

Inhaltsverzeichnis

3	Geistiges Eigentum - ein Unternehmerleitfaden für KMUs Ein Leitfaden für die Textil- und Bekleidungsindustrie
----------	--

7	Was Sie über geistige Eigentumsrechte (Intellectual Property Rights – IPR) wissen sollten
----------	--

15	Profitieren Sie von Ihrem Geistigen Eigentum
17	Schritt 1: Finden Sie heraus, ob Ihre Vermögenswerte/Schöpfungen auch wirklich neu sind
19	Schritt 2: Schätzen Sie den Risikograd eines jeden innovativen Vermögenswertes/Marktes/Geschäftes ein
22	Schritt 3: Verdienen Sie Geld und schaffen Sie Werte durch die Nutzung Ihres geistigen Eigentums
25	Schritt 4: Gehen Sie im Bereich geistiges Eigentum strategisch vor

29	Nationale Informationen
31	Bulgarien
39	Tschechische Republik
44	Frankreich
53	Deutschland
60	Griechenland
66	Ungarn
75	Italien
83	Litauen
91	Polen
99	Portugal
109	Rumänien
116	Spanien
125	Großbritannien / Vereinigtes Königreich

133	Andere Informationen
135	China
142	Indien
148	Russische Föderation
157	USA / Vereinigte Staaten
163	Europa
171	Internationaler Schutz
176	Sektorbezogene Fallstudien



Geistiges Eigentum - ein Unternehmerleitfaden für KUMs

*Ein Leitfaden für die Textil- und
Bekleidungsindustrie*



Ein Leitfaden für die Textil- und Bekleidungsindustrie

Kleidung ist unsere zweite Haut. Kleidung hält uns warm und schützt uns. An der Kleidung erkennt man meistens, wer wir sind; unser Alter, Geschlecht, unseren Status, unsere Gesellschaftsschicht, Kultur, Religion, politische Anschauung, Mitgliedschaft in einer bestimmten Gruppe, unseren persönlichen Geschmack, etc.

Textilien sind aber nicht nur Kleider. Wir verwenden Textilien heute überall: Ob zuhause als Bettbezug, oder in Transportmitteln und Gebäuden als Dämmmaterial, Textilien können fast überall sinnvoll eingesetzt werden und: Textilien lassen sich nicht wirklich ersetzen; weder bei der Kleidung, noch in den Bereichen der Innendekoration. Und was sogar noch wichtiger ist: in den kommenden Jahren werden zahlreiche Materialien wie Metall und Plastik durch auf Textilien basierende Materialien ersetzt, z. B. in der Elektronik, bei Ausstattungen für die Gesundheitsfürsorge, im Energiewesen, im Bauwesen, im Automobilwesen, beim Schiffsbau, bei der Luftfahrt, beim Maschinenbau, bei Möbeln, bei persönlichen Schutzvorkehrungen und womöglich in weiteren neuen, unerwarteten Anwendungsbereichen. Diese neuen Textilprodukte für innovative technische Anwendungsmöglichkeiten – oft auch technische Textilien genannt – ebenso wie die aufkommenden intelligenten Textilien mit multifunktionalen Eigenschaften verzeichnen schon heute höhere Wachstumsraten und einen steigenden Anteil am Branchenumsatz im Vergleich zu herkömmlichen Textilien.

Die europäische Textilbranche spielt schon seit langer Zeit in den Bereichen Innovation, Mode und Kreativität eine führende Rolle. Trotz eines ansteigenden, erbitterten, weltweiten Wettbewerbs und der Neuansiedlung der Produktion in Länder mit Niedriglöhnen, gehört sie mit einem jährlichen Umsatz von über 210 Milliarden Euro und mit insgesamt 2,3 Millionen Arbeitskräften noch immer zu den bedeutendsten Industriesektoren Europas. Sie ist ein wichtiger Akteur im Welthandel, an erster Stelle beim Textilexport und an dritter bei der Kleidung.

Und Sie sind Teil dieses Erfolges: 170.000 Unternehmen in der erweiterten EU, davon etwa 96 % KMU, haben ihren Unternehmensstandort in der EU und produzieren eine Vielzahl unterschiedlicher Produkte für Verbraucher und Industrie.

Die besondere Innovationskraft und Kreativität in der Textilbranche wirkt sich dabei verstärkt positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen aus – auch im internationalen Kontext –

denn Europa bietet neben seiner einzigartigen kulturellen Vielfalt auch die notwendigen wirtschaftlichen, technologischen und wissenschaftlichen Rahmenbedingungen

Es verwundert daher kaum, dass mancher Wettbewerber seinem Geschäft ein wenig auf die Sprünge helfen will und sich unerlaubter Fälschungen und Kopien bedient.

Der Innovationsvorsprung Europas wird aber durch die Abschöpfung des geistigen Eigentums seiner Marktakteure bedroht. Denn es handelt sich hierbei um einen Vermögenswert, möglicherweise um den wertvollsten, den die Menschen, Unternehmen und Einrichtungen, die Europas Textil- und Kleiderindustrie verkörpern, besitzen.

Heute sind es nicht mehr nur die Luxusgüter großer Unternehmen, die nachgeahmt werden – auch KMU fallen Fälschern immer häufiger zum Opfer. Dabei ist es umso besorgniserregender zu wissen, dass über 90% der Unternehmen kleiner und mittlerer Größe sind und viele davon leider oftmals nicht die nötigen Mittel zur Durchsetzung ihrer Rechte besitzen. Beinahe schlimmer aber mutet es an, wenn eine Vielzahl dieser Unternehmen noch nicht einmal wissen, welche ihrer Vermögenswerte geschützt werden können und wie sie gegen die unerlaubte Nachahmung ihrer Muster und Modelle vorgehen können, selbst, wenn diese nicht eingetragene sind.

Stellen wir uns selbst einige strategische Fragen:

Welche geistigen Eigentumsrechte Vermögenswerte unterscheiden unser Unternehmen von unseren Wettbewerbern? Welche dieser geistigen Eigentumsrechte sollten geschützt werden und wie, z. B.: Marken, Geschmacksmuster, Modelle, Warenzeichen, Verpackungen, Industrie- und Geschäftspraktiken?

Lohnt es sich, unsere Muster oder Modelle eintragen zu lassen, auch wenn es sich um Saisonware handelt?

Wie können wir uns davor schützen, auf internationalen Messen oder durch unsere eigenen Geschäftspartner nachgeahmt oder gefälscht zu werden?

Welche Maßnahmen können wir in bestimmten Ländern unternehmen, wenn unsere Produkte nachgeahmt oder gefälscht werden?