

# Daniel Guldemann Kommunikation!

Werbung | Corporate Publishing | Internet



## Geschätzte Kundinnen und Kunden

Bei unserer Tätigkeit als Kommunikationsberater werden wir immer wieder mit Fragen rund um den Markenschutz konfrontiert. Wir haben in den letzten Jahren verschiedene Marken-Lancierungen von der Idee über die grafische Ausgestaltung bis hin zum umfassenden Markenschutz eng begleitet.

Der vorliegende Leitfaden ist denn auch ganz aus der Sicht der Praktiker entstanden. Wenn wir rund um den Markenschutz Fragen haben, hilft uns das Institut für Geistiges Eigentum (IGE) weiter. Das IGE arbeitet sehr kundenorientiert und unterhält mit [www.kmu.ige.ch](http://www.kmu.ige.ch) auch ein Informationsportal mit spezieller Ausrichtung auf KMU.

Wir begleiten Sie gerne und wünschen Ihnen viel Erfolg mit Ihren Marken!

Daniel Guldemann



## Markenschutz und Marken hinterlegung



**Das Thema Markenschutz ist komplex und gibt in vielen KMU-Unternehmen immer wieder zu diskutieren. Weit verbreitet ist zum Beispiel die Meinung, dass ein im Handelsregister eingetragener Firmenname gleichzeitig auch automatisch als Marke geschützt ist. Doch das Eine hat mit dem Anderen nur am Rande zu tun und wer eine Marke konsequent schützen will, muss den Markenschutz aktiv in die Wege leiten.**

### Was ist eigentlich eine Marke

Das Institut für Geistiges Eigentum (IGE) ist die nationale Behörde für Markenschutz, Patentschutz und Designschutz. Gleichzeitig kümmert sich das IGE um Fragen zu Herkunftsangaben und zum Urheberrecht. Die in der Praxis am meisten verwendeten Individualmarken sind Wortmarken und Marken mit Bildelementen:

#### a) Wortmarken

## energreen

Diese Marke ist als reine Wortmarke geschützt. Die Wortmarke bildet eine ausgezeichnete Basis für den umfassenden Markenschutz, weil alle üblichen Wiedergabeformen geschützt sind (z.B. Gross- und/oder Kleinschreibung, alle Farben etc.).

#### b) Kombinierte Marken aus Wort und Bild

## COVER® INNOVATOR

Bei der kombinierten Wort-Bild-Marke ist ausschliesslich die beim IGE hinterlegte Abbildung mit dem entsprechenden Farb-

spruch geschützt. Wird die Marke verändert (zum Beispiel modernisiert), muss für das veränderte Logo auch ein neuer Schutz beantragt werden.

Daneben spielen auch reine Bildmarken (z.B. Mercedes-Stern) sowie akustische und dreidimensionale Marken (z.B. Swiscom) eine wichtige Rolle. Auch Farbmarken (z.B. das Gelb der Schweizerischen Post) können unter gewissen Umständen geschützt werden.

### Wichtig zu wissen:

Der Markenschutz wird jeweils für bestimmte Klassen geltend gemacht. Die Grundlage für diese Einteilung der Waren und Dienstleistungen bildet die sogenannte «Nizza-Klassifikation». Das umfangreiche Dokument erläutert präzise jede mögliche Klassifizierung und kann bei uns als pdf bezogen werden.



## Markeneintragung

### Am Anfang steht die Recherche

Eine Marke kann heute direkt via Internet eingetragen werden ([www.ige.ch](http://www.ige.ch)). Weil bei der Markenhinterlegung beim IGE nicht geprüft wird, ob die Rechte einer bereits hinterlegten Marke verletzt werden, empfiehlt sich in jedem Fall vorgängig eine sogenannte Ähnlichkeitsrecherche. Auch diese kann online via [www.ip-search.ch](http://www.ip-search.ch) abgewickelt werden.

Erste Recherchen können Sie durchaus auch selber vornehmen. Neben der grundsätzlichen Nachforschung über das Internet stehen Ihnen spezialisierte Portale zur Verfügung, hier drei Beispiele:

**Recherchen zu Schweizer Marken: [www.swissreg.ch](http://www.swissreg.ch)**

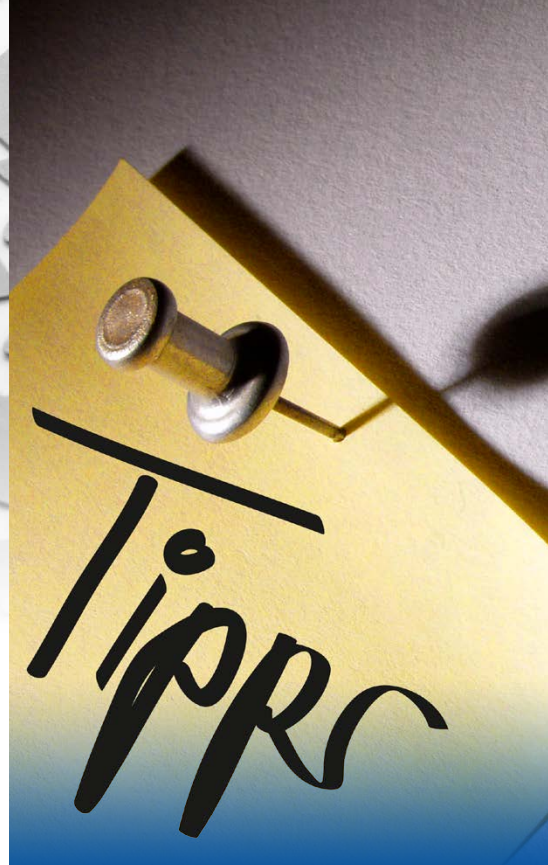
**Recherchen im Handelsregister: [www.zefix.ch](http://www.zefix.ch)**

**Recherchen/Registrierung Internet-Domains: [www.switchplus.ch](http://www.switchplus.ch)**

## Ein paar Stolpersteine ...

Nicht zum Markenschutz zugelassen werden Marken, welche als beschreibend erachtet werden und somit zum Gemeingut gehören. Beschreibend sind sowohl Sachbezeichnungen als auch Hinweise auf mögliche Eigenschaften der infrage stehenden Waren oder Dienstleistungen wie beispielsweise die Qualität oder die geografische Herkunft.

Weiter wird geprüft, ob die Marke allenfalls für das Publikum irreführend sein könnte. Ein immer wieder diskutiertes Beispiel ist die Verwendung von SWISS. Hier muss bei Waren die schweizerische Herkunft sichergestellt sein, weil das Zeichenelement «Swiss» eine entsprechende Herkunftserwartung auslöst. Wird der Markenschutz auch für Dienstleistungen angemeldet, so muss aufgrund des Zeichenelementes «Swiss» mindestens eine der Bedingungen von Art. 49 MSchG erfüllt sein, d.h. entweder ist der Sitz des Markenhinterlegers in der Schweiz oder die Personen, welche die tatsächliche Kontrolle über die Geschäftspolitik und Geschäftsführung ausüben, sind Schweizer oder der Wohnsitz dieser Personen befindet sich in der Schweiz.



### Unsere Tipps aus der Praxis

Wenn Sie eine reine Wortmarke wählen, ist der Schutz am grössten. Er umfasst jede Schreibweise, jede Schriftart, Gross- und Kleinschreibung etc.

Reichen Sie Bildmarken und kombinierte Wort-Bild-Marken immer in schwarz-weiss ein, ohne Farbanspruch. Damit haben Sie den Schutz für alle Farben!

Ist die Marke einmal geschützt, untersteht sie einer sogenannten Gebrauchspflicht. Das heisst, sie muss auch tatsächlich verwendet werden. Wird sie während einer ununterbrochenen Zeit von 5 Jahren nicht benutzt, kann die Nichtigkeit des Markenzeichens festgestellt werden.

Die Schutzdauer gilt ab Ersteintrag während 10 Jahren und kann beliebig oft um weitere 10 Jahre verlängert werden.

#### Wichtig:

**Diese Verlängerung muss durch den Markeninhaber geschehen, frühestens 12 Monate vor Ablauf der Schutzfrist, spätestens 6 Monate danach!**

