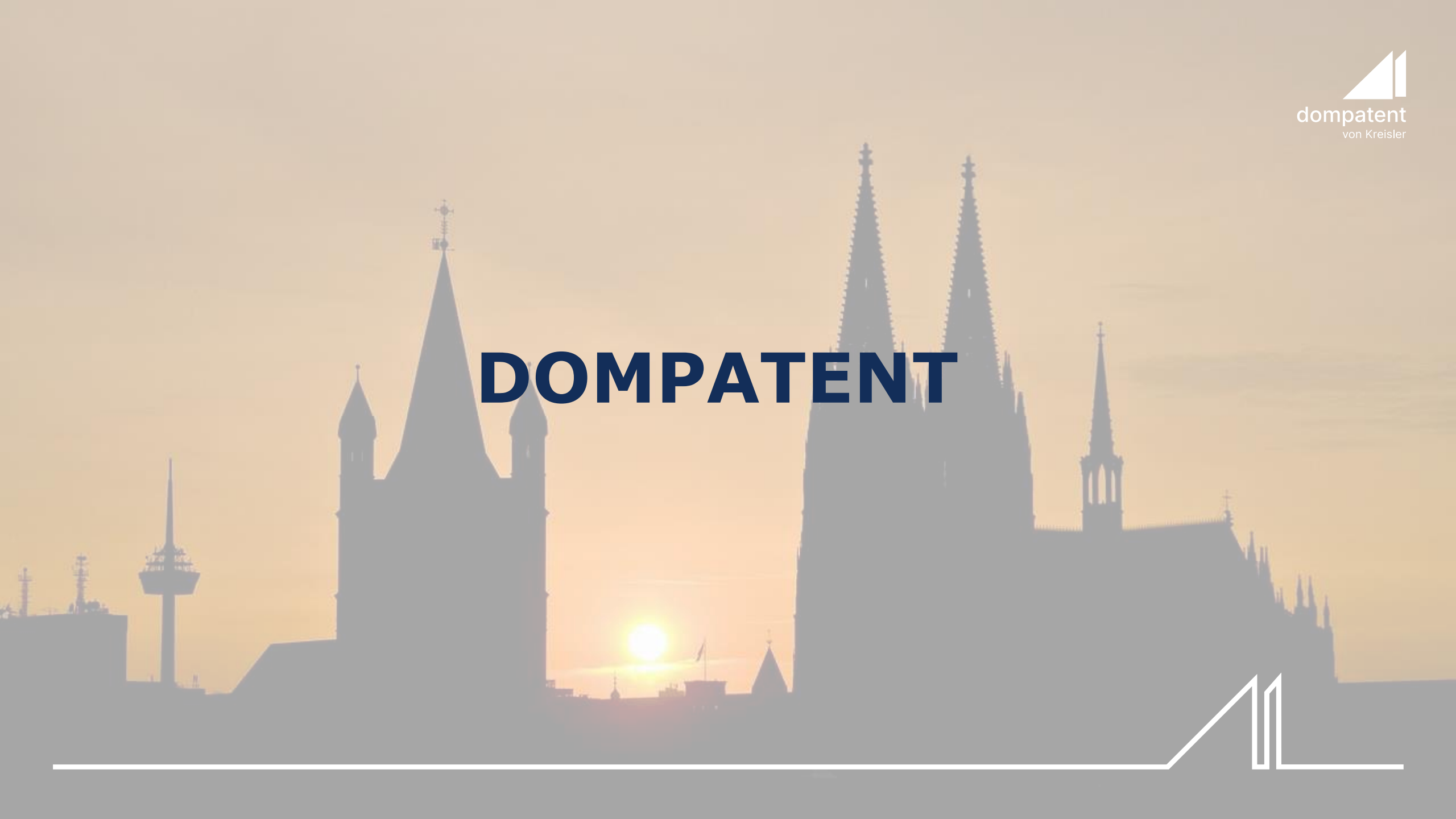




DOMPATENT



INNOVATION UND MARKENSCHUTZ

www.dompatent.de

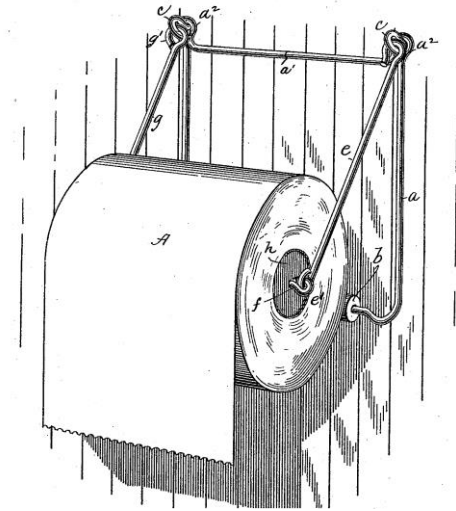


DAMIT AUS EINER IDEE EIN ORIGINAL WIRD

ODER

WARUM DAS KLEINE ® BARES GELD WERT IST





Patente/Gebrauchsmuster



Design

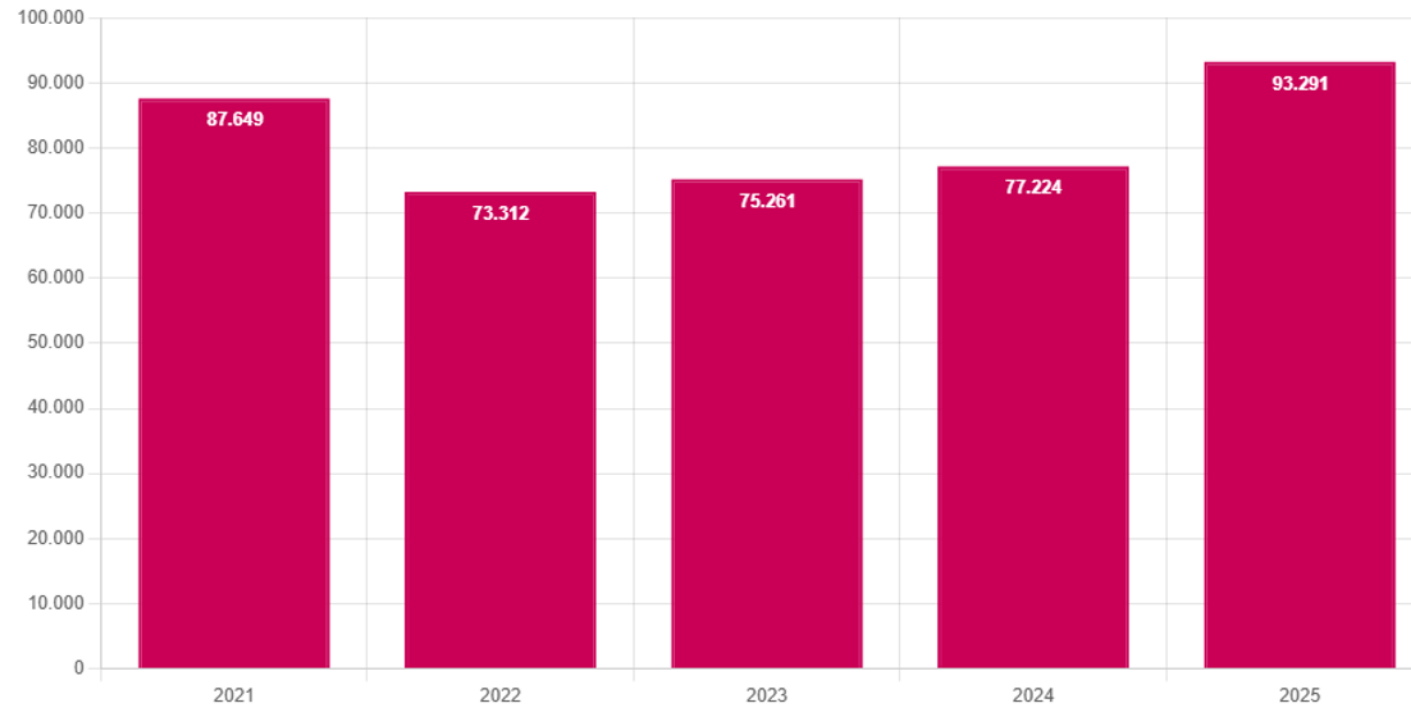
ästhetische Formschöpfungen



Marke
Herkunftshinweis



✓ Entwicklung der Markenmeldungen



+ 19,8%

Nationale Markenmeldungen beim Deutschen Patent- und Markenamt

Nordrhein-Westfalen

24.499
Anmeldungen in 2025



136 Anmeldungen pro
100.000 Einwohner



§ 3 MarkenG:

Als **Marke** können alle Zeichen [...] geschützt werden, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

ABER MARKEN SIND SO
VIEL MEHR...



Im Regal gewinnt selten der
Unsichtbare

Eine Marke macht Leistung wiedererkennbar.

Sie bündelt Erfahrung, Erwartung
und Vertrauen in einem Zeichen



Marken sparen Denkzeit und erleichtern die Kaufentscheidung

AUFFALLEN



ERINNERN



WIEDERKAUF

Ein konsistentes Zeichen
sticht aus ähnlichen
Angeboten heraus.

Erlebnisse und
Erwartungen sammeln
sich unter einem Namen.

Wiedererkennung macht
die nächste Wahl leichter.



Die Marke ist ein Versprechen vor dem Kauf



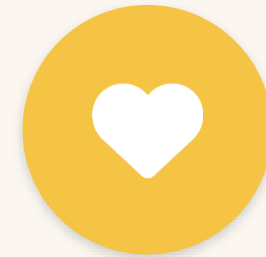
Wiedererkennung

Ein Blick, ein Klang, ein Name –
und man weiß sofort, wer
dahintersteckt.



Vertrauen

Bekannte Marke = man kauft,
was man kennt.



Emotion

Marken wecken Gefühle und
Gefühle verkaufen besser als
Argumente.

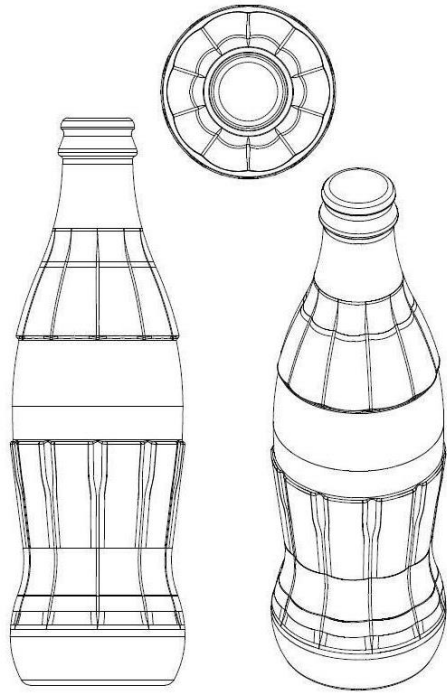
ADIDAS

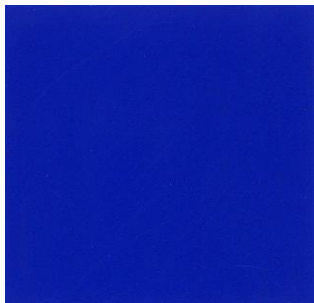
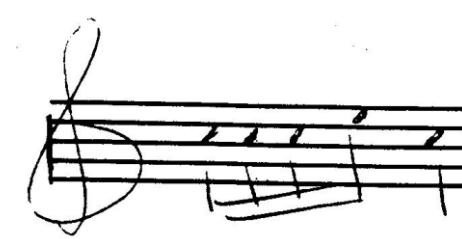
Vorsprung durch Technik



superjeilezick



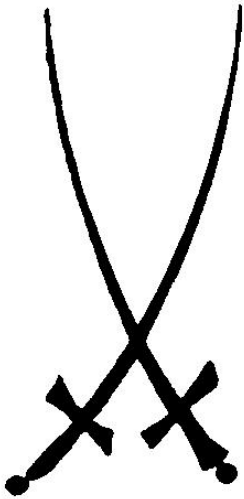




The mark consists of the sound of rhythmic mechanical human breathing created by breathing through a scuba tank regulator.



MARKEN SIND EWIG UND DYNAMISCH



Meissner Porzellan Manufaktur
angemeldet: 1875



1997



2026



PAULAS TRAUM VOM SOCKENLADEN





Die richtige Marke macht das Geschäft

SCHWACH

STÄRKER



SOCKENLADEN

**WEICH &
KUSCHLIG**

SOCKENBLITZ

KUSCHELFUß

Gattungsbegriff

beschreibend

andeutend

Fantasiewort

Für Socken kein
Herkunftshinweis

Sagt vor allem, was
das Produkt ist

Klingt nach Produkt,
beschreibt es aber
nicht glatt

Eigenständig und
unterscheidungskräftig



Die richtige Marke macht das Geschäft



Emu

Mitsubishi **i**nnovative **E**lectric **V**ehicle

i-MiEV



Puffs Tissues





In sechs Schritten zur Marken Anmeldung





Die richtigen Waren und Dienstleistungen

▲ Marken werden für bestimmte Waren und Dienstleistungen eingetragen



Socken

✓ geschützt in ihrer Klasse



Getränke

✗ nicht geschützt

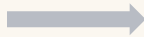
Sorgfalt bei der Erstellung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses



Nizza-Klassifikationen – Begriffe für alle Lebenslagen



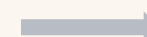
34 Warenklassen



Von 3D-Bioprinter bis Zylinderköpfe für Motoren



11 Dienstleistungsklassen



Von Abbeizen bis Zustellung von
Versandhandelsware

MARKE EINGETRAGEN – WAS NUN?



Nutzen

Mit dem ® Vertrauen aufbauen und die Marke selbstbewusst führen.



Lizenzieren

Andere zahlen dafür, die Marke nutzen zu dürfen.



Verkaufen

Die Marke ist ein Vermögenswert und kann übertragen werden.



Verteidigen

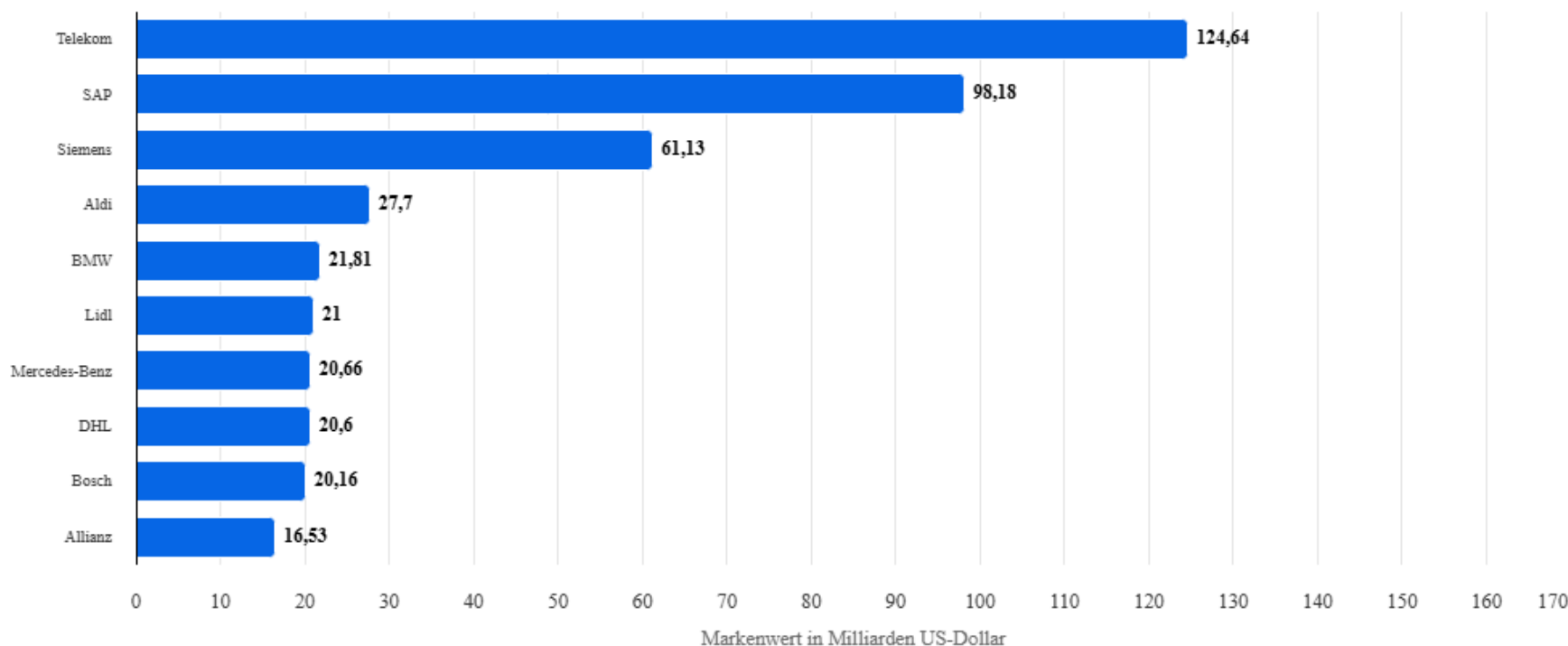
Gegen Nachahmer vorgehen und eigene Produkte schützen



DIE EINGETRAGENE MARKE – MEHR ALS EIN STÜCK PAPIER



Ranking der wertvollsten deutschen Unternehmen nach ihrem Markenwert im Jahr 2026 (in Milliarden US-Dollar)



Quelle:
Kantar Group UK
@ Statista 2026

Zusätzliche Informationen:
Germany; Vom 01.01.2026 zum
31.12.2026



Wo Marken besonders wertvoll sind



Luxusgüter – Marke als Teil des Produkts



Konsumgüter – Marke als Orientierung



Automobilindustrie – Marke als Technologiekompetenz



Technologie & Software – Marke als Risikominimierung



Finanzdienstleistungen – Marke als Vertrauensvermittler



Marke als Hebel für...

PRESTIGE & EXKLUSIVITÄT

ORIENTIERUNG & EMOTION

VERTRAUEN & STATUS

BINDUNG & RISIKOREDUKTION

REPUTATION & VERTRAUEN

Höhere Marge

Bekannte Marken können stabilere und höhere Preise verlangen, weil Kunden bereit sind, für das Image und die gefühlte Qualität mehr zu zahlen

Kundenbindung

Eine klare Identität sorgt dafür, dass Käufer wiederkehren und seltener zur Konkurrenz wechseln

Wirtschaftlicher Wert

Immaterielle Werte wie der Markenname machen oft einen großen Teil des gesamten Börsen- und Unternehmenswert aus

Krisenresistenz

Starke Marken bieten in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten mehr Halt, da Kunden in vertraute Namen investieren

Paula verkauft Socken in ihrem Laden “*Kuschelfuß*”

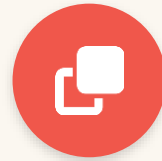
- **Der Name bleibt hängen:** Kunden kommen wieder – wegen des Namens, nicht wegen der Socken.
- **Empfehlungen häufen sich:** “Kauf dir Socken bei Kuschelfuß!” hört man immer öfter.



Paulas Kapital:

Der gute Ruf, den der Name transportiert

*Eines Morgens steht im Nachbarort ein Laden mit dem Namen »**Kuschelfüßchen**«. Gleiche Optik, halber Preis, kratzige Wolle. Die Kunden merken den Unterschied nicht – nur den Ärger danach.*



Nachahmer & Trittbrettfahrer



Verwirrte und unzufriedene Kunden



Sinkender Umsatz

Kuschelfuß®



KI generiert



**Abmahnung
Unterlassung
Schadenersatz
Auskunft
Vernichtung**

- Der andere Laden darf "Kuschelfüßchen" nicht mehr verwenden
- Verwechslungsgefahr für die Kunden ausgeräumt

**NAME ERFOLGREICH VERTEIDIGT – DANK
MARKE**



KI generiert



GUTE GRÜNDE FÜR EINE MARKE

Die Marke macht aus Marketing-Aufwand ein durchsetzbares Schutzrecht.

-
- | | | |
|---|-----------------------------------|---|
| ✓ | Ausschließliches Recht | Dritte können identische oder verwechslungsfähige Zeichen nicht einfach mitbenutzen. |
| ✓ | Bessere Durchsetzung | Registerrechte erleichtern Widerspruch, Abmahnung, Zollmaßnahmen und gerichtliche Schritte. |
| ✓ | Vermögenswert | Marken können lizenziert, verkauft, bilanziell bewertet oder als Deal-Asset genutzt werden. |
| ✓ | Schutz vor Fälschungen | Registrierte Rechte helfen gegen Produktkopien, Trittbrettfahrer und betrügerische Nutzung. |
| ✓ | Skalierung & Expansion | Schutz kann strategisch auf Zielmärkte ausgedehnt werden. |
-



- 1 Eine Marke ist der Ruf eines Unternehmens in Zeichenform – das wertvollste Aushängeschild.
- 2 Keine Eintragung, kein sicherer Schutz. Handelsregister und Domain bieten keinen Schutz.
- 3 Schutz gilt nur dort, wo die Marke angemeldet/eingetragen ist.
- 4 Erst recherchieren, dann anmelden.
- 5 Eine starke Marke ist ein verkaufbarer Vermögenswert – kein Beiwerk.

Nur rund 9 % der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) besitzen eingetragene Markenrechte

WIR HELFEN



Dr. Anke Krebs
akrebs@dompatent.de



- ▲ Deutsche und europäische Patentanwältin
- ▲ Seit über 10 Jahren im gewerblichen Rechtsschutz tätig

GEMEINSAM KRIEGEN WIR IHRE MARKE ANGEMELDET!