

# Innovationsschutz in der Praxis



Einfacher Umgang mit Patenten & Marken

---

Eine Informationsbroschüre der Patentinformationszentren Darmstadt und Kassel

## Vorwort

---



**Tarek Al Wazir**  
Hessischer Minister für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung

Innovationen treiben das Wirtschaftswachstum an, sichern Beschäftigung und sind Voraussetzung langfristiger Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens. Eine große Hilfe im Innovationsprozess sind - gerade für kleine und mittelständische Firmen - Patent- und Markeninformationen. Knappe Ressourcen und der Mangel an Fachwissen verhindern jedoch häufig ihre professionelle Nutzung.

Die Patentinformationszentren als Experten für Patente, Marken und Designs helfen Unternehmern, Wissenschaftlern und Erfindern in Hessen, den Wettbewerbsvorsprung im Innovationsprozess nachhaltig auszubauen. Die systematische Auswertung von Patentinformationen erlaubt es, die Entwicklung der Technik und die Aktivitäten anderer Unternehmen zu verfolgen, Patentverletzungen zu vermeiden und die Erfolgchancen eigener Innovationen abzuschätzen. Dabei bieten die Patentinformationszentren ihre langjährige Erfahrung, ein breites Spektrum an Dienstleistungen sowie größte Diskretion bei der Zusammenarbeit an.

Deshalb empfehle ich, die Leistungen der Patentinformationszentren - kurz „PIZ“ genannt - in Darmstadt und Kassel zu nutzen. Denn ohne einen Schutz Ihrer Urheberrechte riskieren Sie, dass Nachahmer Ihre jahrelangen Forschungs- und Entwicklungsbemühungen rasch wertlos werden lassen. Deshalb unterstützt das Hessische Wirtschaftsministerium die Arbeit der Patentinformationszentren.

In diesem Leitfaden finden Sie wertvolle Hinweise zum Schutz von Innovationen durch Patente und werbewirksame Marken.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre

A handwritten signature in black ink that reads "Tarek Al-Wazir". The signature is written in a cursive style.

**Tarek Al Wazir**  
Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Landesentwicklung

## Impressum

---

### Herausgeber

Patentinformationszentrum Darmstadt  
der ULB an der Technischen Universität Darmstadt  
Gebäude S4 | 20 - Holzhofallee38  
64295 Darmstadt  
Tel. 06151 16-76 500  
info@main-piz.de  
www.main-piz.de

Patentinformationszentrum PIZ  
GINo Gesellschaft für Innovation Nordhessen mbH  
Mönchebergstraße 7  
34125 Kassel  
Tel. 0561 804-3481  
info@piz-kassel.de  
www.piz-kassel.de

### Redaktion

Dr. Heike Krömker  
Rudolf Nickels  
Birgit Reeg-Lumma  
Norbert Völker

### Gestaltung

PIZ Darmstadt  
Birgit Reeg-Lumma  
piztip-Logo  
3f design

Die Informationen in dieser Broschüre wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt. Die Herausgeber übernehmen keine Gewähr für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte. Insbesondere können sich die Angaben zu Kosten, Fristen und Internetadressen im Laufe der Zeit ändern.

Alle dargestellten Schutzrechte, Kennzeichnungen, Firmenbezeichnungen und das Bildmaterial unterliegen dem Patent-, Marken- oder Designschutz bzw. Copyright der jeweiligen Inhaber.

© 2014 Patentinformationszentren Darmstadt und Kassel  
Alle Rechte vorbehalten

## Inhaltsverzeichnis

---

### PATENTE

Schutz von Ideen und Entwicklungen durch Gewerbliche Schutzrechte .....	6
Patent oder Gebrauchsmuster - Gemeinsamkeiten und Unterschiede.....	7
Der Weg zur Erteilung eines deutschen Patentes .....	8
Kosten für deutsche Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldungen .....	9
Der Aufbau von Patent- und Gebrauchsmusterdokumenten .....	10
Kunden berichten: Dr. Klaus Dibbern – flinc AG.....	11
Der Erste Schritt – Die Patentrecherche.....	12
Patentdatenbanken im Internet.....	13
Kunden berichten: Patentanwältin Dipl.-Ing. Susann Jendricke.....	14
Patente und Gebrauchsmuster recherchieren .....	15
Patentklassifikationen.....	16
Patentüberwachung und Patentmanagement – Aktuelle Patentinformationen automatisch und regelmäßig geliefert.....	17
Kunden berichten: Sven Haber - Weiss Chemie + Technik GmbH & CoKG .....	18

### MARKEN

Marken und Unternehmenserfolg - dem Geheimnis auf der Spur.....	19
Anforderungen an eine Marke.....	20
Markenformen .....	21
Eine perfekte Marke entwickeln .....	22
Die Einmaligkeit der Marke sicherstellen .....	23
Die Klassifikationen .....	24
Kunden berichten: Alfred Korte – Die Wirtschaftspaten e. V. ....	25
Die Marktposition sichern .....	26
Marken anmelden und schützen.....	27
Kunden berichten: Robert Köster - Roberts Marken & Kommunikation GmbH .....	28
Marken machen Geschichte .....	29

### DESIGN

Sein oder nicht Design .....	30
Design - 3-D-Marke/Bildmarke - Kunstwerk .....	31
Erst recherchieren, dann schützen .....	32
Anmelden eines Designs .....	33
Kunden berichten: TLW direkt GmbH & Co. KG.....	34

## Inhaltsverzeichnis

---

### UNTERSTÜTZUNG AUS DEN PATENTINFORMATIONSZENTREN

Der Lotse für Patente, Marken und Designs.....	35
Beratung und Fortbildung.....	36

### BERICHTE AUS DER PRAXIS

Dipl.-Ing. Eugen Knoth - Industrie- und Handelskammer Kassel .....	37
Michael Leitz - Satisloh AG .....	38
Martin Peizmeier - EKO-PLANT GmbH .....	39
Patentanwalt Dipl.-Ing. Dietmar Gornott .....	40
Prof. Dr. Schürmann - TU Darmstadt Fachgebiet Konstruktiver Leichtbau und Bauweisen .....	41

KONTAKT.....	42
--------------	----

## Schutz von Ideen und Entwicklungen durch Gewerbliche Schutzrechte

Sie können Ihre Innovationen rechtlich absichern durch die Anmeldung von Patenten im technischen Bereich oder im gestalterischen Umfeld durch einen Designschutz. Firmen- oder Produktnamen können und sollten als Marke geschützt werden. Urheberrechte, die durch Ihre geistigen Leistungen entstehen, sind im Gegensatz dazu eher schwache Rechte, können aber im entsprechenden Handlungsfeld durchaus Gewicht erlangen.

### Was ist was - Schutzrechte auf einen Blick

	Wofür ist der Schutz	Beispiele	
Patent	Technische Erfindungen	Gegenstände, Stoffe, Verfahren	
Gebrauchsmuster	Technische Erfindungen	Gegenstände, Stoffe	
Marke	Kennzeichnung von Waren und Dienstleistungen	Buchstaben, Wörter, Bilder, Logos, Wort-/Bild-Kombinationen, ...	
Design	Design von Produkten	Gewerbliche Gegenstände	
Urheberrecht	Werke, persönliche geistige Schöpfungen	Sprach-, Text-, Bild-, Tonwerke, Darstellungen technischer oder wissenschaftlicher Art, ...	

Patent: Apple - WO 2010/080988 (Dünne Touch Panels) / Gebrauchsmuster: Edwin Mieg KG - DE1788360 (Tippkick Torwart) / Marke: Wella - IR 605286 / Design: Koziol - EM1045975

## Patent oder Gebrauchsmuster - Gemeinsamkeiten und Unterschiede

Patente und Gebrauchsmuster sind Schutzrechte für technische Erfindungen. Früher sprach man beim Gebrauchsmuster auch vom „kleinen Patent“. Beiden ist gemeinsam, dass die zu schützende technische Erfindung neu, erfinderisch und gewerblich anwendbar sein muss, um ein gültiges Schutzrecht zu erlangen. Neu bedeutet hierbei weltweit noch nie beschrieben oder genutzt worden zu sein.

Als Patent- oder Gebrauchsmusterinhaber können Sie Dritten die Benutzung Ihrer Erfindung (z.B. die Produktion, das Anbieten, den Im- oder Export) für das Land untersagen, in dem Ihr Schutzrecht gültig ist (Verbotungsrechte). Beachten Sie, dass ein Schutzrecht Ihnen **keine Nutzungsrechte** gibt. Sollte jemand ein gültiges Patent für Teile Ihrer Erfindung haben, kann er Ihnen für diese Teile u.U. die wirtschaftliche Nutzung untersagen oder durch eine Lizenzvergabe gestatten.

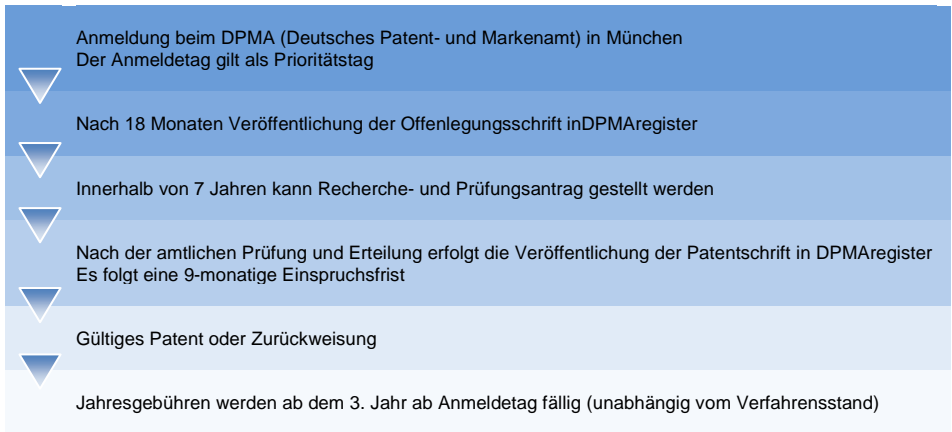
Der wesentliche Unterschied zwischen den beiden technischen Schutzrechten liegt im Anmeldeverfahren. Während ein Patent in einem Prüfungsverfahren z.B. auf Neuheit und Erfindungshöhe geprüft wird, findet diese Prüfung beim Gebrauchsmuster nicht statt. Daher ist die eigene Patentrecherche bei der Gebrauchsmusteranmeldung besonders wichtig.

### Vergleich - Patent und Gebrauchsmuster

	Gebrauchsmuster	Patent
Verfahren beim Patentamt	Anmeldung ↓ Registrierung	Anmeldung Recherche Prüfung Erteilung
Einschränkung	Kein Schutz von Verfahren	
Besonderheiten	Neuheitsschonfrist Bis zu 6 Monate nach der ersten eigenen öffentlichen Präsentation kann noch nachangemeldet werden.	
Maximale Laufzeit		

<http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/patg/index.html>  
<http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/gebrmg/index.html>

## Der Weg zur Erteilung eines deutschen Patentes



Ein deutsches Patent gilt nur für Deutschland. Wenn Schutz auch für andere Länder benötigt wird, gibt es verschiedene Wege. Selbstverständlich können Sie national in weiteren Ländern anmelden (z. B. in Frankreich, Italien usw.). Im Ausland benötigen Sie einen Anwalt als Vertreter.

Aber neben oder nach einer nationalen deutschen Anmeldung kann Patentschutz auch im Ausland durch eine europäische Sammelanmeldung in den dazugehörigen Vertragsstaaten (sog. **EP-Patent**) bzw. eine internationale Sammelanmeldung (sog. **PCT- oder WO-Anmeldung**) beantragt werden. Zu beachten ist, dass diese Nachanmeldung nur innerhalb des ersten Jahres (Prioritätsjahr) vorgenommen werden kann. Durch EP- oder PCT-Anmeldungen vereinfacht sich zum Teil das Anmeldeverfahren (d.h. nur in einer Sprache - bei einem Amt).

Die Anmeldung des Patentes in diversen europäischen Vertragsstaaten wird durch das Europäische Patentamt (EPA) bearbeitet. Analog zur deutschen Anmeldung wird ebenfalls eine Offenlegungsschrift nach 18 Monaten herausgegeben. Das EPA führt auf Antrag eine entsprechende zentrale Recherche und Prüfung durch. Nach der Erteilung geht allerdings das Europäische Patent in die nationale Verwaltung über.

Bei der internationalen PCT-Anmeldung kann eine Erfindung zugleich weltweit in einer Reihe von Ländern angemeldet werden. Allerdings führt die Weltorganisation für Geistiges Eigentum in Genf (WIPO) keine Prüfungen durch. Das weitere Verfahren teilt sich in nationale Wege vor den prüfenden und erteilenden Patentbehörden auf.

Beim EP-Patent, aber auch noch stärker bei der WO-Patentanmeldung, können die Kosten erheblich durch erforderliche Übersetzungen und Anwaltskosten für die Verfahren in den einzelnen Ländern bestimmt sein.

### Informationen zum Schutz

Deutsches Patent- und Markenamt  
Europäisches Patentamt  
World Intellectual Property Organization

<http://www.dpma.de>  
<http://www.epo.org>  
<http://www.wipo.int>



## Kosten für deutsche Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldungen

Bei der Anmeldung von Patenten oder Gebrauchsmustern fallen neben Auslagen für Amtsgebühren auch Honorare für Patentanwälte oder evtl. Personalkosten für Mitarbeiter an, die mit der Ausarbeitung der Patentanmeldung beschäftigt sind.

Die wirtschaftliche Verwertung der Erfindung sollte zumindest die mit der Patentierung verbundenen Kosten decken. In der folgenden Tabelle sind für verschiedene Fälle die Kosten für die ersten drei Jahre der Patentlaufzeit aufgeführt. Zusätzlich wurde ein Umsatz berechnet, bei dem der Gewinn (= Rendite) mindestens die Ausgaben für die Kosten der Schutzrechtssicherung deckt. Natürlich können weitere Kosten anfallen, z.B. für Patentrecherchen und Beratungsdienstleistungen im Vorfeld der Anmeldung oder für spätere Verwertungs Bemühungen.

### Patentkosten

Für die ersten fünf Jahre (Anmeldung beim DPMA, durchschnittlicher Schwierigkeitsgrad und Aufwand bei einem Umfang von 8 Beschreibungsseiten und zehn Patentansprüchen, Stand 09/2012)

	Fall	Kosten (erste 5 Jahre)	Notwendiger Umsatz (bei 5% Rendite)
Gebrauchsmuster	Nur Amtsgebühren	250 €	800 €
	Bei Anmeldung durch Patentanwalt <sup>1)</sup>	3.250 €	65.000 €
Patent	Nur Amtsgebühren	690 €	10.600 €
	Bei Anmeldung durch Patentanwalt <sup>1)</sup>	6.210 €	109.200 €

<sup>1)</sup>[http://www.copat.de/mn\\_pat\\_kosten.htm](http://www.copat.de/mn_pat_kosten.htm), Anwaltskosten für ein Gebrauchsmuster errechnet aus den Kosten für ein Patent, abzüglich der prüfungsbedingten Kosten

## Der Aufbau von Patent- und Gebrauchsmusterdokumenten

Die Anmeldeschrift für ein Patent oder ein Gebrauchsmuster enthält u.a. eine Beschreibung der Erfindung, die es anderen ermöglichen soll, die offenbarte Technologie nachzuvollziehen. Sie ist unbedingter Bestandteil der Anmeldeschrift und in einigen Ländern inhaltlich sogar sehr eng mit den Patentansprüchen verbunden. Damit kann sie auch als Ideenquelle genutzt werden. Nach Ablauf des Patentschutzes kann die Erfindung sogar identisch nachgeahmt und wirtschaftlich verwertet werden (z.B. Generika-Medikamente).

Diese Informationsfunktion von Patentschriften wird zu Unrecht oft vernachlässigt, obwohl u.U. wichtige Hinweise auf die Vorgehensweise von Wettbewerbern gewonnen werden können.

Beim Lesen oder bei der Recherche kann man den strukturierten Aufbau der Dokumente nutzen, die weltweit ähnlich aufgebaut sind. Nicht immer müssen alle Teile eines Dokuments gelesen werden. Oft werden Patent- oder Gebrauchsmusterschriften mit einer bestimmten Zielsetzung recherchiert. Gezieltes Lesen der Dokumente ermöglicht ein wesentlich effektiveres Vorgehen bei der Ermittlung von wichtigen Dokumenten.

Einen Überblick der verschiedenen Teile eines vollständigen Patent- oder Gebrauchsmusterdokumentes und der wesentlichen technischen Inhalte liefert die folgende Tabelle.

### Aufbau und Inhalte eines Patentedokumentes

Strukturkomponente des Dokumentes		Informationsgehalt
Titelblatt		Bibliografische Angaben, ggf. Zusammenfassung und Hauptzeichnung; Verfahrensstand, Entgegenhaltungen
Beschreibung	Darstellung des Standes der Technik	Welche bisherigen Lösungen gibt es? Wie machen es die Wettbewerber?
	Würdigung bzw. Kritik des Standes der Technik	Welche Probleme hat die bekannte Technik?
	Aufgaben- und Lösungsbenennung	Technische Lösung für technisches Problem
	Ausführungsbeispiel und Beschreibung der Zeichnungen	Wie geht es genau? Details, konkreter Aufbau, Wirkungsweise der Technik
Ansprüche	Hauptanspruch	Generelle technologische Anregungen, Ideen
	Unteransprüche	Anwendungsgebiete, Einsatzbereiche, alternative Techniken
ggf. Zeichnungen		Veranschaulichung

## Kunden berichten: Dr. Klaus Dibbern – flinc AG

---



### Zukunftsweisendes Hochschulprojekt führt in kurzer Zeit zu einer Aktiengesellschaft mit 13 Mitarbeitern

**PIZ:** „flinc“ ist erst im Juli 2011 mit seinem „Social Mobility Network“ offiziell an den Start gegangen und hat bereits über 35.000 Nutzer. Von der Idee zum Erfolg – wie begann denn alles?

**Dibbern:** Es begann 2008 mit einem Studentenprojekt an der Hochschule Darmstadt – 8 Studenten, die im Bereich Mobilität ein Modell zum Dynamic Ridesharing entwickeln wollten. Nicht nur Studenten wollen überall und zu jeder Zeit möglichst schnell und einfach, mit möglichst wenig Geld von A nach B kommen. Und da setzt „flinc“ an. Es vermittelt innerhalb eines sozialen Netzwerkes vollautomatisch und in Echtzeit Mitfahrgelegenheiten - über PC, App und (als Weltneuheit) integriert im Navigationssystem - auch für Alltagsfahrten und Kurzstrecken. Somit hat man alles zusammen: Kundenbedarf, Umweltschonung, Kostenreduktion und die Nutzung modernster und vor allem dynamischer Technik zur Direktvermittlung von Angebot und Nachfrage.

**PIZ:** Und wie wurde aus dem Studentenprojekt ein Unternehmen?

**Dibbern:** Bereits 1,5 Jahre nach Projektstart erfolgte die erste öffentliche Ausstellung des „Social Mobility Networks“ in Berlin auf der IFA. Nach Abschluss des Studiums begaben sich Michael Hübl und Benjamin Kirschner auf Investorensuche, nahmen an Gründerwettbewerben teil und suchten deutschlandweit Unterstützer. Beim Elevator Pitch in Mannheim lernten wir uns kennen. Ich suchte als engagierter, aktiver Entrepreneur ein neues Projekt zur Unternehmensgründung und war in 10 Minuten von der Idee begeistert.

**PIZ:** Das heißt Sie erkannten das Potential der Idee und gründeten im Frühjahr 2010 gemeinsam die flinc AG. Was passierte dann - was musste noch unternommen werden, damit ein marktfähiges Produkt entstand?

**Dibbern:** Sehr wichtig war natürlich die Suche nach Partnern und einer Finanzierung. Dies gelang über die KfW und die ISB in Rheinland-Pfalz. In der Zukunftswerkstatt der Telekom „T-City“ wurde die technische Infrastruktur erprobt, nach einem 4-monatigen Technologietest mit 5.000 Teilnehmern wurde das Projekt im Juli 2011 deutschlandweit gestartet. NAVIGON konnte als Partner für die Integration in Navigation gewonnen werden. So werden die Fahrer direkt zum Mitfahrer geleitet und Vermittlungen können spontan während der Fahrt erfolgen.

**PIZ:** Schutzrechte sind in diesem Technologiesektor ein wichtiger Bestandteil – wie wurden Sie auf das Patentinformationszentrum Darmstadt aufmerksam?

**Dibbern:** Das ESA Business Incubation Centre in Darmstadt unterstützt Gründer bei Ihrer Markteinführung und dabei ist die Abklärung der Schutzrechtssituation ein wichtiger Baustein. Beim PIZ in Darmstadt wurde dann eine Technikrecherche durchgeführt, die uns eine gute Grundlage zur Risikoeinschätzung gab. In unserem Bereich gibt es unzählige Anmeldungen und Patente und für uns ist es wichtig zu wissen, was wir dürfen und was nicht. Nach Rücksprache mit einem Patentanwalt können wir die Situation jetzt recht gut einschätzen und auch auf Patentreue gut reagieren.

**PIZ:** Werden Sie auch in Zukunft die Angebote des PIZ nutzen?

**Dibbern:** Davon ist mit Sicherheit auszugehen. Wir haben das PIZ als reaktionsschnell, gründlich und pragmatisch kennengelernt und werden bei Recherchen zu neuen Projekten, bei der Beratung in Schutzrechtsfragen und der Überwachung von Marken die Leistung gerne wieder in Anspruch nehmen. Das PIZ schließt eine Lücke zwischen allgemeinen Informationsangeboten und dem Patentanwalt.

## Der Erste Schritt - Die Patentrecherche

---

Vor der Entwicklung neuer Produkte sollte durch weltweite Recherchen der Stand der Technik, d.h. die auf dem entsprechenden Gebiet bisher bekannten Technologien, ermittelt werden. Neben Literaturrecherchen helfen insbesondere Patentrecherchen dabei, sich einen Überblick zu verschaffen.

Ein Vorteil von Patentdatenbanken ist deren breite internationale Abdeckung. Weiterhin kann man davon ausgehen, dass bis zu 90 % des dokumentierten technischen Wissens ausschließlich in der Patentliteratur veröffentlicht ist.

Frühzeitige Recherchen liefern zudem Anregungen für eigene Entwicklungen und ergeben unter Umständen bereits fertige Lösungen für bestimmte Fragestellungen. Die Mehrzahl der in Patentdatenbanken enthaltenen Dokumente sind frei verwertbar, da der Patent- oder Gebrauchsmusterschutz bereits erloschen ist. Dennoch sollte, bevor eine Entwicklung neu in den Markt eingeführt wird, überprüft werden, inwieweit diese, oder Teile der Neuentwicklung, durch gewerbliche Schutzrechte von Wettbewerbern unter Schutz gestellt wurden. Gleichzeitig liefern sie natürlich wichtige Inhalte für die Beschreibung des Standes der Technik in einer eigenen Anmeldung.

### Patentrecherchen helfen

- ▶ Lösungen für technische Problemstellungen zu finden
- ▶ bei der Identifizierung von Technologietrends
- ▶ bei der Ermittlung von Konkurrenzprodukten, Lizenznehmern oder Kooperationspartnern
- ▶ bei der Vermeidung teurer Patentverletzungsklagen
- ▶ bei der Ermittlung der eigenen Handlungsfreiheit
- ▶ bei der Verfassung einer Anmeldeschrift

Um Patentrecherchen durchzuführen, stehen Ihnen verschiedene Wege offen. Viele Patentämter bieten kostenlose Internet-Patentdatenbanken an. Als Patentinformationszentren unterstützen wir Sie bei der Recherche in diesen oder in unseren kommerziellen Datenbanken. Darüber hinaus führen wir selbstverständlich auch Recherchen in Ihrem Auftrag durch – zuverlässig und zeitnah. Wir sind dem SIGNO-PIZnet-Recherchestandard verpflichtet, der für die Qualität der Ergebnisse und Rechercheure sorgt.



## Patentdatenbanken im Internet

---

Die Patentdatenbanken im Internet bieten umfangreiche Informationen. Man sollte sich allerdings über die Einschränkungen hinsichtlich der Suchmöglichkeiten im Klaren sein. Keine Treffer für eine Suchabfrage zu bekommen heißt nicht, dass keine Patente oder Gebrauchsmuster zur gesuchten Thematik existieren. Oft war die Suchabfrage einfach nicht optimal formuliert ...



Depatisnet <https://depatisnet.dpma.de>

Rund 70 Millionen Patentschriften aus verschiedenen Ländern sowie nahezu alle deutschen Patente und Gebrauchsmuster finden sich in dieser Datenbank des deutschen Patent- und Markenamtes. Neben einer Einsteigerrecherche sind über den Experten- oder IKOFAX-Modus auch komplexe Suchabfragen möglich. Bei der Recherche in dieser Datenbank sollte im Vorfeld ermittelt werden, welcher Dokumentenbestand mit einer Suchabfrage recherchiert werden kann (Tipp: Die Hilfe aufmerksam studieren!) und wie die Suche überhaupt formuliert werden muss. Sie sollten hier z.B. mit deutschen UND englischen Begriffen recherchieren.

Über den Assistentenmodus können Sie uns kontaktieren. Wir geben Ihnen eine erste Hilfe, wo und wie Ihre Fragestellung recherchiert werden kann. Hilfe bieten wir Ihnen außerdem mit dem Lotsen für Patente und Marken (siehe S. 25)



Espacenet <http://worldwide.espacenet.com>

Im Internet-Patentrechercheangebot des europäischen Patentamtes kann in insgesamt über 70 Millionen Patentschriften aus mehr als 80 Ländern recherchiert werden. Neben einer Einsteigersuchmaske für einfache Suchabfragen kann im erweiterten Suchmodus eine etwas komplexere Suchabfrage formuliert werden. Sie suchen hier in englischer Sprache. Patentdaten asiatischer Länder sind enthalten, werden aber nur maschinenübersetzt.



## Kunden berichten: Patentwältin Dipl.-Ing. Susann Jendricke

---

### Das Restrisiko so gering wie möglich halten

Für Frau Dipl.-Ing. Susann Jendricke, seit 1993 deutsche Patentwältin, wurde bereits während des Studiums die Beschäftigung mit Schutzrechten relevant, als sie einen Musterschutz (oft als Designschutz bezeichnet) anmeldete. Während des naturwissenschaftlich-technischen Studiums kommen die Studenten oft zufällig mit dem gewerblichen Rechtsschutz in Berührung, und wenn dann noch Interesse an juristischen Fragestellungen hinzukommt, ist der Weg zum Patentanwalt geebnet.

Als Patentanwaltskandidatin recherchierte sie beim Patentamt in Berlin selbst nach dem so wichtigen Stand der Technik für Entwicklungen von Mandanten ihrer Ausbildungskanzlei. Während der ersten Berufsjahre in Südwestdeutschland führte sie dann Marken- oder Patentrecherchen im Patentinformationszentrum Darmstadt durch – sehr praktisch, da sie bspw. kein Markenblatt abonnieren musste. Anfang der 90er Jahre existierten noch keine öffentlichen elektronischen Register.

Mit wachsendem eigenem Mandantenstamm und durch die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den PIZ-Mitarbeitern ging sie dazu über, die Recherchen nicht mehr selbst durchzuführen, sondern zu beauftragen. Dabei schätzt sie die ständige Weiterbildung der Rechercheure, die gute Kommunikation bei Rückfragen und die zeitnahe Auftrags erledigung. Mandanten erwarten in der Regel ein schnelles Rechercheergebnis, um weitere Entscheidungen treffen zu können. Nicht selten muss vor einem Messebesuch noch schnell ein Schutzrecht abgesichert werden oder auf eine Abmahnung reagiert werden. Einige Mandanten wollen auch selbst recherchieren – diese schickt sie dann zum PIZ, um sich vor Ort bei der Recherche unterstützen zu lassen.

Technikrecherchen sind komplex und müssen den internationalen Markt abdecken und so finden sich – dank stets aktueller und erweiterter Datenbanken des PIZ - neben den üblichen DE, EP, WO-Schriften auch Dokumente nationaler Ämter, wie CN, JP, CA, GB, CH, AT, im Rechercheergebnis. Auch bei Firmennamensrecherchen greift die Patentwältin gern auf das Wissen der PIZ-Rechercheure zurück, denn hier werden selbstverständlich die Erfinder mitrecherchiert, Firmenverflechtungen aufgedeckt oder auch einmal über parallele Internet- und Markenrecherchen ein Anmeldernamen ermittelt.

Eine Arbeitserleichterung ergibt sich zudem durch die kompakte Ergebnislieferung mit einer ersten Bewertung und Hinweisen zu Schwerpunkten im Dokument, welches ebenfalls mitgeliefert wird. Dabei ist das PIZ aber zurückhaltend genug, um zu einem angemessenen Preis-Leistungsverhältnis zu gelangen, was wiederum letztlich dem Mandanten zugutekommt.

Nicht zuletzt gibt es immer wieder interessante Seminarthemen des PIZ, sowie das Patentforum, wodurch der so wichtige Austausch mit Unternehmensvertretern und Kollegen aus der Region stattfindet.

**Frau Jendricke:** „Ich schätze die gründliche und zuverlässige Arbeitsweise der PIZ-Rechercheure. Sie denken mit und sind in der Lage Querverbindungen zu schaffen. Man gewinnt den Eindruck, die Rechercheure sind unglücklich, wenn sie nichts finden können und dies vermittelt eine gewisse Sicherheit für den Mandanten, auch wenn eine Recherche das Risiko nur minimiert, nie aber zu 100 % ausschließen kann. Die Rechercheure im PIZ Darmstadt jedenfalls arbeiten daran, das Restrisiko so gering wie möglich zu halten.“

## Patente und Gebrauchsmuster recherchieren

Zu Beginn einer Recherche sind geeignete Suchbegriffe nicht nur in deutscher, sondern auch in englischer Sprache aufzulisten, letzteres deswegen, weil viele Datenbanken und Patentdokumente in englischer Sprache vorliegen.

Um verschiedene Schreibweisen oder Endungen der Suchbegriffe zu berücksichtigen, können in verschiedenen Datenbanken Platzhalterzeichen, sogenannte Trunkierungszeichen, benutzt werden. In den zuvor genannten Internet-Patentdatenbanken gibt es die nachstehenden Platzhalterzeichen:

	Depatisnet	Espacenet
kein oder beliebig viele Zeichen	?	*
genau ein Zeichen	!	#
ein oder kein Zeichen	#	?

Um eine optimale Treffermenge zu erzielen werden Suchbegriffe oft untereinander oder mit anderen Suchkriterien verknüpft. Für diese Verknüpfungen stehen verschiedene Operatoren zur Verfügung:

**UND bzw. AND** beide Suchkriterien kommen vor

**ODER bzw. OR** mindestens ein Suchkriterium kommt vor

**NICHT bzw. NOT** das Suchkriterium kommt nicht vor

Die Abfrage `pa=FirmaXYand ab=(gurt? orsicherheitsgurt) and ab=kindersitz` kann ein erster Einstieg zur Recherche nach Gurten für Kindersitze einer bestimmten Firma sein.

Recherchen ausschließlich mit Suchbegriffen liefern aber meist unvollständige Ergebnisse. Die Ursache liegt in der Art der Formulierung von Patentschriften und in den recherchierbaren Datenbeständen. **Bessere Ergebnisse erzielen sogenannte Klassifikationsrecherchen.** Diese greifen auf eine vorher von den Patentämtern durchgeführte Klassifizierung der Patentanmeldungen zurück.

## Patentklassifikationen

Durch internationale Verträge wurde 1971 die Einführung einer internationalen Patentklassifikation (IPC) beschlossen, die seitdem von allen Patentämtern weltweit verwendet wird. Teilweise verwenden manche Ämter parallel auch noch eine „nationale“ Klassifikation. So haben sich das EPA und USPTO auf eine Cooperative Patent Classification (CPC) geeinigt, die eine weitere Untergliederung der IPC darstellt.

Die IPC ist hierarchisch aufgebaut. Es gibt derzeit 8 Sektionen, die weiter unterteilt sind in Untersektionen, Klassen, Unterklassen und in der feinsten Unterteilung in ca. 70 000 Gruppen. Die IPC wird regelmäßig aktualisiert.

### Aufbau einer IPC-Klassenangabe

	Hierarchie	Definition / Technologie
Sektion	A	Täglicher Lebensbedarf
Klasse	A21	Backen; Vorrichtungen zum Herstellen oder Bearbeiten von Teigen; Teige zum Backen
Unterklasse	A21B	Bäckereieröfen; Maschinen oder Zubehör zum Backen
Hauptgruppe	A21B1/00	Bäckereieröfen
Untergruppe	A21B1/02	gekennzeichnet durch die Anordnung der Heizvorrichtungen

Sind bereits Patentedokumente zu einer gesuchten Technik bekannt, so kann man deren Klassifikation evtl. schon bei der Recherche nutzen oder die gesuchten Patente finden sich mit technologisch ähnlichen Inhalten in einer der benachbarten Patentklassen.

Durch die Klassifikationsrecherche ist man unabhängig von Suchbegriffen und beschränkt die Recherche auf relevante Technikgebiete.



<http://depatisnet.dpma.de/ipc/>  
[http://worldwide.espacenet.com/classification?locale=en EP](http://worldwide.espacenet.com/classification?locale=en_EP)

Für eine Patentrecherche im Vorfeld der Entwicklung eines neuen Produktes oder einer Patentanmeldung stehen Ihnen in den Patentinformationszentren professionelle Rechercheure zur Verfügung. Langjährige Erfahrung bei der Patentrecherche zahlt sich aus. Wir nutzen die für die jeweilige Fragestellung optimal geeigneten Datenbanken. Dadurch erhalten Sie innerhalb kürzester Zeit die Rechercheergebnisse.

Egal ob Sie die Patentliteratur auf einem neuen Technikgebiet kennen lernen möchten oder ob Sie das Patentportfolio eines Konkurrenten interessiert – wir haben die Antworten.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. In einer Vorbesprechung klären wir gerne Ihre Fragen. Natürlich können Sie sich bei allen unseren Dienstleistungen auf unsere Vertraulichkeit verlassen und der SIGNO-PIZnet-Recherchestandard bürgt für die nötige Qualität.

Neben Patenten können Sie durch uns ebenfalls Recherchen zu anderen Gewerblichen Schutzrechten wie Marken und Designs durchführen lassen.



## Patentüberwachung und Patentmanagement - Aktuelle Patentinformationen automatisch und regelmäßig geliefert

Zeitgemäßes Informationsmanagement erfordert auch in kleineren innovativen Unternehmen die regelmäßige Durchführung von Patentüberwachungen. Die in der Entwicklung tätigen Mitarbeiter sind dadurch stets auf dem Laufenden und Sie verlieren Ihre Konkurrenz nie aus den Augen. Egal ob innovatives Unternehmen oder Forschergruppe, eine Patentüberwachung hält Sie auf dem aktuellen Stand.

Globale Märkte bedeuten auch weltweite Konkurrenz. Derzeit werden weltweit jährlich ca. 1 Million neuer Patente angemeldet. Allein in Deutschland waren es im Jahr 2012 fast 77 000 Patent- und Gebrauchsmusteranmeldungen. Um bei dieser Informationsflut den Überblick zu behalten, sollte man von Anfang an mit den geeigneten Werkzeugen arbeiten.

Die Patentliteratur kündigt frühzeitig neue technologische Entwicklungstrends im jeweiligen Fachgebiet an. Zumeist noch vor Markteinführung zeigen Patentveröffentlichungen, wohin der Weg führt.

Neben diesen technologischen Trends ermöglichen Ihnen regelmäßige Überwachungen der Patentanmeldungen auch die Kontrolle, ob Sie fremde Schutzrechte verletzen könnten oder ob Ihre Konkurrenz Anmeldungen abgibt, die in Konflikt mit ihren Schutzrechten geraten könnten. Egal ob Sie bestimmte Technikfelder über Patentklassifikationen oder Suchbegriffe überwachen möchten oder gezielt nach Patentanmeldungen von Firmen oder Erfindern suchen: Wir erstellen gemeinsam mit Ihnen ein Rechercheprofil, das Ihnen eine optimale Treffermenge garantiert.

Bei der Lieferung der Ergebnisse Ihrer individuellen Patentüberwachung bieten wir Ihnen verschiedene Optionen zu günstigen Preisen an.

Sie haben die Wahl zwischen einer „kleinen“ Lösung und einer Profi-Lösung mit einer eigenen hausinternen Patentdatenbank.

<http://www.piztip.de/beispielreport.pdf>

	„Kleine Patentlösung“	„Große Patentlösung“
<b>Zielgruppe</b>	Kleine und mittlere Unternehmen, Freiberufler mit geringer Kapazität für den Patentbereich	Unternehmen mit Patentabteilung und systematischer Beschäftigung mit dem Thema Patente
<b>Kleiner Technologiebereich</b>	PDF-Reports mit Zusammenfassung, Zeichnung und Link auf den Volltext im Internet	Nutzung eines elektronischen Patentmanagement-Systems zur Archivierung, Kommentierung, Klassifikation und Recherche von relevanten Patenten
<b>Großer Technologiebereich</b>	Überblicksliste als Exceltabelle mit Link auf den Volltext im Internet	
<b>Angebot der PIZ</b>	Gemeinsame Formulierung des Abfrageprofils und regelmäßige Lieferung der Berichte	Implementierung und Betreuung des Abfrageprofils in Kooperation mit einem Software-Anbieter
<b>Beispiel</b>	Siehe <a href="http://www.piztip.de/beispielreport.pdf">http://www.piztip.de/beispielreport.pdf</a>	Auf Anfrage freier Demo-Zugang oder Demo-CD

## Kunden berichten: Sven Haber - Weiss Chemie + Technik GmbH & CoKG

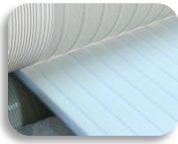
---



### Böse Überraschungen durch Konkurrenzpatente vermeiden

Alles begann im Jahr 1815 mit der Errichtung einer Leimsiederei in Haiger durch den Firmengründer Philipp Carl Weiss. Im Lauf der Zeit hat sich Weiss von einem kleinen Hautleimproduzenten zu einem international tätigen Industriebetrieb für moderne Klebstoffsysteme und Sandwichelemente entwickelt.

Ein wichtiger Meilenstein der jüngeren Geschichte war die Umstellung der Produkte auf synthetische Chemie. Der Startschuss für die Polyurethanchemie im Klebstoffbereich fiel im Jahr 1984. Mit diesem Schritt erarbeitete sich das Unternehmen u. a. eine führende Position im Fensterbau für Klebe- und Applikationstechniken. Dabei kristallisierte sich als besonderer Kompetenzbereich in den letzten Jahren der Bereich der luftdichten Verklebungen heraus.



Die neuen Anwendungsgebiete wurden bei Weiss mit einer aktiven Forschung und Entwicklung verbunden, die neue Ideen in Produkte umsetzt. Aufgrund der zunehmenden Dynamik der Märkte und der damit einhergehenden potenziellen Konflikte mit Wettbewerbern, war eine Professionalisierung des Umgangs mit geistigem Eigentum unumgänglich.

Um für die Zukunft die Entwicklungen des Wettbewerbs ständig im Blick zu haben, sollte eine Patentüberwachung eingerichtet werden. Über Kontakte mit einem Patentanwalt wurde man bei Weiss auf die Dienste des Patentinformationszentrums Darmstadt aufmerksam.

Nach einer gründlichen Information zu den Überwachungsangeboten des PIZ wurde vor etwa 10 Jahren zusammen mit dem PIZ eine Patentüberwachung ausgearbeitet und gestartet.

Die Nutzung dieses Angebots hat sich für Weiss in zweierlei Hinsicht bewährt:

- Die Ergebnisse der Überwachung informieren das Unternehmen rechtzeitig über aufkommende Probleme bei Entwicklungsaktivitäten der Wettbewerber. Auf diesem Weg konnten bereits einige Konfliktpotenziale rechtzeitig erkannt und Gegenmaßnahmen ergriffen werden.
- Die Überwachungsergebnisse in Form von technischen Kurzinfos liefern wertvolle Erkenntnisse über technologische Trends als Input für F&E.

Weiss schätzt die Zusammenarbeit mit dem PIZ vor allem aufgrund der guten Beratung und schnellen Reaktionszeiten. Hieraus entwickelte sich im Laufe der Zeit eine vertrauensvolle Kooperation, die für das Unternehmen besonders wichtig ist.

## Marken und Unternehmenserfolg - dem Geheimnis auf der Spur

---

### Macht eine Marke ein Unternehmen erfolgreich?

Eine geschützte Bezeichnung führt natürlich nicht automatisch zu einem erfolgreichen Unternehmen. Der Schutz ist erst der Anfang auf dem Weg zu einer starken Marke, die den Unternehmenserfolg aufbauen und sichern kann. Wenn man die Merkmale der eigenen Produkte oder Dienstleistungen besonders aus der Masse hervorheben möchte, hilft die Marke ein Alleinstellungsmerkmal zu erreichen.

### Wie wird eine Marke berühmt?

Die Zielsetzung sollte darin liegen, durch den Markennamen einen hohen Wiedererkennungswert zu erreichen, ein positives Image aufzubauen und sich von der Konkurrenz abzuheben. Modeerscheinungen im Sprachgebrauch sollten dabei möglichst keine Rolle spielen, denn diese können sich schnell ändern. Eine zeitlose Marke kann in der Werbung den jeweiligen Zeitgeist aufnehmen und Trends widerspiegeln. Ein gutes Marketing, das Marke und Produkt am Anfang eng verknüpft, und der Einsatz von gezielter und kontinuierlicher Werbung unterstützen die Kundenbindung an die Marke und somit an das Unternehmen.

### Und wenn man es geschafft hat, kann man sich dann auf seinen Lorbeeren ausruhen?

Je größer der Erfolg, desto größer ist auch die Gefahr kopiert zu werden. Wird minderwertige Qualität unter einem etablierten Markennamen angeboten, ist der Schaden, der damit angerichtet wird, immens. Der Imageverlust und das verlorene Kundenvertrauen bewirken finanzielle Verluste. Deshalb ist es wichtig die eigene Marke in Bezug auf neue Markenmeldungen zu überwachen, um frühzeitig die Alleinstellung der eigenen Marke zu gewährleisten. Zusätzliche Marktbeobachtungen minimieren das Risiko, dass Markenpiraterie betrieben wird.

### Was macht eine starke Marke aus?

Marken sind das einzige Schutzrecht, das unbegrenzt verlängert werden kann. So gibt es heute noch gültige Marken, die 1894 angemeldet wurden.

Traditionsmarken verändern ihr Aussehen nur in Kleinigkeiten, z. B. weisen die gekreuzten Schwerter der Porzellanmanufaktur Meissen über die Jahrhunderte hinweg lediglich Veränderungen im Schwertknauf auf. Und wem fiel es auf, dass im Wella-Logo ab den Fünfzigerjahren nur noch drei Strähnen im Wind flatterten? Neue Produkte können von einem etablierten Markennamen profitieren. Beispiele hierfür sind die Persil-Megaperls oder die verschiedenen Limonaden-Geschmacksrichtungen, die Coca Cola immer mal wieder auf den Markt bringt.


Ein kontinuierliches Markenmanagement, Produktqualität und ein positives Image sichern langfristig den Erfolg eines Unternehmens.

## Anforderungen an eine Marke

---

Firmenbezeichnung, Produktname oder Logo – vor der Entwicklung einer Marke sollten die Anforderungen an eine Marke berücksichtigt werden.

### Formale Anforderungen des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA)

- Keine beschreibenden Begriffe verwenden  
z. B. aluBIKE (DE 30104176) für Fahrräder  
(beschreibt das Material aus dem die Fahrräder hergestellt sind)
- Fehlende Unterscheidungskraft / Freihaltebedürftige Angabe  
z. B. Der Fachmann (DE30001156)  
Begründung der Zurückweisung: „Produkte und Dienste sind für den Fachmann bestimmt bzw. werden von einem Fachmann in den Verkehr gebracht (Qualitätsangabe)“
- Keine Hoheitszeichen verwenden  
  
z. B. (DE302010034887)  
Begründung der Zurückweisung: Hoheitszeichen „Flagge als Bildbestandteil“
- Nicht gegen gute Sitten oder öffentliche Ordnung verstoßen  
z. B. FICK-FROSCH (DE30344050)  
Begründung der Zurückweisung: „Vulgärausdruck“

### Weitere Anforderungen an eine Marke

- Abgrenzung zu Konkurrenten  
Bei der Wahl des Produkt- bzw. Dienstleistungs-/Firmennamens sollte man nicht nur auf identische Nachahmung verzichten, sondern auch phonetische Ähnlichkeiten, ähnliche Schriftarten, Farben oder Logos vermeiden.



Markennummer	DE 30668426
Status	Gelöscht
Eintragungsdatum	21.03.2007
Nizza Klassifikation	16, 18, 21, 25



DE 39507031
Eingetragen
17.01.1997
6, 7, 9, 11, 12, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 27, 28, 36, 37

## Markenformen

Am bekanntesten sind Wort- oder Bildmarken bzw. eine Kombination aus Wort- und Bild. Für diese Arten wird auch am häufigsten Schutz beantragt.

Bei der Wahl der Markenform spielen neben den genannten Anforderungen an eine Marke folgende Überlegungen eine Rolle:

Soll das Produkt oder die Dienstleistung mit einem prägnanten Namen in Erinnerung bleiben?

Ist es wichtig (auch) ein Logo zu haben?

Hat das Produkt eine außergewöhnliche Form oder eine besondere Verpackung?

Gibt es eine „Erkennungs“melodie bei Werbespots?

Bei der Anmeldung ist zu beachten, dass die Marke so angegeben wird, wie sie benutzt werden soll. Denn eine nachträgliche Änderung erfordert immer eine Neuanschuldung!

	Was ist das	Beispiele Markennummer	Marke
WORTMARKE	Namen, Fantasieworte, Slogans, Buchstabenkombinationen oder Zahlen	DE00957351 DE 302009001384 DE 39919319 1 DE 30437594	Brandt Micio DLC-1 Nichts ist unmöglich
BILDMARKE	Logo, Zeichnung, Foto, Grafik - alles was bildlich darstellbar ist	IR00560921	
WORT-/BILDMARKE	Kombination aus Wort- und Bildmarke	DE302010034998	
3D-MARKE	Darstellung von dreidimensionalen Formen, die das Produkt kennzeichnen	DE30324646	
FARBMARKE	Konkrete, konturlose Farbtöne oder Farbkombinationen	DE 39958668	
HÖRMARKE	Melodien, Töne, Geräusche - darstellbar in Notenschrift	IR 00857704	

## Eine perfekte Marke entwickeln

### Kreativität

Der Kreativität werden bei der Gestaltung des einmaligen Markennamens kaum Grenzen gesetzt - das Spektrum geht von Abkürzungen wie HAselNUssTAFel bis zur Schöpfung von reinen Fantasiebegriffen. Und dabei aber auch an die Markenanforderungen des Deutschen Patent- und Markenamtes denken. Um kreative Ideen zu entwickeln, sollte vorher eine kurze Analyse gestartet werden, um Klarheit über die Zielrichtung zu erhalten.

### Kurz-Analyse

- ☉ Was sind die Charakteristika des Unternehmens, der Dienstleistung oder des Produkts?  
Branche, Produktbeschaffenheit, Anwendung usw.
- ☉ Was soll der Name vermitteln?  
Z. B. Emotionen, Funktionalität, Qualität
- ☉ Gibt es bestimmte Zielgruppen?  
Männer, Frauen - Best-Ager, Senioren, Teens - Sportler, Vegetarier .....
- ☉ Soll der Name auch in anderen Ländern eingesetzt werden?  
Aufgepasst, dass der Name nicht ein Wort oder einen Ausdruck enthält, der in der jeweiligen Landessprache negativ besetzt ist!

### Den Namen entwickeln

Die Beauftragung von Branding-Firmen, die sich auf Marken-Entwicklung spezialisiert haben, ist eine Möglichkeit. Die Alternative ist, selbst kreativ zu werden.

Durch die Verwendung unterschiedlicher Ansätze bei der selbständigen Markenentwicklung wird eine größere Anzahl an Namensvarianten generiert. Aus dieser Menge wird eine engere Auswahl getroffen, die in einer Recherche überprüft wird. Denn ist nur ein Favorit ausgewählt und es stellt sich bei der Recherche heraus, dass dieser bereits geschützt ist, so müsste der Kreativitätsprozess von neuem beginnen.

Auch Firmennamen, die aus persönlichen Namen bestehen, lassen sich durch grafische Besonderheiten, eine spezielle Schrift oder Farbgebung individuell gestalten. Ist die Liste mit passenden Bezeichnungen erstellt, führt der nächste Schritt zur Recherche, um herauszufinden, welche Namen noch nicht geschützt sind bzw. ob ähnliche Marken existieren.

### Einige kleine Anregungen zur Namensfindung mit Beispielen

Austausch von Buchstaben	Bene, Bono, Bunu, Bana, Bine
Umkehren von Worten	Sopran - Narpos, Baum - Muab
Aus zwei Worten wird eins	Purzel + Tisch = Purzeltisch
Aus einem Wort werden zwei	Blumentopferde = Blumento Pferde
Weglassen von Buchstaben	MILRAM (DE 1159623) - MILchRAHM
Klangvolle Abkürzungen testen	Yodri für einen YoghurtDrink
Verschiedene Sprachen verbinden	Petite Mouse
Worten eine zusätzliche Bedeutung geben	Mixing Tours z. B. für ein Reisebüro
Superlative in Verbindung mit Begriffen	Wohnen + Bellissima = Wohnissima

Allgemeine Bewertungen wie Super, Prima, Ultimativ sollten vermieden werden. Und vor allem - alle Einfälle aufschreiben, weitere Personen zum Mitüberlegen gewinnen und nie das Ziel aus den Augen verlieren.

## Die Einmaligkeit der Marke sicherstellen

---

### Information bringt Sicherheit

Bevor eine Marke angemeldet wird, sollte zunächst nachgeforscht werden, ob nicht bereits gleiche oder ähnliche Anmeldungen im betreffenden Tätigkeitsfeld existieren.

Bei der Recherche nach Wortmarken kommt es neben der Nähe der bezeichneten Waren und Dienstleistungen vor allem auf die Ähnlichkeit der Marke im Gesamteindruck an. Eine Identitätsrecherche kann daher nur eine erste Stufe sein. Bei dieser Suche wird nach dem exakten Wortbegriff des Markennamens recherchiert, wobei zumeist nach einschlägigen Waren- und Dienstleistungsklassen eingegrenzt wird.

Doch die Resultate aus einer Suche nach dem exakten Wortlaut sind insbesondere dann nur wenig aussagekräftig, wenn keine oder nur vereinzelte Fundstellen ermittelt wurden. So kommt es immer wieder vor, dass die bezeichneten Waren und Dienstleistungen einer gefundenen identischen Marke unproblematisch sind, während eine ähnliche Marke genau den gewünschten Produktbereich wiedergibt. Daher sind Wort-Ähnlichkeitsrecherchen unverzichtbar, wenn es um eine fundierte Aussage zur Benutzbarkeit eines Markennamens geht.

Wenn grafische Darstellungselemente in Wort-/Bild- oder reinen Bildmarken vorkommen, reicht eine Wortmarkenrecherche nicht mehr aus. Gerade bei Wort-/Bildmarken muss sowohl eine Wort- als auch eine Bild-Ähnlichkeitsrecherche in Betracht gezogen werden.

Außerdem müssen sowohl nationale deutsche Marken, als auch Gemeinschaftsmarken (in der EU gültig) und IR- (internationale) Marken recherchiert werden. Sind Sie in weiteren Ländern tätig, so sind die entsprechenden nationalen Markeneinträge zu prüfen.

In vielen Fällen sollten Markenrecherchen, die sich auf Anmeldung und Nutzung beziehen, durch Abfragen von landesweiten Handelsregister-Datenbanken und Domain-Namen ergänzt werden. Denn nur ein (wenn auch großer) Teil der rechtlich relevanten Kennzeichnungen ist auch als Marke eingetragen. So können zusätzliche Interessenskonflikte rechtzeitig erkannt und vermieden werden.

Auch Designanmeldungen sollten berücksichtigt werden, vor allem wenn eine 3D-Marke oder Bildmarke angemeldet wird.

### Im Internet ist auch nicht alles erlaubt

Beim Publizieren von Webseiten sind oft Informationen enthalten, die markenrechtlichen Schutz genießen. Viele Anbieter von Homepages beachten diese Regel nicht und erhalten immer wieder wegen unerlaubter Nutzung von Firmen- oder Produktkennzeichnungen eine Abmahnung des Rechteinhabers. Dabei zählen nicht nur der sichtbare Inhalt der Webseite, sondern auch die durch Suchmaschinen abrufbaren, versteckten Stichwörter.

Bei der Erstellung von Webseiten sind neben den Markenrechten auch Urheberrechte (z. B. Bilder, Grafiken) von Dritten zu beachten. Urheberrechte können durch den Copyright-Vermerk deutlich gemacht werden. Im Zweifelsfall sollte beim Urheber nachgefragt oder ggf. auf die Nutzung verzichtet werden.

## Die Klassifikationen

---

### Nizza Klassifikation

Für die Recherche und später für die Anmeldung ist die sorgfältige Wahl der passenden Waren- und Dienstleistungsklassen wichtig. Denn die Klassen zeigen an, für welche Produkte und Dienstleistungen der Schutz gelten soll. Die Nizza Klassifikation umfasst insgesamt 45 Klassen.

In den Klassen 1-34 sind Waren/Produkte eingeteilt, z. B.

Klasse 2 – Farben, Firnisse, Lacke; Rostschutzmittel, Holzkonservierungsmittel; Färbemittel, Beizen; Naturharze im Rohzustand; Blattmetalle und Metalle in Pulverform für Maler, Dekorateur, Drucker und Künstler

Klasse 12 – Fahrzeuge, Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser

Klasse 28 – Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel; Christbaumschmuck

Die Klassen 34-45 enthalten Dienstleistungen, z. B.

Klasse 35 – Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten

Klasse 38 – Telekommunikation

Klasse 41 – Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten

Die Markenmeldung muss ein Waren- und Dienstleistungsverzeichnis enthalten, in dem der Anmelder genau aufführt, für welche Produkte bzw. Dienstleistungen seine Marke eingetragen werden soll. Für die Abfassung des Verzeichnisses wird am besten die Klassifikations-Datenbank des Deutschen Patent- und Markenamtes genutzt.



<http://www.dpma.de/service/klassifikationen/nizzaklassifikation/suche/suchen.html>

Die dort ermittelten Formulierungen sollten in die Anmeldung übernommen werden, da diese von den Ämtern anstandslos akzeptiert werden. Bei der Auswahl der Klassen sollte der Benutzungszwang der Marke innerhalb von fünf Jahren berücksichtigt werden. Was wird/soll in den nächsten 5 Jahren unter der Marke vertrieben bzw. angeboten werden? Denn eine Erweiterung des Waren- und Dienstleistungszeichnisses ist nicht möglich, es muss dann immer eine neue Markenmeldung beim Amt eingereicht werden.

### Wiener Klassifikation

Die Wiener Klassifikation wird für die Einordnung der grafischen Elemente einer Bildmarke verwendet. Die Auswahl der betreffenden Bildklassen für die grafische Darstellung wird vom prüfenden Amt durchgeführt, so dass der Anmelder keine Angaben zur Bildklasse machen muss. Aber auch bei der Anmeldung einer Wort-/ Bildmarke oder reinen Bildmarke muss vom Anmelder ein Waren- und Dienstleistungsverzeichnis nach der Nizza-Klassifikation eingereicht werden.

Die Bildklassen werden vor allem für die Recherche benötigt, um identische oder ähnliche Marken zu ermitteln.





## Kunden berichten: Alfred Korte –Die Wirtschaftspaten e. V.

---

### Aus Alt wird Neu – eine Marken(ver)wandlung

**PIZ:** Guten Tag, Herr Korte. Sie sind Mitglied im Verein „Die Wirtschaftspaten e. V.“. Was macht dieser Verein?

**Korte:** Es ist ein gemeinnütziger Verein, gegründet wurde er 2002 und hat zurzeit ca. 40 Mitglieder. Alle Mitglieder sind aus dem aktiven Berufsleben ausgeschieden und geben ihre, in ihrem langen Berufsleben erworbenen Erfahrungen, an Andere weiter, die diese Erfahrung noch nicht haben und Hilfe brauchen. Das betrifft vor allem Hilfe bei der Gründung eines Unternehmens und bei Unternehmenskrisen. Und „Die Wirtschaftspaten e. V.“ sind gleichzeitig Mitglied in der Bundesarbeitsgemeinschaft „Alt hilft Jung“, die bundesweit vertreten wird. Zu dieser gehören 14 Vereine mit insgesamt 650 Mitgliedern.

**PIZ:** Bei welchem Problem konnte das PIZ Darmstadt Ihnen helfen?

**Korte:** Die Bundesarbeitsgemeinschaft „Alt hilft Jung“, war früher ein Verein, der sich eine Wort-Bildmarke hat schützen lassen. 2010 lief der Markenschutz ab und der Verein „Alt hilft Jung“ hatte sich zwischenzeitlich aufgelöst.

Zuerst hatten wir geplant, den Namen „Die Wirtschaftspaten e.V.“ als Wortmarke schützen zu lassen. Ob das Erfolg gehabt hätte, war aber sehr ungewiss. Deshalb haben wir dann die Chance genutzt und das bestehende Logo von „Alt hilft Jung“ mit dem Zusatz „Die Wirtschaftspaten e.V.“ als Wort-Bild-Marke angemeldet. Das PIZ Darmstadt hat uns bei der Markenmeldung intensiv unterstützt. Das begann bei der Recherche und der Suche nach ähnlichen Bildmarken. Zudem haben wir alle für die Anmeldung erforderlichen Informationen vom PIZ bekommen und uns somit eine Menge Zeit bei der Suche erspart.

Alte Marke  
DE 30054623



Neue Marke:  
DE 302010029378



**PIZ:** Hat sich der Markenschutz für Sie gelohnt?

**Korte:** Wichtig für ein Unternehmen, auch für Vereine, ist der hohe Wiedererkennungswert. Die Marke „Alt hilft Jung“ ist seit 1986 eingeführt, ist mittlerweile sehr bekannt und hat sich im Bereich der Gründer- und Unternehmenshilfen bzw. -beratungen auch qualitativ etabliert. Die Marke ist deshalb ein sehr wichtiges Instrument und hilfreich bei unserer Öffentlichkeitsarbeit.

**PIZ:** Seit wann kennen Sie das PIZ Darmstadt und nutzen unsere Dienste?

**Korte:** Ich bin seit 2006 Mitglied im Verein „Die Wirtschaftspaten“. Erst durch diese Tätigkeit werde ich mit Fragen zu Patent- und Markenmeldung konfrontiert. Und seit dieser Zeit nutze ich die Dienste des PIZ.

**PIZ:** Welche Vorteile bieten Ihnen die PIZ-Services?

**Korte:** Unsere Klienten sind dankbar für jeden Tipp, den wir ihnen geben können. Bei Unternehmensgründern gehört dazu vor allem auch die Entwicklung und Anmeldung einer Marke. Deshalb ist es für mich sehr wichtig, diesen Leuten einen ersten Anlaufpunkt nennen zu können, ohne dass damit sogleich hohe Kosten verbunden sind.

## Die Marktposition sichern

---

Die Marke ist nur dann erfolgreich, wenn sie einen hohen, positiven Wiedererkennungswert besitzt. Es muss für den Markeninhaber ständig sichergestellt bleiben, dass seine Marke ihren Wiedererkennungswert dauerhaft behält und nicht etwa durch Konkurrenten genutzt oder somit verwässert wird. Bei der Beurteilung einer solchen Konfliktsituation sind zwei Aspekte zu berücksichtigen:

- ⊗ Verwechselbarkeit der Kennzeichnung mit vorhandenen Marken, geschäftlichen Bezeichnungen sowie Werktiteln
- ⊗ Nähe der Waren und Dienstleistungen zu den Konkurrenzmarken

Bei der Verwechselbarkeit im Namen sind die Ähnlichkeiten beim Klang, dem Schriftbild und der begrifflichen Bedeutung wichtig.

Bei der Nähe der Waren und Dienstleistungen spielen auch Faktoren wie Vertriebswege und Verwendung eine Rolle. Zentral kommt es dabei auf das Publikum an, das als Abnehmer der strittigen Waren oder Dienstleistungen angesprochen wird. Eine rechtlich verbindliche Bewertung im konkreten Fall können in Markenangelegenheiten erfahrene Anwälte vornehmen.

Der Gesetzgeber setzt allerdings an die rechtliche Durchsetzung einer Marke auch die Anforderung der Benutzung. Auf Vorrat angemeldete Marken sollen nicht den Geschäftsverkehr der Konkurrenz blockieren. In Deutschland gibt es daher auch die Möglichkeit eine nicht innerhalb von fünf Jahren genutzte Marke auf Antrag löschen zu lassen.

Nach der Eintragung einer eigenen Marke sollte der frischgebackene Markeninhaber sicherstellen, dass keine neu angemeldeten Marken ihm sein Recht streitig machen, da das Deutsche Patent- und Markenamt bei der Eintragung nicht prüft, ob es ältere Rechte an einer Kennzeichnung gibt.

Mit der Markenüberwachung bleibt man auf dem Laufenden, ob Dritte identische oder ähnliche Marken im eigenen Geschäftsfeld anmelden. Dafür werden regelmäßig die neuesten Markenmeldungen herausgefiltert. Wichtig bei der Überprüfung sind für den deutschen Markt neben deutschen Markenmeldungen auch die IR-Marken und Gemeinschaftsmarken. Wurde eine Konfliktmarke identifiziert, kann innerhalb einer bestimmten Frist Widerspruch eingelegt werden:

- ⊗ Deutsche Marke: 3 Monate nach Veröffentlichung der Publikation
- ⊗ Gemeinschaftsmarke: 3 Monate nach Veröffentlichung der Anmeldung
- ⊗ IR-Marke: 3 Monate nach Veröffentlichung der Registrierung

Damit ein solcher Schritt nicht zum Bumerang wird, ist es ratsam einen Anwalt zu konsultieren. Mit der langjährigen Durchsetzung einer Marke erhält diese einen wachsenden Marktwert. Die Bedeutung einer Marke spiegelt sich nicht nur in der Bekanntheit wieder, sondern lässt sich durch spezielle Verfahren bewerten. Denn im Wirtschaftsleben taucht immer wieder die Frage nach dem Markenwert auf. Besonders klar ist dies bei Kreditvergaben durch Banken, beim Verkauf des Unternehmens oder der Lizenzierung einer Marke. Aber auch bei Marketingaktivitäten oder in der Unternehmenskommunikation kann dies eine wichtige Information sein. Bewertungskriterien für solche Analysen sind z.B. der Ertrag und das Potential einer Marke, der Umfang des Markenschutzes, die Markenstärke und das Markenimage.

Gut gepflegte Marken können eine erhebliche Marktbedeutung erreichen und daher auch einen erheblichen Teil der immateriellen Vermögenswerte für das Unternehmen darstellen. Damit wird die Marke ein Wertobjekt für Verkauf, Lizenzierung oder Kreditbeschaffung.

## Marken anmelden und schützen

---

- Anmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) in München oder Jena für eine deutsche Marke Nach der Eintragung durch das DPMA kann die Marke mit einem »®« versehen werden.
- Die Marke wird immer in Verbindung mit den eigenen Waren oder Dienstleistungen eingetragen (Nizza-Klassifikation)
- Die Recherche nach bestehenden Marken ist in den Patentinformationszentren möglich.
- Nicht eintragungsfähig sind allgemein beschreibende Markennamen. Es darf nicht gegen die guten Sitten verstoßen werden.
- Ab Veröffentlichungstag der Markeneintragung durch das Amt beginnt die dreimonatige Widerspruchsfrist. Hier kann jeder, der die gleiche oder eine ähnliche Marke im gleichen Geschäftsfeld hat, Widerspruch einlegen. Existiert bereits eine verwechselbar ähnliche Marke, muss die Zustimmung des Inhabers der älteren Marke eingeholt oder die Marke gelöscht werden. Daher - erst Recherche, dann Anmeldung!
- Damit nicht Konkurrenten die eigene Marke verwässern oder missbrauchen, empfiehlt sich eine regelmäßige Markenüberwachung. Dadurch können Widersprüche rechtzeitig eingereicht werden und man erlebt keine bösen Überraschungen durch gleichklingende Markeneinträge der Konkurrenz.
- Die Marke ist das einzige Schutzrecht, das eine unbegrenzte Schutzdauer besitzt. Der Schutz kann alle 10 Jahre verlängert werden.

### SCHUTZ IM AUSLAND

In jedem Land kann Markenschutz beantragt werden. Ist man in mehreren Ländern aktiv, empfiehlt sich entweder eine Gemeinschaftsmarke oder eine internationale Markenmeldung.

Für den Schutz in den Ländern der europäischen Union steht das HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt) in Alicante zur Registrierung von sogenannten Gemeinschaftsmarken zur Verfügung. Der Markenschutz erstreckt sich automatisch auf alle Länder der EU.

Internationalen Markenschutz bieten die IR-Marken, die bei der WIPO (World Intellectual Property Organization) zentral registriert werden. Voraussetzung ist eine vorherige Markenmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt. Achtung: Hier müssen die einzelnen Länder benannt werden, in denen die Marke gelten soll.

### Informationen zum Schutz

Nationale deutsche Marke  
Gemeinschaftsmarke  
IR- Marke

<http://www.dpma.de>  
[oami.europa.eu](http://oami.europa.eu)  
<http://www.wipo.int>



## Kunden berichten: RobertKöster - Roberts Marken & Kommunikation GmbH

---

### Monitoring nicht nur für Patente

Die Recherchen zur Schutzwürdigkeit von Wortmarken oder Bildmarken, ausgeführt vom PIZ Kassel, sind für unser Unternehmen eine sehr entscheidende Maßnahme bei der Findung neuer Markennamen und deren visuelle Umsetzungen.

Dabei ist der „Königsweg“ - die Wortmarke - die größere Herausforderung, aber auch der stärkere Schutz im Falle einer Eintragung beim DPMA-Register des Deutschen Patent- und Markenamtes.

Aufgrund unserer Erfahrungen, da dieses Thema unsere Kernkompetenz betrifft, ist es uns in den meisten Fällen möglich eine gute Einschätzung zur Schutzwürdigkeit auf der Grundlage der Rechercheergebnisse vom PIZ zu geben. In vielen Fällen sind dann bei der Einbeziehung eines Patentanwaltes die wesentlichen Grundlagen zur juristischen Beurteilung vorliegend und der Prozess wird deutlich vereinfacht. Dies gilt vor allem bei der Findung neuer Namen, in dessen Verlauf oftmals mehr als zwei Recherchen gestartet werden müssen.

Für uns bekommt neben der Frage nach der Schutzwürdigkeit auch das Screening des Kundenmarktes eine hohe Bedeutung. Mit den Recherchen erhalten wir einen Überblick zu eingetragenen Marken und deren Visualisierung und verbessern mit diesem Wissen die strategische Ausrichtung für unseren Kunden.

Ein Monitoring eignet sich daher nicht nur für Patente. Es bietet auch wertvolle Einblicke in den bestehenden Schutzraum der eigenen Marke und gibt Anregungen für die weitere Entwicklung in den Zielmärkten.

Ohne die schnellen und umfassenden Dienste des PIZ können wir uns Marken-Bildungsprozesse heute nicht mehr vorstellen.

### Der Duft der großen weiten Welt

**Alles was ein Mann braucht** hatte ich eingepackt –überlebensnotwendig waren einige Tüten Gummibärchen, denn **HARIBO macht Kinder froh und Erwachsene ebenso** und mehrere Gläser Schwartau Marmelade, um **Das Beste am Morgen**nicht zu verpassen.

Nachdem ich den **Tiger in den Tank** gesteckt hatte, konnte es losgehen. Zum Abschied flüsterte ich: "**Ich liebe es, ich freu' mich drauf.**" Meine Freunde fragten noch: "**Wie FA willst du gehen?**" Doch ich antwortete nur: "**Nix wie weg.**"

Endlich – **ich bin drin -ich bin on** und kannstarten. "**Heute ein König**", rief ich und los ging's. Ich nahm den MILKY WAY **und du siehst die Welt von oben**. Als ich auf dem MARS landete, wurde ich freundlich in Empfang genommen, aber ich dachte nur: "**Mann, sind die Dickmann**". Trotzdem wollte ich hier gerne einige Zeit verbringen. Zum Verschnaufen kam ich jedoch nicht, auf dem MARS macht man **mobil bei Arbeit, Sport und Spiel**. Ich dachte: "**Just do it**" und merkteschnell life **is short, play hard**.

Dann kam SIE – ... **die zarteste Versuchung**... und sagte: "**Mach' mal Pause, Nogger dir einen**". Das ließ ich mir nicht zweimal sagen und wir zogen los. Ich dachte: "Das ist **powered by emotion**". Wir umarmten uns – "**Quadratisch. Praktisch. Gut**" dachte ich. Wir küssten uns – "**Norisknofun**" ging es mir durch den Kopf. Ich spürte **die Kraft der zwei Herzen** und wusste auf einmal **ich bin doch nicht blöd – Liebe ist, wenn es Landliebe ist**." Heimweh überkam mich. Ich versprach, dass ich wieder kommen werde - **nicht immer, aber immer öfter**. Mir wurde geraten "**Schlag' nach bei Otto**, dann findest du den Nachhauseweg sofort" "**Otto ...find' ich gut**" war meine Antwort und ich verschwand.

Wieder zu Hause, schnappte ich mir sofort **CALGONIT, dann klappt's auch mit dem Nachbarn** und ging rüber. Als mein Nachbar die Tür öffnete rief er: "**Der hält länger als uns lieb ist. Was guckst du? Du kommst hier ned rein!**" Andererseits **nie war er so wertvoll wie heute**". Ich antwortete: "**Ja, is denn heut schon Weihnachten?**" Da war meine Reise doch länger geworden als geplant. Ich trat ein und wir tranken ein Guinness "**Du bist was du trinkst**" prosteten wir uns zu und ich begann von meiner Reise zu erzählen – von Land "**Im Kaba ist Tropensonne**" und Leuten "**Die tun was – Da werden Sie geholfen**". Wir waren uns jedoch einig **hier bin ich Mensch hier kauf ich ein**. Und ich war froh wieder zu Hause zusein, aber ich hatte ihn gespürt den **Geschmack von Freiheit und Abenteuer**.

© PIZ Darmstadt 2011

## Sein oder nicht Design

---

Für viele Bereiche gibt es technische Produkte, die so ausgereift sind, dass die technische Weiterentwicklung nur noch in kleinen Schritten verläuft. Andere Erzeugnisse können sich in technischer Hinsicht gar nicht unterscheiden, wie z.B. zwei Stoffe, die nur unterschiedlich bedruckt sind.

Neben der Marke ist es in solchen Fällen meist das Design, das als unterscheidendes Merkmal ansonsten ähnlicher Produkte wahrgenommen wird. Wie wichtig dies im täglichen Leben ist, zeigt sich z.B. daran, dass Automobilhersteller in hohem Maße auf wiedererkennbare Designelemente setzen, um sich gegenüber anderen Anbietern abzugrenzen. Auch bei elektronischen Geräten wird ein durchdachtes, ansprechendes Design immer mehr zu einem Verkaufsargument. Können sich Kleidungsstücke und Einrichtungsgegenstände häufig zusätzlich durch eine Marke hervorheben, ist z.B. bei Stoff- und Tapetenmustern, Dekorationsartikeln und dergleichen oft lediglich das Design von zentraler Bedeutung für die Eigenständigkeit und Wiedererkennbarkeit eines Produktes.

Aus diesen Gründen ist neben einer Marke das Design Gegenstand von Plagiaten. Der Käufer erkennt ein Produkt sehr oft an seiner äußeren Gestaltung. Wird diese von einem anderen Anbieter kopiert, entsteht nicht nur dem Hersteller des Originals ein Schaden. Ist nämlich das kopierte Produkt zudem von minderer Qualität, erwirbt der Käufer letztendlich ein überbeuertes Produkt, dessen Gebrauchswert häufig nicht den Vorstellungen des Käufers entspricht.

Ein Designschutz ist also nicht nur ein Schutz für eine Produktgestaltung, sondern ein wichtiges Instrument der Produktvermarktung.



## Design - 3-D-Marke/Bildmarke - Kunstwerk

---

### Abgrenzung oder fließender Übergang



Wann empfiehlt sich ein Designschutz?

Ist ein skulpturähnlicher Einrichtungsgegenstand vielleicht eher ein Kunstwerk und unterliegt dem Urheberrecht? Und wann kommt ein Schutz als 3-D-Marke infrage? Oder steht bei meinem Design doch eher ein technischer Aspekt im Vordergrund?

Kann die letzte Frage meist recht leicht beantwortet werden, ist die Abgrenzung zum Kunstwerk und insbesondere zur 3-D-Marke und zur Bildmarke schwieriger.

Designnr: DE 40305449-0001  
(Präsentation von Sammler-Golfbällen)

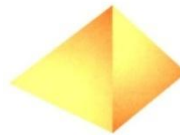
Bei einem Einrichtungsgegenstand, der lediglich dekorieren soll und bei dem es sich um ein Einzelstück handelt, steht vermutlich der künstlerische Aspekt und damit das Urheberrecht im Vordergrund. Aber wo liegt die Grenze zum Gebrauchsartikel? Ist sie durch eine bestimmte Stückzahl der Reproduktionen definiert oder durch ihren Gebrauch? Was gilt, wenn beispielsweise eine Skulptur als Ablage für Hüte oder Handschuhe angeboten wird?

Oft dient ein Design auch dazu, ein bestimmtes Produkt oder ein Unternehmen zu kennzeichnen. Der Käufer erkennt dann durch eine Grafik oder eine Form ein Unternehmen oder ein Erzeugnis wieder. Soll also die Grafik als Design oder eher als Marke geschützt werden? Kommt vielleicht beides infrage? Ist für mein Design der Schutz als 3-D-Marke geeigneter?

Fragen dieser Art sind oft nur mit eingehender Sachkenntnis zu beantworten. Hier kann ein Termin zur Erfinderberatung, Markenrechtsberatung oder ein Gespräch mit dem Patentanwalt nützlich sein.



3D-Marke: EM 02963452



Bildmarke: DE 30404974

## Erst recherchieren, dann schützen

### Die Recherche

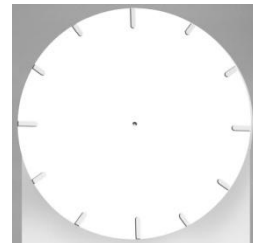
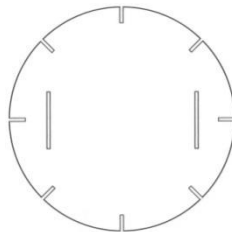
Wie die Marke, ist auch das Design ein so genanntes ungeprüftes Schutzrecht. Das Amt, bei dem das Design angemeldet wird, prüft nur, ob die Anmeldung den formalen Ansprüchen genügt. Ist dies der Fall, erfolgt die amtliche Eintragung. Nicht geprüft wird, ob es bereits ein identisches Design gibt. Wenn der Anmelder hier sichergehen will, dass er kein bestehendes Schutzrecht verletzt, muss er die entsprechende Recherche selbst durchführen oder durchführen lassen.

Für die in Deutschland geltenden Designs sind dazu die Anmeldungen beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA), dem für die EU zuständigen Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) und die bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) eingetragenen Designrechte zu berücksichtigen. Soll ein Design auch im Ausland gelten, kommen die örtlich zuständigen Ämter hinzu. Da in den meisten Fällen ein Amt nur die eigenen Anmeldungen veröffentlicht, muss die Recherche in der Regel in mehreren Datenbanken erfolgen.

### Die Klassifikation

Auch die Designs sind in Klassen eingeteilt, hierfür gibt es eine Klasseneinteilung von 32 Klassen, die sogenannte Locarno-Klassifikation. Es teilt diese in Produktklassen (z.B. Möbel, Uhren, Musikinstrumente) auf.

Wie bei den Patenten und damit anders als bei den Marken dient die Klassifikation lediglich dazu, die Designmuster zu sortieren. Ein Design steht einem anderen identischen Design also immer entgegen, auch dann, wenn es in einer anderen Klasse aufgeführt ist. Denkbar ist z.B. ein Bierdeckel, der in der Art eines Zifferblattes bedruckt ist (Klasse 07-06). Das später angemeldete Zifferblatt einer Uhr (Klasse 10-07), das mit dem auf dem Glasuntersetzer identisch ist, verletzt also möglicherweise dieses Design.



Deutsche Designeinträge:

402011000767-0001

402009000848-0007

### Schutz ohne Anmeldung

Eine Besonderheit stellt das nicht eingetragene Gemeinschaftsdesign dar. Es entsteht allein durch die Veröffentlichung gegenüber Fachkreisen und gibt dem Inhaber lediglich das Recht, Nachahmungen zu verbieten. Die Veröffentlichung sollte für den Streitfall unbedingt dokumentiert werden. Mit einer deutschen Designanmeldung ergibt sich der Schutz als nicht eingetragenes Design automatisch.



## Anmelden eines Designs

---

- Anmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) in München oder Jena.
- Das Design wird immer in Verbindung mit mindestens einer Warenklasse eingetragen. Bis zu 100 Designs können mit einer Sammelanmeldung angemeldet werden. Je Design sind bis zu 10 Darstellungen zulässig.
- Recherchen nach eingetragenen Designs sind in den Patentinformationszentren möglich.
- Beantragung des Designschutzes bis zu 12 Monate nach der erstmaligen Veröffentlichung des Designs (Neuheitsschonfrist).
- Sie können mit der Anmeldung die Aufschiebung der Bekanntmachung der Wiedergabe beantragen. Dann wird das Design zunächst ohne seine bildliche Darstellung veröffentlicht, bleibt also „geheim“. Diese Aufschiebung ist bis zu 30 Monaten möglich, allerdings besteht auch der Schutz dann zunächst nur 30 Monate lang.
- Streitfälle, bei denen es um die Neuheit (Wer hat ein Design eher veröffentlicht?) oder die Eigenart (Ist ein Design mit einem anderen identisch?) geht, werden vor dem DPMA (Nichtigkeitsverfahren) und vor Zivilgerichten (Landgerichten, Verletzungs- und Schadensersatzverfahren) ausgetragen.
- Damit nicht Konkurrenten das eigene Design verwässern oder missbrauchen, empfiehlt sich eine regelmäßige Überwachung. Dadurch kann frühzeitig juristisch gegen eine vermutliche Verletzung vorgegangen werden.
- Ein Design ist zunächst 5 Jahre gültig (Ausnahme: bei Aufschiebung der Bekanntmachung 30 Monate). Nach jeweils 5 Jahren kann die Gültigkeit verlängert werden. Die Höchstschutzdauer beträgt 25 Jahre.

### Schutz im Ausland?

In jedem Land kann Designschutz beantragt werden. Ist man in mehreren Ländern aktiv, empfiehlt sich entweder eine europäische oder eine internationale Designanmeldung.

Für die europäische Union gibt es das HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt) in Alicante zur Registrierung. Der Schutz erstreckt sich automatisch auf alle Mitgliedsländer der EU.

Die internationalen Designs werden zentral bei der WIPO in Genf registriert. Achtung: Hier müssen die einzelnen Länder benannt werden, in denen das Design gelten soll.

### Informationen zum Schutz

Nationales deutsches Design  
EU-Design  
Internationales Design

<http://www.dpma.de>  
[oami.europa.eu](http://oami.europa.eu)  
<http://www.wipo.int>

**Kunden berichten:  
TLW direkt GmbH & Co. KG**

---



**Produkte importieren und vorher die Schutzrechtslage recherchieren**

Der Schwerpunkt der Fa. TLW direkt GmbH & Co. KG liegt im Import und dem Vertrieb von Nonfood-Waren / Geschenkartikel aus dem Ausland, überwiegend aus China. In unserem Falle ist es sehr wichtig, vor der Einführung bzw. dem Einkauf der Produkte Patent-, Gebrauchsmuster- oder Designrecherchen durchzuführen.

Diese führt seit 2008 das Patentinformationszentrum Kassel sehr erfolgreich für uns durch. Durch diese wirklich ausführliche Bearbeitung durch das PIZ ist es uns möglich, spätere Beschwerden und evtl. Rechtsstreitigkeiten im Vorfeld auszuräumen. Korrekte Patent-, Gebrauchsmuster- oder Designeinträge sind ein unerlässlicher Bestandteil unseres Einkaufsvorganges.

Wir werden auch weiterhin die Dienste des Patentinformationszentrums in Anspruch nehmen und freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

## Der Lotse für Patente, Marken und Designs

---

Wir helfen Ihnen, wenn Sie bei der Recherche in frei zugänglichen Internet-Patentdatenbanken nicht mehr weiter wissen. Mit dem Lotsen für Patente und Marken bieten wir Ihnen einen persönlichen Online-Rechercheberater, bei dem Sie sich mit einem erfahrenen PIZ-Rechercheexperten virtuell im Internet treffen und gemeinsam recherchieren.

Der PIZ-Experte empfiehlt Ihnen die geeignete Datenbank, erklärt deren Funktionalitäten und hilft Ihnen bei der Erarbeitung einer geeigneten Suchabfrage. Natürlich gehören Tipps zum effizienten Umgang mit den gefundenen Dokumenten auch zum PIZ-Service.

Die gemeinsame Recherche mit dem Infolotse ist so vorteilhaft, weil Ihr fachliches Know-how mit dem Recherche- und Datenbankwissen des PIZ-Experten verknüpft wird. Ideal ist der Infolotse daher auch für die Schulung neuer Mitarbeiter im Umgang mit internetbasierten Patentdatenbanken.

### Ihre Infolotsen Vorteile:

- ▶ Kein Ärger mit der Formulierung der Suchabfragen
- ▶ Professionelle Hilfe bei Ausarbeitung der Suchstrategie
- ▶ Schnellere und bessere Ergebnisse
- ▶ Erste Vorbewertung durch einen erfahrenen Rechercheur
- ▶ Auf Wunsch weitere Dienstleistungen wie Schriftenlieferung, Auftragsrecherchen, ...

Der Lotse hilft Ihnen nicht nur bei der Patent- oder Markenrecherche. Informieren Sie sich über unser aktuelles Angebot im Internet.



## Beratung und Fortbildung

---

### Beratungsgespräche

Grundsätzliche Fragestellungen

- zu Gewerblichen Schutzrechten,
- zur Recherche nach Patenten, Marken und Designs,
- zu Förderprogrammen für klein- und mittelständische Unternehmen

können in persönlichen oder telefonischen Beratungsgesprächen geklärt werden.

### Erfinderrechtsberatungen und Markenrechtsberatung

In Kooperation mit den Industrie- und Handelskammern und regionalen Patent- bzw. Markenfachanwälten führen die Patentinformationszentren regelmäßig kostenlose Beratungen durch. In einem 20-30-minütigen vertraulichen Gespräch können Fragen zu

- Patentrecht
- Markenrecht
- Designrecht
- Urheberrecht
- Domainnamen
- Titelschutz
- Wettbewerb

angesprochen werden. Die aktuellen Termine und Anmeldemöglichkeiten erfahren Sie auf unseren Internetseiten oder bei der zuständigen IHK.

### Seminare und Schulungen

Sie wollen die Kenntnisse Ihrer Mitarbeiter bei der Nutzung von Patentinformation oder zum Markenschutz erweitern?

Sie sind Vertreter eines Vereins oder eines Verbandes und möchten eine Veranstaltung zum Thema „Gewerbliche Schutzrechte“ durchführen?

Gerne kommen wir als Referenten zu Ihnen oder Sie nutzen unsere regelmäßigen Seminarangebote. Aktuelle Seminartermine finden Sie auf unseren Internetseiten.

Profitieren Sie von unserem Know-how.

**Dipl.-Ing. Eugen Knoth**  
**Industrie- und Handelskammer Kassel**

---



### Patentinformationszentren als Standortfaktor

Die Güte und Erfolgsaussicht strategischer Entscheidungen in der Unternehmensplanung und insbesondere im Innovationsmanagement hängt unmittelbar von der Qualität der Informationen ab, welche dem Entscheider zur Verfügung stehen.

Aus Sicht einer innovationsorientierten Unternehmensführung stellen Informationen einen wichtigen Produktionsfaktor und eine wichtige Unternehmensressource dar. Ein außerordentlich wichtiges Potential sind hierbei die Informationen in der Patentliteratur. Patente und Gebrauchsmuster sind eine wichtige Informationsquelle für betriebswirtschaftliche Fragestellungen im strategischen Innovationsmanagement.

Auch im Zeitalter der internetbasierten Recherchen sind regionale Ansprechpartner wichtig für die regionalen Unternehmen. Und somit ist das PIZ Kassel eine hervorragende Anlaufstelle zum Heben dieses Potentials. Recherchen zu Patenten und Gebrauchsmustern sind ein wichtiger Bestandteil eines guten Innovationsmanagementsystems.

Die Industrie- und Handelskammer Kassel kooperiert eng mit dem PIZ Kassel. Sowohl bei der Existenzgründungsberatung, bei der Beratung bestehender Unternehmen, bei der Handelsregistereintragung als auch bei der Innovationsberatung spielt die Kooperation mit dem PIZ Kassel eine wichtige Rolle.

Bei allen Fragestellungen zu Patenten, Gebrauchsmustern, Marken sowie Designs wird bei der Beratung durch die IHK Kassel die Notwendigkeit einer Recherche ins Auge gefasst. Die Möglichkeit diese Recherchen beim PIZ Kassel regionnah durchführen zu können ist ein wichtiger Standortfaktor für die Unternehmen.

Ein besonderes Produkt, welches das PIZ Kassel für die IHK Kassel erstellt, ist der nordhessische Innovationsindikator. Der nordhessische Innovationsindikator basiert auf den Patentanmeldungen, die vom Europäischen Patentamt und vom Deutschen Patent- und Markenamt im jeweiligen Monat veröffentlicht wurden. Sie geben einen Überblick über die Patentaktivitäten in der Welt, in Deutschland und in Nordhessen. Schlussfolgerungen für zukünftige Entwicklungen gestattet dabei eine Dynamikbetrachtung. Gezeigt werden die Technologiebereiche mit der größten Dynamik in den letzten Monaten. Es wird dabei vermutet, dass jene Technologiebereiche Chancen für die Zukunft bieten, die über eine anhaltende Dynamik verfügen.



## Michael Leitz - Satisloh AG

### Durchblick bei Patenten in der Brillenglasbearbeitung

Die Satisloh Holding AG ist ein mittelständisches Firmenkonsortium mit hohen Kompetenzen in der Herstellung von Anlagen und Maschinen für die Fertigung von Brillengläsern sowie anderen Bauteilen für die optische Industrie. In diesem Technologiebereich gab es in den letzten hundert Jahren einen stetigen technologischen Wandel. Diesen galt und gilt es ständig zu verfolgen, um sich am Markt stets mit den neuesten Produkten behaupten zu können.

Satisloh ging 2005 aus dem Zusammenschluss der auf Anlagen zur Vakuumbeschichtung optischer Linsen spezialisierten Schweizer Satis Vacuum Gruppe und der auf Maschinen zur Oberflächenbearbeitung optischer Bauteile spezialisierten Loh Gruppe aus dem hessischen Wetzlar hervor. Die Wurzeln der beiden Unternehmen reichen bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts. In Wetzlar bildete sich neben Jena ein Zentrum der optischen Industrie in Deutschland.

Insbesondere die Loh Gruppe hat eine lange Tradition in der optischen Industrie. Es begann 1922 mit der Unternehmensgründung durch Wilhelm Loh. In den 50er Jahren übernahm sein Sohn Ernst Loh das Unternehmen. Die Nutzung von Diamant besetzten Schleif- und Feinschleifwerkzeugen revolutionierte damals die optische Bearbeitung. Das Unternehmen stieg zum Weltmarktführer im Bereich der Feinoptik- und Brillenglasbearbeitung als Wilhelm Loh KG Optikmaschinenfabrik Wetzlar auf.



In den letzten Jahrzehnten änderte sich einem US-Trend folgend zunehmend die Arbeitsweise der Augenoptiker. Nach und nach wurde die Brillenherstellung und dabei insbesondere die Randbearbeitung der Brillengläser, von den lokalen Werkstätten in größere Rezeptschleifereien ausgelagert. Für diese zentralen, automatisierten Herstellungsstätten wurden robuste vollautomatisierte CNC-Randschleifmaschinen benötigt. Für Loh ergab sich daraus ein neues Geschäftsfeld in dem man auf vorhandenem Know-how aufbauen konnte. Die Patentlage war jedoch alles andere als übersichtlich und musste zunächst analysiert werden. Vor Allem japanische, europäische und US-Unternehmen hatten bisher Brillenglas-Randschleifmaschinen für Augenoptiker hergestellt und für diese Technologie im breiten Umfang Patente angemeldet.

Um hier wettbewerbsfähig bleiben zu können, mussten sowohl die fremden Patentanmeldungen genau beobachtet, als auch eigene Erfindungen umfassend unter Schutz gestellt werden. Um diese Aufgaben besser bewältigen zu können, benötigte Satisloh externe Unterstützung.

Über die Empfehlung eines Patentanwalts gelangte das Unternehmen an das Patentinformationszentrum. Seit über einem Jahrzehnt werden verschiedene Services des PIZ im Patentbereich genutzt, um diese Aufgabe der Technologie- und Konkurrenzbeobachtung zu lösen.

Zentral stehen hier die Patentüberwachungsdienste des PIZ im Blickfeld. Über die regelmäßige Lieferung der neuesten Anmeldungen in ausgewählten Technikbereichen oder von festgelegten Erfinder- und Anmeldernamen kann im Unternehmen bei Bedarf schnell auf wichtige technologische oder rechtliche Ereignisse im Markt reagiert werden. Das PIZ steht bei allen Fragen bereit, die sich im Umfeld der Sichtung und der elektronischen Verwaltung der Patentdaten ergeben.

Parallel kann es interessant sein, bei Neuerungen im Markt die technologische Situation in diesem Feld durch eine Patentrecherche zu evaluieren. Dabei ist es wichtig, schnell und effizient zu Ergebnissen zu kommen. Daher ist das Angebot der begleiteten Patentrecherchen im PIZ die ideale Lösung. Das Unternehmen bringt das technologische Fachwissen mit und der Experte des PIZ unterstützt mit seinem Recherche-Know-how. Im Dialog ergänzen sich beide Partner und erarbeiten schnell und effizient eine gezielte Recherche. Diese Betreuung ist im Vergleich z. B. von Drittanbietern, welche Auftragsrecherchen erarbeiten, klar im Vorteil. Die Ergebnisse bestehen nicht aus Stapeln von irrelevanten Patenten, sondern sind genau auf die Bedarfssituation zugeschnitten.

**Herr Leitz:** „Sowohl vom qualitativen Standpunkt, als auch vom notwendigen Zeit- und finanziellen Aufwand ist eine Stand der Technik Recherche vor Ort im PIZ oder per Lotse die beste Möglichkeit relevante Patentschriften zu ermitteln.“

**Martin Peizmeier - EKO-PLANT GmbH**

---

**Alles zu Patenten und Marken aus einer Hand**

Die EKO-PLANT GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Neu-Eichenberg, welches Klärschlammvererdungsanlagen und Naturerlebnisbäder plant, baut und betreibt. Eine eigene Abteilung für Forschung und Entwicklung beschäftigt sich mit der stetigen Verbesserung der Produkte, aber auch allgemein mit Weiterentwicklungen im Bereich Klärschlammmanagement.



Wichtige Meilensteine auf diesem Gebiet waren die Entwicklung der EKO-PLANT Hochleistungsvererdung und des EKO-PLANT Stabilomat®. Das patentierte Verfahren der Hochleistungsvererdung stellt eine Weiterentwicklung in Bezug auf die Vererdung von anaerob stabilisierten Klärschlämmen dar.

Zum Schutz von Neuentwicklungen wurden in den vergangenen zehn Jahren insgesamt 5 Patente und 2 Gebrauchsmuster zur Anmeldung gebracht. Die EKO-PLANT hat dabei regelmäßig auf Beratungen und Dienstleistungen des PIZ Kassel zurückgegriffen. Dies betrifft Patentrecherchen im Vorfeld der Anmeldung wie auch die Unterstützung zur Förderung von Patentanmeldungen über das INSTI-Programm.

Zum Schutz ihrer Produkte verfügen die EKO-PLANT und die mit ihr verbundenen Unternehmen über 8 deutsche Marken sowie eine europäische Markenmeldung. Im Vorfeld der Markenmeldungen wurden Markenrecherchen durchgeführt, die seitens des PIZ Kassel schnell und dabei zuverlässig bearbeitet wurden.

Zur Gemeinschaftsmarke führt das PIZ Kassel eine kontinuierliche Markenüberwachung durch, die monatlich eine Übersicht mit allen der Marke ähnlichen Neuanmeldungen liefert.

**Herr Peizmeier:** „Die internationale Markenüberwachung ist für uns ein wichtiges Instrument, um kontinuierlich darüber informiert zu sein, ob neue Marken eventuell mit unserer kollidieren und gegebenenfalls dagegen vorzugehen.“



## Patentanwalt Dipl.-Ing. Dietmar Gornott

---

### Über 40 Jahre – Entwicklung der PIZ-Dienstleistungen erleichtert eigenes Arbeiten

Seit 1968 liefern die im Patentinformationszentrum vorhandenen Schutzrechte wertvolle Arbeitsunterstützung für Herrn Patentanwalt Dietmar Gornott. Es fing an in der Patentauslegestelle, in der die Patentschriften für seinen damaligen Auftraggeber überwacht wurden. Sehr wertvoll, denn sonst hätte er damals immer nach München fahren müssen.

Als Herr Gornott sich dann als Patentanwalt selbständig machte, nutzte er weiterhin die Angebote und führte nicht nur Überwachungen, sondern auch Patentrecherchen für Anmeldungen seiner Mandanten durch. Er kann sich noch gut an die mühselige Durchsicht an den Mikrofilmlochkarten erinnern, die heutzutage glücklicherweise vorbei ist.

Im Laufe der Jahre schätzte er die schnelle Umsetzung von technischen Neuentwicklungen im Recherchebereich, wodurch die Recherchen in der Handhabung immer mehr vereinfacht wurden. „Damit gehen die PIZ-Mitarbeiter sehr engagiert um und entwickeln immer neue Verbesserungsmöglichkeiten.“

Schließlich ging er dazu über Aufträge für Marken- und Patentrecherchen an die Mitarbeiter des PIZ zu vergeben, wobei das Preis-Leistungsverhältnis sehr gut ist und vor allem die Verlässlichkeit ein wichtiges Kriterium zur Auftragsvergabe darstellt.

Für Mandanten, die geringe finanzielle Mittel zur Verfügung haben, empfiehlt er die begleitete Recherche, denn auf die Unterstützung und Erfahrung der Mitarbeiter konnte er sich immer verlassen. Zudem sei es immer gut, eine neutrale Stelle einzubeziehen.

Auch bei der regelmäßig stattfindenden Erfinderberatung steht er seit Jahren als beratender Patentanwalt zur Verfügung. Diese bietet eine gute Gelegenheit zur kostenlosen Erstberatung für Erfinder mit geringen Mitteln und es war immer interessant, die Bandbreite an Erfindungen in der Region mitzubekommen. Leider war es manchmal etwas enttäuschend, wenn die Ratsuchenden eine Anmeldung selbst tätigten. Bei der Anmeldung wurden oft schwerwiegende Fehler begangen, was zu einem eher schwachen Schutzrecht führte.

Das in den letzten Jahren entstandene Patentforum will Herr Gornott nicht mehr missen, denn hier werden 2x jährlich hoch interessante Themen dargestellt, regionale Unternehmen vorgestellt und man kommt in lockerer Atmosphäre mit Fachleuten ins Gespräch.





## Prof. Dr. Schürmann TU Darmstadt – Fachgebiet Konstruktiver Leichtbau und Bauweisen

---

### Innovationen erfordern Kenntnis über den Stand der Technik

Patentinformationen spielen nicht nur in Industrie und Wirtschaft eine wichtige Rolle. Die TU Darmstadt legt großen Wert darauf, eigene Patente zu erlangen sowie die in den einzelnen Fachgebieten stattfindenden Forschungs- und Entwicklungsarbeiten mit Informationen aus Patentrecherchen zu unterstützen.

Dies geschieht auch im Fachbereich Maschinenbau, bspw. im Fachgebiet Konstruktiver Leichtbau und Bauweisen. Für Herrn Prof. Dr. Schürmann, seit 1994 Leiter des Fachgebiets, sind Patentinformationen bereits während seiner Tätigkeit in der Industrie zu einem wichtigen Teil seiner Arbeit geworden.

Schwerpunkt seiner Forschungs- und Entwicklungsarbeiten im Fachgebiet ist der Leichtbau mit Faserverbundwerkstoffen. Dazu werden an der TU neue Ideen für Leichtbaustrukturen geboren, für die sich vorzugsweise Faserverbundwerkstoffe eignen. Als Beispiel sei hier die Entwicklung von gewichtsminierten Antriebswellen, Kupplungen und Kreuzgelenken für den Automobilbau erwähnt. Noch vor der Konstruktion dienen erste Recherchen im Vorfeld dazu, den Status Quo zu einem Technikgebiet in Erfahrung zu bringen, in welches sich das zu konstruierende Produkt einordnet.

Bei der Entwicklung neuer Produkte spielen Patentinformationen eine äußerst wichtige Rolle. Laut Herrn Prof. Dr. Schürmann finden sich in den Patentanmeldungen gute Hinweise zu den Randbedingungen und neueste Ansätze zu Lösungen. Bedenkt man den Aufwand, den Neuentwicklungen nach sich ziehen, so wäre es fahrlässig, wenn Informationen aus Patentanmeldungen nicht ausgewertet würden. „Insbesondere bei dem schwierigen Thema Krafteinleitungen wird man mit vielen zu beachtenden Schutzrechten konfrontiert“, berichtet Herr Prof. Dr. Schürmann, der selbst Erfinder oder Miterfinder zahlreicher Patente ist. Deshalb ist das Patentinformationszentrum neben seiner beratenden Tätigkeit auch eine regelmäßige Anlaufstelle für wissenschaftliche Mitarbeiter der TU, die sich gezielt über den Stand der Technik auf ihrem Forschungsgebiet informieren möchten.

Sehr häufig entstehen bei Forschungsarbeiten Erfindungen, die entweder von der TU selbst verwertet werden oder Grundlage von Kooperationen mit Unternehmen werden sollen. Dann stellt sich die Frage, ob sich eine Patentanmeldung lohnt, oder ob zur vorliegenden Erfindung bereits ein erdrückender Stand der Technik vorhanden ist. Hier gibt das Patentinformationszentrum als eine Einrichtung an der TU Darmstadt unmittelbare Hilfestellung. So lässt sich klären, ob eine Ausarbeitung einer Patentanmeldung sinnvoll ist und die Patentanmeldung an einen Patentanwalt gegeben wird.

„Für meine Arbeit sind Patentinformationen unabdingbar“, so Herr Prof. Dr. Schürmann. „Neue technische Produkte sind nicht zu entwickeln, wenn der Stand der Technik nicht bekannt ist. Außerdem bieten die Recherchen des PIZ eine gute Gelegenheit, um herauszufinden, welche Firmen sich auf dem Gebiet engagieren und ob bestimmte Technologien für Unternehmen noch aktuell sind.“

## Interesse geweckt?

---

Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf und lassen Sie sich durch uns ein individuelles Angebot erstellen.

PIZ Darmstadt der Universitäts- und Landesbibliothek  
an der Technischen Universität Darmstadt  
Gebäude S 4 | 20 - Holzhofallee38  
64295 Darmstadt  
Tel. 06151 16-76 500  
info@main-piz.de  
www.main-piz.de



Patentinformationszentrum PIZ  
GINo Gesellschaft für Innovation Nordhessen mbH  
Mönchebergstraße 7  
34125 Kassel  
Tel. 0561 804-3481  
info@piz-kassel.de  
www.piz-kassel.de



© 2014 Patentinformationszentren Kassel und Darmstadt  
Alle Rechte vorbehalten

---

Die Arbeit der Patentinformationszentren in Darmstadt und Kassel wird unterstützt von



**EUROPÄISCHE UNION:**  
Investition in Ihre Zukunft  
– Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung.