

1. September 2026 | Battke Frühstück Unternehmensrecht & Schutzrechte

Die Marke als stilles Vermögen

Schützen, strukturieren, verwerten

Dr. Marie Sophie Arendt



DAS PARADOXON DER MARKE



Erstellt mit KI

DREI HEBEL MACHEN AUS DER MARKE EIN STRATEGISCHES ASSET

● Schützen

Welche Markenform passt?
Wie entsteht der Schutz?
Was muss gepflegt und benutzt werden?

● Strukturieren

Wo liegt die Marke?
Wer soll sie halten?

● Verwerten

Wird die Nutzung lizenziert?
Wie lässt sich der Wert überschlägig bestimmen?

Wird die Marke verkauft? Wie wird der Wert bestimmt?

Gliederung

1. Markenformen und Erlangung des Markenschutzes
2. Markeninhaber
3. Lizenzsatz und Markenwert

Markenformen und Schutzerlangung

Welche Schutzrechte gibt es – und welche passt zu Ihrem
Unternehmen?

Wichtige Fragen zur Bestimmung der Marke

1. Wo agiere ich? Deutschland? EU?
2. Was mache ich?
3. Was plane ich ggf. auch noch in den nächsten Jahren?
4. Was habe ich für ein Zeichen?
5. Habe ich ein Logo?

MARKENFORMEN

Wortmarke

Reines Schriftzeichen. Das Wort ist in jeder Darstellungsform geschützt. Weitesten Schutzzumfang.

Beispiel: Battke Grünberg

Wort-/Bildmarke

Geschützt ist die konkrete Kombination aus Wort und grafischer Gestaltung. Schutz an die **konkrete Darstellung** gebunden

Beispiel: BG-Logo



Bildmarke

Rein grafisches Zeichen ohne Wortelemente. Sprachunabhängig einsetzbar.

Beispiel: Apple-Apfel, Mercedes-Stern

Praxisfrage: Soll das Zeichen als Wort, als konkrete Gestaltung oder als rein grafisches Signal wirken?

SCHUTZERLANGUNG

The diagram consists of three circles. A large orange circle on the left is labeled 'Eintragung'. To its right is a medium-sized grey circle labeled 'Benutzungsmarke'. Below the orange circle is a smaller orange circle labeled 'Notorische Bekanntheit'. On the far left, there are two large, light grey circles that partially overlap the orange circle.

Eintragung

Benutzungsmarke

**Notorische
Bekanntheit**

Hinweis: Der Weg über die Eintragung bietet die durchsetzungsstärkste Position.

Was Unternehmer jetzt prüfen sollten

01

Bestand

Welche Zeichen,
Namen und Logos
verwendet Ihr
Unternehmen aktiv?

02

Schutzlücken identifizieren

Sind Ihre Marken eingetragen
– und in den richtigen
Klassen?

03

Benutzung

Werden alle eingetragenen
Marken aktiv genutzt?

04

Überwachung und Verteidigung

Wird der Wert der eigenen
Marke geschützt?

Markeninhaber

Wo soll die Marke liegen?

MARKENINHABER

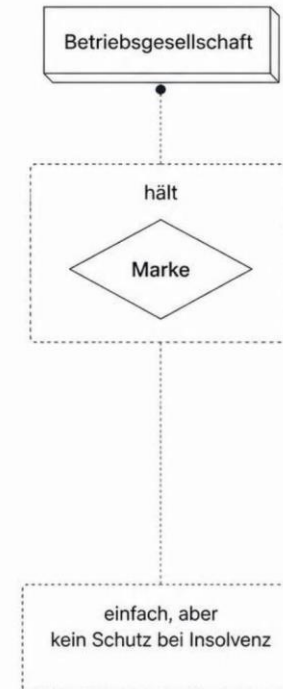
Marke im Unternehmen (Modell 1)

- ✓ Einfach und direkt; keine Zusatzstruktur nötig
- ✗ Gläubigerzugriff möglich

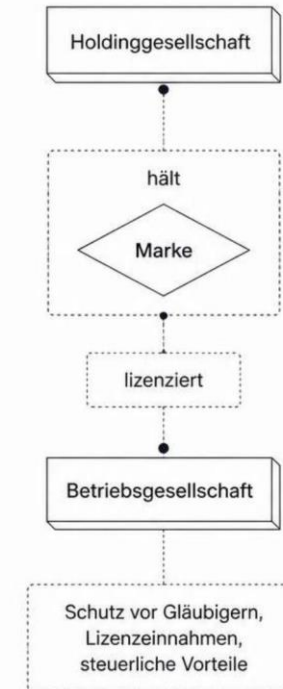
Marke außerhalb des Unternehmens (Modell 2)

- ✓ Trennung IP und operatives Geschäft
- ✓ Kein Zugriff neuer Gesellschafter des operativen Geschäfts auf Anteile der Marke
- ✓ Lizezeinnahmen
- ✗ Gründung weiterer Gesellschaften/Stiftung
- ✗ Mehr Verwaltungsaufwand

Modell 1 – Betriebsgesellschaft hält die Marke selbst
(einfach, aber kein Schutz bei Insolvenz)



Modell 2 – Holdinggesellschaft hält die Marke, lizenziert sie an Betriebsgesellschaft
(Schutz vor Gläubigern, Lizezeinnahmen, steuerliche Vorteile)



Lizenzsatz und Markenwert

Welchen Wert hat die Marke?

WAS IST EINE MARKENLIZENZ?



DAS GRUNDPRINZIP

Das Nutzungsrecht

Eine Markenlizenz erlaubt es, eine fremde Marke unter den vereinbarten Bedingungen zu nutzen.

Wichtig: Die Marke bleibt Eigentum des Inhabers.

Die Lizenzgestaltung

Die wichtigsten Unterscheidungen im Überblick

- **Exklusiv:** nur ein Lizenznehmer
- **Inhalt:** Nutzung für die Klassen
- **Territorium:** auf bestimmte Gebiete begrenzt

Vergütungsmodelle

- Pauschallizenz
- Stücklizenz
- Umsatzlizenz

Was bestimmt den Lizenzsatz?

1. Bestimmung des Rahmens anhand der Branche, z. B. im Immobilienbereich 1,5 % – 4%

2. Wertbildende Faktoren auswerten

Bekanntheit

Lokal, regional, national, international

Reputation

Image & Vertrauenswirkung bei der Zielgruppe

Marktstellung

Nische vs. Breitenmarkt

Wettbewerb

Schutz vor Wettbewerb = höherer Wert

Exklusivität

Exklusivlizenz > einfache Lizenz

Werbeaufwand

Historische & laufende Investitionen

LIZENZSATZ UND MARKENWERT



Hinweis: Dies ist nur eine grobe Faustformel und ersetzt kein unabhängiges Gutachten zur Bestimmung des Lizenz- und Markenwertes.

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- ✓ Prüfen Sie, wo und ob Ihre Marke eingetragen ist
- ✓ Klären Sie, wo sie gehalten werden soll – und warum
- ✓ Überwachen Sie Ihre Marke, um Ihren Wert zu erhalten
- ✓ Schließen Sie fremdübliche Verträge ab