


# GEISTIGES EIGENTUM IN DER BILDUNG

## GEISTIGES EIGENTUM

---

Grundlagen des geistigen Eigentums für Lehrkräfte



*Grundlagen  
des  
geistigen  
Eigentums  
für Lehr-  
kräfte*

# Grundlagen des geistigen Eigentums für Lehrkräfte

## Einführung

Ihre Schule bittet Sie, ein Projekt für einen nationalen Bildungswettbewerb vorzubereiten. Sie sind motiviert. Sie haben eine tolle Idee. Sie haben viel in die Vorbereitung eines konkreten Projekts investiert, um den Preis für Ihre Schule zu gewinnen. Dann stellt ein ehemaliger Kollege, dem Sie vertraut haben und dem Sie Ihre Arbeit gezeigt hatten, ein ähnliches Projekt für seine neue Schule vor, das den ersten Preis erhält. Wie fühlen Sie sich damit?

*Das geistige Eigentum schützt die Schöpfungen des menschlichen Intellekts oder Geistes und der Zweck von Rechten des geistigen Eigentums besteht gerade darin, Sie vor einem ähnlichen Szenario zu schützen.*

Geistiges Eigentum ist nichts Neues:

Die Idee des geistigen Eigentums ist nicht neu. Einige sagen, es geht auf das Jahr 500 vor Christus zurück, als Menschen damit begannen, Werkzeuge zu entwickeln, um ihr Überleben zu sichern und ihre Lebensqualität zu verbessern. Das erste Recht des geistigen Eigentums entstand, als der griechische Staat Sybaris seinen Bürgern erlaubte, ein Patent für „jede weitere Entwicklung für den Luxus“ zu erhalten.

Der Staat wollte die Schaffung origineller Rezepte und Küchenprodukte honorieren. Seitdem wurden zahlreiche Verbesserungen eingeführt und Gesetze in Bezug auf geistiges Eigentum verfasst. Die Intention des Rechts des geistigen Eigentums – die Förderung der Kreativität – ist jedoch im Laufe der Zeit immer gleich geblieben. Dabei erhält der Urheber eine Art ausschließliches Privileg zur Nutzung seiner Schöpfung.

Die Gegenstände in unserem Alltag werden heutzutage immer komplexer. So ist beispielsweise ein Smartphone durch Hunderte von Rechten des geistigen Eigentums geschützt. Dies gilt ebenso für die meisten Gegenstände und Dienstleistungen, die Teil unseres modernen Lebens sind.



**Marken** sind Zeichen mit Unterscheidungskraft, die der Unterscheidung von Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denen seiner Wettbewerber dienen. Hinter jeder Marke stehen Menschen, die arbeiten, investieren, forschen und die Waren und Dienstleistungen entwickeln, die verschiedene Bereiche unseres Lebens bereichern.

**Marken**

- Name des Telefons
- Startmelodie
- Instagram-Logo



Manche Menschen widmen einer Erfindung, die die Welt verändern könnte, Jahre oder sogar Jahrzehnte ihres Lebens. Manche Menschen haben in einem „Heureka“-Moment eine geniale Idee. Der Grundgedanke von **Patenten** besteht darin, dass diese Erfinder für ihre harte Arbeit wie auch für ihre Hellsichtigkeit eine Belohnung verdient haben. Dafür, dass sie ihre Erfindung mit der Welt teilen, erhalten Patentinhaber die Exklusivrechte an Herstellung und Verkauf oder anderweitiger Verbreitung ihrer Erfindung.

**Patente**

- Datenverarbeitungsmethoden
- Betriebssystem
- Bedienung der Benutzeroberfläche

**Wussten Sie schon,**  
dass es mehr als  
**250 000**  
**aktive Patente**  
gibt, die relevant für heutige Smartphones sind?



**Geschmacksmuster** (engl. design) bezeichnet das Erscheinungsbild von Erzeugnissen (oder auch nur Teilen von Erzeugnissen), die Form und Farbe, die verwendeten Materialien, die Verpackung, sodass eigentlich jeder hergestellte Gegenstand als Geschmacksmuster eingetragen werden kann. Doch das Konzept des Geschmacksmusters ist noch umfassender! Es beinhaltet Logos, Zeichnungen, Schriftarten und mehr. Ein Geschmacksmuster muss nicht schön, anziehend oder kunstvoll sein, sondern lediglich unterscheidend wirken.

**Geschmacksmuster**

- Form des Telefons insgesamt
- Anordnung und Form der Tasten
- Position und Form des Bildschirms



**Urheberrechte**

- Software
- Benutzerhandbücher
- Klingeltöne
- Facebook
- Bilder

**Urheberrecht** (engl. copyright) bezeichnet ein Regelwerk zum Schutz von Werken der Kunst und Literatur. Denken Sie etwa an Kinofilme, Musik, Gedichte und Comics. Es ist im Wesentlichen das Recht, die einzige Person zu sein, die entscheidet, wer das Werk nutzen darf. Nehmen wir beispielsweise an, Sie schreiben ein Lied. Solange Sie keine Genehmigung dazu erteilen, darf niemand anders es vervielfältigen oder behaupten, es sei sein Lied. Es ist Ihr Lied. Natürlich können Sie, wenn Sie wollen, jemand anderem erlauben, es vorzutragen oder aufzuzeichnen.



Bei **Geschäftsgeheimnissen** (engl. trade secrets) handelt es sich um vertrauliche geschäftliche Informationen von kommerziellem oder wirtschaftlichem Wert, die einem Unternehmen aufgrund ihres geheimen Charakters einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Geschäftsgeheimnisse sind ohne Registrierung oder Formalitäten geschützt. Sie können daher für unbegrenzte Zeit geschützt sein. Allerdings müssen die Informationen bestimmte Bedingungen erfüllen, damit der Schutz gewährt wird. Die Informationen müssen geheim sein, einen kommerziellen Wert besitzen, und der Rechteinhaber muss angemessene Maßnahmen zur Geheimhaltung getroffen haben. Dies ist allerdings je nach Land unterschiedlich. Ein Beispiel hierfür wäre die berühmte Coca-Cola-Rezeptur.

# Urheberrechte

## Was ist das Urheberrecht?

Das Urheberrecht gehört zu den bekanntesten Rechten des geistigen Eigentums und ist das Recht, das sich am stärksten auf Lehrkräfte auswirkt. Es schützt jede greifbare Schöpfung des menschlichen Geistes, sofern diese nicht nur ein bloßer Gedanke ist.

Jede Person ist Inhaberin des Urheberrechts: große Kunstschaffende, kleine Kunstschaffende, anerkannte und nicht anerkannte Autorinnen und Autoren (die Lehrkräfte oder Schülerinnen und Schüler sein können). Eine PowerPoint-Präsentation ist wahrscheinlich urheberrechtlich geschützt. Dieses Informationsblatt unterliegt definitiv dem Urheberrecht.

Um urheberrechtlich geschützt zu werden, muss die Produktion eigenständig sein. Ein Werk ist, vereinfacht gesagt, dann als Original einzustufen, wenn es die Persönlichkeit des Urhebers widerspiegelt und seine freien und kreativen Entscheidungen zum Ausdruck bringt.

Ein klassisches Beispiel sind zwei Maler, die gleichzeitig vor einem Modell sitzen: Während das Thema dasselbe ist, ist die Arbeit jedes Malers unterschiedlich.

Zu den Originalwerken zählen Romane, Theaterstücke, Gedichte, Musik, Songs, Zeichnungen, Gemälde, Skulpturen, Fotos, Drehbücher, Filme und Videos, Entwürfe von Textilien, Baupläne, Datenbanken und Computerprogramme.

Die meisten von Ihnen haben ein urheberrechtlich geschütztes Foto aus dem Internet für eine Unterrichtsstunde kopiert. Sie alle haben einen Film oder ein Lied heruntergeladen. Diese Handlungen fallen unter das Urheberrecht.

Das Urheberrecht räumt dem Schöpfer ausschließliche Rechte ein, um zu bestimmen, ob und unter welchen Bedingungen sein ursprüngliches Werk von anderen genutzt werden darf. Es verleiht dem Inhaber zwei Rechte:



## Welche Rechte haben Sie nach dem Urheberrecht?

### Ein wirtschaftliches Recht

- Die Nutzung des Werks. Das Recht auf Kontrolle der Vervielfältigung, der öffentlichen Wiedergabe des Werks, seiner Übersetzung, Bearbeitung, Verbreitung und Weitergabe. Es gewährt dem Schöpfer einen langfristigen Schutz, um ihn zu belohnen und gleichzeitig sicherzustellen, dass seine Familie die wirtschaftlichen Vorteile des Werks und seinen Erfolg genießen kann.

### Urheberpersönlichkeitsrecht

- Anerkennung als Urheber Ihres Originalwerks. Urheberpersönlichkeitsrechte werden in Europa im Allgemeinen anerkannt, obwohl ihr Schutzniveau je nach Land unterschiedlich ist. Sie umfassen folgende Rechte:
  - Den Namen des Urhebers angeben zu lassen,
  - ein Werk anonym oder pseudonym zu veröffentlichen,
  - wegen der Integrität des Werks ist es möglich, Änderungen, Verzerrungen oder Verstümmelungen des Werks zu untersagen,
  - zu entscheiden, ob und wann das Werk veröffentlicht wird. Da allgemein davon ausgegangen wird, dass ein Urheber, wenn er sein Werk öffentlich zugänglich macht, der Gesellschaft einen Aspekt seiner Persönlichkeit offenbart, wird allgemein anerkannt, dass die Urheberpersönlichkeitsrechte keinen zeitlichen Beschränkungen unterliegen.

## Wie wird ein Werk durch das Urheberrecht geschützt?

Für den Urheberrechtsschutz besteht keine Registrierungspflicht. Der Schutz besteht ab dem Zeitpunkt der Schaffung eines Werks. In einigen Ländern sind optionale Registrierungsverfahren anwendbar. Eine Registrierung kann für Beweis Zwecke nützlich sein, da sie dabei helfen kann, zu beweisen, dass das Werk zu einem bestimmten Zeitpunkt erstellt worden war.

Das Urheberrecht schützt sehr langfristig. In der EU erstreckt sich der Schutz auf das Leben des Urhebers und 70 Jahre nach seinem Tod.

Das Urheberrecht ist territorial. Das heißt, der Schutz wird für jedes einzelne Land gewährt. In internationalen Instrumenten, wie z. B. internationalen Übereinkommen mit Vorschriften, die für Länder auf der ganzen Welt gelten, sind jedoch bestimmte Mindeststandards für den Urheberrechtsschutz festgelegt.

## Welche Ausnahmen gelten für die Rechte des Urhebers?

Werke können ohne Zustimmung des Urhebers oder des Rechteinhabers hauptsächlich für folgende Zwecke verwendet werden, es bestehen jedoch noch weitere Ausnahmen:

Vervielfältigung eines Werks für den privaten Gebrauch

Verwendung von kurzen Zitaten aus einem Werk zu Zwecken der Kritik oder Rezension

Verwendung von Auszügen zur Veranschaulichung im Unterricht oder zu Zwecken der wissenschaftlichen Forschung

Die häufig gestellten Fragen (FAQ) liefern den Verbrauchern Informationen darüber, was bei der Verwendung von durch das Urheberrecht und verwandte Schutzrechte geschützten Inhalten im Internet legal ist und was nicht und sind über folgenden Link abrufbar: [EUIPO Häufig gestellte Fragen \(FAQ\) zum Urheberrecht](#)



## Marken

### Was ist eine Marke?

Eine Marke ist ein unterscheidungskräftiges Zeichen, das Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und sie von denjenigen seiner Wettbewerber unterscheidet. Es kann sich um ein Wort, ein Bild, ein Symbol oder eine Form, ein Bildelement, einen Slogan, eine Farbe oder auch einen Klang handeln.



Eine Marke als solche ist nicht geschützt. Sie ist in Bezug auf bestimmte Produkte und/oder Dienstleistungen geschützt. Nike ist als Name selbst also nicht geschützt. Allerdings ist der Name „Nike“ für Sportbekleidung geschützt. Theoretisch bedeutet das, dass jemand auch den Namen „Nike“ benutzen könnte, um andere, nicht verwandte Produkte wie Obst und Gemüse zu verkaufen. Bekannte Marken (wie Nike) können jedoch mit einem höheren Schutz belegt werden, so dass es nicht zulässig ist, Nike für andere Waren und Dienstleistungen als Schuhe zu verwenden.

Eine Marke ist das Recht des geistigen Eigentums, das Unternehmen Folgendes ermöglicht:

- Herstellung einer Verbindung zwischen ihren Produkten und Dienstleistungen und ihren Kunden;
- Kundenbindung und Markenbekanntheit aufzubauen;
- Produkte und Dienstleistungen von denen der konkurrierenden Unternehmen unterscheiden.

Marken:

- sind ein wesentliches Element für den Erfolg im geschäftlichen Wettbewerb;
- bilden die Investitionen eines Unternehmens in sein Image und seine Marke ab;
- sind die bevorzugten Rechte des geistigen Eigentums der meisten Unternehmen;
- sind häufig der wichtigste Vermögenswert eines Unternehmens.

Eine gute Marke sollte keinen Bezug zu den von ihr erfassten Waren und Dienstleistungen haben. Der Schutz einer Marke namens „Sportschuhe“ zur Abdeckung von Sportschuhen ist nicht möglich, da er andere daran hindern würde, den Begriff „Sportschuhe“ für den Verkauf ihrer Sportschuhe zu verwenden. Der Begriff „Nike“ weist hingegen keinen direkten, offensichtlichen Bezug zu den von ihm erfassten Produkten auf und Sportschuhe können unter einem anderen Namen verkauft werden. Marken haben keinen Einfluss auf die Kreativität oder Innovation von Unternehmen. Es handelt sich um unterscheidungskräftige Zeichen, die endlos geschützt werden können, sofern sie die folgenden Anforderungen erfüllen. Sie müssen

klar, präzise, leicht zugänglich und objektiv sein

über eine Unterscheidungskraft verfügen

die Öffentlichkeit nicht irreführen

verfügbar sein

ein Verzeichnis der Waren und/oder Dienstleistungen umfassen

## Wie wird eine Marke geschützt?

Marken müssen zum Schutz eingetragen werden. Je nachdem, wo Antragsteller Handel treiben möchten, können sie sich anmelden:

- je nach Land über die nationalen Ämter für geistiges Eigentum;
- für eine Unionsmarke über das [Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum](#) (EUIPO);
- über die [Weltorganisation für geistiges Eigentum](#) (WIPO) für den Schutz in mehreren Ländern über eine Anmeldung, die anschließend in jedes der ausgewählten Länder versendet und dort verarbeitet wird.

Die Registrierung einer Marke gewährt Schutz für einen Zeitraum von mehreren Jahren, in der Regel zehn, ab dem Anmeldetag und kann unbegrenzt oft um weitere Zeiträume von zehn Jahren verlängert werden.

### Welches sind die Vorteile von Marken?

#### Wirtschaftlicher Wert

Sie zählen zu den beliebtesten und wertvollsten Vermögenswerten eines Unternehmens. Sie können einen enormen wirtschaftlichen Wert und eine große Bedeutung für Unternehmen haben.

#### Registrierungsverfahren

Das Registrierungsverfahren funktioniert in der Regel zügig und reibungslos. Der Schutz einer Marke innerhalb weniger Wochen ist möglich.

#### Geschmacksmusterschutz

Sie bieten ein breites Spektrum an Rechtsschutz. Inhaber haben das Recht, Dritten die Benutzung ihrer Marke im geschäftlichen Verkehr zu untersagen. Dies betrifft nicht nur jedes identische Zeichen für identische Waren und Dienstleistungen, sondern jedes ähnliche Zeichen für ähnliche Waren und Dienstleistungen, sofern beim Publikum Verwechslungsgefahr besteht.

### Welches sind die Nachteile von Marken?

#### Kosten

Der Markeninhaber muss für die Registrierung und Verlängerung von Marken bezahlen (aber deutlich weniger als für Patente).

#### Verwendungspflicht

Die Verpflichtung, die Marke für die Waren und Dienstleistungen zu benutzen, für die sie eingetragen worden ist - für den Fall, dass eine solche Verwendung nach einem bestimmten Zeitraum (in der Regel fünf Jahre) nicht erfolgt ist, kann die Marke gelöscht werden.

#### Allgemeine Verwendung des Namens

Markeninhaber müssen sicherstellen, dass ihr eingetragenes Zeichen nicht zu einer Gattungsbezeichnung wird, d. h. dem Namen, der üblicherweise zur Beschreibung der betreffenden Produkte oder Dienstleistungen verwendet wird.

# Geschmacksmuster

## Was ist ein Geschmacksmuster?

Ein Geschmacksmuster ist das Recht des geistigen Eigentums, das die Erscheinungsform eines Produkts abdeckt. Nach der gesetzlichen Definition ist dies die äußere oder sichtbare Erscheinungsform des Produkts oder eines Teils davon, die sich aus den Merkmalen des Produkts ergibt. Bei diesen Merkmalen kann es sich um Linien, Farben, Formen, Strukturen, Konturen, Materialien oder Verzierung handeln. Diese sehr weit gefasste Definition umfasst nahezu jede Schöpfung mit sichtbaren Aspekten.

Als Geschmacksmuster können geschützt werden:

- industrielle oder handwerkliche Gegenstände oder Produkte
- Verpackung
- grafische Symbole
- Einzelteile, die zu einem komplexen Produkt zusammengebaut werden
- Zeichnungen und Kunstwerke

Ein Produkt muss nicht im industriellen Maßstab hergestellt sein oder einen künstlerischen Wert haben, um als Geschmacksmuster zu gelten.

Der Erfolg und die Bedeutung eines Geschmacksmusters liegt in seiner Attraktivität für die Nutzer des Produkts. Oft finden Nutzer besonders kreative Geschmacksmuster attraktiv. Neue Formen oder Farben können den Absatz gängiger Produkte enorm steigern, so dass sich die Gestaltung eines Produkts zu einem entscheidenden Element für das Bestreben eines Unternehmens entwickeln kann, seine Produkte für die Verbraucher attraktiver zu machen. Folglich können gewerbliche Muster und Modelle einen sehr hohen Handelswert haben, und ein Hersteller kann einen entscheidenden Vorteil auf dem Markt erzielen, indem er ein neues Erscheinungsbild seines Produkts kreiert.

Damit die Erscheinungsform eines Produkts in Europa als Geschmacksmuster schutzfähig ist, muss sie zwei Voraussetzungen erfüllen:

**Neuheit:** Ein Geschmacksmuster gilt als neu, wenn der Öffentlichkeit vor dem Tag der Anmeldung kein identisches Geschmacksmuster zugänglich gemacht worden ist.

**Eigenart:** Das Geschmacksmuster muss beim „informierten Benutzer“ einen anderen Gesamteindruck hervorrufen als jedes andere ältere Geschmacksmuster. Bei dem „informierten Benutzer“ handelt es sich um eine Person, die weder ein Designer noch ein technischer Sachverständiger ist.

Diese Produkte sind vom Geschmacksmusterschutz ausgenommen:

- Computerprogramme;
- Produkte, die gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten verstoßen, z. B. obszöne, rassistische oder sittenwidrige Bilder oder Aussagen;
- solche, die geschützte offizielle Symbole oder Embleme wie eine Nationalflagge enthalten;
- nicht sichtbare Bauelemente komplexer Produkte;
- Erscheinungsmerkmale des Produkts, die ausschließlich durch eine technische Funktion bedingt sind.

## Wie wird ein Geschmacksmuster geschützt?

Ein Geschmacksmuster muss eingetragen werden, damit es vollen Schutz erhält. Eine Registrierung von Geschmacksmustern ist möglich:

- Nach Land über die nationalen Ämter für geistiges Eigentum;
- auf Ebene der Europäischen Union als Gemeinschaftsgeschmacksmuster, das sich mit nur einer Registrierung über das [Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum](#) (EUIPO) automatisch auf alle EU-Mitgliedstaaten erstreckt;
- über eine internationale Anmeldung, die von der [Weltorganisation für geistiges Eigentum](#) (WIPO) bearbeitet wird.

Die Registrierung ist schnell, und ein Gemeinschaftsgeschmacksmuster kann in wenigen Tagen eingetragen werden. Der Schutz eines Geschmacksmusters ist zeitlich begrenzt. In der Europäischen Union beträgt die Schutzdauer zunächst fünf Jahre ab dem Anmeldetag. Der Schutz kann jeweils um weitere fünf Jahre bis zu einer maximalen Schutzdauer von 25 Jahren verlängert werden.

### Welche Vorteile bieten eingetragene Geschmacksmuster?

#### Offizieller Titel

Um Existenz und Inhaberschaft des Geschmacksmusters nachzuweisen.

#### Ausschließlichkeit

Der Schutz durch eingetragene Rechte verleiht dem Inhaber des Geschmacksmusters das ausschließliche Recht, es zu benutzen.

#### Schutz

Der Inhaber eines eingetragenen Geschmacksmusters kann Dritte daran hindern, das geschützte Geschmacksmuster in verschiedenen Formen zu verwenden, darunter: Herstellung, Angebot oder Inverkehrbringen des geschützten Geschmacksmusters, Einfuhr, Ausfuhr oder Verwendung eines Produkts, in welches das Geschmacksmuster aufgenommen wird, und Besitz des betreffenden Produkts für diese Zwecke.

## Nicht eingetragene Geschmacksmuster

In Europa kann ein Geschmacksmuster auch automatisch und ohne Registrierung für die gesamte Europäische Union geschützt werden. Dieser Schutz ist jedoch begrenzt und erstreckt sich nur über einen Zeitraum von drei Jahren ab dem Datum, an dem das Geschmacksmuster der Öffentlichkeit in der Europäischen Union erstmals zugänglich gemacht wurde. Dieser Schutz gilt nur gegenüber identischen Kopien des Geschmacksmusters. Dieses Schutzsystem wird vielfach in der Modeindustrie verwendet.



# Geografische Angaben

## Was ist eine geografische Angabe?

Eine geografische Angabe ist ein Zeichen, das für Produkte mit einem bestimmten geografischen Ursprung verwendet wird und dessen Eigenschaften und/oder Ansehen auf diesen Ursprung zurückzuführen sind. Geografische Angaben werden normalerweise für landwirtschaftliche Produkte, Lebensmittel, Wein und Spirituosen, Kunsthandwerk und Industrieerzeugnisse verwendet und beziehen sich auf Ortsnamen. Nicht geografische Namen können jedoch ebenfalls geschützt werden, wenn sie mit einem bestimmten Ort verbunden sind. Beispielsweise wird Feta-Käse nicht nach einem Ort bezeichnet, sondern nach dem italienischen Wort „fetta“ für „Scheibe“, das im 17. Jahrhundert in die griechische Sprache aufgenommen wurde. Aufgrund mehrerer Faktoren, wie etwa der Tatsache, dass 85 % des EU-Konsums von Feta-Käse pro Kopf und Jahr in Griechenland stattfinden, oder der Tatsache, dass Feta in der Regel mit Etiketten vermarktet wird, die auf griechische kulturelle Traditionen und auf die dortige Zivilisation verweisen, nehmen die EU-Verbraucher Feta als ein inhärent griechisches Produkt wahr.

## Für die Funktion als geografische Angabe:

- muss die Herkunft eines Produkts von einem bestimmten Ort offensichtlich sein (z. B. Chianti zur Kennzeichnung eines Weines aus der italienischen Region Chianti oder Roquefort, der aus der Region Roquefort-sur-Soulzon in Frankreich stammt);
- sollten die Qualität, die Eigenschaften oder das Ansehen des Produkts sich nach dem Ursprungsort richten (z. B. sind die Eigenschaften von Chianti auf die im Boden dieser bestimmten italienischen Region angebauten Trauben zurückzuführen, während sich die Eigenschaften von Roquefort aus den Eigenschaften der Milch, die von einheimischen Schafrassen gewonnen wurde, die nach der hiesigen Tradition gefüttert wurden sowie den Merkmalen der Keller, in denen der Käse gereift ist, ergeben).

## Schutz geografischer Angaben durch die Europäische Union

Geschützte Ursprungsbezeichnungen (g. U.) bezeichnen Produkte, die in einem bestimmten geografischen Gebiet erzeugt, verarbeitet und hergestellt werden, und verwenden dazu das anerkannte Fachwissen lokaler Produzenten und die Zutaten aus der betreffenden Region. Für Produkte mit g. U. ist es daher erforderlich, dass alle Stufen des Lebensmittelherstellung in dem betreffenden Gebiet durchgeführt werden. Einige Beispiele für g. U. sind Bordeaux g. U. (Frankreich, Wein), Cava g. U. (Spanien, Wein), Manouri g. U. (Griechenland, Käse).



Geschützte geografische Angaben (g. g. A.) kennzeichnen Produkte, deren Qualität oder Ansehen mit dem Ort oder der Region verknüpft ist, an dem bzw. in der sie hergestellt, verarbeitet oder zubereitet werden, auch wenn die verwendeten Zutaten nicht unbedingt aus diesem geografischen Gebiet stammen müssen. Produkte mit dem Logo der g. g. A. weisen eine besondere Eigenschaft oder einen besonderen Ruf auf, die bzw. der sie mit einem bestimmten Ort in Verbindung bringt; in diesem Gebiet muss mindestens eine Phase des Herstellungsprozesses durchgeführt werden, während die bei der Herstellung verwendeten Rohstoffe aus einer anderen Region stammen können. Einige Beispiele für g. g. A. sind České pivo (Tschechische Republik, Bier), Lammefjordskartoffler g. g. A. (Dänemark, Gemüse) oder Primorska g. g. A. (Slowenien, Wein).

Auf <https://www.tmdn.org/giview/> kann nach geografischen Angaben gesucht werden

Oder entdecken Sie Rezepte für europäische Qualitätsprodukte mit g. A., die Ihnen das Wasser im Mund zusammenlaufen lassen: [Rezepte zu geografischen Angaben](#)

# Geschäftsgeheimnisse

## Was ist ein Geschäftsgeheimnis?

Der Begriff „Geschäftsgeheimnis“ mag altmodisch klingen. Im Zeitalter von schnellen Suchen im Internet scheint sehr wenig unbekannt oder unvorhersehbar zu sein. Geschäftsgeheimnisse spielen jedoch nach wie vor eine wichtige Rolle – und werden dies vermutlich auch weiterhin tun –, wenn es darum geht, Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Zusammen mit Marken sind Geschäftsgeheimnisse wesentliche Bestandteile vieler Franchise-Netzwerke wie z. B. Fast-Food-Restaurants, Friseure und Bekleidungsge­schäften.

Geschäftsgeheimnisse, die mitunter als Fachwissen bezeichnet werden, sind vertrauliche Geschäftsinformationen, die einem Unternehmen ihren Wettbewerbsvorteil verschaffen. Geschäftsgeheimnisse sind Informationen, die im Allgemeinen unbekannt und ausschließlich dem Unternehmen, dem die Produkte gehören, und seinen Mitarbeitern bekannt sind.

Geschäftsgeheimnisse umfassen die Herstellung betreffende Geheimnisse/Fabrikationsgeheimnisse und Betriebsgeheimnisse. Hierzu gehören unter anderem Verkaufsverfahren, Vertriebsverfahren, Verbraucherprofile, Werbestrategien, Lieferanten- und Kundenlisten, Preislisten und selbstverständlich Fertigungsprozesse.

Es kann sich dabei um positive Informationen (bewährte Verfahren) und um negative Informationen (zu vermeidende Fehler) handeln.

## Welche Kriterien gelten für ein Geschäftsgeheimnis?

Ein Geschäftsgeheimnis kann nur solange ein Geschäftsgeheimnis sein, wie es geheim ist. Die Informationen in einem Geschäftsgeheimnis:

müssen einen geschäftlichen, kommerziellen oder wirtschaftlichen Wert haben;

dürfen nicht bekannt sein;

dürfen nicht leicht auffindbar sein.

Angemessene Geheimhaltungsmaßnahmen sind nachzuweisen.

**TOP SECRET**

## Ist ein Geschäftsgeheimnis ein Recht an geistigem Eigentum?

Die Antwort lautet nein. Geschäftsgeheimnisse sind an sich ein Recht des geistigen Eigentums. Die Inhaberin oder der Inhaber eines Geschäftsgeheimnisses hat kein ausschließliches Recht an ihrer/seiner schöpferischen Tätigkeit. Er oder sie kann Wettbewerber nicht daran hindern, das Geheimnis zu entlüften oder die gleichen Lösungen zu finden.

Geschäftsgeheimnisse können unabhängig sein oder Patente ergänzen. Sie werden häufig im kreativen Innovationsprozess eingesetzt. Bis zur Anmeldung einer Erfindung zum Schutz muss der Erfinder große Sorgfalt darauf verwenden, die Vertraulichkeit der Erfindung zu wahren, um die Voraussetzung der Neuheit zu gewährleisten.

Bei Franchise-Vereinbarungen liefert der Franchise-Geber den Franchise-Nehmern das entsprechende Fachwissen, das regelmäßig erweitert wird, um den Wettbewerbsvorteil des Franchise-Netzes zu erhalten.

Geschäftsgeheimnisse genießen nur dann Rechtsschutz, wenn jemand auf illegale Weise Zugang zu den vertraulichen Informationen erhalten hat (d. h. mittels Spionage, Diebstahl oder Bestechung).

## Patente

### Was ist ein Patent?

Ein Patent gewährt Erfindern Schutz für eine Erfindung. Eine Erfindung ist eine Lösung für ein bestimmtes technisches Problem in Form eines Produkts oder Verfahrens, das unser Leben erleichtert oder verbessert. Wenn eine neue Lösung erfolgreich ist, wird sie zu einem leistungsstarken Werkzeug in den Händen des Erfinders und zu einem wichtigen Wettbewerbsvorteil für ein Unternehmen auf dem Markt.

Daher ist es sehr wahrscheinlich, dass Wettbewerber ähnliche oder identische Produkte herstellen möchten. Um den Erfinder zu schützen und seine weitere Kreativität zu fördern, ermöglicht ein Patent es dem Erfinder, andere daran zu hindern, ein Produkt, das seine Erfindung kopiert, zu verwenden, zu verkaufen oder einzuführen.

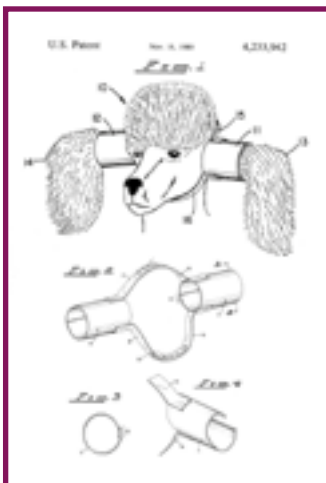
Ein Patent blockiert eine bestimmte Technologie und Verbesserungen, weshalb die Gültigkeit eines Patents zeitlich begrenzt ist. Die Schutzdauer eines europäischen Patents beträgt maximal 20 Jahre ab dem Anmeldetag.

Erfindungen können etwas so Einfaches wie ein Spielzeug oder etwas so Kompliziertes wie eine Kernwaffe sein. Der Oberste Gerichtshof der Vereinigten Staaten befand einmal, dass patentierbare Gegenstände „alles, was vom Menschen unter der Sonne hergestellt wird“ umfasst. Um in Europa patentierbar zu sein, muss eine Erfindung drei Anforderungen erfüllen:

**Neuheit:** Sie war der Öffentlichkeit zuvor in keiner Form, an keinem Ort und zu keinem Zeitpunkt bekannt.

**Erfinderische Tätigkeit:** Sie muss über das bereits Bekannte hinausgehen. Es darf sich nicht um eine einfache „Kontinuität“ oder „Abwandlung“ eines bereits bestehenden Produkts handeln.

**Gewerblich anwendbar:** Die Erfindung kann im industriellen Maßstab hergestellt oder verwendet werden.



Ein Beispiel:

Diese Erfindung bietet eine Vorrichtung zum Schutz der Ohren von Tieren, insbesondere von langhaarigen Hunden, vor Verschmutzung durch ihr Futter, während sie etwas zu fressen bekommen.

Sie bietet ein allgemein röhrenförmiges Teil, der jedes Ohr des Tieres umschließt und schützt und ein Teil, welches das röhrenförmige Teil und die Ohren des Tieres beim Fressen von der Schnauze und dem Futter des Tieres fernhält.

### Wie wird ein Patent eingetragen?

Ein Unternehmen oder ein Erfinder kann ein Patent anmelden:

- in einem bestimmten Land über das nationale Patentamt
- in einem oder mehreren europäischen Ländern über das [Europäische Patentamt](#) (EPA)
- auf globaler Ebene über die [Weltorganisation für geistiges Eigentum](#) (WIPO)

## Welche Nachteile haben Patente?

### Zeit

Die Bearbeitung von Anmeldungen kann Jahre dauern.

### Veröffentlichung

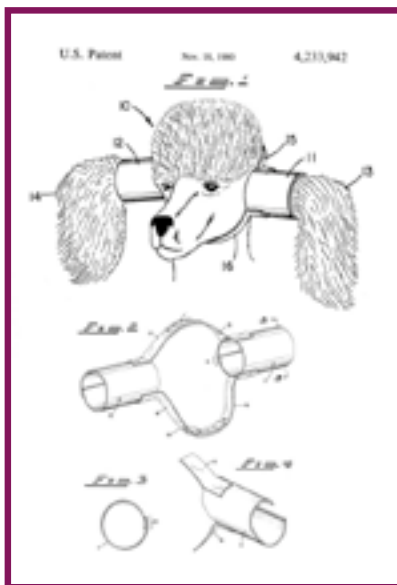
Im Anmeldeverfahren werden die technischen Angaben (das Geheimnis der Erfindung) veröffentlicht.

### Kosten

Ein Patent muss jährlich verlängert werden. Angesichts der Tatsache, dass Erfindungen häufig durch mehrere Patente geschützt sind, können sich die Kosten schnell summieren.

Ein Patent stellt keine Garantie für einen Geschäftserfolg dar. Der Erfinder muss sicherstellen, dass der Nutzen eines Patents schwerer wiegt als die Zeit, die Anstrengungen und das Geld, die erforderlich sind, um eines zu er- und behalten. Unternehmen müssen bei der Anmeldung eines Patents ihre Erfindung sehr detailliert beschreiben und ihre Geheimnisse preisgeben. Ein Patent schützt Produkte als solche nicht, es schützt die verschiedenen Innovationsschritte bei sogenannten Ansprüchen. Das Abfassen eigener Patentansprüche ist an sich eine Kunstform und muss durch Patentanwälte erfolgen.

### Der Anspruch:



Eine Vorrichtung zum Schutz von Tierohren, die Folgendes umfasst:

- Ein Paar im Allgemeinen rohrenförmiger Protektoren, die jeweils durch eine Schicht sich biegender Materials gebildet werden, das sich in seinem freien Zustand eher zu einem Rohr formt;
- jeder dieser Protektoren muss längs geöffnet werden können, damit die Ohren des Tieres leicht dadurch gesteckt werden können;
- Positionierungsmittel zum flexiblen Verbinden eines Endes eines Protektors in Abstand zu einem Ende des anderen Protektors und zum Befestigen der Vorrichtung am Kopf des Tieres, so dass die Längsachse jedes Protektors und ein Teil jedes Ohres des Tieres im Allgemeinen horizontal und ungefähr senkrecht zum Kopf des Tieres gehalten werden, wodurch die Enden der Tierohren durch einen Abstand getrennt sind, der größer als die Breite des Kopfes des Tieres ist.

Viele große Unternehmen nutzen andere Rechte des geistigen Eigentums, um Produkte zu schützen, ohne ihre Geheimnisse aufzudecken, die als Patente hätten eingetragen werden können. So hat Coca-Cola niemals die Formel seiner Produkte patentiert und es vorgezogen, sie geheim zu halten. Diese strategische Entscheidung hat dem Unternehmen geholfen, sicherzustellen, dass „Coca-Cola“ bekannt bleibt, ohne zu riskieren, dass sein Rezept veröffentlicht wird.

Die Entscheidung, ein Patent anzumelden, hängt dabei auch von dem Geheimnis sowie der technischen Beschaffenheit des Patents ab. Wenn eine Erfindung durch Rückbau z. B. eines Motors einfach zurückentwickelt werden kann, wird ein Geheimnisschutz nicht funktionieren. Bei Coca-Cola hat es funktioniert, da es sehr schwierig ist, die Formel herauszufinden.

# Quiz zum geistigen Eigentum

## 1 Geistiges Eigentum ...

- A gibt es schon seit langer Zeit
- B besteht aus einer Reihe von Rechten
- C schützt Schöpfungen
- D alle obigen Optionen

## 2 Geistiges Eigentum kann ...

- A Erfindungen schützen
- B schriftliche Arbeiten und Präsentationen schützen
- C Wertschöpfung für ein Unternehmen sicherstellen
- D alle obigen Antworten bewirken

## 3 Um ein Patent zu erhalten, muss eine Erfindung ...

- A eine Neuheit sein
- B noch einen Schritt weiter als das, was bereits existiert, gehen
- C gewerblich anwendbar sein
- D alle oben genannten Anforderungen erfüllen

## 4 Eine Marke ...

- A schützt eine Erfindung
- B schützt Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse
- C grenzt Produkte und Dienstleistungen ab
- D schützt das Erscheinungsbild von Produkten

## 5 Ein Geschmacksmuster ...

- A ist die äußere Erscheinung der Gesamtheit oder eines Teils eines Produkts
- B muss nicht registriert werden, um in vollem Umfang geschützt zu sein
- C muss einen künstlerischen Wert haben
- D hat normalerweise keinen hohen Handelswert

## 6 Das Urheberrecht tritt in Kraft ...

- A wenn eine Schöpfung veröffentlicht oder ausgestellt wird
- B automatisch bei der Erstellung eines Werks
- C wenn eine Schöpfung registriert wird
- D wenn eine Schöpfung wertvoll ist

## 7 Welche der folgenden Elemente sind urheberrechtlich geschützt?

- A Computerprogramme und Datenbanken
- B Fotos und Videos
- C Musiknoten und Liedtexte
- D alle obigen Optionen

## 8 Wenn eine Schülerin oder ein Schüler eine große innovative Idee hat, sollte diese Person ...

- A Vorsicht walten lassen, wenn sie Menschen davon erzählt
- B Ratschläge einholen, wie sie geschützt werden kann
- C sie in den sozialen Medien veröffentlichen, um sie bekannt zu machen
- D Antworten A und B sind korrekt

## 9 Ein durchschnittliches Smartphone verfügt über ... Patente.

- A 250
- B 2 500
- C 25 000
- D 250 000

## 10 Ein Auto ist geschützt durch ...

- A Patente
- B eine Marke und ein eingetragenes Geschmacksmuster
- C Urheberrechte
- D alle obigen Optionen

Antworten: 1D 2D 3D 4C 5A 6B 7D 8D 9D 10D