

Gewerbliche Schutzrechte und deren Nutzen

Von Dipl.-Ing. Stefan Brinkmann, Düsseldorf

Patentanwalt und Vizepräsident der DASV Deutsche Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e. V.

Einleitung

In der Bundesrepublik Deutschland gilt grundsätzlich das Prinzip der Nachahmungsfreiheit. Produkte, Herstellungs- und/oder Arbeitsverfahren dürfen nachgebaut, nachgeahmt und sogar 1 : 1 kopiert werden, denn der ErsthHersteller oder –anwender hat gegen den Plagiator keinerlei Handhabe, es sei denn, dass besondere Umstände vorliegen, die den Nachbau oder die Nachahmung rechtswidrig machen, oder dass zugunsten des ErsthHerstellers oder –anwenders gewerbliche Schutzrechte, wie zum Beispiel Patente oder Marken bestehen.

Gewerbliche Schutzrechte stellen insbesondere in Zeiten wirtschaftlicher Unwägbarkeiten und zunehmender Globalisierung der Märkte ein wichtiges Steuerungsinstrument dar, denn die Anmeldung von Schutzrechten dient nicht ihrem Selbstzweck, sie sind vielmehr als gewerbliches Machtinstrument zu verstehen. Richtig eingesetzt können sie nicht nur das Know-how des Schutzrechtsinhabers vor ungewollten Nachahmern wirksam schützen, sie können auch dazu eingesetzt werden, Konkurrenten auf Abstand zu halten und erkämpfte Wettbewerbsvorteile zu sichern.

Mit der Erlangung eines Schutzrechts erhält der Schutzrechtsinhaber eine zeitlich begrenzte Monopolstellung, die ihm die alleinige Herstellung, Verwendung und Vermarktung des unter Schutz gestellten Gegenstandes gestattet. Diese Monopolstellung ist für den Schutzrechtsinhaber in zweierlei Hinsicht von wirtschaftlicher Bedeutung. Zum einen sichert sich der Schutzrechtsinhaber ein allein durch ihn verwertbares Alleinstellungsmerkmal, das ihn gegenüber seinen Mitbewerbern abgrenzt, wobei es den Mitbewerbern verwehrt ist, auf dieses Alleinstellungsmerkmal gleichermaßen ein Schutzrecht zu erhalten. Zum anderen entfaltet das Schutzrecht zugunsten des Schutzrechtsinhabers ein gegenüber jedem Dritten wirkendes Verbotungsrecht. Der Schutzrechtsinhaber hat damit die

Möglichkeit, jedem Dritten die Herstellung, das Anbieten und/oder den Vertrieb des geschützten Gegenstandes zu verbieten. Zudem kann der Schutzrechtsinhaber vom Verletzer Schadensersatz für bereits vertriebene Produkte fordern, Auskunft über die Herkunft, die Herstellung und den Vertrieb der Produkte verlangen und gegebenenfalls auch die Vernichtung von bereits hergestellten aber noch nicht vertriebenen Produkten erreichen.

Schutzrechte haben nicht zuletzt auch Werbewirkung. So werben Hinweise wie „zum Patent angemeldet“, „patentiert“, „Geschmacksmusterschutz“ oder das „R im Kreis ®“ Produkte auf und heben die Innovationskraft des Schutzrechtsinhabers hervor, was den Wert des Unternehmens steigert.

Ohne Schutzrechte steht für Plagiatoren der Weg offen, neue und am Markt erfolgreiche Produkte nachzubauen und kurze Zeit später selbst auf den Markt zu bringen, und zwar ohne den zeitlichen Aufwand einer eigenen Entwicklung und den damit einhergehenden Entwicklungskosten. Plagiate können deshalb häufig zu günstigeren Konditionen als das Originalprodukt angeboten werden, womit der Originalhersteller seinen Entwicklungsvorsprung einbüßt.

Wofür erhält man Schutzrechte und wer braucht Schutzrechte?

Man muß kein „Daniel Düsentrieb“ sein, um ein Schutzrecht zu erhalten, denn die Meinung, dass nur bahnbrechende Erfindungen oder Neuerungen schutzfähig sind, ist falsch. Es sind häufig Weiterentwicklungen oder Verbesserungen bereits bestehender Produkte, die dem Produkt den Markterfolg sichern und den Wettbewerbsvorsprung halten oder sogar ausbauen. Und diese Weiterentwicklungen und Verbesserungen sind schutzfähig.

Nicht nur Großunternehmen benötigen Schutzrechte. Schutzrechte braucht vielmehr jedes Unternehmen, das Produkte herstellt oder vertreibt oder Dienstleistungen erbringt und einen guten Ruf zu verteidigen hat. Denn nur durch die rechtzeitige Hinterlegung entsprechender Schutzrechte wird die Voraussetzung geschaffen, den Wettbewerb für eine gewisse Zeit auf Abstand zu halten, so dass sich Investitionen für Produktentwicklung und Markteinführung amortisieren können. Der konsequente Einsatz von Schutzrechten ist damit insbesondere für

mittelständische Unternehmen von wirtschaftlicher Bedeutung, denn im Unterschied zu Großunternehmen liegt die Stärke des Mittelstandes in der flexiblen und schnellen Marktanpassungsfähigkeit, wobei es die hieraus hervorgehenden Entwicklungen zu schützen gilt, um dem Druck des immer stärker globalisierenden Marktes standhalten zu können. Aber auch für Handwerksbetriebe und Einzelerfinder kann die Erlangung von Schutzrechten ein wichtiges wirtschaftliches Standbein darstellen, und zwar auch dann, wenn Neuerungen oder Produktideen vom Handwerksbetrieb oder vom Einzelerfinder nicht selbst verwertet, sondern Dritten überlassen werden sollen, denn der Verkauf oder die Lizenzierung einer Neuerung oder Produktidee setzt die Schutzrechtsanmeldung durch den Handwerksbetrieb oder den Einzelerfinder voraus.

Der gewerbliche Rechtsschutz

Der gewerbliche Rechtsschutz kennt insgesamt drei von einander zu unterscheidenden Schutzrechtsarten, die entweder für sich alleine oder in Kombination zur Sicherung und zum Ausbau der eigenen Marktstellung eingesetzt werden können:

a) Technische Schutzrechte

Hierzu zählen Patente und Gebrauchsmuster. Sie dienen dem Schutz technischen Know-hows und gewähren seinem Inhaber das alleinige Recht, den geschützten Gegenstand herzustellen, anzubieten, zu benutzen und zu vertreiben.

b) Designschutz

Das Design eines Produktes, also seine ästhetische Formgebung, ist für eine Mehrzahl der Käufer ein ausschlaggebendes Kaufargument. Schutz vor ungewollten Nachahmungen bietet das Geschmacksmuster, das bereits durch die einfache Hinterlegung beispielsweise fotografischer Abbildungen entsteht und seinem Inhaber die Möglichkeit eröffnet, gegen Plagiatoren vorzugehen.

c) Markenschutz

Der Markenschutz dient der Monopolisierung von Kennzeichnungen, geschäftlichen Bezeichnungen und geographischen Herkunftsangaben. Von besonderer Bedeutung ist der Markenschutz insofern, als dass Produkt- und Unternehmensbezeichnungen zumeist Imageträgerfunktion übernehmen und beim angesprochenen Verkehrskreis Wiedererkennungseffekte schaffen. Mit der Erlangung eines Markenschutzes erhält der Markeninhaber das Recht, einem jeden Dritten die Verwendung von verwechselbaren Zeichen zu untersagen.

Ein weiteres wichtiges Marktinstrument ist das Wettbewerbsrecht, das in Ergänzung zu den voraufgeführten Schutzrechtsarten sittenwidriges Verhalten im geschäftlichen Verkehr sanktioniert und vor einer unmittelbaren Leistungsübernahme unter Rufausbeutung durch Dritte schützt. Das Wettbewerbsrecht bietet allerdings kein „Auffangbecken“ für eine verfehlte Schutzrechtspolitik, da es ausdrücklich nicht als Ersatz für nicht hinterlegte Schutzrechte dient.

Ein weiterer Aspekt des gewerblichen Rechtsschutzes ist das Arbeitnehmererfindergesetz. Wesentlicher Gesichtspunkt des Arbeitnehmererfindergesetzes ist die Mitarbeitermotivation. So kann insbesondere durch Schaffung eines betriebsinternen Vorschlagswesens ansonsten brach liegendes und ungenutzt bleibendes Know-how aufgespürt und in wirtschaftlich verwertbarer Weise für das Unternehmen umgesetzt werden. Entgegen der häufig vertretenen Meinung, Motivationssysteme zum Auffinden betriebsinternen Know-hows würden ausschließlich Kosten erzeugen, zeigt die Erfahrung, dass Arbeitnehmer wie Arbeitgeber gleichermaßen profitieren, denn eine Entlohnung des Arbeitnehmers für besondere Leistungen erfolgt in Abhängigkeit des für den Arbeitgeber erzielten wirtschaftlichen Vorteils. Arbeitgeber und Arbeitnehmer ziehen also am gleichen Strang.

Der weite Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes schafft mithin zahlreiche Möglichkeiten, die Position eines Unternehmens im Markt zu stärken und für die

Zukunft abzusichern. Voraussetzung für den richtigen Umgang mit dem gewerblichen Rechtsschutz ist jedoch das Wissen um

- den Sinn und Zweck einzelner Schutzrechtsarten,
- den Weg von der Idee zum wirksamen Schutzrecht,
- die Durchführung von Recherchen zum Stande der Technik,
- die Hinterlegung und Einreichung von Schutzrechtsanmeldungen,
- die Durchsetzung bestehender Schutzrechte und
- die betriebliche Umsetzung des Arbeitnehmererfindergesetzes, inklusive der Rechenmodelle zur Bestimmung einer vom Arbeitgeber zu zahlenden Arbeitnehmererfindervergütung.

Ausblick

In einer kleinen mehrteiligen „Wissensreihe zum gewerblichen Rechtsschutz“ werden die Fallstricke des gewerblichen Rechtsschutzes sowie die einzelnen Schutzrechtsarten und das Arbeitnehmererfindergesetz beleuchtet. Teil 1 wird sich mit technischen Schutzrechten, das heißt dem Patent und dem Gebrauchsmuster beschäftigen, insbesondere mit der Frage, welche gesetzlichen Vorschriften für die Erlangung eines Patents bzw. eines Gebrauchsmusters bestehen und wie der Gang von einer Schutzrechtsanmeldung bis zum Erhalt eines durchsetzungsfähigen Schutzrechtes ist. Teil 2 wird das Markenrecht zum Inhalt haben und sich im besonderen mit der Frage beschäftigen, wie und wofür Markenschutz erzielt werden kann. Der Designschutz, das heißt das Geschmacksmusterrecht, wird Inhalt des dritten Teils sein. Der vierte Teil wird sich schließlich mit dem Arbeitnehmererfindergesetz beschäftigen, und zwar insbesondere mit den darin geregelten Pflichten und Rechten sowohl des Arbeitgebers als auch des Arbeitnehmers.

Dipl.-Ing. Stefan Brinkmann

Patentanwalt

Vizepräsident der DASV Deutsche Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e. V. und Leiter des DASV-Fachausschusses für nationales und internationales Wettbewerbsrecht, Patentrecht, Marken- und Urheberrecht

Stenger Watzke Ring - intellectual property

Am Seestern 8

40547 Düsseldorf (Deutschland)

Telefon: 0211/572131

Telefax: 0211/588225

Email: info@stewari.de

www.stewari.de