



MARKE, MUSTER, PATENT UND CO – Wie schütze ich mein geistiges Eigentum?

Dominique Schichtle / Sebastian Seyringer



saxinger.com

SAXINGER Rechtsanwälts GmbH

AUSTRIA BELGIUM BULGARIA CHINA CZECH REPUBLIC FRANCE
GERMANY HUNGARY ITALY POLAND ROMANIA SLOVAKIA SPAIN TURKEY

ÜBERBLICK

- **Markenrecht**
- **Geschmacksmusterrecht**
- **Patentrecht**
- **Gebrauchsmusterrecht**
- **Urheberrecht**
- Halbleiterschutz
- Sortenschutz
- Schutzzertifikat

Immateriälgüterrecht

The background is a solid dark purple color. It is covered with a repeating pattern of stylized, three-dimensional 'S' logos. Each 'S' is light purple and has a subtle drop shadow, giving it a floating appearance. The logos are of various sizes and are scattered across the entire frame.

MARKENRECHT

WAS IST EINE MARKE?

Zeichen aller Art:

- Wörter
- Personennamen
- Abbildungen
- Buchstaben
- Zahlen und
- die Form oder Aufmachung einer Ware
- Klänge

Strenges Registerprinzip:

Ohne Registrierung, kein Markenschutz
(mit Ausnahmen)!

„NIVEA“



MARKENARTEN

Wortmarken

„NIVEA“

Wortbildmarken

NIVEA
creme

Bildmarken



3D-Marken



Slogans

„Haribo macht Kinder froh
und Erwachsene ebenso“

Klangmarken



Duftmarken

„The smell of fresh cut
grass“ (Tennisbälle)

Farbmarken



Mustermarken



Neue
Markenformen



MARKENFUNKTIONEN

- ❖ Herkunftsfunktion
- ❖ Unterscheidungs-/Kennzeichnungsfunktion
- ❖ Qualitäts- und Garantiefunktion
- ❖ Werbefunktion

REGISTRIERUNGSHINDERNISSE

Absolute Registrierungshindernisse (§ 4 Abs 1 MSchG):

– Zeichen die ausschließlich bestehen aus:

- Hoheitszeichen (zB Staats- oder Landeswappen)
- Amtliche Prüfungs- und Gewährzeichen (zB TÜV)
- Zeichen internationaler Organisationen (zB UNO, WIPO)



– Zeichen, die ausschließlich aus der Form bestehen, die durch die Art der Ware selbst bedingt ist



REGISTRIERUNGSHINDERNISSE

- Ursprungsbezeichnungen und geografische Angaben
- traditionelle Bezeichnungen für Weine
- traditionelle Spezialitäten
- Sortenschutzrechte



REGISTRIERUNGSHINDERNISSE

Relative Registrierungshindernisse (§ 4 Abs 2 MSchG):

- Fehlende Unterscheidungskraft
 - freihaltebedürftige Begriffe
 - einfache, geometrische Formen, Allerweltsnamen, ...
- Beschreibende Zeichen
 - Verwendung im „normalen“ Sprachgebrauch für angemeldetes Warenverzeichnis
 - Hinweis auf die Beschaffenheit oder wesentliche Eigenschaft des Produkts
 - beschreibend: „SAN“ für Heilmittel; nicht beschreibend: „WALLSTREET“ für Tabakwaren

REGISTRIERUNGSHINDERNISSE

Relative Registrierungshindernisse (§ 4 Abs 2 MSchG):

– Gattungsbezeichnungen

- im allgemeinen Sprachgebrauch zur Bezeichnung von Waren oder DL üblich
- zB.: „KORNSPITZ“ für Gebäck, „WALKMAN“ für transportable Kassettenrecorder (zunächst als Marke registriert, entwickelte sich jedoch zur Gattungsbezeichnung für dieses Produkt, daher ging der Schutz verloren → Marke wurde gelöscht)
- Aktuelles Beispiel: DUBAI SCHOKOLADE?

REGISTRIERUNGSHINDERNISSE

Die relativen Registrierungshindernisse der mangelnden Unterscheidungskraft (inkl. beschreibender Angaben) können durch den Nachweis der **Verkehrsgeltung** überwunden werden

Nachweis, dass das Zeichen durch

- Benutzung (spätestens vor dem Anmeldetag)
- innerhalb der beteiligten Verkehrskreise

Unterscheidungskraft (Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen bzw. eine bestimmte Ware oder Leistung) erlangt hat. Der Nachweis ist schwer zu erbringen (Vorlage von Gutachten und umfangreichen Unterlagen)

Eintragung bedeutet keine Garantie auf Bestand der Marke!

VON DER PLANUNG BIS ZUR EINTRAGUNG

Phase 1

**Begriffssuche, linguistische Prüfung; erste
Selektion der Waren- und Dienstleistungen**



Angaben zur UM-Akte

NIVEA
000012609

Zeitlinie



Angaben zur Marke

Name	NIVEA	Datum der Einreichung	01/04/1996
Aktenzeichen	000012609	Datum der Eintragung	01/10/1998
Markenbasis	UM	Aktuallatum	01/04/2026
Eingangsdatum	23/02/1996	Datum der Benennung	
Art	Wortmarke	Sprache der Einreichung	Deutsch
Art	Individualmarke	Zweite Sprache	Englisch
Nizza-Klasse	1, 3, 5 (Nizzaer Klassifikation)	Aktenzeichen der Anmeldung	VB/C3.1
Wiener Klassifikation		Status der Marke	Eingetragen
		Erworbene Unterscheidungskraft	Nein

Waren und Dienstleistungen

Deutsch (de)

- Chemische Erzeugnisse für gewerbliche und wissenschaftliche, insbesondere pharmazeutische Zwecke; chemische Erzeugnisse zum Haltbarmachen und Frischhalten von Lebensmitteln.
- Wasch-, Reinigungs- und Bleichmittel; Seifen; Parfümerien, ätherische Öle und Essenzen, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, einschließlich nichtmedizinischer hygienischer und kosmetischer Mittel, Mund-, Haut-, Haar- und Zahnpflegemittel.
- Pharmazeutische Erzeugnisse für Menschen und Tiere sowie Präparate für die Gesundheitspflege in allen Darreichungsformen; Pflaster, Verbandmaterial; Desinfektionsmittel.

Beschreibung

PHASE 1: BEGRIFFSSUCHE, LINGUISTISCHE PRÜFUNG

- Suche nach geeignetem Markennamen/Logogestaltung
- Erste Selektion
 - Beschreibender Begriff?
 - Gattungsbezeichnung?
 - Keine Unterscheidungskraft?
 - Ev. Umgehung durch Anmeldung als Wortbildmarke
- In welchen Ländern soll die Ware/DL vertrieben werden? Wo soll der markenrechtliche Schutz gewährleistet werden?
- Linguistische Prüfung (manche Begriffe können in einer anderen Sprache eine eigene – unerwünschte – Bedeutung haben)

PHASE 1: SELEKTION DES SCHUTZUMFANGS

Was wird durch die Marke geschützt?

Kategorisierung durch die Nizza-Klassifikation:

- Klasse 1-34: Warenklassen (*bspw. Klasse 25: Bekleidung, Schuhwaren, Kopfbedeckungen*)
- Klasse 35-45: Dienstleistungsklassen (*bspw. Klasse 35: Werbung*)

PHASE 1: SELEKTION DES SCHUTZUMFANGS

- **Ware:** Jeder handelbare Artikel
- **Dienstleistung:**
 - eine Tätigkeit oder ein Vorteil, die/den eine Partei einer anderen anbieten kann, die/der immateriell ist und nicht die Übertragung des Eigentums an einem dinglichen Gegenstand zur Folge hat
 - Dienstleistungen umfassen immer eine wirtschaftliche Tätigkeit für einen Dritten
 - Werbung für eigene Waren = keine Dienstleistung / Betrieb einer Werbeagentur = Dienstleistung
 - Verkauf und Vertrieb eigener Waren = keine Dienstleistung / Einzelhandel = Dienstleistung

PHASE 1: SELEKTION DES SCHUTZUMFANGS

Festlegen des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses

- Waren und Dienstleistungen sind klar und deutlich anzugeben
- Schutzzumfang muss aus der natürlichen und üblichen Bedeutung hervorgehen
- Entscheidung über „weites“ oder „enges“ Waren- und Dienstleistungsverzeichnis bzw. über Verwendung der Klassenüberschriften oder einzelne Waren- oder Dienstleistung aus alphabetischer Liste
- Erweiterung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses ist im Nachgang nicht (mehr) möglich

VON DER PLANUNG BIS ZUR EINTRAGUNG

Phase 1

Begriffssuche, linguistische Prüfung; erste Selektion der Waren- und Dienstleistungen

Phase 2

Markenrecherche;
juristische Prüfung

PHASE 2: MARKENRECHERCHE

Recherche der selektierten Zeichen

- Markenrecherche nach allen in Österreich geschützten Begriffen in den Online-Datenbanken:
 - Österreichisches Patentamt (ÖPA) nach nationalen Marken
 - WIPO nach internationalen Marken mit Schutzbereich AT („IR-Marken“)
 - EUIPO nach Unionsmarken
- bei geplanter Internationalisierung möglichst auch Recherchen in nationalen ausländischen Datenbanken (Unterstützung durch unser breites Netz an Korrespondenzanwälten - sofern notwendig)

PHASE 2: MARKENRECHERCHE

Recherche der selektierten Zeichen

- Firmenbuchrecherche
- Domainregisterrecherche
- Webrecherche

PHASE 2: MARKENRECHERCHE

Juristische Prüfung / Beurteilung der Verwechslungsgefahr

Markenrechtliche Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn die beteiligten Verkehrskreise glauben könnten, dass aufgrund der

- identen oder ähnlichen Markenbezeichnungen die
- betreffenden Waren/Dienstleistungen aus
- demselben Unternehmen oder ggf. aus wirtschaftlich oder organisatorisch miteinander verbundenen Unternehmen stammen

PHASE 2: MARKENRECHERCHE

Bewegliches System

- Ähnlichkeit der Zeichen:
 - Optisch (schriftbildlich)
 - Phonetisch
 - Semantisch
- Branchennähe: Ähnlichkeit der relevanten Waren/Dienstleistungen (z.B. sind *Schals* und *Handschuhe* nach EUIPO-Praxis hochgradig ähnlich, ua. aufgrund ihrer Beschaffenheit, ihrem Verwendungszweck und der Vertriebsart)
- Kennzeichnungskraft, Unterscheidungskraft und Bekanntheit stehen in einer Wechselbeziehung (zB je bekannter die Marke, desto weniger Unterscheidungskraft ist erforderlich)

PHASE 2: MARKENRECHERCHE

Entscheiden ist der Gesamteindruck

- Keine isolierte Betrachtung der einzelnen Bestandteile
- Dem Wortbestandteil kommt erhebliche Bedeutung zu (Kennwortfunktion), sofern der Wortbestandteil unterscheidungskräftig ist
- „Schwache“ Bestandteile tragen zum Gesamteindruck wenig bei, insbesondere
 - beschreibende Bestandteile (z.B. *fresh, good, healthy,...*)
 - allgemein oder häufig verwendete Bestandteile und Motive (gängige Schrifttypen, abgegriffene Endungen wie *san, well, mega, ...*)
 - einfach färbige Ausgestaltung

PHASE 2: MARKENRECHERCHE



PETROL



ALVEA

NIVEA



PHASE 2: MARKENRECHERCHE

Erweiterter Schutz für „bekannte“ Marke

Bekannte Marken genießen Markenschutz auch für nicht gleiche oder ähnliche Waren/Dienstleistungen, um sie vor

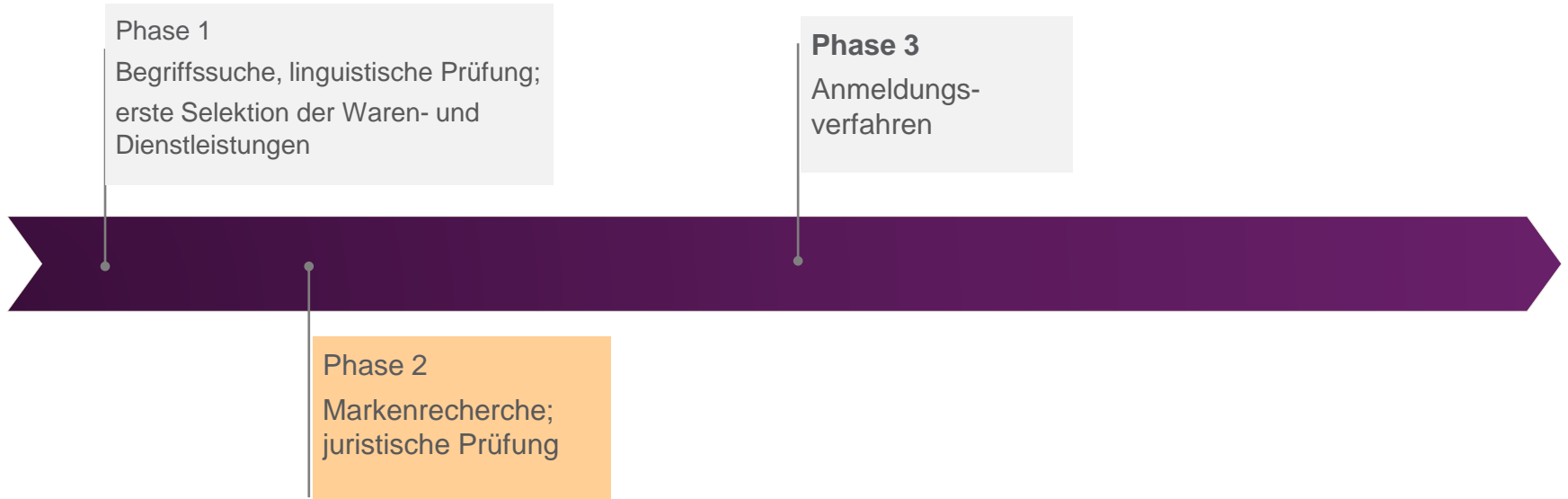
- Verwässerung (Schwächung ihrer Unterscheidungskraft durch Benutzung aus anderen Märkten)
- Assoziation mit einem minderwertigen Produkt (zB für Reinigungsmittel, wenn die Marke wie ein alkoholisches Getränk bekannt ist)
- dem Ausnutzen ihres guten Rufes in unlauterer Weise (Trittbrettfahrer) zu schützen



RICHTWERTE FÜR BEKANNTHEIT

Einfache Verkehrsgeltung	ab 25 % (der maßgebenden Verkehrskreise)
Starke Verkehrsgeltung „bekannte Marke“	35-50 %
Überragende Verkehrsgeltung (notorisch bekannte Marken)	ab 50 %
berühmte Marke	ab 60%

VON DER PLANUNG BIS ZUR EINTRAGUNG



PHASE 3: ANMELDUNGSVERFAHREN

TERRITORIALITÄTSPRINZIP

Territorialitätsprinzip

Das Markenrecht muss für jeden Staat gesondert erworben werden.

Die Marke genießt nur in denjenigen Ländern Schutz, in denen sie registriert ist!

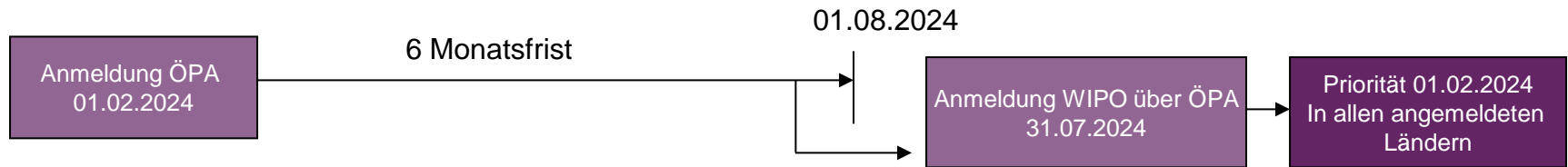
Art der Marke	Markenamt	Schutzbereich
Österreichische nationale Marke	Anmeldung beim ÖPA	Österreich
Internationale Marke („IR-Marke“)	Anmeldung bei WIPO in den jeweils gewünschten Ländern	Je nach Wahl
Unionsmarke	Anmeldung beim EUIPO	Europäische Union (Achtung: Brexit!)
ausländische nationale Marken	Anmeldung bei den jeweiligen Markenämtern	Je nach Wahl

UNIONSMARKENANMELDUNG

- Kostengünstige Anmeldung in 27 Ländern (Achtung: Brexit!)
- Ursprungsmarke nicht notwendig
- Einheitliches Recht
- Einheitliches „Schicksal“ (bei einem erfolgreichen Widerspruch aus einem Land fällt die ganze Marke) ➡ „Widerspruchsflut“
- „Benutzungszwang“ (5 Jahre) nicht in allen Ländern (uU reicht Benutzung in einem Land)
- Ablauf nach 10 Jahren
- Erneuerbarkeit

IR-MARKENANMELDUNG

- Kostengünstige Anmeldung in bis zu 130 Ländern
- Voraussetzung: Basismarke (bei Anmeldung innerhalb von 6 Monaten kann Priorität „übertragen“ werden):



- „Zentralattacke“ der Ursprungsmarke innerhalb von 5 Jahren ab Registrierung führt zum Untergang aller angemeldeten Länder, Umwandlung in nationale Marken nur zum Teil möglich
- Bündel von nationalen Rechten, die sich nach den jeweiligen Rechtsordnungen richten (unterschiedliches „Schicksal“, zB bei den Schutzverweigerungen)
- Benutzungszwang in jedem einzelnen Land (meist wie in AT „Gebrauchszwang“ spätestens nach 5 Jahren)
- Ablauf nach 10 Jahren; Erneuerbarkeit

AUSLÄNDISCHE NATIONALE ANMELDUNGEN

- In all jenen Ländern, welche weder durch die IR- noch durch die Unionsmarken-Anmeldung erreicht werden können, muss jeweils national angemeldet werden.
- **Teuer**, weil
 - hohe Anmeldekosten pro Nation anfallen und
 - nationaler Anwalt schon für die Anmeldung nötig (Korrespondenzkosten)

PRIORITÄTSGRUNDSATZ

Grundsatz der Priorität

- Das ältere Recht ist das stärkere!
- Bei Kollision entscheidet immer die Priorität (unabhängig welches Kennzeichenrecht)
- Priorität bei Marken = Tag der Anmeldung (Ausnahme: IR-Anmeldung binnen 6 Monaten nach Registrierung der Ursprungsmarke)

PHASE 3: ANMELDUNGSVERFAHREN

Achtung!

Es gibt kein Vorbenutzungsrecht!



Ein Unternehmen vertreibt ein neues Produkt mit einer neu kreierten Bezeichnung und verabsäumt die Anmeldung → gesamter (Werbe-) und bisheriger Aufwand kann umsonst gewesen sein, wenn ein Dritter mit der Anmeldung des gleichen Zeichens zuvorkommt (Verkehrsgeltung wurde noch nicht erworben, Drittem kann Bösgläubigkeit nicht nachgewiesen werden, ev. § 1 UWG sittenwidrige Nachahmung)

➤ **vor Marktauftritt Markenrecherche und Markenmeldung!**

SPEZIALITÄTSGRUNDSATZ

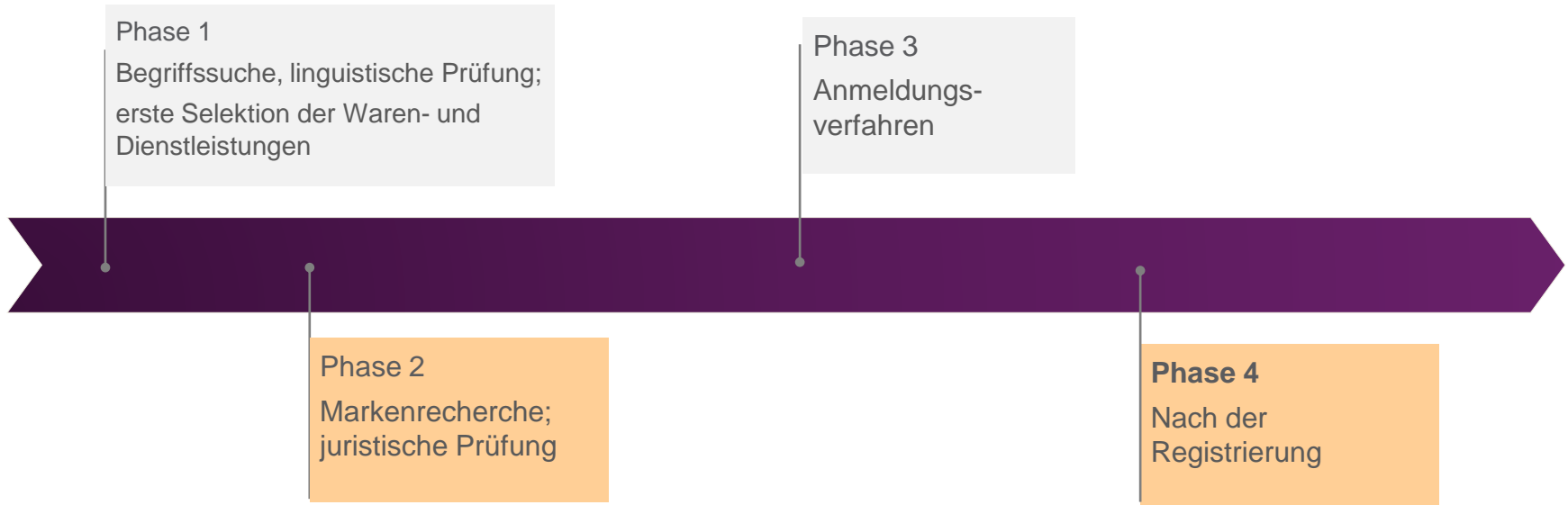
Spezialitätsgrundsatz

- Einschränkung des Schutzes auf das tatsächlich eingetragene Warenverzeichnis!
- Ernsthafte Nutzung der eingetragenen Waren binnen 5 Jahren (sonst Löschungsgefahr; sog. „Benutzungszwang“). Umgehung des Benutzungszwang durch Neuansmeldung der identen Marke ist üblich (allerdings ist die rechtliche Durchsetzbarkeit fraglich).
- Rechtserhaltender Gebrauch: Die Benutzung der Marke muss in der Form geschehen, in der sie eingetragen ist

EINTRAGUNGSGEBÜHREN

- AT-Marke
 - Anmeldegebühr: EUR 280,00 (inkl. 3 Klassen)
 - pro weitere Klasse: EUR 75,00
 - „PreCheck“: EUR 210,00 (inkl. 5 Klassen, Aufpreis für weitere)
- Unionsmarke
 - Anmeldegebühr: EUR 850,00 (inkl. 1 Klasse)
 - zweite Klasse: EUR 50,00
 - ab dritter Klasse: EUR 150,00
- IR-Marke
 - Unterscheidung zwischen Schwarzweiß- und Farbmarken; Grundgebühr: SFR 653,00 / 903,00
 - Gebührenrechner
→ International Registration of Marks - Fee Calculation

VON DER PLANUNG BIS ZUR EINTRAGUNG



PHASE 4: NACH DER REGISTRIERUNG

– **Ausschließungsrecht (§ 10 MSchG)**

Die registrierte Marke gewährt ihrem Inhaber das ausschließliche Recht, Dritten zu verbieten, **jüngere verwechslungsfähige Zeichen zu registrieren und zu benutzen**

– **Verteidigung der Marke**

- Durch Widersprüche und Löschungsanträge bei den Markenämtern
- Durch zivilrechtliches Vorgehen mittels Klage bei Gericht (Unterlassung, Beseitigung, Entgelt, Urteilsveröffentlichung, Rechnungslegung)

„BENUTZUNGSZWANG“

„Benutzungszwang“ (§ 33a MSchG)

- Löschungsantrag: Kann von jedermann eingebracht werden, wenn die Marke innerhalb eines Zeitraums von **fünf Jahren** nicht ausreichend benutzt wird.
- Es besteht daher die Notwendigkeit, die angemeldete Marke ernsthaft und kennzeichenmäßig (rechtserhaltend) zu benutzen

„BENUTZUNGSZWANG“

Ernsthaftigkeit (Einzelfallbeurteilung)

- Besonderheit der Branche und des inländischen Marktes
- Art der Ware
- lokale Verhältnisse

Benutzungsformen (§ 10a MSchG), insbesondere

- das Zeichens auf Waren, auf deren Aufmachung oder auf Gegenständen, an denen die Dienstleistung ausgeführt wird oder ausgeführt werden soll, anzubringen
- unter dem Zeichen Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen oder unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen
- Waren unter dem Zeichen einzuführen oder auszuführen

MARKENÜBERWACHUNG

- Entdecken von Kollisionsmarken durch Ähnlichkeitsprüfung
- Vorgehen gegen Kollisionsmarken
 - Wenn die eigene Marke seit über 5 Jahren registriert ist, nur bei ausreichender Benutzung der eigenen Marke möglich!

GESCHMACKSMUSTER

WAS IST EIN GESCHMACKSMUSTER?

Die **Erscheinungsform** eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teils davon, insbesondere die Merkmale

- der Linien,
- Konturen,
- Farben,
- der Gestalt,
- Oberflächenstruktur und/oder
- der Werkstoffe des Erzeugnisses selbst und/oder seiner Verzierung

SCHUTZFÄHIGKEIT

Voraussetzungen der Schutzfähigkeit sind **Neuheit** und **Eigenart**

- **Neuheit:** Es wurde vor dem Tag der Anmeldung der Öffentlichkeit kein identes Muster zugänglich gemacht
 - „Neuheitsschonfrist“: Ein Muster kann bis zu 12 Monate nach der ersten Veröffentlichung angemeldet werden.
- **Eigenart:** Der Gesamteindruck, den das Muster beim informierten Benutzer hervorruft, unterscheidet von dem Gesamteindruck, den ein bereits veröffentlichtes Muster bei diesem Benutzer hervorruft.

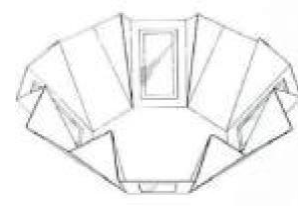
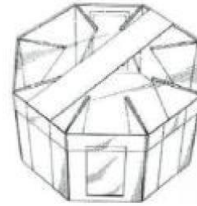
SCHUTZFÄHIGKEIT

Nicht schutzfähig sind Muster,

- deren Erscheinungsmerkmale ausschließlich durch die technische Funktion bedingt sind,
- die gegen die guten Sitten oder
- die gegen die öffentliche Ordnung verstoßen.

BEISPIELE

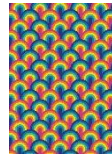
Verpackung



Erzeugnis



grafische Symbole
Zierelemente



Teile von Erzeugnissen



MUSTER VS. MARKE

- Schutz von Warenformen
- Schutz kann parallel bestehen
- **Marke:**
 - Herkunftshinweis und Unterscheidungsfunktion
 - Schutzdauer beliebig oft verlängerbar
- **Muster:**
 - Erscheinungsform an sich geschützt
 - Schutz (leichter) erreichbar
 - Schutzdauer begrenzt

REGISTRIERUNG

- Schriftliche Anmeldung beim **Österreichischen Patentamt**
 - Musterabbildung oder Musterexemplar
 - eventuell erläuternde Beschreibung
 - Warenverzeichnis (Abkommen von Locarno)
- Die Schutzdauer beträgt **5 Jahre** und kann viermal um je 5 Jahre verlängert werden (insgesamt somit **25 Jahre**).
- Auch hier gilt das **Territorialitätsprinzip**.
- Durch die Registrierung erlangt der Inhaber eines Musters das ausschließliche Recht, dieses zu benutzen und kann Dritten die Benutzung ohne dessen Zustimmung verbieten.

GEMEINSCHAFTSGESCHMACKSMUSTER

Das **Gemeinschaftsgeschmacksmuster** ermöglicht den Musterschutz in der gesamten EU

- Anmeldung erfolgt beim EUIPO
- Schutzdauer beträgt 5 Jahre und kann viermal um je 5 Jahre verlängert werden (insgesamt somit 25 Jahre)

ACHTUNG: Auch nicht eingetragene Muster sind geschützt:

- Wenn das konkurrierende Geschmacksmuster eine absichtliche/bösgläubig Kopie des nicht eingetragenen Geschmacksmusters ist, d. h. in Kenntnis dieses älteren (nicht eingetragenen) Geschmacksmusters erstellt wurde
- Schutzdauer beträgt 3 Jahre ab der ersten Veröffentlichung in der EU

INTERNATIONALES GESCHMACKSMUSTER

- Das Haager Musterabkommen ermöglicht die Registrierung von **internationalen Mustern** beim WIPO
- Österreich ist jedoch kein Vertragsstaat des Haager Musterabkommens
- Durch die Verbindung zwischen dem Gemeinschaftsmusterschutzsystem des EUIPO und dem Haager Musterabkommen ist es aber auch österreichischen Anmeldern möglich, über die EU-Basis ins Haager System einzusteigen und Schutz in anderen Vertragsländern zu erlangen
- Schutzdauer beträgt 5 Jahre und kann viermal um je 5 Jahre verlängert werden (insgesamt somit 25 Jahre)



PATENTRECHT GEBRAUCHSMUSTERRECHT

WAS IST EIN PATENT?

Als Patent schutzfähig sind **Erfindungen** auf allen Gebieten der Technik, sofern sie

- **neu** sind (dh nicht zum Stand der Technik gehören)
- auf einer **erfinderischen Leistung** beruhen und
- **gewerblich anwendbar** sind

SCHUTZFÄHIGKEIT

Nicht schutzfähig sind Erfindungen, deren Verwertung verstoßen würde gegen:

- die **öffentliche Ordnung** oder
- die **guten Sitten**, wie insbesondere
 - Verfahren zum Klonen von menschlichen Lebewesen
 - Verfahren zur Veränderung der genetischen Identität von Tieren
 - Verwendung von menschlichen Embryonen

REGISTRIERUNG

- Schriftliche Anmeldung beim **Österreichischen Patentamt**
 - Bezeichnung der zu patentierenden Erfindung
 - Beschreibung
 - die zum Verständnis erforderlichen Zeichnungen
 - Zusammenfassung
- Schutzdauer **6 Jahre**, danach jährliche Verlängerung bis **max. 20 Jahre**
 - Das Patent berechtigt den Patentinhaber, andere davon auszuschließen, den Gegenstand der Erfindung betriebsmäßig herzustellen, in Verkehr zu bringen, feilzuhalten oder zu gebrauchen oder zu den genannten Zwecken einzuführen oder zu besitzen

EUROPÄISCHES UND INTERNATIONALE PATENTE

Europäisches Patent

- Registrierung beim Europäischen Patentamt
- Schutz in bis zu 39 Ländern (nicht nur EU-Mitgliedstaaten)

Internationales Patent („PCT-Patent“)

- Registrierung bei der WIPO
- Schutz in bis zu 157 Ländern

Seit 01.06.2023: Das Einheitspatent – eine Anmeldung beim Europäischen Patentamt, Schutz in 17 Ländern (darunter auch Österreich) mit einheitlichem materiellen Patentrecht nach dem EPG-Übereinkommen

Es gelten grundsätzlich dieselben Voraussetzungen wie für das Patent,
aber:

- **Neuheit** und **erfinderische Leistung** werden vom Patentamt bei der Anmeldung **nicht geprüft**
- Schutzdauer beträgt **maximal 10 Jahre**
- auch Programmlogik kann geschützt werden (ein Schutz durch ein Patent ist nicht möglich)

URHEBERRECHT

URheberRECHT

Geschützt sind Werke auf den Gebieten der

- Literatur,
- Tonkunst,
- bildenden Künste und
- Filmkunst,

wenn sie eine **eigentümliche geistige Schöpfung** sind (individuell und originell)

Schutz besteht in der Regel bis **70 Jahre nach dem Tod** des lebenden (Mit)Urhebers. Unter bestimmten Voraussetzungen knüpft der Fristenlauf an den Zeitpunkt der Veröffentlichung an.

URHEBERRECHT

- Urheber ist, wer das Werk geschaffen hat
- Der Urheber erwirbt sämtliche Rechte am Werk **im Zeitpunkt der Schaffung**
- Das Urheberrecht ist unübertragbar
- Der Urheber hat das ausschließliche Recht, das Werk zu verwerten.
- Die Eintragung in ein **Register ist nicht erforderlich**
 - Das in der Praxis belanglose Urheberregister wird seit August 2015 nicht mehr fortgeführt. Bisherige Eintragungen bleiben jedoch bestehen.

Einräumung einer Nutzungsberechtigung

- Werknutzungsbewilligung: **Nicht ausschließliche Berechtigung**, das Werk auf die vereinbarte Weise zu nutzen
- Einschränkungen sind möglich, z.B.
 - Zeitlich (für 6 Monate)
 - Räumlich (in Österreich)
 - Sachlich (für den Websiteauftritt, Druckerzeugnisse)

Einräumung eines Werknutzungsrechts

- **ausschließliche Berechtigung** zur Nutzung des Werkes
 - Das Ausschlussrecht wirkt auch gegenüber dem Urheber. Dieser ist weder berechtigt, das Werk auf eine von der Werknutzungs**berechtig**ung erfassten Art zu benützen, noch kann er anderen das Recht einräumen
 - Der Urheber behält jedoch das Recht – neben dem Werknutzungs**berechtig**ten – Verletzungen des Urheberrechts gerichtlich zu verfolgen.
- Das Werknutzungsrecht ist vererblich und veräußerlich. Es kann auch für künftige Werke erteilt werden.
- Im Zweifel liegt lediglich eine Werknutzungs**bewilligung**, kein Werknutzungsrecht vor.

ANSPRÜCHE IMMATERIALGÜTERRECHT

Im Fall einer Verletzung eines Immaterialgüterrechtes können folgende Ansprüche geltend gemacht werden:

- Unterlassungsanspruch
- Beseitigungsanspruch
- Anspruch auf angemessenes Entgelt (**verschuldensunabhängig!**)
- Schadenersatz und Herausgabe des Gewinns (**bei Verschulden**)
- Anspruch auf Rechnungslegung
- Anspruch auf Auskunft
- Urteilsveröffentlichungsanspruch
- Einstweilige Verfügung

Diese Präsentation ist lediglich eine überblickhafte Information und kann eine einzelfallbezogene Rechtsberatung nicht ersetzen. Alle Angaben in dieser Präsentation erfolgen ohne Gewähr für die inhaltliche Richtigkeit und Vollständigkeit.

The background is a solid salmon or light red color. It is covered with a pattern of embossed, three-dimensional 'S' characters. The characters vary in size, with some being significantly larger than others. They are scattered across the entire surface, creating a textured, tactile appearance. The lighting is soft, casting gentle shadows that emphasize the depth of the embossing.

**Herzlichen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit!**

KONTAKT



DOMINIQUE SCHICHTLE

Mag. iur.,
Partner Salzburg

d.schichtle@saxinger.com

+43 662 275 575-602

saxinger.com



SEBASTIAN SEYRINGER

Mag. iur.,
Rechtsanwalt Wels

s.seyringer@saxinger.com

+43 7242 65290-363

saxinger.com

AUSTRIA

SAXINGER

GRAZ

SAXINGER Rechtsanwalts GmbH
graz@saxinger.com

LINZ

SAXINGER Rechtsanwalts GmbH
linz@saxinger.com

SALZBURG

SAXINGER Rechtsanwalts GmbH
salzburg@saxinger.com

WELS

SAXINGER Rechtsanwalts GmbH
wels@saxinger.com

VIENNA

SAXINGER Rechtsanwalts GmbH
vienna@saxinger.com

BELGIUM

SAXINGER

BRUSSELS

SAXINGER Rechtsanwalts GmbH
brussels@saxinger.com

BULGARIA

SCHINDHELM

SOFIA

Cornelia Draganova Law Firm
sofia@schindhelm.com

CHINA

SCHINDHELM

SHANGHAI

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
shanghai@schindhelm.com

TAICANG

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
taicang@scwp.com

CZECH REPUBLIC

SAXINGER

PILSEN

SAXINGER s.r.o.
advokátní kancelář
plzen@saxinger.com

PRAGUE

SAXINGER s.r.o.
advokátní kancelář
praha@saxinger.com

FRANCE

SCHINDHELM

PARIS

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
paris@schindhelm.com

GERMANY

SCHINDHELM

DÜSSELDORF

Schmidt Rogge Thoma Rechtsanwälte
Partnergesellschaft mbB
duesseldorf@schindhelm.com

FRANKFURT

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
frankfurt@schindhelm.com

HANOVER

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
hannover@schindhelm.com

OSNABRÜCK

Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
osnabrueck@schindhelm.com

HUNGARY

SAXINGER

BUDAPEST

Zimányi & Fakó Rechtsanwälte
budapest@saxinger.com

ITALY

DIKE SCHINDHELM

BOLOGNA

DIKE Associazione Professionale
bologna@schindhelm.com

IMOLA

DIKE Associazione Professionale
imola@schindhelm.com

POLAND

SDZLEGAL SCHINDHELM

WROCŁAW

Kancelaria Prawna Schampera, Dubis,
Zając i Wspólnicy sp.j.
wroclaw@sdzlegal.pl

GLIWICE

Kancelaria Prawna Schampera, Dubis,
Zając i Wspólnicy sp.j.
gliwice@sdzlegal.pl

WARSZAWA

Kancelaria Prawna Schampera, Dubis,
Zając i Wspólnicy sp.j.
warszawa@sdzlegal.pl

ROMANIA

SCHINDHELM

BUKAREST

Cabinet de Avocat Bernhard
Konrad Heringhaus
bukarest@schindhelm.com

SLOVAKIA

SAXINGER

BRATISLAVA

SAXINGER s.r.o.
advokátská kancelária
bratislava@saxinger.com

SPAIN

LOZANO SCHINDHELM

BILBAO

Lozano Schindhelm SLP
bilbao@schindhelm.com

DENIA

Lozano Schindhelm SLP
denia@schindhelm.com

MADRID

Lozano Schindhelm SLP
madrid@schindhelm.com

PALMA DE MALLORCA

Lozano Schindhelm SLP
palma@schindhelm.com

VALENCIA

Lozano Schindhelm SLP
valencia@schindhelm.com

TURKEY

GEMS SCHINDHELM

ANKARA

GEMS Schindhelm Rechtsanwälte
ankara@schindhelm.com

BODRUM

GEMS Schindhelm Rechtsanwälte
bodrum@schindhelm.com

ISTANBUL

GEMS Schindhelm Rechtsanwälte
istanbul@schindhelm.com