Zeitschrift: Mittex : die Fachzeitschrift für textile Garn- und Flächenherstellung im deutschsprachigen Europa

Herausgeber: Schweizerische Vereinigung von Textilfachleuten

Band: 113 (2006)

Heft: 1

Rubrik: 4 fashionmakers

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Fortsetzung von Heft «mittex» 6/2005

Schweizer Modemessen 2006

Januar		
Ornaris	15.1.-18.1.	Zürich
Trend-Information		
	16.1.	Zürich/TMC
Februar		
Swisspel-Intermezzo		
	6.2.-8.2.	Dietikon
Femme	6.2.-9.2.	Zürich/TMC
Homme	6.2.-9.2.	Zürich/TMC
Dessous	13.2.-16.2.	Zürich/TMC
Enfant	13.2.-16.2.	Zürich/TMC
Sport	20.2.-2.3.	Zürich/TMC
Swisspo	26.2.-1.3.	Zürich
März		
Novotex	12.3-13.3.	Zürich/TMC
Intertex	13.3.-16.3.	Zürich/TMC
Avantgarde	31.3.-14.4.	Zürich/TMC
April		
Moda Made in Italy		
	4.4.-5.4.	Spreitenbach/fom
Swissexpo	8.4.-9.4.	Zürich
Swisspel	9.4.-12.4.	Dietikon
Interpel	9.4.-12.4.	Spreitenbach/fom
Juni		
Trend-Information		
	12.6.	Zürich/TMC
Juli		
Femme	31.7.-4.8.	Zürich/TMC
Homme	31.7.-4.8.	Zürich/TMC
August		
Bademode	7.8.-10.8.	Zürich/TMC
Sport	7.8.-17.8.	Zürich/TMC
Ornaris	13.8.-16.8.	Bern
Dessous	14.8.-17.8.	Zürich/TMC
Enfant	14.8.-17.8.	Zürich/TMC
Bespo	27.8.-29.8.	Bern
Swisspel-Intermezzo		
	28.8.-30.8.	Dietikon
September		
Avantgarde	1.9.-14.9.	Zürich/TMC
Novotex	10.9.-11.9.	Zürich/TMC
Oktober		
Swisspel	15.10.-18.10.	Dietikon
November		
Blickfang	24.11.-26.11.	Zürich

Marken und Designschutz

Stefan Gertsch, Ing. EurEta / Bekleidungstechniker TS, Geschäftsführer der Firma Gertsch Consulting und Mode Vision

Marken- und Designschutz hat in den letzten Jahren an volkswirtschaftlicher und wirtschaftspolitischer Bedeutung gewonnen – nicht nur in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Eine Marke ist nicht nur Schutz, sondern Ausdruck einer eindeutigen Identifikation, Abgrenzung gegenüber Mitbewerbern und als Orientierung für die Kundschaft gedacht.

Geistiges Eigentum

Wer innovativ ist, seine Ideen weiterverfolgt und diese schlussendlich in der Praxis umsetzt, hat das Bedürfnis, diese Leistung als sein geistiges Eigentum zu schützen. Das Immaterialgüterrecht bietet dabei für die verschiedenen Bedürfnisse entsprechende Schutzrechte, je nach Merkmal der Waren oder Dienstleistungen:

Erfindung, die einer Ware oder einem Herstellverfahren eigens ist = **Patent**
Form, welche eine Ware charakterisiert = **Design**
Name, mit welchem eine Ware oder eine Dienstleistung angepriesen wird = **Marke**
Schutz von Software, Texten, Bildern, Musik = **Urheberrecht**

In der Textil- und Bekleidungsindustrie ist das nicht anders. Hier sind es vor allem die Marke und das Design, welche beansprucht werden. Aus diesem Grund werden in den detaillierten Ausführungen nur diese näher erläutert.

Was bietet ein Schutzrecht?

Die zentralen Funktionen der gewerblichen Schutzrechte für immaterielle Güter können wie folgt definiert werden:

1. Mit einem Schutzrecht haben deren Inhaber die Möglichkeit, Dritte (in der Regel die Konkurrenz) von der wirtschaftlichen Nutzung der Güter auszuschliessen. Darunter versteht man im Einzelnen die Herstellung und Verwendung, den Verkauf (auch Schenkung) und das Bewerben eines solchen Gutes. Schutzrechte können auch verkauft, vermietet (Lizenzen), verpfändet oder vererbt werden.
2. Schutzregister sind wichtige Informationsquellen für Unternehmer, Entwickler und Kreative, denn als Gegenleistung für den Schutz müssen Detailinformationen über die zu schützende Ware oder Dienstleistung veröffentlicht werden.
3. Für eine professionelle Vermarktung bilden Schutztitel eine wichtige Basis und fördern das Renommee und die Identifikation einer Firma.

Was bietet ein Schutzrecht nicht?

Die Schutzrechte sind verschiedenen Einschränkungen unterworfen:

1. Ein Schutzrecht ist zeitlich begrenzt. Die maximale Schutzdauer kann nicht verlängert werden. Abgelaufene Schutzrechte sind somit frei verfügbar. Doch keine Regel ohne Ausnahme: Der Markenschutz kann in der Schweiz beliebig oft verlängert werden.

2. Eingetragene Schutzrechte sind nur für ein bestimmtes Land oder Territorium gültig. Eine in der Schweiz eingetragene Marke ist somit nur in der Schweiz gültig. Aus diesem Grund muss bei der Eintragung überlegt werden, in welchen Ländern man ein Schutzrecht eintragen lassen will. Ausserhalb des Schutzgebietes können Dritte grundsätzlich ungeschoren auf ein Immaterialgut zurückgreifen.
3. Inhaltlich erfasst das Schutzrecht nur die gewerbliche (wirtschaftliche) Nutzung einer Erfindung oder Kreation. Dies bedeutet, dass zum Beispiel ein patentierter Gegenstand zu Forschungszwecken oder zum Privatgebrauch ohne Zustimmung des Patentinhabers benutzt werden kann.

Gut zu wissen

- Ausser dem Urheberrecht müssen die übrigen Schutzrechte beantragt und, falls gewünscht, periodisch erneuert werden.
- Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. Schutzrechte gehören grundsätzlich demjenigen, der eine Marke, Erfindung oder ein Design als Erster anmeldet.
- Ab dem Datum der Anmeldung laufen alle Fristen in Bezug auf Zahlung, Eingaben oder maximale Laufzeiten. Auch Fristen für die Anmeldung eines Schutzrechtes (Marke, Erfindung oder Design) in anderen Ländern, sodass kein Dritter zuvorkommen kann.

Am Anfang jeder Schutzrechtsregistereintragung – die Recherche

Bevor man daran geht, ein Schutzrecht anzumelden, ist man gut beraten, mittels einer Marken-, Technologie- oder Patentrecherche abzuklären, ob man ein bereits eingetragenes Schutzrecht verletzen würde. Weltweit sind grosse Schutzregisterdatenbanken vorhanden, in welchen man eine Fülle von Informationen findet. Man geht davon aus, dass in den weltweit 40 Millionen Patentschriften mehr als 80% des technologischen Wissens festgehalten sind.

Diese Informationen können nicht nur als Vorabklärung von eigenen, geplanten Schutzanmeldungen dienen, sondern auch für Forschungs- und Entwicklungsprojekte herangezogen werden, um so zum Beispiel Doppelentwicklungen zu vermeiden.

Recherchen dienen zudem als Überwachungsinstrument, zur Beobachtung der Konkurrenz oder, um Trends zu erkennen.

Hilfe bei Recherchen bieten Ihnen entweder Marken- und Patentanwälte, die nationalen Schutzregisterstellen oder Gratis-Datenbanken wie www.swissreg.ch (in der Schweiz eingetragene Schutztitel) oder www.espacenet.ch (40 Millionen weltweit eingetragene Patentdokumentationen).

Die Marke®

Die Marke ist das Profilierungsmerkmal für Waren oder Dienstleistungen schlechthin. Aus diesem Grund sollte in den Aufbau einer Marke entsprechend Zeit und Geld investiert werden. Marken sind auch als Warenzeichen oder «Trademark» bekannt.

Doch was ist eine Marke? Im rechtlichen Sinn ist eine Marke ein Zeichen, das sich dazu eignet, eine Ware oder Dienstleistung eines Unternehmens von solchen eines anderen Unternehmens zu unterscheiden. In der Praxis werden folgende Markenformen unterschieden:

- **Wortmarke:** TALLY WEIJL (Tally Weijl Holding AG)
- **Buchstabenkombination:** PKZ (PKZ • Burger-Kehl & Co. AG)
- **Zahlenkombination:** 501 (Levi Strauss & Co.)
- **Bildliche Darstellung:** SBB-Logo
- **Dreidimensionale Darstellung:** Toblerone
- **Slogan:** «Katzen würden Whiskas kaufen»
- **Tonfolge (Melodie):** Migros-Melodie
- Kombinationen der oben genannten Elemente

Im Weiteren unterscheidet man zwischen folgenden Markenarten:

- Die **Individualmarke** eines Unternehmens für eine Ware oder Dienstleistung, wie zum Beispiel Tally Wally.
- Die **Kollektivmarke**, welche die Zugehörigkeit zu einer Vereinigung symbolisiert, wie zum Beispiel der Drogistenstern.
- Die **Garantiemarke**, welche bestimmte Qualitätseigenschaften eines Produktes auszeichnet, wie zum Beispiel IP Suisse oder Fair Trade.

Kein Schutz kann für einzelne Buchstaben oder Ziffern, Abkürzungen, geometrische Figuren und Zeichen von internationalen Organisationen beantragt werden. Auch dürfen Marken nicht gegen die öffentliche Ordnung und die guten Sitten verstossen. Zudem darf eine Marke keine falschen Eigenschaften vortäuschen (zum Beispiel in Bezug auf Herkunft oder Beschaffenheit).

In der Schweiz ist eine eingetragene Marke ab Hinterlegungsdatum 10 Jahre geschützt und kann jeweils für weitere 10 Jahre verlängert werden. Doch aufgepasst! Nach der Eintragung muss die Marke innerhalb der nächsten 5 Jahre auch genutzt werden.

Gut zu wissen

Im Schweizerischen Handelsregister eingetragene Firmen (Namen von Unternehmen) sind grundsätzlich nicht als Marke geschützt. Ein Eintrag ins Markenschutzregister kann sich je nach Ausrichtung auf dem Markt aufdrängen.

Markenschutz in der Schweiz

Ein Markenschutz muss aktiv beantragt werden. Dies kann auf schriftlichem Weg oder via Internet geschehen. Formulare finden Sie unter www.ige.ch oder die elektronische Variante unter https://e-trademark.ige.ch.

Jeder Marke muss dann mindestens eine der 45 Nizza-Klassen zugeordnet werden, für deren Bereich das Schutzrecht gelten soll. Für die Textil- und Bekleidungsindustrie sind hauptsächlich folgende Klassen von Interesse:

22. Seile, Bindfaden, Netze, Zelte, Pla-

nen, Segel, Säcke (soweit sie in dieser Klasse enthalten sind); Polsterfüllstoffe (ausser aus Kautschuk oder Kunststoffen); rohe Gespinstfasern
23. Garne und Fäden für textile Zwecke
24. Webstoffe und Textilwaren, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind; Bett- und Tischdecken
25. Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen
26. Spitzen und Stickereien, Bänder und Schnürbänder; Knöpfe, Haken und Ösen, Nadeln; künstliche Blumen
27. Teppiche, Fussmatten, Matten, Linoleum und andere Bodenbeläge; Tapeten (ausgenommen aus textilem Material)

Nach der Hinterlegung wird die Marke in dem Sinn geprüft, ob sie die rechtlichen Bestimmungen für einen Schutz erfüllt oder nicht. Es wird also nicht geprüft, ob eine bereits registrierte Marke verletzt wird. Nach der Eintragung wird sie im Schweizerischen Handelsblatt (SHAB) veröffentlicht.

Dies ist auch der Zeitpunkt, an welchem Dritte Einspruch gegen eine Markeneintragung machen können, da diese gegebenenfalls einen bereits registrierten Markenschutz verletzt. Man ist gut beraten, wenn man bereits im Vorfeld – nach Vorliegen der Rechercheresultate – mit allfälligen Firmen Kontakt aufnimmt, welche eine ähnliche Marke registriert haben, um unnötige Kosten zu vermeiden.

Ausdehnung des Schutzrechts auf weitere Länder

Beabsichtigt man, das Schutzrecht einer Marke auf weitere Länder auszudehnen, so stehen verschiedene Wege offen.

Zum einen die Ausdehnung des Schutzrechtes nach dem Madrider Abkommen, welches beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum direkt verlangt werden kann. Hier können gezielt einzelne Länder ausgewählt werden.

Zum anderen beim Harmoniesierungsamt für den Binnenmarkt (HABM). Hier erhält man Markenschutz für das gesamte Gebiet der Europäischen Gemeinschaft. Aber aufgepasst! Es gilt das Motto: Alles oder Nichts. Verstösst die Marke in einem Land bereits gegen eine national eingetragene Marke, so erhält man in keinem der Länder eine Eintragung. Es bleibt dann nur noch der Weg über das Madrider Abkommen.

Das Design «mod.dép.»

Das Design, auch als Muster, Modell, «modèle déposé» oder Industrial Design bekannt, spricht die Sinne an, löst Gefühle aus, schafft Identifikation und profiliert. Aus diesem Grund ist Design zu einem mitentscheidenden Marktwert geworden, so zum Beispiel, um Fälschungen zu identifizieren.

Der konkrete Nutzen eines Designschutzes besteht darin, dass man anderen verbieten kann, Produkte mit gleichem oder ähnlichem Design zu gewerblichen Zwecken zu gebrauchen. Als Gebrauch gelten insbesondere das Herstellen, das Lagern, das Anbieten, das Wiederinverkehrsetzen, die Ein-, Aus- und Durchfuhr sowie der Besitz zu diesen Zwecken.

Doch was ist Design?

Im rechtlichen Sinn versteht man unter Design die äussere Gestaltung von Erzeugnissen oder von Teilen eines Produktes. Vom Schutz ausgeschlossen sind Designs, die sich ausschliesslich aus der Verwirklichung einer technischen Funktion (z.B. das Gewinde einer Schraube) ergeben, Bundesrecht oder Staatsverträge verletzen. Explizit durch das Designgesetz nicht geschützt werden zudem Herstellungsarten (zum Beispiel die Fabrikationsart von Kleidern).

Ein Design kann vom Hinterlegungsdatum an für maximal 25 Jahre (fünf Perioden à fünf Jahre) geschützt werden.

Hinterlegung in der Schweiz

Zusammen mit dem ausgefüllten Eintragungsgesuch muss mindestens eine zur Reproduktion geeignete Abbildung des Designs beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum eingereicht werden. Formulare können unter www.ige.ch bezogen werden. Hinterlegen kann man ein Design auch auf elektronischem Weg über design@ipi.ch. Möchte man ein hinterlegtes Design nicht gleich veröffentlichen lassen, so kann ein Aufschub von maximal 30 Monaten verlangt werden.

Ein Designschutz kann auch auf weitere Länder ausgedehnt werden. Dies kann, wie bei der Marke, für ein einzelnes Land oder für mehrere Länder erfolgen.

Informationen

Weitere und ausführlichere Informationen finden Sie unter:
www.ige.ch
www.ip-search.ch

Im Weiteren kann auch eine Broschüre mit dem Titel: Patente, Marken & Co. «Das Immaterialgüterrecht auf den Punkt gebracht» bei www.ige.ch bestellt oder als PDF-Datei heruntergeladen werden. Dort finden Sie auch Preislisten für Recherchen und Eintragungs- und Hinterlegungsgebühren.

Zu guter Letzt – Herkunftsbezeichnung «Swiss made»

Das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum (IGE) hat ein Merkblatt veröffentlicht, welches über die Verwendung der Herkunftsbezeichnung «Swiss made» Auskunft gibt. Es kann über www.ige.ch/D/jurinfo/documents/j10709d.pdf heruntergeladen werden.

Daraus kann man entnehmen, dass die Angabe «Schweizererische Herkunft» auf Waren grundsätzlich an die beiden folgenden Voraussetzungen gebunden ist:

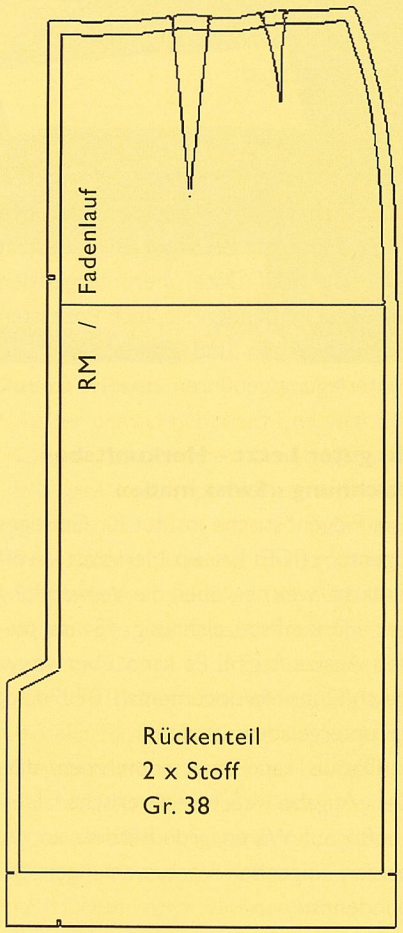
- Der schweizerische Wertanteil an den Herstellungskosten muss mindestens 50 % betragen.
- Der wichtigste Fabrikationsprozess muss in der Schweiz stattgefunden haben.

Weitere detailliertere Infos entnehmen Sie oben aufgeführtem Merkblatt.

Rationelle Verarbeitungsmethoden

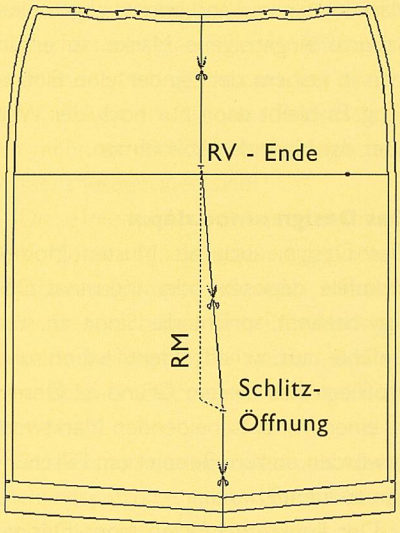
Helene Schär, STF Bekleidungstechnik

Verdeckter Schlitz (Jupe Rückenmitte)
Futter mit verlegtem Nahtverlauf
Vorbereitung Schnitt-Oberstoff
Schnittteil kopieren, für den Über- und Untertritt einen 3 cm breiten Besatz anzeichnen, Schlitzlänge ca. 15 cm, abgestimmt auf Jupelänge, Nahtzugabe 1 cm, Saumzugabe 4 cm



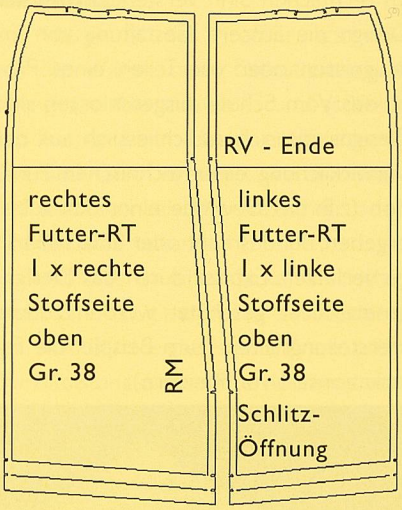
Jupe-Rückenteil mit konstruiertem Schlitz-Besatz und Nahtzugaben

Vorbereitung Schnitt Futter
Stoff zusätzlich über die Rückenmitte vertikal gespiegelt kopieren, Nahtverlegung 3 cm schräg (vgl. Besatzbreite Oberstoff) von Punkt Reissverschlussende bis Punkt Schlitzende einzeichnen.



Linkes und rechtes Futter mit Nahtverlegung dargestellt, von «innen» aus betrachtet

Futter-Schnittteile fertig stellen-
Linkes und rechtes Futterteil einzeln herauskopieren, zwischen Reissverschlussende und Schlitzende ca. 1,5 bis 2 cm Überlänge einschieben. Die fertige Saumkante des Futters liegt 2 cm höher als der fertige Stoffsaum. Für den Futter-Saum werden 2x2 cm gerechnet.



Fertiger Futterschnitt mit Nahtzugaben

Nähablauf
Vorbereitung Rückenteile
Stoff- und Futter-Nähte offen versäubern (overlocken), Soff- und Futter-Rückenmitte vom Reissverschlussende bis zum fertigen Schlitzende schliessen.

Stoff-Rückenteil:
Saum umbügeln, Schlitzbesatzteile gegen das linke Rückenteil bügeln, damit der Schlitz als Damenverschluss richtig liegt.

Futter-Rückenteil:
Saumbreite (2x2 cm) vorbügeln und kantig steppen.

Verstürzte Schlitzkante Untertritt
Schlitzöffnung mit 1 cm Nahtbreite, rechte Stoffseite auf rechte Futterseite legen und stürzen, dabei die 4 cm Saumbreite des Untertritts mitstürzen, beim Nähen darauf achten, dass die fertige Futtersaumkante 2 cm höher liegt als die fertige Stoffsaumkante.

Verstürzte Schlitzkante Übertritt
Schlitzöffnung mit 1 cm Nahtbreite, rechte Stoffseite auf rechte Futterseite legen und stürzen (Overlock der Besatznaht ist sichtbar).

Übertritt Saum-Ecke Variante 1 mit sichtbarer Overlocknaht

Übertritt Saumecke Variante 2
Wenn der Stoff dünn genug ist, kann die Saumbreite beim Übertrittbesatz auch mitgestürzt werden.

Übertritt Saum-Ecke Variante 2 mit verstürzter Naht

Das Prinzip der Nahtverlegung kann grundsätzlich für unterschiedliche Details verwendet werden, z.B. Schlitz beim Veston, Mantel usw.

Fortsetzung folgt!