

Produkte nachahmen

| | Vorabklärungen | Empfehlungen |
|---|---|--|
| <p>Wie ist vorzugehen, wenn ein bestehendes Produkt nachgeahmt werden soll?</p> | <p>Der entscheidende Punkt für den wettbewerbsrechtlichen Schutz ist die Kennzeichnungskraft. Hat ein Produkt eine Eigenart und weicht es vom Üblichen und Gewohnten ab, dann ist die Ausstattung geeignet, auf ein bestimmtes Unternehmen hinzuweisen. Wird dagegen die gleiche Gestaltung von verschiedenen Unternehmen benutzt, dann wird der Verkehrsteilnehmer die Gestaltung nicht als unternehmensspezifisch betrachten. Entsprechend wird selbst die sklavische Nachahmung toleriert.</p> <p>Sofern man auf dem Markt eine Sonderstellung erlangen möchte, sollte man versuchen, ein Schutzrecht zu registrieren.</p> <p>Möchte man selbst ein Produkt auf den Markt bringen, das zu einem bestehenden Produkt funktionsgleich ist, gilt es zuerst, die Schutzrechtssituation zu klären.</p> <p>Weiter ist zu prüfen, ob das eigene Produkt nicht durch gewisse Merkmale unterscheidbar vom eingeführten Konkurrenzprodukt gemacht werden kann. Nach Möglichkeit sind Unterschiede vorzusehen, die auf die Funktionalität oder Ästhetik des Produkts keinen besonderen Einfluss haben, aber eine Verwechslungsgefahr vermeiden.</p> | <ul style="list-style-type: none"> > Schutzrechtssituation klären > Nach Möglichkeit eigenes Schutzrecht anmelden > Unterschiede am Produkt vorsehen |



Mit unserem Newsletter möchten wir unseren Klienten und all jenen, die an gewerblichen Schutzrechten (Patente, Marken, Designs) interessiert sind, praxisbezogene und aktuelle Informationen weiter geben. Entsprechend den Interessen unseres Zielpublikums geben wir den immer wieder auftretenden, grundlegenden Fragestellungen breiten Raum. Kurz: Wir wollen praktische Tipps für *griffige IP-*

Strategien (grips®) vermitteln.

Die Beiträge sind bewusst kurz gehalten und können daher nie alle relevanten Aspekte der jeweiligen Thematik abdecken. Der Newsletter ersetzt also keine fallbezogene Beratung. Sprechen Sie mit Ihrem Patentanwalt, er wird Ihnen gerne weiterhelfen. Ihre Fragen und Anregungen zu den Beiträgen sind uns willkommen.

Wir freuen uns auf Ihren Anruf.

Keller & Partner Patentanwälte AG
Schmiedenplatz 5
CH-3000 Bern 7
Telefon/Fax: +41 31 310 80 80/70

Bahnhofplatz 18
CH-8400 Winterthur
Telefon/Fax: +41 52 209 02 80/81

E-Mail: info@kellerpatent.ch
www.kellerpatent.ch

Keller & Partner | grips

Keller & Partner Patentanwälte AG Bern und Winterthur

Nr. 2/4 2010

Die Nachahmung



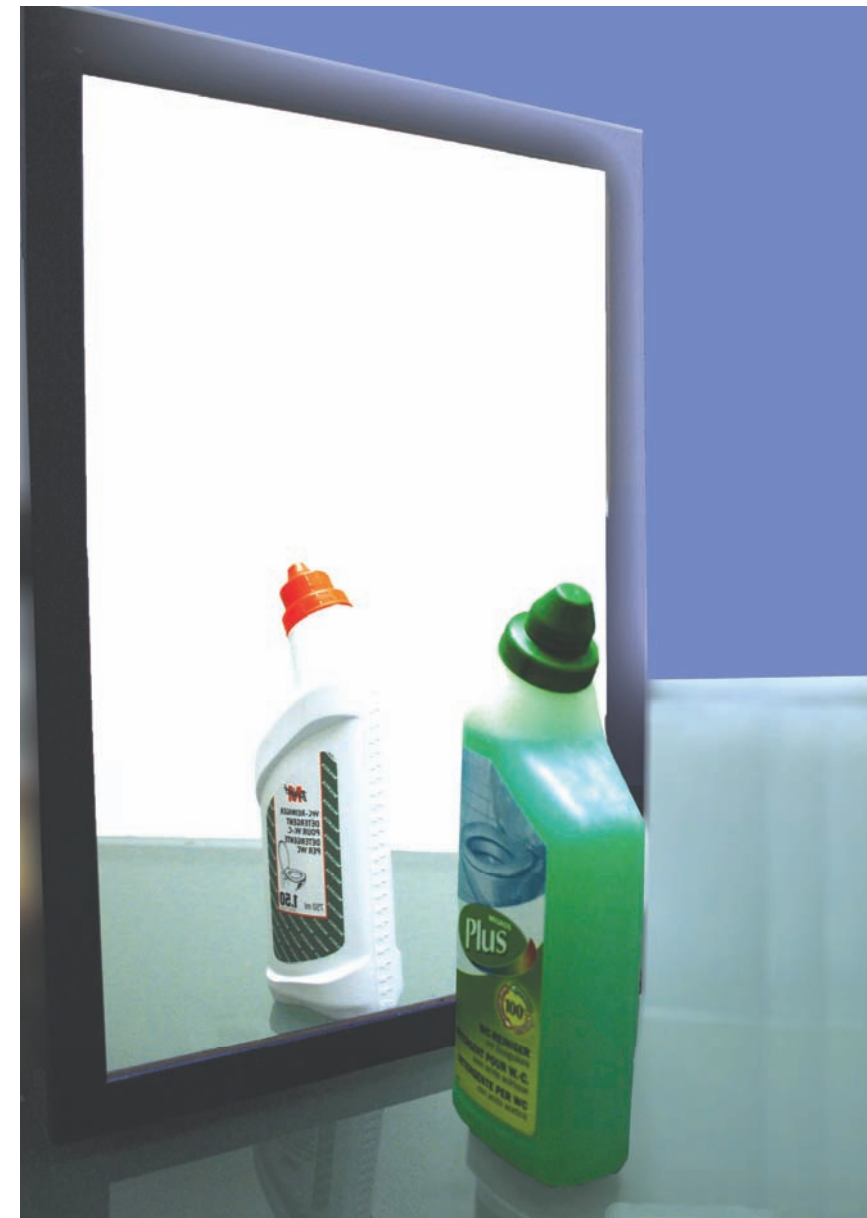
Thema

Patente und Designs stellen Ausnahmerechte im freien Wettbewerb dar. Besondere Schöpfungen, seien es technische Lösungen, die über das durchschnittliche Fachkönnen hinausgehen, oder Formgestaltungen, die eine gewisse Originalität (Eigenart) haben, sind für eine begrenzte Zeit dem Erfinder bzw. Designer vorbehalten. Alles was keinen solchen Sonderstatus genießt, kann grundsätzlich von jedermann verwertet werden. So soll der Wettbewerb zwischen den Anbietern aufrecht erhalten werden.

Damit der Wettbewerb aber nicht zur Selbstzerfleischung des Wirtschaftssystems entartet, gibt es das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Wer als Anbieter auf den Markt tritt, soll sich an gewisse Grundregeln der Fairness halten. Rufausbeutung, Täuschung und Übernahme fremder Leistungen führen dazu, dass derjenige, der sich redlich um einen Marktanteil bemüht, links überholt wird von demjenigen, der sich unverfroren verhält.

Wie frei darf nun nachgeahmt werden? Kann man ein im Markt eingeführtes Produkt eines Mitbewerbers nachbauen? Wie gross müssen die Abweichungen sein? Was darf man tun, wenn das Patent des Mitbewerbers abgelaufen ist?

Solche Fragen beantworten wir in der Praxis regelmässig in enger Zusammenarbeit mit einem spezialisierten Rechtsanwalt.



«Jemanden nachahmen ist die zarteste Form der Schmeichelei.»

(Otto Weddingen, 1851 – 1940, deutscher Schriftsteller und Theaterhistoriker)

Werner A. Roshardt

Ausserhalb der Sonderschutzrechte

| | Schutzgrenzen | Grundsatz |
|---|---|--|
| Besteht eine Nachahmungsfreiheit für Produkte ohne Patent oder Design-Schutz? | <p>Noch lange nicht alles, was neu und besonders ist, wird durch Patente oder Designs geschützt. Was nicht ein gewisses Mindestmass an schöpferischem Gehalt hat, lässt sich gar nicht erst schützen. In vielen Fällen wird auch der Aufwand für den Schutz gescheut. Und schliesslich verfallen die genannten Schutzrechte nach Erreichen der Maximallaufzeit.</p> <p>Sofern aber kein spezialrechtlicher Schutz (Patent, Design) besteht, ist die vollständige Nachahmung an sich zulässig.</p> | <ul style="list-style-type: none"> > Nachahmung zulässig, solange kein Patent- oder Designschutz vorhanden ist |

| | Fallbeispiele Zusammenarbeit | Merkmale |
|--|--|--|
| In welchen Fällen wird die Nachahmungsfreiheit bejaht? | <p>Eine Klägerin hatte dem Beklagten im Rahmen eines Geheimhaltungsvertrags Zeichnungen und ein Modell einer Kantenleimmaschine übergeben mit dem Auftrag, die Herstellungskosten zu ermitteln. Anschliessend an diesen Vertrag entwickelten die Parteien gemeinsam eine verbesserte Maschine.</p> <p>Die Klägerin machte geltend, der Beklagte habe gegen Art. 5 UWG verstossen, weil er die erhaltenen Arbeitsergebnisse übernommen habe. Das Gericht wies die Klage ab, weil die Maschine gemeinsam weiterentwickelt worden sei und weil somit die Verwertungsrechte mangels anderweitiger Abreden beiden Parteien gleichermaßen zustehen.</p> <p>In einem anderen Fall arbeitete der Beklagte während mehreren Monaten für die Klägerin in leitender Stellung. Nach seinem Ausscheiden begann er die Klägerin zu konkurrieren, indem er ebenfalls Wirbelsäulenentlaster zum Verkauf anbot.</p> | <ul style="list-style-type: none"> > Grundsatz der Nachahmungsfreiheit > Regelung von Nutzungsrechten bei Zusammenarbeit > Austritt von Mitarbeitern als Quelle von Nachahmungen |



Das Gericht wies die Klage ab, weil die sklavische Nachahmung als solche bei fehlendem Patent- und Designschutz nicht unzulässig sei. Zudem sei die konkrete Ausgestaltung des nicht sehr komplexen Produkts technisch bedingt und daher die Nachahmung nicht unlauter.

Verwechslungsgefahr

| | Grundsatz | Kriterien |
|---|--|---|
| Unter welchen Bedingungen kann mit dem UWG eine Nachahmung angegriffen werden ? | <p>Es gibt Grenzen der Nachahmung: Unlauter handelt, wer Massnahmen trifft, die geeignet sind, Verwechslungen mit den Waren, Werken, Leistungen oder dem Geschäftsbetrieb eines anderen herbeizuführen (Art. 3 lit. d UWG).</p> <p>Wenn das Produkt eines Unternehmens aufgrund seiner besonderen Ausstattung oder der grossen Bekanntheit bzw. Verbreitung eine Alleinstellung erlangt hat, dann kann das Kopieren zu einer Verwechslungsgefahr führen, was unzulässig ist.</p> <p>Dieser Schutz gegen Verwechslungsgefahr kann parallel neben vorhandenen Patent- und Designrechten oder auch darüber hinaus bestehen.</p> | <ul style="list-style-type: none"> > Verwechslungsgefahr > Bekanntheit im Markt |



| | Fallbeispiele | Merkmale |
|--|---|---|
| Welche besonderen Umstände sind nötig, um eine Verwechslungsgefahr zu bejahen? | <p>Ein Beklagter vertrieb einen Modellbausatz für einen Rennwagen, welcher demjenigen der Klägerin haargenau nachgebildet war. Einzig das Markenzeichen des Originals wurde weglassen. Der Bausatz war nicht durch Patente oder Designs geschützt. Weil aber das Original in allen Details (einschliesslich der Verpackung und der Bauanleitung) 1:1 übernommen worden war, wurde eine Verwechslungsgefahr bejaht. Im gegebenen Fall war offensichtlich, dass der Beklagte den guten Ruf in schmarotzerischer Weise ausbeutete. Die identische Übernahme aller Details war nicht durch die Herstellung oder den Gebrauchszweck bedingt.</p> <p>Das Haarentfernungsgerät «Epilady» war nicht als Design hinterlegt. Die Beklagte vertrieb ein Gerät gleicher Funktionsweise, das nur unbedeutende Formabweichungen hatte. Das Gericht sprach dem Epilady-Gerät eine originäre Unterscheidungskraft zu. Aus der Sicht der Verkehrsteilnehmer war es neuartig und die vielen ausdrucksstarken Übereinstimmungen der Geräte waren weder technisch noch ästhetisch erforderlich.</p> | <ul style="list-style-type: none"> > Unterscheidungskraft aus Sicht der Abnehmer > Nachahmung auch in Details, die nicht technisch oder ästhetisch bedingt sind |