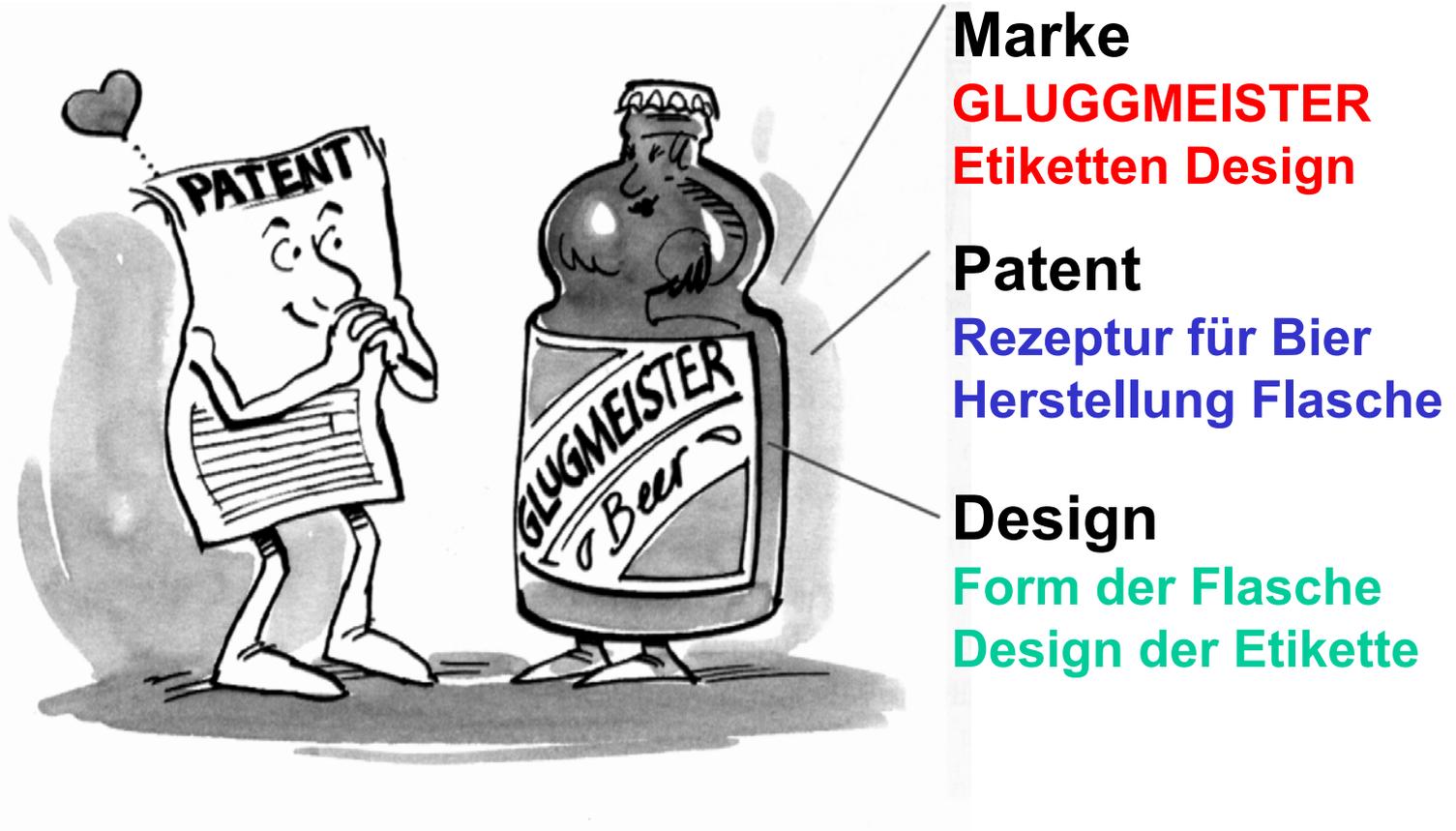


Die Todsünden bei der Namenswahl und im Markenrecht

Andreas J. Maier
Industrieberatung Maier AG
Gewerbestrasse 10
4450 Sissach

Schutzrechte



Die Marke gehört zu den „immateriellen Schutzrechten“

Urheberrecht / Copyright / Wettbewerbsrecht

Patent – Marken – Design – Rechte

Themen:

- Was ist ein Firmennamen
- Was ist eine Marke
- Markenrecht und Firmenschutz
- Tipps zur Namensgebung und Markenwahl
- Regeln für den erfolgreichen Markenaufbau

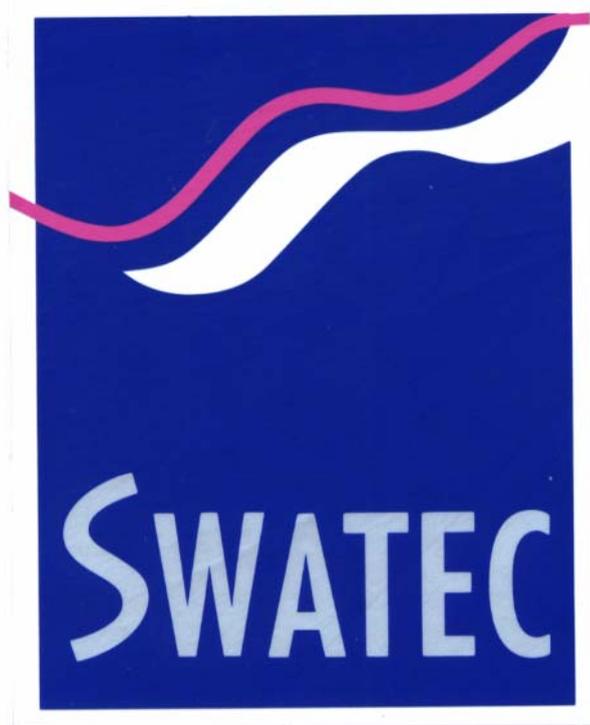
Beispiel

Firmengründung 1994

SWATEC AG

Namensänderung 2000

FREI WASSERTECHNIK AG



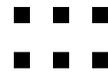
Folgen

für FREI Wassertechnik AG

**Jeder Sanitär Installateur stoppt Bestellung nur ein
persönlicher Besuch reaktiviert das Geschäft**

**Kosten ca. 20'000.- bis 50'000.- (cash out)
mühsamer Neuanfang wegen Imageverlust**

Firmenrecht



Markenrecht

Der Firmennamen

- **Ortsbeschränkt** nicht ganze Schweiz
- **Firmengebrauch** nicht Werbung
- **Eintragungspriorität**

Die Marke

- **ganze Schweiz** und leicht auf das Ausland ausdehnbar
- **Werbung** für bestimmte Waren und Dienstleistungen
- **Eintragungspriorität**

Recherche

Vor jeder Namenswahl und sicher vor jeder Anmeldung eines Firmennamens oder einer Marke

- Im Internet mit Stichwort**
- Domain bei www.switch.ch**
- Handelsregister bei www.zefix.admin.ch**
- Markenregister in speziellen Datenbanken**

Anmeldung

erst wenn Recherchen mit positivem Ergebnis vorliegen

- Domain bei www.switch.ch**
- Handelsregister beim Notariat
(Firmengründung)**
- Marken beim IGE für die Schweiz
(Hilfe durch Spezialisten empfohlen)**

Warnsymbole [®] und TM

Bluff ist gefährlich !

Möglichkeiten:

- **Nur Hinweis mit [®] wenn Schutz vorliegt**
- **international nur TM verwenden**
z.B. „TM registered in Switzerland“
schreiben

Marken - Strategie

Wann gibt man dem Kind einen Namen ?

Vorgehen:

- Geburt - Namensgebung**
- „Taufe“ - offiziell bekannt machen**
- Eintrag im Register**

Marken - Inhalt

Drei Ausdrucksebenen der Marke:

- sie soll**
- das Gefühl ansprechen**
 - das Produkt charakterisieren**
 - das Image der Firma prägen**

Eine Marke muss potentielle Käufer ansprechen

- **Seriös**
- **Innovativ**
- **Kompetent**
- **Professionell**

Markeninhalte: Produkt

- **zuverlässig**
- **zweckmässig**
- **modern - up to date**
- **neu**
- **besser**
- **günstiger**

Der Firmenname muss die Gesellschaft ansprechen

- **zuverlässig**
- **seriös**
- **innovativ**
- **kompetent**
- **professionell**

Namensinhalt: Firma

- **beschreibend ok.**
- **vertrauenserweckend**
- **sozial verlässlich**
- **ethisch einwandfrei**
- **zeitgemäss**
- **fortschrittlich**

Regeln I

- **Marken/Namen Verantwortung ist Chefsache**
- **Inhalt und Qualität differenziert festlegen**
- **Eine Marke muss erlebbar sein**
- **Eigene Mitarbeiter sind Werbeträger**

Regeln II

- Firmennamen und Marken langfristig planen
- Alle Infokanäle koordiniert nutzen
- Einheitliches Auftreten „Corporate Identity“

Regeln III

- **Corporate Identity muss von allen Beteiligten gelebt werden**
- **Denken Sie an das Erscheinungsbild (Corporate Identity) von Mac Donalds**

Regeln IV

- **Die Marke bei allen Kunden, Lieferanten und Kapitalgebern bekannt machen**
- **Testen Sie die Bekanntheit Ihrer Marke durch Umfragen im Kunden-, Lieferanten- und Kapitalgeberkreis**

Regeln V

**Leben und zeigen Sie Ihre Marke
(Corporate Identity)**

Vermeiden Sie Namensänderungen

**Machen Sie Ihren Namen und
Ihre Marken überall bekannt**

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und stehe für Fragen zur Verfügung

Andreas J. Maier
Industrieberatung Maier AG
Gewerbestrasse 10
4450 Sissach