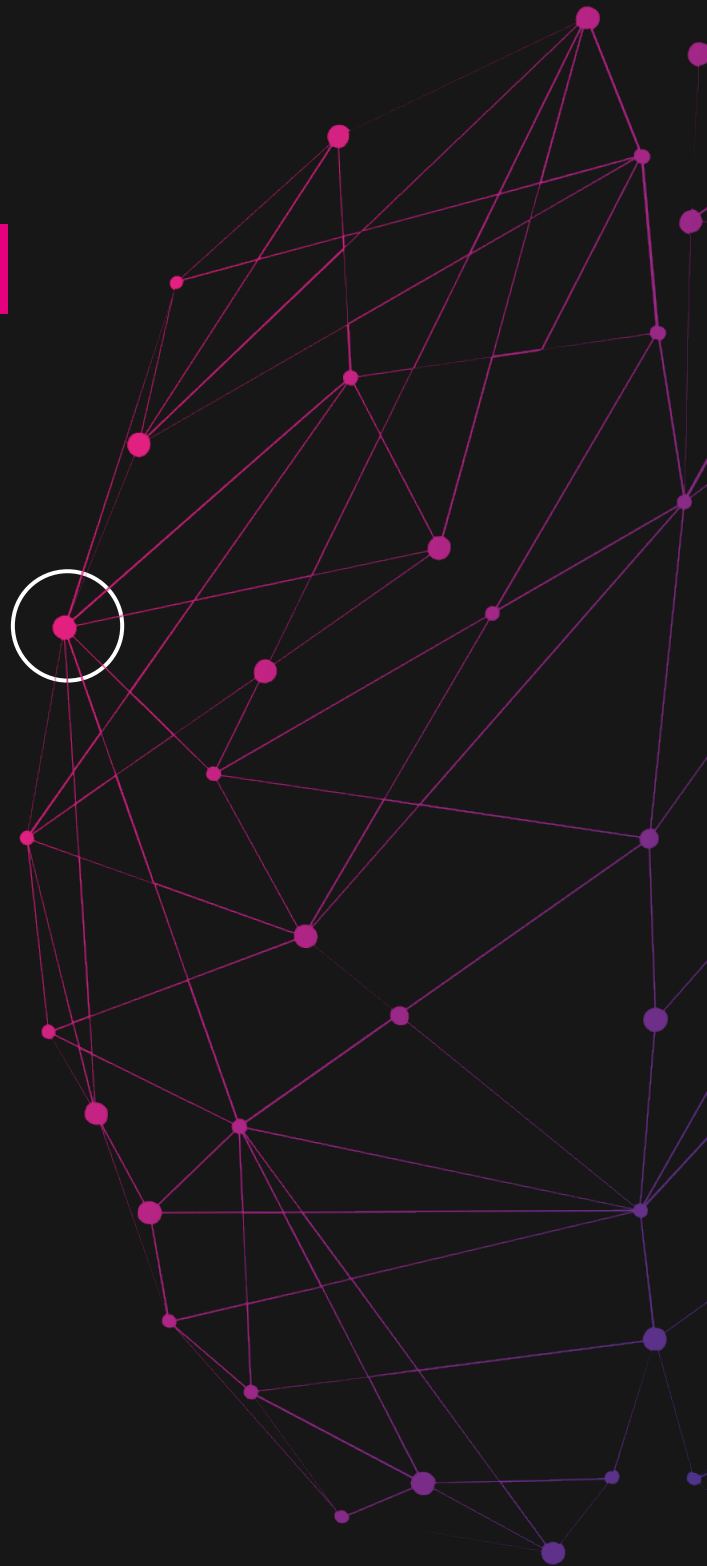


Markenschutz

# Die Markenanmeldung

Anmelden, Schützen,  
Nachweisen –  
So präsentieren und  
erhalten Sie Ihre  
Unternehmensidentität  
auf Dauer



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

*Diese Broschüre gibt Ihnen einen umfassenden Einblick in die relevanten Themenbereiche, die rund um Ihre Markenmeldung von Bedeutung sein können.*

01.  
**Ihre Marke – Ihr Kapital:  
Investieren Sie in die Zukunft  
Ihres Unternehmens**

02.  
**Was ist eine Marke?**

03.  
**Überblick der Marken: die  
Deutsche und die Europäische  
Marke**

04.  
**Voraussetzungen des  
Markenschutzes**

05.  
**Der Ablauf der  
Markenmeldung**

06.  
**Die Marke wurde angemeldet –  
was ist zu tun?**

07.  
**Warum white ip?**

08.  
**FAQ: Häufig gestellte Fragen**

09.  
**Setzen Sie ein Zeichen – mit einer  
starken Marke**

**Fakten-Check.**

**Markenregistrierung lohnt sich.**

01. **Bedeutung der Marke für Unternehmenswert**

Marken machen bis zu **50%** des Unternehmenswertes aus<sup>1</sup>

02. **Zunahme von Markenmeldungen**

**175.689** ↗ 0,9% Markenmeldungen allein beim EUIPO (2023)<sup>2</sup>

**75.260** ↗ 2,7% Markenmeldungen beim DPMA (2023)

03. **Marken steigern Konsumbereitschaft**

**64%** der Konsumenten verbinden eine registrierte Marke mit höherer Produktqualität<sup>4</sup>

**48%** der Verbraucher in der EU betrachten Marken, Bilder und Namen als wichtige Faktoren bei Kaufentscheidungen

**59%** der Verbraucher kaufen lieber Produkte von Marken, die sie kennen und denen sie vertrauen<sup>3</sup>

04. **Registrierte Marken als Schlüssel zu Investitionen**

**4,3fach** höhere Finanzierungswahrscheinlichkeit für Start-ups, die Marken angemeldet haben<sup>6</sup>

ebenfalls **64%** der Verbraucher bezahlen mehr für Produkte von Marken, denen sie vertrauen<sup>5</sup>

**82%** der Investoren sehen die Markenstärke und Bekanntheit als wichtige Faktoren für ihre Anlageentscheidungen<sup>7</sup>

<sup>1</sup> Interbrand „Best Global Brands Rankings“  
<sup>2</sup> Jahresbericht des EUIPO (2/2023)  
<sup>3</sup> Studie der Nielsen Group (4/2023)  
<sup>4</sup> PwC Studie (12/2017)  
<sup>5</sup> Studie des Instituts für Verbraucherservice (ICS; 11/2022)  
<sup>6</sup> Gemeinschaftsstudie EUIPO & EPA (10/2023)  
<sup>7</sup> Reuters (2014)

**01. Ihre Marke – Ihr Kapital: Investieren Sie in die Zukunft Ihres Unternehmens**

01. **Ihre Marke – Ihr Kapital: Investieren Sie in die Zukunft Ihres Unternehmens**

In der heutigen wettbewerbsintensiven Welt ist eine starke Marke ein wichtiger Faktor für den Erfolg Ihres Unternehmens. Eine Marke ist mehr als nur ein Name oder ein Logo. Sie ist das Versprechen an Ihre Kunden, für ein bestimmtes Produkt oder eine Dienstleistung mit unverwechselbaren Eigenschaften und Werten zu stehen. Eine Marke schafft einen Wiedererkennungswert und die Möglichkeit, sich von Wettbewerbern abzuheben und abzugrenzen. Die Anmeldung einer Marke ist somit eine Investition in die Absicherung Ihres Unternehmens.



02.

Was ist eine Marke

02.

## Was ist eine Marke?

Eine Marke ist ein Zeichen, das dazu dient, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Wie es der Name vermuten lässt, dient eine Marke somit als Kennzeichen, das ein Produkt oder eine Dienstleistung eines Unternehmens „markiert“ und so die Unterscheidung gegenüber Waren und Dienstleistungen von Wettbewerbern erlaubt.

### Welche Markenformen gibt es?

Eine Marke ist ein Zeichen, das dazu dient, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Wie es der Name vermuten lässt, dient eine Marke somit als Kennzeichen, das ein Produkt oder eine Dienstleistung eines Unternehmens „markiert“ und so die Unterscheidung gegenüber Waren und Dienstleistungen von Wettbewerbern erlaubt.

- **Wortmarken** bestehen aus Wörtern, Buchstaben, Zahlen oder eine Kombination daraus. Sie bietet die flexibelste und in der Regel umfangreichste Form des Markenschutzes, da sie Ihnen in der grafischen Ausgestaltung alle Freiheiten lässt.

- **Bildmarken** schützen nur grafische Elemente (z.B. Nike-Swoosh, Apples angebissener Apfel). Der Schutz erstreckt sich nur auf das grafische Element

- **Wort-/Bildmarken** sind eine Kombination aus Wort- und Bildelementen (z.B. das McDonalds-Logo). Im Gegensatz zur Wortmarke hängt der Schutzzumfang nicht nur vom Wortbestandteil ab – auch der gestalterische Bestandteil beeinflusst den Umfang des Schutzes.

- **Formmarken** schützen die dreidimensionale Gestaltung von Produkten oder Verpackungen (z.B. die Coca-Cola-Flasche)

- **Farbmarken** schützen eine spezifische Farbe oder Farbkombination (z.B. die Farben „Nivea-Blau“, „Telekom-Magenta“ und „Tiffany-Blau“). Diese spezifischen Farben dürfen so nur für die Waren- und Dienstleistungen des Markeninhabers verwendet werden.

- **Klangmarken** schützen spezifische Melodien oder Tonfolgen (z.B. Brüllen des MGM-Löwen).

### Abgrenzung zu anderen geistigen Eigentumsrechten

Das Markenrecht ist nur ein Bereich des geistigen Eigentums, zu dem auch Patente, Urheberrechte, Geschmacksmuster (Designrechte) und Gebrauchsmuster gehören. Jedes dieser Rechte schützt unterschiedliche Aspekte Ihrer kreativen und innovativen Leistungen:

- Patente und Gebrauchsmuster schützen technische Erfindungen und Lösungen
- Urheberrechte schützen Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst
- Geschmacksmuster schützen das Design und damit die Erscheinungsform eines Produkts.

Das Markenrecht unterscheidet sich von diesen Rechten dadurch, dass es sich auf Namen, Logos und andere Kennzeichnungen konzentriert, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen unterscheiden. Es schützt die Identität Ihres Unternehmens und stellt sicher, dass Verbraucher Ihre Produkte oder Dienstleistungen eindeutig zuordnen können.

In der Praxis überschneiden sich diese Bereiche häufig. So kann ein Produkt gleichzeitig durch Patente (für seine technischen Innovationen), Geschmacksmuster (für sein Design – seine Gestaltung) und seine Marke (für seinen Namen oder sein Logo) geschützt sein werden? Ein effektiver Schutz Ihrer geistigen Eigentumsrechte erfordert daher eine integrierte umfassende Strategie, die alle relevanten Rechtsgebiete berücksichtigt.

02.

Was ist eine Marke?

### Warum der Markenschutz durch eine Markenmeldung unverzichtbar ist

Die Anmeldung Ihrer Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) oder beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) gewährt Ihnen ausschließliche Rechte. Eine eingetragene Marke gewährt Ihnen, anders als die reine Benutzungsmarke, eine effektive Möglichkeit sich gegenüber Konkurrenten abzusichern. Eine starke und abgesicherte Marke steht für Qualität, Seriosität und Professionalität und stärkt nicht zuletzt Ihre Marktposition gegenüber dem Wettbewerb nachhaltig.

### Die wichtigsten Vorteile im Überblick

#### Rechtlicher Schutz und Exklusivitätsrechte

Der offensichtlichste Vorteil der Markenmeldung ist der effektive rechtliche Schutz, der mit ihr einhergeht. Eine eingetragene Marke gewährt dem Inhaber exklusive Rechte an der Nutzung der Marke in Verbindung mit den registrierten Waren oder Dienstleistungen. Dieser Schutz ist essenziell, um sich gegen Nachahmung und Markenpiraterie zu wehren.

#### Wertsteigerung und wirtschaftlicher Nutzen

Eine starke Marke ist ein wertvolles Vermögensgut für jedes Unternehmen. Sie trägt signifikant zur Unternehmensbewertung bei und kann den Unternehmenswert durch den Aufbau von Kundenloyalität und die Schaffung eines positiven Markenimages steigern. Darüber hinaus ermöglicht eine eingetragene Marke Ihnen, Lizenzen zu vergeben, was zusätzliche Einnahmequellen erschließt.

### Differenzierung und Wettbewerbsvorteil

In der Europäischen Union herrscht ein freier Wettbewerb. Das heißt, dass jeder die Möglichkeit der Teilnahme und somit die Chance auf wirtschaftlichen Erfolg hat. Eine eingetragene Marke hilft Ihnen, sich von der Konkurrenz abzuheben und eine einzigartige Identität aufzubauen. Sie kommuniziert Qualität, Vertrauen und Werte an die Zielgruppe, was zur Bildung einer starken emotionalen Verbindung führen kann. Diese Verbindung ist oft der Schlüssel zur Kundenbindung und zur Förderung von Wiederholungskäufen.

### Grundlage für internationale Expansion

Eine registrierte, nationale Marke dient als Grundlage für den Schutz in neuen internationalen Märkten. Denn durch die Ausdehnung des Markenschutzes über die nationalen Grenzen hinaus kann letztendlich verhindert werden, dass konkurrierende Wettbewerber im internationalen Geschäft unter Ihrem Markennamen agieren. Es ist daher essenziell, frühzeitig die Basis für einen umfassenden Markenschutz abzusichern.

03.

### Überblick der Marken: die Deutsche und die Europäische Marke

Eine Marke hat sogenannte territoriale Wirkung. Das bedeutet, dass eine Marke nur in den Ländern ihre Schutzwirkung entfaltet, für die sie angemeldet wird. Möchten Sie eine Marke anmelden, wird dies i.d.R. zunächst eine deutsche oder eine europäische Marke sein.

Eine deutsche Marke wird beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) angemeldet und bietet Schutz ausschließlich in Deutschland. Dies bedeutet, dass die Rechte, die aus der Markeneintragung resultieren, nur innerhalb der deutschen Grenzen gelten. Die territoriale Beschränkung auf Deutschland bedeutet jedoch auch, dass der Markenschutz nicht automatisch auf andere Länder ausgeweitet wird.

Europäische Marken, auch Unionsmarken genannt, werden beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) angemeldet. Der Vorteil einer Unionsmarke ist, dass mit nur einer Anmeldung der Schutz für alle Mitgliedsstaaten gilt, was den Verwaltungsaufwand minimiert.

Die Wahl zwischen einer deutschen Marke und einer Unionsmarke hängt von der geografischen Ausrichtung Ihrer Geschäftsaktivitäten ab. Für rein nationale Tätigkeiten innerhalb Deutschlands ist eine deutsche Marke oft ausreichend und kostengünstiger. Planen Sie jedoch, Ihre Geschäftstätigkeit auf andere EU-Länder auszuweiten, bietet die Unionsmarke einen umfassenden und vereinfachten Schutz in der gesamten Europäischen Union. Es ist auch möglich, beide Markenarten parallel zu halten, um einen spezifischen Schutz in Deutschland zu gewährleisten und gleichzeitig die Vorteile des EU-weiten Schutzes zu nutzen. Dies kann in bestimmten strategischen Situationen sinnvoll sein, insbesondere wenn es um die Durchsetzung von Markenrechten oder die Abwehr von Widersprüchen geht.

03.

Überblick der Marken: die Deutsche und die Europäische Marke

04.

Voraussetzungen des  
Markenschutzes

04.

## Voraussetzungen des Markenschutzes

### Fundamente Ihres Markenerfolgs

Ihre Marke ist ein Versprechen an Ihre Kunden - ein Versprechen für Qualität, Beständigkeit und Vertrauen. Das Registered-Zeichen ® („R im Kreis“) ist dabei ein starkes Instrument, um dieses Versprechen zu unterstreichen. Doch der richtige Schutz Ihrer Marke beginnt lange bevor das Registered-Zeichen Ihrer Marke steht.

Er beginnt mit dem Verständnis und der Erfüllung spezifischer rechtlicher Kriterien, die den Grundstein für eine starke Marke legen. Dabei geht es um mehr als bürokratische Formalitäten - es geht darum, Ihre Marke von Beginn an auf ein solides Fundament zu stellen, das im Geschäftsleben Bestand hat. Um markenrechtlichen Schutz zu erlangen, muss Ihr Zeichen daher folgende Kriterien erfüllen:

### Absolute Schutzhindernisse – Die rechtlichen Leitplanken

Die absoluten Schutzhindernisse sind wie rechtliche Leitplanken, die die Integrität des Markenregisters gewährleisten sollen. Eine Marke muss demnach unterscheidungskräftig sein. Das bedeutet, dass das Zeichen nicht ausschließlich aus Begriffen bestehen darf, die für die konkreten Waren oder Dienstleistungen im allgemeinen Sprachgebrauch üblich oder rein beschreibend sind. Sie darf auch nicht gegen die öffentliche Ordnung verstoßen oder irreführend sein. Als Ihr Navigator durch das komplexe Markenrecht stellen wir sicher, dass Ihre Marke nicht nur einzigartig, sondern auch rechtskonform ist.

### Relative Schutzhindernisse – Wir navigieren Sie durch das Wettbewerbsumfeld

Relative Schutzhindernisse betreffen das Verhältnis Ihrer Marke zu bereits bestehenden älteren Markenrechten von Wettbewerbern. Es ist entscheidend, dass Ihre Marke nicht mit älteren Marken verwechselt werden kann, entweder weil Ihre Marke mit bestehenden Marken identisch ist oder weil sie diesen zu ähnlich ist. Es ist wichtig zu wissen, dass nationale und internationale Markenämter nicht prüfen, ob neue Markenmeldungen bereits eingetragene Marken verletzen. Eine umfassende Recherche im Vorfeld der Markenmeldung und die richtige Wahl der Markenart sind hier der Schlüssel zum Erfolg.

### Darstellbarkeit

Um markenrechtlichen Schutz zu erlangen, muss das Kennzeichen zudem in einer Weise dargestellt werden können, die es ermöglicht, den Gegenstand des Schutzes klar und eindeutig zu bestimmen. Die Anforderungen variieren hierbei nach der Form der Marke und sind zwingend einzuhalten. So ist es bei einer Farbmarke bspw. nicht ausreichend, dem Amt ein Farbmuster vorzulegen.

Vorbereitung Ihrer  
AnmeldungEingang der Anmeldung  
beim DPMAVeröffentlichung  
Ihrer MarkeEnde der  
Widerspruchsfrist

Prüfung durch das DPMA

Eintragung der Marke  
=  
Erwerb des  
Markenschutzes3-monatige  
Widerspruchsfrist

05.

Der Ablauf der  
Markenanmeldung

05.

## Der Ablauf der Markenanmeldung

### Ihr Markenzeichen: Ein Unikat im Rechtsraum

Der Schutz Ihrer Marke beginnt mit der rechtlichen Anerkennung Ihrer einzigartigen Identität. Um dieses Ziel zu erreichen, muss Ihre Marke im Register des Deutschen Patent- und Markenamtes registriert werden.

Im Folgenden wird das Verfahren für von der Anmeldung bis zur Eintragung Ihrer Marke beschrieben.

### Schritt 1: Das Beratungsgespräch

Der Schutz Ihres Zeichens ist ein bedeutender Schritt und bedarf daher auch einer angemessenen Vorbereitung. Wir besprechen mit Ihnen Ihre strategische Ausrichtung und beraten Sie insbesondere hinsichtlich der Markenform und des Schutzgebietes der Marke.

### Schritt 2: Erstellung eines Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses

Der Schutzzumfang der Marke bestimmt sich nach den konkreten Waren und Dienstleistungen, für die die Marke angemeldet wird. Wir erstellen ein maßgeschneidertes Waren- und Dienstleistungsverzeichnis (WDLV). Die Einordnung der Waren und Dienstleistungen erfolgt dabei in sogenannte Nizza-Klassen. Die 45 Nizza-Klassen sind eine international standardisierte Klassifikation von Waren und Dienstleistungen, die bei der Anmeldung zu beachten sind.

### Schritt 3: Prüfung von absoluten Schutzhindernissen

Im nächsten Schritt erfolgt durch uns die Prüfung Ihrer geplanten Anmeldung auf bestehende Schutzhindernisse. Bei einer Markenanmeldung werden durch das zuständige Markenamt zunächst die sogenannten absoluten Schutzhindernisse geprüft. Um eine Zurückweisung Ihrer Markenanmeldung zu verhindern, prüfen wir diese Schutzhindernisse vorab und beraten Sie zu Möglichkeiten, wie die Marke doch noch schutzfähig werden kann.

### Schritt 4: Prüfung der Kollisionsgefahr

Darüber hinaus prüfen wir im Rahmen einer Identitäts- und Ähnlichkeitsrecherche die sogenannten relativen Schutzhindernisse, also die möglichen Kollisionen mit bereits vorhandenen Zeichen. Eine umfassende Risikoanalyse umfasst nicht nur die bereits eingetragenen Marken. Wir weiten die Recherche auf Unternehmens- und Domainregister aus und recherchieren bereits bekannte Produkt- und Dienstleistungsbezeichnungen. Sie erhalten die Ergebnisse der Ähnlichkeitsrecherche im übersichtlichen Ampelsystem und einem dazugehörigen Gutachten.

### Schritt 5: Wir melden Ihr Zeichen an

Auf der Grundlage der Ähnlichkeitsrecherche entscheiden Sie, ob wir die Marke für Sie anmelden. In Deutschland erfolgt dies beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA), in Österreich beim Österreichischen Patentamt (ÖPA), auf europäischer Ebene beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO). Die Anmeldung enthält genaue Angaben über Ihre Marke und die Waren- und Dienstleistungsklassen, für die sie geschützt werden soll.

### Wie geht es nach der Anmeldung weiter?

#### Die Prüfungsphase des Amtes

Nachdem wir Ihre Marke angemeldet haben, beginnt die amtliche Prüfungsphase: Nach der Einreichung wird geprüft, ob die formalen Anforderungen erfüllt sind und ob absolute Schutzhindernisse der Eintragung entgegenstehen. Das zuständige Amt führt jedoch keine Prüfung hinsichtlich relativer Schutzhindernisse, d.h. auf Konflikte mit älteren Rechten, durch.

#### Veröffentlichung und Eintragung einer deutschen Marke

Die Veröffentlichung markiert den Beginn der dreimonatigen Widerspruchsfrist, in der Inhaber älterer Rechte Widerspruch gegen die Eintragung der Marke einlegen können, bspw. wenn sie sich aufgrund einer möglichen Verwechslungsgefahr in ihren Rechten verletzt sehen.

### Widerspruchsfrist

Die Veröffentlichung markiert den Beginn der dreimonatigen Widerspruchsfrist, in der Inhaber älterer Rechte Widerspruch gegen die Eintragung der Marke einlegen können, bspw. wenn sie sich aufgrund einer möglichen Verwechslungsgefahr in ihren Rechten verletzt sehen.

Wird kein Widerspruch eingelegt, wird die Marke endgültig eingetragen.

Auch nach der Veröffentlichung einer Unionsmarkenanmeldung beginnt die dreimonatige Widerspruchsfrist. Der wesentliche Unterschied zur deutschen Marke besteht darin, dass der Widerspruch auf Markenrechten aus allen EU-Mitgliedstaaten basieren kann. Das bedeutet, dass die Inhaber von Markenrechten in allen 27 EU-Mitgliedstaaten einen Widerspruch einlegen können. Daher ist es wichtig, potenzielle Risiken in einer umfangreichen Vorabrecherche zu erkennen und zu minimieren.

06.

Die Marke wurde angemeldet – was ist zu tun?

## 06. Die Marke wurde angemeldet – was ist zu tun?

Nachdem Ihre Marke erfolgreich angemeldet und eingetragen wurde, beginnt eine neue Phase der Markenpflege und -entwicklung. Hier gibt es weitere Dinge zu beachten:

### Benutzungszwang

Ein zentraler Aspekt nach der Eintragung Ihrer Marke ist der sogenannte Benutzungszwang. Das deutsche und europäische Markenrecht sieht vor, dass eine Marke innerhalb von fünf Jahren nach der Eintragung ernsthaft genutzt werden muss. Die Nutzung muss in dem Umfang erfolgen, dass sie im geschäftlichen Verkehr stattfindet und darauf abzielt, einen Absatzmarkt für die unter der Marke angebotenen Waren oder Dienstleistungen zu schaffen oder zu erhalten. Andernfalls verfällt die Marke und Dritte können einen Antrag auf Löschung stellen.

### Die Bedeutung der Markenüberwachung

Nach der Eintragung Ihrer Marke ist die Markenüberwachung ein entscheidender Schritt, um den Wert und die Integrität Ihrer Marke zu schützen. Die Überwachung dient unter anderem dazu, neu angemeldete – ähnliche - Marken zu identifizieren, die Ihre Rechte ggf. verletzen. Durch frühzeitiges Erkennen solcher potenziellen Konflikte können Sie rechtzeitig Maßnahmen ergreifen, um Ihre Rechte zu verteidigen. In unserer Broschüre zur Markenüberwachung informieren wir Sie ausführlich über dieses Thema.

### Internationalisierung und die Prioritätsfrist

Nach der Erstanmeldung Ihrer Marke haben Sie eine Frist von sechs Monaten, um die Marke in weiteren Ländern anzumelden und dabei das Anmeldedatum (Prioritätstag) zu beanspruchen. Dieser Vorteil bietet strategische Flexibilität und einen Zeitvorsprung vor Wettbewerbern bei der internationalen Expansion. Durch die Nutzung der Prioritätsfrist können Unternehmen Kosten sparen, da sie nicht sofort in allen gewünschten Ländern anmelden müssen. Dies ermöglicht eine gezielte und kosteneffiziente Planung der internationalen Markenstrategie. In unserer Broschüre zur Internationalisierung einer Marke informieren wir Sie.

07.

## 07. Warum white ip?

Markenanmeldungen sind mittlerweile auch über das Internet möglich. Doch mit ein paar Klicks ist eine erfolgreiche Markenmeldung nicht erledigt. Gute Gründe, warum Sie sich für eine Markenmeldung über die white ip | Patent & Legal GmbH entscheiden sollten.

### Strategische Beratung

Unsere strategische Beratung geht über die reine Markenmeldung hinaus. Wir entwickeln eine umfassende Markenstrategie, die Ihre Geschäftsziele unterstützt 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.

### Umfangreiche Prüfung und ein weites Netzwerk

Wir prüfen detailliert Ihren Markenschutz auf die absoluten Schutzhindernisse. Hierbei gehen wir auch auf die Bedeutung des geplanten Zeichens in unterschiedlichen Sprachen ein. Stellen wir fest, dass Ihre geplante Wortmarke aufgrund eines beschreibenden Charakters nicht schutzfähig ist, stehen Ihnen unsere Designer zur Verfügung, um mit Ihnen ein schutzfähiges Logo nach Ihrem Geschmack zu entwickeln.

### Ein maßgeschneidertes Waren- und Dienstleistungsverzeichnis

Wir nehmen uns Zeit, um Ihr Unternehmen besser zu verstehen. Wir analysieren Ihre Website, Pitchdecks und Ihre Ziele und erstellen auf dieser Basis ein maßgeschneidertes Verzeichnis Ihrer Waren und Dienstleistungen (WDLV).

07.

Warum white ip?

### Die detaillierte Ähnlichkeitsrecherche

Eine umfassende Ähnlichkeitsrecherche ist unerlässlich, um das Risiko von Konflikten mit anderen Markeninhabern zu minimieren. Unsere Recherchen berücksichtigen nicht nur identische, sondern auch ähnliche Marken, die in den Zielmärkten eingetragen sind. Des Weiteren überprüfen wir nicht nur eingetragene Marken, sondern auch Unternehmens- und Produktbezeichnungen. Diese sorgfältige Prüfung hilft, das Risiko von Widersprüchen gegen Ihre Markenmeldung zu verringern und informiert über die Erfolgsaussichten Ihrer Markenmeldung in den jeweiligen Ländern.

### 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 Experten bieten eine wertvolle Unterstützung bei der Beurteilung und Beachtung der spezifischen rechtlichen Anforderungen sowie Verfahren in jedem Land und vertreten Ihre Interessen vor den jeweiligen Markenämtern. Um den Aufwand für Sie so gering wie möglich zu halten, übernehmen wir für Sie die notwendige Kommunikation mit den Kollegen vor Ort.

08.

FAQ: Häufig gestellte Fragen

08.

**FAQ: Häufig gestellte Fragen****1. Was ist eine Marke?**

Eine Marke ist ein Zeichen, das Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen unterscheidet. Sie kann z.B. aus Wörtern, Bildern, Farben, Klängen oder einer Kombination dieser Elemente bestehen.

**2. Warum sollte ich meine Marke anmelden?**

Die Anmeldung Ihrer Marke bietet rechtlichen Schutz, verhindert die Nutzung durch Dritte ohne Ihre Zustimmung und stärkt Ihre Marktposition. Sie dient als Basis für den Aufbau einer starken Markenidentität und kann den Wert Ihres Unternehmens steigern.

**3. Wie lange dauert der Prozess der Markenmeldung?**

Die Dauer des Anmeldeprozesses kann je nach Land variieren. In der Regel sollten Sie mit einem Zeitraum von mehreren Monaten rechnen, von der Anmeldung bis zur endgültigen Eintragung Ihrer Marke.

**4. Was kostet die Anmeldung einer Marke?**

Die Kosten für die Markenmeldung hängen von verschiedenen Faktoren ab, einschließlich des Anmeldelandes, der Anzahl der Klassen, für die die Marke angemeldet wird, und ob Sie professionelle Unterstützung in Anspruch nehmen. Wir erstellen Ihnen vorab in jedem Fall ein detailliertes Angebot.

**5. Kann ich meine Marke weltweit anmelden?**

Es gibt kein Verfahren für eine "weltweite" Markenmeldung, aber das Madrider System ermöglicht die internationale Registrierung Ihrer Marke in mehreren Ländern durch eine einzige Anmeldung.

**6. Was passiert, wenn jemand meine Marke verletzt?**

Bei einer Markenverletzung können Sie rechtliche Schritte einleiten, um die Nutzung Ihrer Marke durch Dritte zu unterbinden. Dies kann von einer Abmahnung bis hin zu gerichtlichen Verfahren reichen.

**7. Muss ich meine Marke benutzen, nachdem sie eingetragene wurde?**

Ja, in vielen Ländern gibt es einen Benutzungszwang. Wenn Sie Ihre Marke innerhalb eines bestimmten Zeitraums (in der Regel 5 Jahre nach Eintragung) nicht nutzen, könnte sie wegen Nichtgebrauchs angegriffen und möglicherweise gelöscht werden.

**8. Wie lange ist meine Marke geschützt?**

Eine Marke ist in der Regel 10 Jahre ab dem Anmeldedatum geschützt. Der Schutz kann durch Zahlung einer Erneuerungsgebühr und Einhaltung weiterer formaler Anforderungen beliebig oft verlängert werden.

**9. Kann ich meine Marke ändern, nachdem sie angemeldet wurde?**

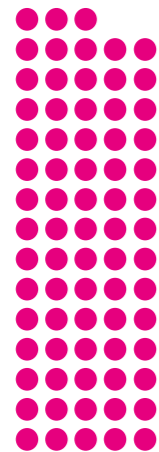
Nach der Anmeldung können wesentliche Änderungen an der Marke nicht vorgenommen werden. Insbesondere das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis kann nach der Anmeldung nicht mehr ergänzt werden. Lediglich formale Anpassungen sind unter Umständen möglich, aber es ist ratsam, vor solchen Änderungen rechtlichen Rat einzuholen.

**10. Wie kann ich sicherstellen, dass meine Marke nicht mit bestehenden Marken kollidiert?**

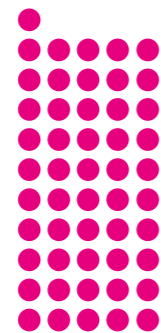
Vor der Anmeldung sollten Sie eine umfassende Markenrecherche durchführen, um sicherzustellen, dass Ihre Marke nicht mit älteren Rechten kollidiert. Das kann helfen, Konflikte und mögliche Einwände gegen Ihre Anmeldung zu vermeiden.

### Markenwert der wertvollsten deutschen Unternehmen im Jahr 2024

Telekom



SAP



Siemens



Mercedes-Benz



BMW



DHL



● = 100 mio. US-Dollar

Quelle  
VuMA  
© Statista 2024

### 09. Setzen Sie ein Zeichen – mit einer starken Marke

09. Setzen Sie ein Zeichen – mit einer starken Marke

Schützen Sie, was Ihnen gehört - Beginnen Sie noch heute mit der Entwicklung Ihrer Markenstrategie

Setzen Sie ein Zeichen und lassen Sie uns gemeinsam die optimale Markenstrategie für den langfristigen Erfolg Ihres Unternehmens entwickeln – mit einer starken Marke, die steht, spricht und überzeugt.

Sind sie bereit für den nächsten Schritt?

Kontaktieren Sie uns noch heute und erfahren Sie mehr über das Thema Ihrer Markenmeldung und wie wir Sie unterstützen können. Unsere Experten stehen bereit, um Ihre Marke zu schützen und ihren Wert langfristig zu sichern.

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen Ihre Marke in eine sichere Zukunft zu führen.



# 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](mailto:marke@white-ip.com)

Web: [www.white-ip.com](http://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](http://www.white-ip.com) enthaltenen Informationen.