

## **Wirtschaftliche Bedeutung der Marke**

Identifikationsmittel (Name) für Waren und Dienstleistungen

Herkunftsangabe

- nicht notwendigerweise aus bestimmtem Betrieb
- wirtschaftlich zusammenhängende Betriebe (Lizenzen)

Qualitätsangabe

- gleichbleibende Qualität

Transaktionskostensenkung

- Übertragung von Konsumerfahrungen

Kommunikationsvehikel

- für Werbung
- Warentests
- Mundpropaganda

Werbemittel

- attraktiver Name

Eigenständiger Vermögenswert

- Kristallisationspunkt von Goodwill
- wirtschaftlicher Wert der Marke

Lizenzgegenstand

- identische Produkte, schnellere Marktdurchdringung (Franchising)
- andere Produkte

Monopolisierung

- durch monopolistischen Preissetzungsspielraum
- Mittel der Marktaufteilung (geographisch oder nach Käufergruppen)
- Verlängerung von Patentmonopol

Geschützt:

Herkunftsfunktion (§§ 9 I Nr. 1, Nr. 2; 14 II Nr. 1, Nr. 2 MarkenG)

Investitionsschutz, Kommunikation etc. (§§ 9 I Nr. 3; 14 II Nr. 3 MarkenG)