

Markenmeldung

Internationalisierung von Marken

Anmelden, Schützen,
Nachweisen –
So präsentieren und
sichern Sie Ihre globale
Unternehmensidentität



white ip
patent & legal

**You build the future.
We create the framework.**

Diese Broschüre gibt Ihnen einen umfassenden Einblick in die relevanten Themenbereiche, die rund um die Registrierung einer internationalen Marke von Bedeutung sein können.

01.
Die große Macht einer internationalen Marke

02.
Was ist eine internationale Marke

03.
Warum ist eine starke globale Marke wichtig?

04.
Die Nachteile und Risiken bei fehlender internationaler Markenmeldung

05.
Der Weg zu Ihrer Internationalen Marke über das Madrider System

06.
Die Prioritätsfrist der Basismarke ist abgelaufen. Und nun?

07.
Warum white ip?

08.
FAQs zur Internationalen Markenregistrierung – kurz & knapp

09.
360° Schutz – weitere Dienstleistungen für Ihren Markenerfolg

10.
Ihr Vorteil: Globale Markenstärke - Sichern Sie weltweit Ihre Ansprüche

Fakten-Check.**Markenregistrierung lohnt sich.**

01. Bedeutung der Marke für Unternehmenswert

mehr als
50.000
internationale Markenmeldungen durch deutsche Unternehmen pro Jahr (2022)¹

dies entspricht knapp
75%
aller Markenmeldungen, die von deutschen Unternehmen in und ausschließlich mit Wirkung für Deutschland angemeldet werden (2022)¹

02. Zunahme von Markenmeldungen

über die Internationalisierung wird durchschnittlich Schutz in
13,7 Staaten
angestrebt (2022)¹

03. Marken steigern Konsumbereitschaft

bis zu
30%
weniger Produktfälschungen durch internationalen Markenschutz²

Jährliche Umsatzsteigerungen von
5-8%
durch den Rückgang von Fälschungen nach internationalen Markenregistrierungen³

International geschützte Marken haben einen um
20%
höheren Markenwert als national geschützte Marken³

Internationale Markenregistrierungen steigern das Vertrauen von Investoren um
8-12%

04. Registrierte Marken als Schlüssel zu Investitionen

Unternehmen mit Markenschutz im Ausland haben eine
40%
höhere Erfolgsquote bei Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit Markenverletzungen⁴

01. Die große Macht einer internationalen Marke

Die Bedeutung einer starken Marke über die Grenzen Deutschlands hinaus wird immer wieder unterschätzt. In den immer besser vernetzten und wettbewerbsorientierten globalen Märkten dient eine international geschützte Marke als Schlüssel zur Abgrenzung gegenüber Konkurrenten und unterstützt das Wachstum auf internationaler Ebene. Eine etablierte globale Marke überträgt das Vertrauen, die Loyalität und Anerkennung bei Konsumenten von den heimischen Märkten in weltweite Absatzmärkte.

Alteingesessene Marken wie Apple, Coca-Cola, McDonald's, Nike und Samsung sind jedem ein Begriff. Aber auch jüngere Marken wie Biontech (2008), Pinterest (2009), Klarna (2009), Xiaomi (2010), Flixbus (2011), Mondelez (2012), minions (2014), TikTok (2016) und Snapchat (2019) sind nur einige Beispiele, die es geschafft haben, ihre Namen und Logos weit über die nationalen Grenzen hinaus zu etablieren und fast überall auf der ganzen Welt zu Kassenmagneten zu machen. Diese Marken teilen gemeinsame Merkmale, die zu ihrem weltweiten Erfolg beigetragen haben:

- Sie besitzen einzigartige Logos, Slogans und Markenidentitäten, die weltweit wiedererkannt und mit Qualität, Zuverlässigkeit und auch mit Prestige assoziiert werden.
- Ihre Kernbotschaften und die Werte sind weltweit konsistent, was zu einer starken Markenidentität beiträgt.
- Sie erzählen eine Geschichte, die über das Produkt hinausgeht und damit emotionale Bindungen zu den Kunden aufbaut.
- Diese Marken sind auch international in den relevanten Ländern registriert, um einen optimalen Schutz gegen Nachahmung und Missbrauch zu gewährleisten.

01. Die große Macht einer internationalen Marke

¹ Statistiken des DPMA, EUIPO, WIPO, USPTO aus 2023
² The Nielsen Global Brand-Building Survey 2023
³ Interbrand 2013
⁴ PwC Studie (12/2017)

02.

Was ist eine internationale Marke

02.

Was ist eine internationale Marke

Eine internationale Marke ist ein Markenzeichen, das Schutz über die Grenzen des Heimatlandes hinaus in einem oder mehreren anderen Ländern genießt.

Für die Anmeldung einer internationalen Marke stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung, die je nach Zielmarkt und Unternehmensstrategie gewählt werden können:

Anmeldung einer nationalen Marke im Zielland:

Ein Weg, um Markenschutz auch im Ausland zu erreichen, ist die Anmeldung einer nationalen Marke direkt über das nationale Markenamt z. B. für Österreich direkt beim Österreichischen Patentamt (ÖPA). Dies kann eine geeignete Variante sein, wenn Sie ganz gezielt den Vertrieb Ihrer Produkte auf einem bestimmten Markt planen.

Anmeldung einer Unionsmarke:

Für Unternehmen, die in mehreren Ländern der Europäischen Union tätig sind oder dies beabsichtigen, bietet die Anmeldung einer Unionsmarke beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) eine effiziente Lösung. Eine Unionsmarke bietet einheitlichen Markenschutz in allen 27 Mitgliedsstaaten der EU mit nur einer Anmeldung.

Internationale Registrierung nach dem Madrider Abkommen:

Für den Schutz einer Marke in Ländern außerhalb der EU steht als weitere Option das System der internationalen Registrierung nach dem Madrider Markenabkommen zur Verfügung.

Durch eine internationale Registrierung bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) kann der Markenschutz damit auf über 100 Vertragsstaaten des Madrider Systems ausgeweitet werden. Die Anmeldung muss jedoch auf Basis einer bereits bestehenden nationalen Marke (d. h. grundsätzlich mittels einer deutschen Marke) oder Unionsmarke erfolgen. Dadurch kann der Anmelder in einem vereinfachten Verfahren Schutz in mehreren Ländern anstreben.

Aber Vorsicht, die internationale Registrierung ist keine „Weltmarke“. Sie müssen auch über diesen Weg die Staaten angeben, für die Sie Schutz anstreben und für jedes ausgewählte Land die nationalen Gebühren entrichten.

Jeder dieser Wege zur Registrierung einer internationalen Marke hat spezifische Vor- und Nachteile und Anforderungen. Die Wahl der passenden Strategie hängt von verschiedenen Faktoren ab, wie etwa der rechtlichen Anforderungen in den M einschließlich der geografischen Märkte, auf denen das Unternehmen tätig ist oder sein möchte, sowie der spezifischen Geschäftsziele als auch dem angebotenen Leistungsumfang.

03.

Warum ist eine starke globale Marke wichtig?

Eine global etablierte Marke bringt Ihnen viele Vorteile:

Zugang zu neuen Märkten und Kunden

Stellen Sie sich vor, Ihre Produkte und Dienstleistungen erreichen Kunden auf der ganzen Welt. Die Internationalisierung Ihrer Marke öffnet diese Türen, erweitert Ihren Kundenkreis und erschließt neue Absatzmöglichkeiten. Dies ist besonders wertvoll, wenn Sie das Gefühl haben, dass Ihr heimischer Markt seine Grenzen erreicht hat oder internationale Kunden Ihre perfekte Zielgruppe sind. Der Schutz einer Marke erleichtert es Ihnen, auf dem internationalen Parkett Fuß zu fassen.

Um auch auf den internationalen Märkten aktiv zu sein, ist es nicht mehr notwendig, eine Niederlassung vor Ort zu haben. Es genügt bereits, wenn Sie über den Auftritt in Ihrem Online-Shop ganz gezielt internationale Kunden ansprechen. Schon dann lohnt es sich, den Schutz Ihrer Marke global auszudehnen, um sich die Rechte in den für Sie relevanten Zielländern zu sichern.

Steigerung der Markenbekanntheit und -reichweite

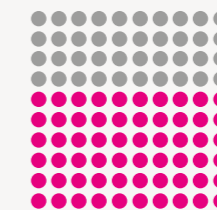
Durch die Expansion in internationale Märkte erhöhen Sie nicht nur die Sichtbarkeit Ihrer Marke für internationale Kunden, sondern vergrößern auch ihre Reichweite und ihren Schutzbereich. Eine internationale Marke baut Vertrauen und Anerkennung auf, die über Grenzen hinweg wirken.

03.

Warum ist eine starke große Marke wichtig?

Markentreue

Eine starke internationale Marke schafft nicht nur einen Wiedererkennungsfaktor, sondern baut auch eine emotionale Bindung zu Ihren Kunden auf, unabhängig davon, wo sie sich befinden. Diese emotionale Bindung ist der Schlüssel zur Markentreue. Dies gilt umso mehr, da Kunden heute sowohl beruflich als auch privat auf der ganzen Welt unterwegs sind. Kunden, die sich Ihrer Marke verbunden fühlen, kaufen wieder, probieren Ihre neuen Produkte aus und empfehlen Ihre Marke in ihrem sozialen Umfeld weiter. Auch internationale Kunden werden bei Reisen auf Ihre Marke stoßen und das ihnen bekannte Produkt kaufen oder die Dienstleistung in Anspruch nehmen.



Mehr als

60%

der Verbraucher
bleiben ihren Marken
besonders treu

03.

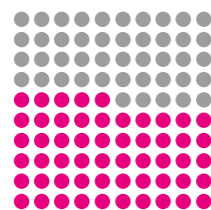
Warum ist eine starke große Marke wichtig?

Verbesserte Wettbewerbsfähigkeit

Eine international registrierte Marke, die durch das „R im Kreis“ gekennzeichnet werden können, impliziert Qualität und Zuverlässigkeit. Dieses Image verschafft Ihnen einen großen Vorteil gegenüber Ihren nationalen Wettbewerbern, sowohl auf neuen als auch auf bestehenden Märkten. So können Sie sich von der Masse abheben.

Preissetzungsmacht

Eine international etablierte Marke verleiht Ihnen eine gewisse Preissetzungsmacht. Kunden sind bereit, einen höheren Preis für Produkte oder Dienstleistungen zu zahlen, die von einer Marke stammen, der sie vertrauen und die sie wertschätzen.

**55%**

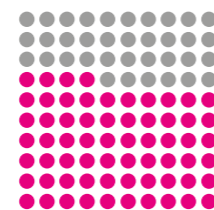
der Konsumenten verbinden Markenartikel mit einer höheren Produktqualität.

Unternehmenswert:

Starke globale Marken tragen erheblich zum Gesamtwert eines Unternehmens bei und wirken in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit als stabilisierender Faktor.

Abschreckung gegenüber Wettbewerbern

Eine starke internationale Marke dient auch als Barriere für neue Wettbewerber, die in Ihre Märkte eindringen möchten. Durch den Aufbau einer starken Markenpräsenz und -loyalität erhöhen Sie die Hürden für neue Akteure, die Marktanteile gewinnen möchten. Dies schützt Ihre Marktstellung und gibt Ihnen Zeit, auf Markttrends zu reagieren und Ihre Strategien entsprechend anzupassen.

**64%**

der Verbraucher bezahlen mehr für Produkte von Marken, denen sie vertrauen

Quelle
VuMA
© Statista 2024

04.

Die Nachteile und Risiken bei fehlender internationaler Markenmeldung

Die Ausweitung Ihres Markenschutzes über nationale Grenzen hinweg ist mit Herausforderungen verbunden. Der Verzicht auf Expansion birgt jedoch Risiken, die die Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens gefährden können. Denn eine eingetragene Marke hat lediglich „Territorialwirkung“. Das heißt, Ihre Marke ist nur für das Gebiet geschützt, für das Sie angemeldet ist. Eine deutsche Marke entfaltet damit ihre Schutzwirkung nur für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland. Es besteht damit die Gefahr, dass ein Konkurrent Ihnen Ihre Marke auf internationalen Märkten „wegnimmt“ und Sie mit Ihrer Marke nicht mehr einheitlich auf dem weltweiten Wirtschaftsparkett auftreten können.

Verwässerung des Markenschutzes

Ohne internationalen Schutz ist Ihre Marke anfällig für Nachahmungen durch Dritte. Das bedeutet, dass andere Unternehmen Ihren Markennamen so oder so ähnlich in anderen Ländern beanspruchen können. Dadurch wird die Unterscheidungskraft ihrer Marke geschwächt und der Markenschutz langfristig verwässert.

In der Praxis erleben wir immer wieder, dass national registrierte Marken von Dritten ausgenutzt werden, um sich in Drittstaaten Domainrechte zu sichern und so das Konkurrenzunternehmen zu verdrängen. Wenn Sie keine internationale Marke haben, sind die rechtlichen Möglichkeiten, um dagegen vorzugehen, häufig risikobehaftet und mit enormen Kosten verbunden.

04.

Die Nachteile und Risiken bei fehlender internationaler Markenmeldung

Verlust von Marktanteilen und finanzielle Risiken

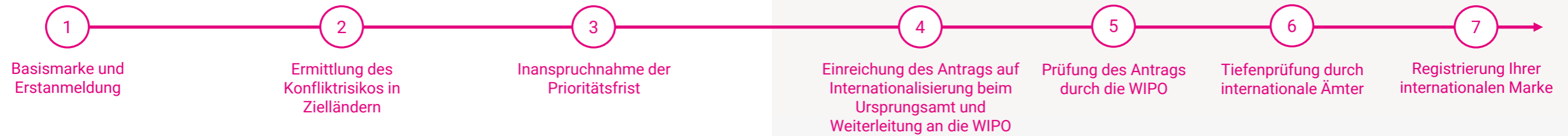
Wenn Sie Ihre Marke nicht international absichern und etablieren, ermöglicht das Wettbewerbern, sich auf Ihren Zielmärkten positionieren. Dies kann zu einem erheblichen Verlust von Marktanteilen führen - selbst in Regionen, in denen Sie bisher nicht aktiv waren, aber potenzielles Wachstum gesehen haben. Auch damit sind erhebliche finanzielle Risiken verbunden, die bspw. durch Rechtsstreitigkeiten und die zwangsläufig erforderliche Neupositionierung entstehen.

Verlust von First-Mover-Vorteilen

Wer zuerst kommt, mahlt zuerst. In vielen Branchen kann der Erste, der einen neuen Markt betritt, erhebliche Vorteile erlangen, von Markenbekanntheit bis hin zur Festlegung von Industriestandards. Dieser Grundsatz gilt auch bei der Internationalisierung Ihrer Marke, sodass der Markenschutz über die Eintragung in den Registern rechtzeitig auf die relevanten Zielländer ausgedehnt werden sollte.

Erhöhte Kosten für nachträgliche Anmeldungen

Wenn ein Unternehmen zu einem späteren Zeitpunkt beschließt, seine Marke in weiteren Ländern zu schützen, kann die nachträgliche Einzelanmeldung in jedem Land zeit- und kostenaufwendiger sein als die Nutzung internationaler Registrierungssysteme von Anfang an.



05.

Der Weg zu Ihrer internationalen Marke über das Madrider System

Die Internationalisierung einer Marke folgt einem strengen Ablaufplan, da der Markenschutz durch die Beteiligung verschiedener Ämter verwirklicht wird.

Möchten Sie zum Beispiel den Schutz Ihrer Deutschen Marke auch auf die USA ausweiten, läuft das Verfahren von der Anmeldung bis zur Registrierung wie folgt ab:

1. Basismarke und Erstanmeldung

Ihre Deutsche Marke dient als „Basismarke“ für Ihre internationale Registrierung. Die Basismarke kann aber auch eine Unionsmarke und unter gewissen Umständen auch jede andere nationale Marke sein, bspw. wenn eine Niederlassung in dem Land der Basismarke besteht.

Wichtig im Rahmen der Internationalisierung der Marke ist der Anmeldetag der Basismarke – denn damit haben Sie die Möglichkeit, sich auch für die internationale Marke den frühen Anmeldetag zu sichern (Prioritätstag).

2. Ermittlung des Konfliktrisikos in Zielländern

Vor der Einreichung der internationalen Registrierung ermitteln wir bereits bestehende identische oder ähnliche Marken, um das Konfliktpotenzial Ihrer geplanten Marke zu bewerten. Um Verzögerungen und zusätzliche Kosten im Anmeldeverfahren zu vermeiden, ist dieser Schritt unerlässlich, um rechtzeitig Kollisionsgefahren zu erkennen und die optimale Strategie für Ihren Markenschutz auszuarbeiten.

3. Inanspruchnahme der Prioritätsfrist

Innerhalb von **sechs Monaten** nach der Anmeldung Ihrer Basismarke haben Sie die Möglichkeit, den gleichen Anmeldetag (Prioritätstag) für Markenmeldungen in anderen Mitgliedsstaaten zu beanspruchen. Der Prioritätstag kann damit entscheidend sein, um sich gegen die Neuanmeldung von identischen oder ähnlichen Marken zu wehren.

4. Einreichung des Antrags auf Internationalisierung beim Ursprungsamt und Weiterleitung an die WIPO

Der Antrag auf Registrierung einer internationalen Marke wird beim „Ursprungsamt“ der Basismarke eingereicht, das heißt bei einer Deutschen Marke beim DPMA. Dieses übernimmt nach einer formellen Prüfung die Weiterleitung an die zentral zuständige Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO).

5. Prüfung des Antrags durch die WIPO

Auch die WIPO prüft dann den Antrag auf Formfehler, insbesondere hinsichtlich des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses Ihrer Marke. Besteht die Anmeldung die Prüfung durch die WIPO, wird die Markenmeldung schließlich an das Amt des jeweiligen Vertragsstaates weitergeleitet, in dem der Markenschutz beabsichtigt ist, z.B. an das United States Patent and Trademark Office (USPTO) in den USA.

5. Tiefenprüfung durch internationale Ämter

Auch das Markenamt des „Zielstaates“ (in diesem Beispiel das USPTO) prüft noch einmal unter Berücksichtigung der spezifischen nationalen Anforderungen, ob die Marke eintragungsfähig ist. Denn jedes Markenamt hat seine eigenen Anforderungen, die für die erfolgreiche Registrierung erfüllt sein müssen. Bei erfolgreicher Prüfung beginnt schließlich die Widerspruchsfrist für Dritte. Damit haben andere Markeninhaber die Möglichkeit, Ihrer Markenmeldung zu widersprechen, beispielsweise wenn sich Zeichen ähneln oder sogar identisch sind. Die bestehenden Konfliktrisiken haben wir im Rahmen der Identitäts- und Ähnlichkeitsrecherche vorab ermittelt.

7. Registrierung Ihrer internationalen Marke

Wenn kein Widerspruch durch andere Markeninhaber eingeht, kann schließlich die Registrierung ihrer internationalen Marke erfolgen. Der Schutz Ihrer internationalen Marke steht einer direkten Anmeldung in dem jeweiligen Staat, z. B. in den USA, in nichts nach. Der Vorteil ist, dass Sie mit dem Verfahren nach dem Madrider Abkommen gleichzeitig in mehreren Ländern Markenschutz verwirklichen und Sie sich Zusatzkosten für die Beauftragung eines ortsansässigen Vertreters sparen können.

05.

Der Weg zu Ihrer internationalen Marke über das Madrider System

06.

Die Prioritätsfrist der Basismarke ist abgelaufen. Und nun?

06.

Die Prioritätsfrist der Basismarke ist abgelaufen. Und nun?

Haben wir für Sie die Basismarke angemeldet, informieren wir Sie rechtzeitig über den Ablauf der sechsmonatigen Prioritätsfrist. Sofern Sie sich vorläufig gegen eine internationale Registrierung entschieden haben oder die Frist aus anderen Gründen abgelaufen ist, ist die Internationalisierung trotzdem noch möglich.

Es gibt noch weitere Wege, Ihre Marke international zu schützen und zu registrieren, auch wenn die ideale Frist verpasst wurde. Hier sind Schritte, die Sie in Betracht ziehen können:

1. Direkte Anmeldung in Zielmärkten

Auch ohne die Inanspruchnahme der Prioritätsfrist können Sie Ihre Marke direkt in den einzelnen Ländern anmelden, für die Sie Schutz suchen. Dies bedeutet, dass Sie für jedes Land eine separate Markenmeldung durchführen müssen, was zwar aufwändiger und möglicherweise teurer ist, aber gleichwohl einen wirksamen Schutz Ihrer Marke in den gewünschten Märkten ermöglicht.

2. Nutzung des Madrider Systems

Obwohl die Prioritätsfrist abgelaufen ist, können Sie immer noch das Madrider System für die internationale Registrierung von Marken nutzen, um Ihre Marke in den Vertragsstaaten zu schützen. Ohne die Prioritätsfrist wird Ihre Anmeldung basierend auf dem tatsächlichen Einreichungsdatum behandelt. Es erfolgt dann keine Rückdatierung auf den früheren Anmeldetag Ihrer Basismarke mehr. Dennoch ist dies noch immer eine effiziente Methode, um Schutz in mehreren Ländern mit nur einer einzigen Anmeldung zu erlangen.

3. Entwicklung einer neuen Strategie

Betrachten Sie die Situation als Gelegenheit, um Ihre internationale Markenstrategie neu zu bewerten und anzupassen. Dies könnte bedeuten, den Fokus hinsichtlich der Märkte neu zu setzen, in denen der Markenschutz am dringendsten benötigt wird, oder alternative Markennamen oder Logos in Betracht zu ziehen, falls in bestimmten Märkten Konflikte bestehen.

07.

Warum white ip?

Um eine umfassende Unterstützung bei der Internationalisierung Ihrer Marke zu bieten, legt unsere Kanzlei besonderen Wert auf eine detaillierte und individuell zugeschnittene Herangehensweise. Dies sind unsere Dienstleistungen, um Ihre Marke erfolgreich und sicher auf den globalen Märkten zu etablieren:

Strategische Beratung

Unsere strategische Beratung geht über die reine Markenmeldung hinaus. Wir entwickeln eine umfassende Markenstrategie, die Ihre Geschäftsziele unterstützt, die Besonderheiten der einzelnen Länder berücksichtigt und Ihnen hilft, Ihre Ressourcen effizient einzusetzen. Wir beraten Sie hinsichtlich des Vorgehens für die Markenmeldung und helfen Ihnen, die richtigen Entscheidungen für den Schutz Ihrer Marke zu treffen.

Anpassung des Waren- und Dienstleistungszeichnisses

Die korrekte Klassifizierung Ihrer Waren und Dienstleistungen ist entscheidend für den Schutzzumfang Ihrer Marke. Wir analysieren und passen das Verzeichnis an die Vorgaben der Zielmärkte präzise an, um sicherzustellen, dass es den Anforderungen und Klassifikationssystemen jedes Zielmarktes entspricht. Wir berücksichtigen die lokalen Besonderheiten der jeweiligen Ämter und minimieren so das Risiko von Mängelbescheiden, die den Registrierungsprozess verzögern.

07.

Warum white ip?

Internationale Ähnlichkeitsrecherche

Wir bieten optional die Durchführung einer internationalen Ähnlichkeitsrecherche vor der Anmeldung Ihrer internationalen Marke, um potenzielle Konflikte mit ähnlichen oder identischen Marken frühzeitig zu erkennen. Diese proaktive Maßnahme minimiert das Risiko von Widersprüchen durch Markeninhaber in Zielmärkten. Dadurch können zusätzliche Kosten und Verzögerungen im Registrierungsprozess vermieden und eine strategische Anpassung der Anmeldung schon im Voraus erleichtert werden.

Zusammenarbeit mit Partneranwälten im Ausland

Um eine nahtlose Registrierung und den Schutz Ihrer Marke in den Zielmärkten zu gewährleisten, arbeiten wir eng mit einem Netzwerk von erfahrenen Partneranwälten weltweit zusammen. Diese lokalen Expertinnen und Experten bieten eine wertvolle Unterstützung bei der Beurteilung und Beachtung der nationalen Besonderheiten.

08.

FAQs zur
internationalen
Markenregistrierung –
kurz & knapp

08.

FAQs zur internationalen Markenregistrierung – kurz & knapp

1. Was ist die Internationalisierung Ihrer Marke?

Antwort: Bei einer Internationalisierung können wir den Schutz Ihrer nationalen Marke (vorzugsweise einer Deutschen Marke) oder Unionsmarke in mehreren Ländern durch einen einzigen Antrag ausweiten, indem wir Ihre Marke entweder beim Amt für geistiges Eigentum der EU (EUIPO) anmelden oder das Madrider System nutzen, das von der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) verwaltet wird.

2. Welche Vorteile bietet das Madrider System?

Antwort: Das Madrider System bietet mehrere Vorteile, darunter die Vereinfachung des Anmeldeprozesses durch einen einzigen Antrag und eine zentralisierte Verwaltung Ihrer Marke.

3. In welchen Ländern kann ich Schutz durch eine internationale Markenmeldung erhalten?

Antwort: Durch das Madrider System können Sie Schutz in über 100 Mitgliedsländern beantragen.

4. Wie wähle ich die Länder aus, in denen ich Schutz beantragen möchte?

Antwort: Die Auswahl sollte basierend auf Ihrem Produkt- und Dienstleistungsportfolio, Ihrer Geschäftsstrategie, dem Marktpotenzial sowie der Präsenz von Wettbewerbererfolgen. Eine gründliche Marktanalyse und rechtliche Beratung sind empfehlenswert.

5. Was geschieht, wenn meine internationale Markenmeldung in einem Land abgelehnt wird?

Antwort: Eine Ablehnung in einem Land betrifft nicht die Internationalisierung in anderen Ländern. Sie haben die Möglichkeit, gegen die Ablehnung vorzugehen, was in der Regel eine lokale rechtliche Vertretung erfordert.

6. Wie lange ist mein internationaler Markenschutz gültig?

Antwort: Der internationale Markenschutz ist in der Regel 10 Jahre gültig und kann danach erneuert werden. Die Erneuerung betrifft alle Länder, für die die Marke registriert ist.

Im Rahmen unseres Angebotes zur Markenüberwachung übernehmen für Sie während dieser Zeit gern die proaktive Überwachung des Markenschutzes, behalten die Verlängerungsdeadlines im Blick und beraten Sie zu den Erneuerungsanforderungen sowie zur Anpassung an veränderte gesetzliche Rahmenbedingungen.

7. Kann ich meine internationale Markenmeldung nach der Einreichung ändern?

Antwort: Grundsätzlich nein. Eine Erweiterung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses und eine Änderung der Marke sind nicht möglich. Es kann aber sein, dass der Wortlaut des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses an die Vorgaben des Ziellandes angepasst werden muss, um Widersprüche zu vermeiden.

8. Wie gehe ich mit Markenverletzungen in verschiedenen Ländern um?

Antwort: Bei Markenverletzungen müssen Sie in jedem Land individuell vorgehen, oft unter Einbeziehung lokaler Rechtsanwälte. Die Strategie und das Vorgehen können je nach den spezifischen Gesetzen und Praktiken des jeweiligen Landes variieren.

9. Muss ich meine Marke in den neuen Märkten aktiv zu nutzen?

Antwort: Die bloße Registrierung einer Marke reicht nicht aus. Unternehmen müssen eine klare Strategie haben, wie sie die Marke in den Zielmärkten einführen und nutzen wollen, um den Anforderungen des rechtserhaltenden Gebrauchs für die Aufrechterhaltung des Markenschutzes zu genügen. Diese Anforderungen können variieren und stellen oft eine Herausforderung für Unternehmen dar, die auf globale Märkte expandieren möchten.

10. Wann ist der beste Zeitpunkt, um eine internationale Marke zu registrieren?

Antwort: In vielen Ländern gilt das Prinzip des Vorrangs des „Ersten Anmelders“ (First-to-File), was bedeutet, dass derjenige, der die Marke zuerst anmeldet, die Rechte an der Marke erhält, unabhängig davon, wer sie zuerst benutzt hat. In solchen Ländern ist es besonders wichtig, frühzeitig zu handeln. Wenn Sie eine Basismarke haben, haben sie sechs Monate Zeit, sich zu überlegen, ob Sie den Schutz der Marke in andere Länder ausweiten möchten. Wenn die Marke dann international registriert wird, verschiebt sich der Zeitrang zum Anmeldetag der Basismarke und Sie genießen rückwirkend Schutz.

08.

FAQs zur
internationalen
Markenregistrierung –
kurz & knapp

09.

360° Schutz – weitere
Dienstleistungen für
Ihren Markenerfolg

09.

360° Schutz – weitere Dienstleistungen für Ihren Markenerfolg

Markenüberwachung:

Wir bieten eine kontinuierliche Überwachung Ihrer Marke an, um sicherzustellen, dass keine Verletzungen oder unbefugten Nutzungen stattfinden. Bei Bedarf ergreifen wir proaktive Maßnahmen, um Ihre Rechte zu schützen.

Durchsetzung von Markenrechten:

Sollten Verletzungen Ihrer Marke festgestellt werden, unterstützen wir Sie bei der Durchsetzung Ihrer Rechte durch Verhandlungen, Widerspruchsverfahren oder gerichtliche Schritte.

Verwaltung von Markenportfolios:

Wir bieten eine umfassende Verwaltung Ihres internationalen Markenportfolios an, einschließlich der Überwachung von Erneuerungsfristen, Korrespondenz mit den Ämtern, der Aktualisierung Ihrer Registrierungen und der Beratung bei der strategischen Markenentwicklung.

Unsere Kanzlei ist darauf spezialisiert, Ihnen sowohl national als auch international einen vollumfänglichen Service im Bereich des Markenrechts zu bieten. Von der ersten Beratung bis zur langfristigen Betreuung und Durchsetzung Ihrer Markenrechte stehen wir Ihnen als verlässlicher Partner zur Seite, um Ihre Marke global zu schützen und zu stärken.

10.

Ihr Vorteil: Globale Markenstärke - Sichern Sie weltweit Ihre Ansprüche

10.

Ihr Vorteil: Globale
Markenstärke – Sichern
Sie weltweit Ihre
Ansprüche

Schirmen Sie Ihr Eigentum ab – Starten Sie
jetzt mit ihrer internationalen
Markenanmeldung

Ihre Marke repräsentiert weit mehr als ein einfaches Zeichen – es bildet das Fundament Ihres Geschäfts und verdient umfassenden Schutz auf internationaler Ebene. In einer globalisierten Welt, geprägt von komplexen Herausforderungen im Bereich des geistigen Eigentums, ist eine vorausschauende Strategie unerlässlich. Unsere Dienstleistungen zur internationalen Markenanmeldung bieten Ihnen die Gewissheit, dass Ihre Marke in ihren Zielmärkten geschützt ist, und ermöglichen Ihnen, sich voll und ganz auf die Expansion Ihres Unternehmens zu konzentrieren. Sind Sie bereit, Ihre Marke global zu etablieren?

Sicherung Ihrer internationalen Markenrechte

Kontaktieren Sie uns noch heute, um mehr zu erfahren und Unterstützung bei der Sicherung Ihrer Markenrechte auf internationaler Ebene zu erhalten. Unsere Experten sind bereit, Ihnen nicht nur bei der Anmeldung, sondern auch bei der weltweiten Durchsetzung Ihrer Markenrechte zur Seite zu stehen.

Wir freuen uns darauf, Sie auf Ihrem Weg zur globalen Markenpräsenz zu begleiten.

Ihr Anliegen ist unsere Priorität.



Dr. Leopold Gruner
European & German Patent Attorney
Managing Partner



Albrecht Lauf
Lawyer
Specialist lawyer for labor law
Specialist lawyer for commercial and corporate law
Managing Partner



Dieter Merz
Lawyer | Of Counsel
Specialist lawyer for labor law



Dr. Michael Geiger
Patent Professional

Dipl.-Ing. Sophia Falk
Patent attorney candidate



Dr. rer. nat. Tristan Schuh
Patent attorney candidate

Dipl.-Ing. Georg Siedel
Patent Professional



Sabrina Lahne
Lawyer
Associate



Josephine Klawon
Lawyer
Associate



Yanan Huang
Chinese Patent Agent



Zhigang Ma, J.D., LL.M.
Patent attorney U.S.



white ip patent & legal

white ip | Patent & Legal GmbH

Königstraße 7 • D-01097 Dresden

Tel.: +49 (0)351 896 921 40

Fax: +49 (0)351 896 921 49

Mail: marke@white-ip.com

Web: www.white-ip.com



© 2024 white ip. Alle Rechte vorbehalten.

white ip | Patent & Legal GmbH

Der Inhalt dieser Publikation stellt keine rechtliche oder betriebswirtschaftliche Beratung dar. white ip übernimmt keine Haftung für die in dieser Publikation oder auf der Website www.white-ip.com enthaltenen Informationen.