



Prüfungs-Tipps | Band 3 | 2007

Für Marketingplaner, Verkaufsleiter und
Verkaufskordinatoren

■ **Mündliche Prüfungen**

Index

A

Abbildung von Briefmarken 29
 Abbildung von Münzen 29
 Abbildung von Wertzeichen 29
 Akustische Marken 18, 19
 Alkohol 14, 22, 24, 25
 alkoholische Getränke 14
 Alkoholwerbung 14
 Allgemeingut 18
 Alterslimite 14
 anstössig 15
 Antworten 11
 Architektur 25
 Auftritt 10
 Augenkontakt 11
 Aussenwerbung 14, 24

B

Bad news 8
 Banknoten 29
 Beantworten 11
 Bedenkzeit 13
 Bescheidenheit 11
 Bestellblatt 31
 Bewertungsblatt 12
 Bildhauerei 25
 Bildmarke 18
 Bitte Werbung! 8
 Blackout 9
 Blickfang 10, 16
 Briefmarken 29
 Bundesgesetz 15, 25
 Busse 26, 29

C

Carpe Diem 8
 Choreografie 25

D

Das Adler-Syndrom 12
 Dauerwerbesendung 25
 Definitionen 11
 Designschutz 15
 Diskriminierende Werbung 16
 Diskussionen 13

Dozent 9
 Drei-Tage-Bart 10
 Dress-Code 10
 Drill®-Trainings 31
 Drogistenstern 18
 DRS-Sender 22

E

Eidg. Inst. f. geist. Eigentum 19
 Eigengebrauch 19, 26
 Ein- & Auftritt 10
 Einsatzplan 7
 Einsprachefrist 19
 Erfindung 21
 Erneuerung 15

F

Fachausweis 1, 4
 Fachgespräch 8, 10, 11
 Fachwissen 10, 11
 Fälschungsabsicht 29
 feiern 13
 Filme 25
 Fotografie 25, 27
 Frageserien 13
 Freizeit-Slang 11
 Freunde 13
 Füllphrasen 9

G

Garantiemarke 18
 Gebrannte Wasser 14, 17
 Gebrauchsnutzen 18
 Gefängnis 26, 29
 geistiges Eigentum 18, 19
 gesetzeswidrig 15
 Gesprächspartner 11
 Gewinnspiele 17
 Good News 8, 10
 Grafik 25
 Gutscheine 16

H

Handelsamtsblatt 19
 Heilmittel 22, 25
 Heilung 21

Hinterleger 15
 Hinterlegung 15, 19
 Hinterlegungsgebühr 15
 Höchstleistung 10
 Hoffnung 12
 Holzweg 13

I

IGE 15, 19, 21
 Impressum 32
 Individualmarke 18
 Inführung 17

J

Jäger & Sammler 9
 Jingle 18
 Jugendliche 14, 24
 Jugendpublikationen 14, 24

K

kant. Bewilligung 17
 Kantonale Wappen 18
 Kantone 14, 24
 Kaufzwang 17
 Klangmarke 18
 Knacknüsse 9
 Kollektivmarke 18
 Kompromisse 9
 Kopieren 15, 25
 Kunst 25, 27

L

Lampenfieber 10
 Lautsprecher 8
 Lehrperson 26
 Lerngruppe 9
 Literatur 25, 27
 Lotteriegesetz 17

M

Macken 9
 Made in Switzerland 18
 Mailings 8, 9
 Malerei 25
 Marke 18, 19, 23
 Markenmeldung 19

Markeninhaber 18
 Markenpolitik 20
 Markenrecht 18
 Markenrechtsrecherche 19
 Markenrechtsverletzung 19
 Markenregister 19
 Marktbeobachtung 15
 Mäzen(at)entum 23
 Medienpräsenz 24
 Mediensprecher 8
 Medikamente 21
 Medizinische Produkte 21
 Mindestnoten 4
 Modell 15
 MPL-Entwicklung 5
 Multimediaprodukte 27
 Münzen 29
 Muster 15

N

Nachahmung 15
 Nachrichtensendungen 23
 nach der Prüfung 13
 Notenbank 29
 Notendurchschnitt 4, 8
 Nützliche Informationen 4
 Nutzungsrecht 26

O

Optimisten 4

P

Patentanmeldung 21
 Patentrecht 21
 Pessimisten 4
 PR 4, 8, 24
 PR-Blume 12
 Praxis 9
 Praxismaterial 8
 Privatkopie 19, 26
 Privatsender 22, 25
 Productplacement 23
 ProLitteris 27
 Prüfungsfächer-Übersicht 4
 Prüfungsraum 12
 Prüfungssimulationen 10

Prüfungstag 10

Q

Quellenangabe 19, 26

R

R.E.S.P.E.C.T 8
 Radiowerbung 22
 Registrierung 19
 Reproduktion 15
 Rezitieren 11
 Risikoausschluss 17

S

Schadenersatzforderung 26
 Schleichwerbung 22, 23, 25
 Schönschreibung 18
 Schriftsprache 11
 Schullektion 9
 Schutzperiode 15
 Schweizerkreuz 18
 Selbstzweifel 13
 Sendeanstalten 25
 Sendezeit 22, 25
 sexistische Werbung 16
 SHAB 19
 Simulation 1:1 9
 Small-Talk 10
 SMCC 27
 Software 25, 26
 Sponsoring 23, 24
 Sprachwerke 25
 SRG 25, 27
 SSA 27
 StGB 29
 Stopp - keine Werbung 8
 SUISA 27
 SUISSIMAGE 27
 Superlative 28
 Sweepstake 17
 SWISSPERFORM 27

T

Tabak 14, 22, 24, 25
 Tafel 13
 technische Erfindung 21

Teilnahmebedingung 17
 Termine, wichtige 6
 Tipps für den Prüfungstag 10
 Tipps zur Vorbereitung 8
 Tombola 17
 Ton- & Bildträger 25
 TV-Werbung 25

U

Überzeugungskraft 10
 unlauter 25
 Unterwerfung 16
 URG 25
 Urheberrecht 15, 25, 26
 Urheberrechtsgesellschaft 27

V

Vergleichende Werbung 28
 Verkaufspreis-Angaben 14
 Verlosung 17
 Verständnis 8, 13, 24
 Verstoß, gewerbsmässiger 26
 Vertrauen 8, 24
 Verwechslungsgefahr 29
 Verwertungsgesellschaft 26, 27
 Visualisieren 13
 Vollgas 10, 13
 Vom Winde verweht 11
 Vorabverlosungen 17

W

Warnaufschrift 24
 Was zählt wieviel? 12
 Werbe-(Car-)Fahrten 28
 Werbeblock 25
 Werbegeschenke 14
 Wertzeichen 29
 Wettbewerb 17
 Wissensfrage 12
 Wissenslücken 13
 Wortmarke 18

Z

Zahlenmarke 18
 Zeit 10, 12, 13
 Zeitplan & Milestones 6

Tipps für den Prüfungstag

Lampenfieber 1 - Gründe

Es gelingt Ihnen in Ihrer Firma ohne weiteres, vor ein paar Leute zu treten und Ihr neues Projekt mit Feuer, Überzeugungskraft und rhetorischem Geschick vorzustellen. Warum? Sie sind perfekt vorbereitet, kennen jedes Detail und sind für Einwände, Fragen und Hindernisse gewappnet. Gelingt Ihnen derselbe Auftritt, wenn Sie mit einem Thema weniger vertraut sind und selbst noch mit Fragezeichen zu kämpfen haben? Der Grad Ihrer Vorbereitung, die Anzahl der 1:1 durchgespielten Prüfungssimulationen bringt jene Sicherheit, die Biel zu einem unvergesslichen Erlebnis macht.

Lampenfieber 2 - Good News

Die gute Nachricht: Lampenfieber ist nötig, um Höchstleistungen zu erbringen. Und nun die gute Nachricht: Lampenfieber löst sich in Luft auf, sobald Sie „in der Lampe“ stehen. Also sobald es draufankommt. Fragen Sie Künstler - vorteilhafterweise auch erfolgreiche. Jeder formuliert es anders und jeder sagt dasselbe: Licht an - Spot aus (oder umgekehrt) – und das Fieber verschwindet - vorausgesetzt Sie wissen, optimal vorbereitet zu sein.

Dress-Code

Sie finden Ihren 3-Tage-Bart sexy? Ihre schönen Beine kommen im knappen Mini am besten zur Geltung? Grossvaters goldene Krawattennadel ist ein echter Blickfang? Sie sind nicht hier um äusserlich zu beeindrucken oder neue Freunde zu finden. Sie sind hier, um Ihr Fachwissen zu präsentieren. Verzichten Sie also auf „Verkleidung“ jeder Art, bleiben Sie wie Sie sind und lenken Sie die Aufmerksamkeit des Expertenteams auf das, was Sie zu sagen haben.

Ein- & Auftritt

Tief durchatmen und eintreten. Die Experten wollen niemanden „fertig machen“, sondern ein Fachgespräch führen. Nicht vergessen: Sie wollen nur Ihr Wissen - nicht Ihr Leben. Verzichten Sie auf Small-Talk, Scherzchen und ähnliches. Die Zeit läuft - und nur dann für Sie, wenn Sie punkten können. Also: Vollgas.

Tiefstapler

Es ist der falsche Augenblick wieder einmal klar zu machen, dass Sie praktisch fürs gesamte Marketing Ihrer international tätigen Firma verantwortlich sind und der Laden ohne Sie glatt dicht machen könnte. Bescheidenheit ist eine Zier...gerade hier.

Fachgespräch

Die Experten wollen ein Fachgespräch durchführen - kein Verhör. Verhalten Sie sich wie ein gleichwertiger Gesprächspartner. Suchen Sie den Augenkontakt, statt das Teppichmuster zu studieren. Benutzen Sie die Fachterminologie und nicht den Freizeit-Slang. Sieht man Ihnen an, dass Sie es kaum erwarten können, Ihr Wissen hier und jetzt los zu werden?

Vom Winde verweht

Fachmann sein heisst auch, sich eine Meinung zu bilden, diese begründen und konsequent vertreten zu können. Wechseln Sie Ihre Meinung nicht permanent, nur weil Sie glauben, damit zu gefallen. Nehmen SIE einen „Fachmann“ ernst, der seine Fahne permanent nach dem Wind richtet?

Rezitieren

Überprüfen Sie nochmals Ihre wichtigsten Definitionen. Ist Ihnen wirklich jedes einzelne Wort klar - oder wechseln Sie automatisch in die Schriftsprache, weil Sie einfach auswendig gelernt haben? Nachplappern bringt keine Punkte - echtes Fachwissen schon.

Das Adler-Syndrom

Adler-Syndrom bedeutet: Ich kann die gestellte Frage nicht beantworten - und versuche es trotzdem. Ich spreize verbal die Flügel und kreise rhetorisch ums Thema. Dies in der Hoffnung, zufällig den Kern der Sache zu treffen. Verlorene Zeit. Bitten Sie um eine andere Formulierung, wenn eine Frage unklar rüberkommt. Verlangen Sie die nächste Frage, wenn Sie eine Antwort mal nicht liefern können. Das erspart ein paar Meter Holzweg, oder eben Flugmeilen.

„Made in Switzerland“

- Bedingungen für die Verwendung dieser Bezeichnung**
- Ware wird zu 100% in der CH hergestellt
 - Mindestens 50% aller Produktionskosten fallen in der CH an
 - Umgestaltung importierter Produkte/Teile in der CH zu völlig anderem Gebrauchsnutzen (z.B. Import von ausl. Holz -> Verarbeitung zu Tischen)

Markenrecht

- Um was gehts?** Schutz von Marken
- Was ist eine Marke primär?** Eine Marke ist geistiges Eigentum
- Was kann geschützt werden?** Grundsatz: Alle grafisch darstellbaren Zeichen können Marken sein und damit geschützt werden
- Was kann nicht geschützt werden?** Schweizerkreuz, Kantonale Wappen für Dienstleistungen, Allgemeingut („Super-Öl“), Marken beschreibender Natur („Apple“ für Äpfel geht nicht, für Computer hingegen schon)
- Markenarten**
- Wortmarke
 - Bildmarke
 - Zahlenmarke
 - Kombinationen dieser drei Arten
 - Akustische Marke (Jingle, Klangmarke)
- Individualmarke: Einzelnes Unternehmen/Produkt
 Kollektivmarke: Vereinigung (z.B. Drogistenstern)
 Garantiemarke: Label (Der Markeninhaber darf dieses nicht selbst verwenden und keinen direkten, wirtschaftlichen Nutzen daraus ziehen)

- Markenformen** zwei-/dreidimensionale Marken, akustische Marke
- Welche Bedingungen müssen erfüllt werden?** Keine älteren registrierten Rechte eines Dritten. (Wer zuerst kommt mahlt (registriert) zuerst)
- Gültigkeitsbereich** Schweiz - ausser, internationale Registrierung folgt
- Wie wird die Marke geschützt?** Markenmeldung (Hinterlegung) beim „Eidg. Institut für geistiges Eigentum“ (IGE) in Bern. Dieses publiziert die Marke im Schweiz. Handelsamtsblatt (SHAB). Danach läuft die dreimonatige Einsprachefrist. Bleiben Einsprachen aus, erfolgt der Eintrag ins Schweiz. Markenregister
- Hinterlegungsformen**
- 3dimensionale Marken: Fotografisch festgehalten, plastische Form muss sichtbar sein (3D-ausdrücklich bei Anmeldung beanspruchen)
 - Akustische Marken: Noten
 - Wortmarken: Hinterlegung in Grossbuchstaben (es wird keine Abbildung verlangt)
- Bis wann gilt der Schutz?** 10 Jahre, jeweils um weitere 10 J. verlängerbar
- Was ist erlaubt?**
- Nutzung fremder Werke für Eigengebrauch (nicht öffentlich zugänglich)
 - Verwendung einer Lehrperson für den Unterricht (mit Einschränkungen)
 - Privatkopie (nicht öffentlich zugänglich)
 - Zitat (wenn als solches gekennzeichnet & unter Quellenangabe)
 - Abbildungen in Messe- & Auktionskatalogen
- Gut zu wissen** Das IGE prüft lediglich, ob die neue Marke den gesetzlichen Bestimmungen genügt - nicht aber, ob eine Markenrechtsverletzung (ältere Registrierung eines Dritten) vorliegt. Das IGE kann aber mit einer Markenrechtsrecherche beauftragt werden. Dieses prüft dann: die Ähnlichkeit von existierenden Marken, Identität (identische Wortzeichen, Sequenz, Präfix, Suffix), Inhaber