

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>Prolog</b>	<b>13</b>
<b>1 Vor der Anmeldung der Marke</b>	<b>15</b>
1.1 Was ist eine Marke?	15
1.2 Marken finden	17
1.3 Marken prüfen	20
1.4 Warum die Anmeldung so wichtig ist?	25
1.5 Zusammenfassung	27
1.6 FAQ	27
<b>2 Anmeldung der Marke</b>	<b>29</b>
2.1 Das Zeichen	30
2.2 Wortmarke oder Wort-/Bildmarke?	33
2.3 Andere Markenformen	36
2.4 Markenformen versus Markenkategorien	38
2.5 Waren und Dienstleistungen	40
2.6 Deutschland oder EU oder weltweit?	45
2.7 Anmelderdaten	48
2.8 Weitere Optionen	51
2.9 Vorteile der Markenanmeldung durch einen Anwalt	53
2.10 Zusammenfassung	54
2.11 FAQ	55

<b>3 Eintragungsverfahren</b>	<b>57</b>
3.1 Wenn alles gut geht	57
3.2 Wenn es nicht gut geht – Beanstandungen der Ämter	61
3.3 Zusammenfassung	78
3.4 FAQ	80
<b>4 Widerspruchsverfahren</b>	<b>83</b>
4.1 Abgrenzungsvereinbarung – die Einigung außerhalb der Ämter und Gerichte	90
4.2 Zeichenähnlichkeit – sind die Marken zu ähnlich?	92
4.3 Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen	97
4.4 Kennzeichnungskraft – sind die Marken eher beschreibend oder besonders kreativ oder gar berühmt?	101
4.5 Verteidigungsmöglichkeiten im Widerspruch	104
4.6 Zusammenfassung	110
4.7 FAQ	111
<b>5 Angriff und Verteidigung</b>	<b>113</b>
5.1 Berechtigungsanfrage – die höfliche Schwester der Abmahnung?	114
5.2 Abmahnung	116
5.3 Klage und einstweilige Verfügung – jetzt geht es vor Gericht	127
5.4 Grenzbeschlagnahme – wie der Zoll gefälschte Ware aufhält	132
5.5 Angriffe auf eine Marke	137
5.6 Schranken der Durchsetzung	147
5.7 Wiederholungsmarken – immer wieder dieselbe Marke anmelden	153

5.8	Kann ich einen Nutzernamen für Social-Media-Profile erstreiten?	155
5.9	FAQ	157
<b>6</b>	<b>Internationaler Markenschutz</b>	<b>159</b>
6.1	Weltweiter Markenschutz?	162
6.2	Markenschutz in China	166
6.3	Markenschutz in den USA	173
6.4	Markenschutz in Japan	180
6.5	Durchsetzung von Markenrecht in arabischen Ländern	188
6.6	FAQ	190
<b>7</b>	<b>Markenarchitektur und Portfoliomanagement</b>	<b>193</b>
7.1	Markenüberwachung	201
7.2	Aufrechterhaltung	203
7.3	Markenrelaunch	206
7.4	Portfoliooptimierung	209
7.5	Übertragung von Marken	212
7.6	Bewertung von Marken	213
7.7	FAQ	219

<b>8 Markenschutz auf Amazon</b>	<b>221</b>
8.1 Anhänger loswerden	224
8.2 Weitere Schutzmaßnahmen	232
8.3 Gesperrte Angebote entsperren	240
8.4 Herausforderungen beim Sourcing der Produkte	245
8.5 Wo geht es hin bei Amazon?	247
8.6 FAQ	248
<b>9 Ausblick</b>	<b>251</b>
<b>Anhang – Erfolg mit Marken</b>	<b>253</b>
<b>Endnoten</b>	<b>287</b>