Unterlassungen bei den KMU im Kontext von Schutzrechten?

Mund: Wir befragten 7000 KMU zum Thema, der erfreuliche Rücklauf von 16 % lässt breit abgestützte Schlüsse zu. Zwei Drittel der Befragten befassten sich nicht mit Schutzrechten und sie nannten dafür Gründe wie hohe Kosten oder komplizierte Verfahren. Zahlreiche legten aber auch offen, dass sie sich in Unkenntnis über die Schutzrechte befinden. Aus unserer Praxis kann ich sagen, dass der Gang zum IGE oft erst dann angestrengt wird, wenn es zu spät ist. Ohne Markenschutz, ohne Patent auf meiner Erfindung lässt sich in dem

«Es ist dringend zu empfehlen, die Immaterialgüter-Strategie zum integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie zu machen.»

Zeitpunkt nichts mehr ausrichten. Etliche Unternehmungen meinen beispielsweise, dass der Eintrag

ins Handelsregister für einen ausreichenden Markenschutz genügt. Das ist weit gefehlt! Es herrschen teilweise diffuse und falsche Vorstellungen, was Schutz bedeutet und wie man ihn managt.

Ist es denn nicht pragmatisch, sich Geheimhaltung in Sachen Erfindungen auf die Fahne zu schreiben? Gerade in einer eng vernetzten, globalisierten Wirtschaftswelt gibt es ja keinen absoluten Schutz von geistigem Eigentum.

Addor: Diese Überlegung kann richtig sein, solange die Unternehmerin, der Unternehmer, diesen Entscheid aufgeklärt trifft. Bin ich als Unternehmer davon überzeugt, dass mein Produkt – in technisch-innovativer bzw. kreativformmässiger Hinsicht – ausreichend komplex und mit Geheimhaltung am besten geschützt ist, so verfolge ich diesen Weg. Ich muss in diesem Fall vom Gedanken geleitet werden, dass das Aufwand-Ertrags-Verhältnis durch diese Massnahme längerfristig am besten gewahrt bleibt. Es kommt auch der umgekehrte Fall vor: KMU schützen sich unnötig, da im falschen Markt. Das Immaterialgüterrecht bezieht sich immer auf einen nationalen Markt.

Wird der Schutz für ein Produkt in der Schweiz angemeldet, so ist seine Durchsetzbarkeit tatsächlich nur hier

gewährleistet. Schon in Nachbarländern muss er keinen mehr interessieren. Ebenso unnütz ist es, Erfindungen zu registrieren, für die keine Vermarktung geplant ist. The Coca-Cola Company und deren chemische Lösung für Coca-Cola ist das beste Beispiel für Geheimhaltung. Bis heute wird sie so vertraulich gehalten; mit einer Patentanmeldung wäre der Schutz bereits im 19. Jahrhundert ausgelaufen. Die Maximaldauer eines Patents beläuft sich auf 20 Jahre.

Wie ist es, wenn man z.B. die Patentanmeldung verpasst?

Addor: Sobald sich eine Erfindung auf dem Markt befindet, gilt sie nicht mehr als neu. Man spricht von der Bedingung der «absoluten Neuheit». Äusserst wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass ein KMU seine Erfindung nicht schon produziert, realisiert, nicht mal publiziert. Geschieht dies vor der Patentanmeldung, so steht man ohne nichts da – im Nachgang lassen sich keinerlei Ansprüche anmelden. Alle zuvor geleisteten Aufwendungen für Forschung und Entwicklung sind definitiv verloren. Nicht minder gilt dieser Grundsatz für Designs und Marken.

Was muss ich beachten, um alle Klippen rund um die Schutzrechte erfolgreich zu umgehen?

Addor: Es ist dringend zu empfehlen, die Immaterialgüter-Strategie zum integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie zu machen. Sind wir kreativ tätig, forschen und entwickeln wir? Werden wir mittelfristig unsere Produkte unter einer Marke anpreisen? Lässt sich die eine oder andere oder lassen sich gar mehrere Fragen positiv beantworten, dann müssen wir entsprechende Massnahmen planen. Ist das Knowhow über diese Themen im Unternehmen nicht vorhanden, muss ich als Unternehmer professionellen Rat einholen.

Mund: Man sollte nicht ausser Acht lassen, dass man mit einer Produkt lancierung unwissend auch die intakten Schutzrechte von Mitkonkurrenten tangieren kann. Wer unbedarf im Markt auftritt, verhält sich in hohem Masse unprofessionell: Der Profi klärt im Zuge einer Produktentwicklung auch die Aktivitäten von andern Marktteilnehmern ab. Dazu braucht es zwingend Abklärungen. Wer will schon riskieren, dass

Investitionen in Entwicklungen umsonst waren? Noch schlimmer ist es, wenn nach Abmahnungen durch Konkurrenten Produkte vom Markt zurückgezogen werden müssen. Direkte Kosten und der damit verbundene Imageverlust drohen teuer zu werden. Andererseits kann ich mir den erarbeiteten Wissensvorsprung auch zu Nutzen machen: Baue ich beispielsweise Medikamente nach, so wird mein Monitoring auf den Aspekt der auslaufenden Patente der Originalarzneimittel fokussiert sein.



Felix Addor, stv. Direktor IGE

Wie vermeide ich die Verletzung von Markenrechten Dritter?

Addor: Nötige Abklärungen im Markenbereich bedürfen nicht mal eines Anwaltes. Eine Marke kann elektronisch beim IGE angemeldet werden. Interessenten werden über den Computer durch die Anmeldung gelotst, bei Fragen kontaktieren sie einfach das Contact Center des IGE, d.h. unseren Helpdesk. Wer keine Kosten in den Sand setzen will, lässt eine Recherche durchführen. Die Recherche liefert selbstverständlich auch Inputs und Inspiration auf der Suche zur Marke. Welche Charakteristika soll die angepeilte Marke zum Ausdruck bringen? Welche Marken existieren in diesem Feld bereits? Der abschliessende Recherchebericht gewährt Rechts- und Investitionssicherheit.

Welche Aussagen lassen sich bezüglich Kosten für Schutzrechte machen?

Addor: Der Zeitpunkt, in welchem sich ein KMU mit dem Gedanken rund um Schutzrechte trägt, macht den Unter-

schied. Je früher, dass man sich Gedanken macht, desto weniger Kosten sind aufgelaufen. Das IGE bietet gemeinsam mit drei Patentanwaltsverbänden im Rahmen vermehrter Bemühungen um die KMU eine

«Im schlimmsten aller Fälle beantragen Konkurrenten Schutzrechte für unsere eigenen Erfindungen.»

kostenlose 45-minütige Erstberatung beim Patentanwalt an. Wer hier adäquate Vorbereitung leistet, kommt mit spezifischen Fragen an den Fachmann innerhalb einer Dreiviertelstunde weit. Eine frühe Beratung bezüglich Markenrechte spart zusätzlich Geld. Die entscheidenden Hinweise im richtigen Zeitpunkt sind ausschlaggebend. So verhindere ich, dass Konkurrenten meine Ideen abkupfern, andererseits, dass ich geschützte Marken, Patente oder Designs Dritter verletze. Ist es einmal zu spät, dann wird es teuer; Schadensbegrenzung ist kaum möglich.

Nehmen wir China als Beispiel, das im Zusammenhang mit Produkte-Piraterie regelmässig Schlagzeilen macht. Hat ein kleines Schweizer KMU Chancen, seine Rechte auf diesem mächtigen Markt durchzusetzen?

Addor: Ja, dies ist heute realistisch, aber mit einem gewissen Aufwand verbunden. Das Rechtssystem ist tatsächlich anders ausgestaltet, die Zuständigkeiten sind anders geregelt. Bei der Registrierung von Schutzrechten muss ich den Fokus auf andere Dinge als in der Schweiz legen. Wer also neu den chinesischen Markt betritt, muss sich auf jeden Fall mit Spezialisten für China umgeben. In der Schweiz gibt es Patentanwaltsbüros und Rechtsanwaltsbüros, die über chinesische Mitarbeitende mit der nötigen Expertise verfügen. Diese sind profunde Marktkenner. Wer den Gang zu diesen Spezialisten scheut, schreibt den Markt mit Vorteil gleich ab. Ohne Schutzrechte kann der Unternehmer im Falle eines Markterfolges seines Produktes nicht gegen günstigere Plagiate chinesischer Herkunft bestehen.

Welche Rolle können Patente für Jungunternehmer auf der Suche nach Investoren spielen?

Mund: Wir haben diese Frage anhand einer Fallstudie durchgespielt, nachzulesen ist sie auch auf unserem neuen KMU-Internet-Portal. Sie dreht sich um einen Jungunternehmer, der sich von Beginn weg mit dem Schutz seiner Er-

findung auseinandersetzt. Nachdem er seine Marke geschützt hat und ein Patent auf seine Erfindung ausstellen liess, hat er seine Produktion aufgenommen. Zwischenzeitlich befindet er sich auf

der Suche nach Investoren bzw. nach grösseren Unternehmen, die seine Idee in Lizenz produktiv nutzen. Sein umfassender und durchdachter Schutz hat mitunter bewirkt, dass ein grösserer Investor auf ihn aufmerksam geworden ist. Hätte er kein Patent, könnte sich der Investor nicht in Rechtssicherheit wiegen und exklusiv mit der Erfindung auf dem Markt auftreten. Dank dem geplanten Innovationsprozess konnte der KMU-Unternehmer seine Vorleistungen verwerten. In andern Worten: Es geht in dieser Phase darum, sich seine Pfründe zu sichern. Schauen Sie sich z.B. die Firma Google an. Das absolut Wertvollste in diesen Unternehmungen ist das Immaterielle, ist der Markenname und das damit verbundene Kundenversprechen. Materielles hingegen macht hier nur Bruchteile des gesamten Wertes aus.

Was tut das IGE, um die KMU-Wirtschaft für das Thema der Schutzrechte zu sensibilisieren?

Mund: Wir setzen den Hebel bei der Information an. Wir stellen den KMU ein bedürfnisgerechtes Internet-Portal zur Verfügung. In diesem finden sie in prägnanter Form alles Relevante rund um geistiges Eigentum. Eingebunden in die Website sind Erfahrungsberichte von verschiedenen Kleinunternehmern – vom Schreiner bis zum Biotech-Unternehmen. Drei Flyers und unser Pocket-Guide runden das Angebot ab. Seit längerem besteht unser Contact Center, das den Einstieg für den Erstkontakt so niederschwellig als möglich gestaltet. Ergänzend haben wir ein IP-Beratungsnetzwerk zu Patentfragen und zu Urheberrechtsfragen bei Software eingerichtet; jeder kann eine unentgeltliche Erstberatung einlösen. Rechtsverbindliche elektronische Anfragen und Antworten erleichtern den Zugang zusätzlich. Wichtig ist aus unserer Sicht, dass das Thema entmystifiziert wird und die vorhandenen Informationsquellen besser erschlossen sind.

Herr Addor, Frau Mund – herzlichen Dank für dieses Gespräch.