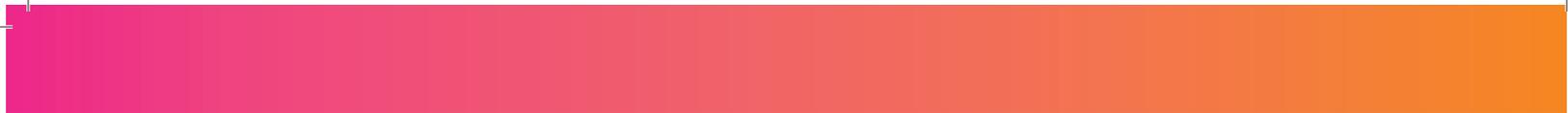


# Inhaltsverzeichnis

---

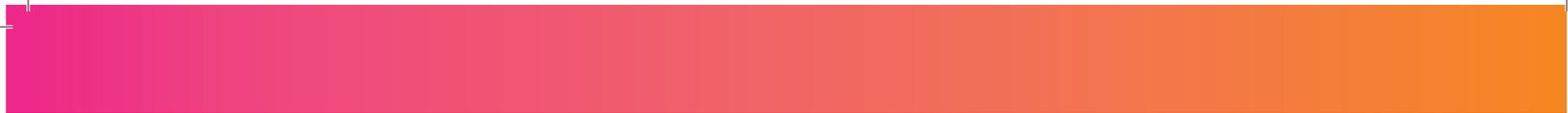
<b>3</b>	<b>Geistiges Eigentum - ein Unternehmerleitfaden für KMUs Ein Leitfaden für die Möbelindustrie</b>
<b>7</b>	<b>Was Sie über geistige Eigentumsrechte (Intellectual Property Rights – IPR) wissen sollten</b>
<b>15</b>	<b>Profitieren Sie von Ihrem Geistigen Eigentum</b>
<b>17</b>	Schritt 1: Finden Sie heraus, ob Ihre Vermögenswerte/Schöpfungen auch wirklich neu sind
<b>19</b>	Schritt 2: Schätzen Sie den Risikograd eines jeden innovativen Vermögenswertes/Marktes/Geschäftes ein
<b>22</b>	Schritt 3: Verdienen Sie Geld und schaffen Sie Werte durch die Nutzung Ihres geistigen Eigentums
<b>25</b>	Schritt 4: Gehen Sie im Bereich geistiges Eigentum strategisch vor
<b>29</b>	<b>Nationale Informationen</b>
<b>31</b>	Bulgarien
<b>39</b>	Tschechische Republik
<b>44</b>	Frankreich
<b>53</b>	Deutschland
<b>60</b>	Griechenland
<b>66</b>	Ungarn
<b>75</b>	Italien
<b>83</b>	Litauen
<b>91</b>	Polen
<b>99</b>	Portugal
<b>109</b>	Rumänien
<b>116</b>	Spanien
<b>125</b>	Großbritannien / Vereinigtes Königreich
<b>133</b>	<b>Andere Informationen</b>
<b>135</b>	China
<b>142</b>	Indien
<b>148</b>	Russische Föderation
<b>157</b>	USA / Vereinigte Staaten
<b>163</b>	Europa
<b>171</b>	Internationaler Schutz
<b>176</b>	Sektorbezogene Fallstudien

---



# **Geistiges Eigentum - ein Unternehmerleitfaden für KUMs**

*Ein Leitfaden für die  
Möbelindustrie*



# Ein Leitfaden für die Möbelindustrie

Möbel sind einfach überall: Wir arbeiten, kochen, essen, sitzen, entspannen, schlafen und lagern Dinge mithilfe von Möbeln. Möbel stellen ein beständiges Gut mit einem hohen Stückpreis und einer langanhaltenden Lebensdauer dar. Sie vereinen Funktionalität, Ästhetik, Ergonomie sowie Komfort. Möbel sind als unbeständige Konsumgüter im Allgemeinen trendanfällig. In den Industriestaaten sind die Haushalte gut ausgestattet und der Markt stützt sich immer mehr auf Ersatzkäufe: die Geschmäcker ändern sich und die Einkommen steigen. Es sollten daher neue Produkte angeboten werden, welche die klaren bzw. unerschwelligen Bedürfnisse der Verbraucher stillen.

Die Möbelindustrie der EU ist eine beschäftigungsintensive Branche, die 1,5 Millionen Menschen Arbeit bietet. Der Ertragswert dieser Branche liegt bei nahezu 110 Milliarden Euro. Ihre Dynamik verdankt die Branche ihrer Struktur aus kleinen und mittleren Unternehmen sowie ihrer Kreativität, ihrer schnellen Reaktionsfähigkeit und ihrer Anpassungsfähigkeit an neue Trends.

Der Möbelsektor tritt nun in eine Phase der Reife ein, nachdem er in den vergangenen zehn Jahren mit bedeutenden Veränderungen und Arbeitsplatzverlusten zu kämpfen hatte. Rationalisierung und Exportorientierung rücken stärker in den Vordergrund und bescheren den Unternehmen neue und zum Teil bedeutende Herausforderungen. Das vermehrte Vertrauen der Branche in qualifizierte Arbeitskräfte und effiziente Produktionstechniken zeigt, dass die Möbelbranche auch in Zukunft auf gut ausgebildete Facharbeiter und Management-Personal aufbauen will

In Europa setzt man daher verstärkt auf eine Strategie, die Synergieeffekte zwischen Innovation, Forschung, Mode, Design, Produktion und Qualität abzielt und dabei die Potenziale neuer Technologien in Einklang mit nachhaltigen Arbeitsverhältnissen anstrebt.

Neue Designs und Modelle werden in der Möbelbranche innerhalb des Unternehmens oder von externen Designern und Fachleuten durch Veränderungen des äußeren Erscheinungsbildes (neue Muster, die sich nach der Mode richten oder ihr vorangehen), Veränderungen bei der Materialnutzung (Kombination verschiedener Materialtypen), Veränderungen der Ergonomie, der Ökologie (recycelbare Möbel), etc. geschaffen. Wie in der Modebranche werden die neuen Modelle den Einzelhändlern und Kunden im Rahmen von Möbelmessen oder in den Ausstellungsräumen der Möbelher-

steller vorgestellt. Europäische Möbelhersteller sind Trendsetter, daher werden ihre Modelle häufig innerhalb wie außerhalb der EU nachgeahmt.

Werbung und Kommunikation betreffen u.a. die Entwicklung eines Markenimages, eines ausführlichen Kataloges für Einzelhändler und Verbraucher, die Investition in Internettechnologie, Werbung in den Medien, die Teilnahmen an Messen, die Schulung von Verkaufspersonal, etc. Das alles setzt Markenbildung und daher auch den Schutz von Marken und Urheberrechten voraus.

Es ist daher ganz klar notwendig, die Schöpfungen der Möbelhersteller vor Nachahmern und Fälschern zu schützen. Die Tatsache, dass die Möbelbranche bei den Eintragungen für Gemeinschaftsgeschmacksmusterschutz zahlenmäßig stark vertreten ist, bietet dafür gute Voraussetzungen. Von Januar 2003 bis September 2008 wurden 47.267 Möbeldesigns und -modelle eingetragen. Fast 13% aller Geschmacksmustereintragungen beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) stammen aus der Möbelbranche. Eine Aufspaltung nach Ländern zeigt, dass italienische Möbelhersteller innerhalb der vergangenen drei Jahre 30% der Eintragungen und deutsche Hersteller ein Viertel der Eintragungen ausmachten. Die Niederlande belegten mit über 10% der Eintragungen den dritten Platz.

Die Möglichkeit einzelner Hersteller, ihre Muster- und Modellrechte schützen zu lassen und aktiv durchzusetzen ist bei der Verteidigung ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu einem bedeutenden Werkzeug geworden. Daher hängt immer mehr von der Bereitschaft der Unternehmen ab, sich mit diesem Thema ausreichend auseinanderzusetzen.

Wenn Sie:

- der Ansicht sind, dass Schöpfungen, neue Modelle und Marken für Unternehmen wichtige Vermögenswerte darstellen und Sie gerade dabei sind, eine Strategie zur Durchsetzung der geistigen Eigentumsrechte zu entwickeln, um diese Vermögenswerte zu schützen;

- sich der rechtlichen Möglichkeiten im Bereich „gewerbliche Schutzrechte“ bewusst sind, jedoch befürchten, dass Sie nicht über genügend finanzielle und personelle Ressourcen verfügen, um Ihre Schutzrechte auch durchzusetzen;