

## 7.5.2 Quantitativer Schutzbereich – die Markenklassen

Grundsätzlich wächst der Wert einer Marke mit der Anzahl der Klassen, für die sie eingetragen ist. Je mehr Produkte oder Dienstleistungen markiert werden können, umso mehr Märkte können bedient werden. Jedoch muss die jeweilige Marke auch entsprechend in allen ihren Klassen genutzt werden, um nicht löschungsreif zu werden. Daher ist es wichtig, sich schon bei Anmeldung einer Marke darüber Gedanken zu machen, in welchen Bereichen die Marke wohl tatsächlich ernsthaft genutzt werden wird. In diesem Zusammenhang spielt auch die Tatsache eine Rolle, dass die Kosten für Eintragung und Aufrechterhaltung einer Marke mit der Anzahl der designierten Klassen steigen. Dies muss gegen die erwarteten Zahlungsströme aus der Nutzung der Marke abgewogen werden.

Ein allgemeingültiger direkter Zusammenhang zwischen bestimmten Klassen und einem gewissen Wert der jeweiligen Marke existiert nicht. Ein solcher Zusammenhang ist von verschiedenen Faktoren abhängig, die im Einzelfall zu analysieren sind.

## 7.5.3 Geographischer und zeitlicher Schutzbereich

Ähnlich wie beim quantitativen Schutzbereich kann man auch bezüglich dem geographischen Schutzbereich die allgemeine Regel aufstellen, dass der Wert einer Marke mit dem von ihr abgedeckten Territorium wächst. Auch hier ist dies jedoch eine Frage des Einzelfalls und es müssen Kosten und Nutzen abgewogen werden. Letztlich kommt es darauf an, ob die jeweilige Marke in den Ländern Schutz genießt, in denen Marketingaktivitäten in Übereinstimmung mit der Unternehmensstrategie stattfinden.

Der zeitliche Schutzbereich ist in den Jahren bevor die erste Verlängerung fällig wird von geringer Bedeutung für den Markenwert. Ein Zusammenhang zwischen Anzahl der Schutzdauererlängerungen und Markenwert kann im Grunde angenommen werden, muss sich jedoch notwendigerweise auf registrierte Marken beschränken und stellt vor dem Hintergrund des Unterschieds zwischen Marken und Brands keine immer zwingende Schlussfolgerung dar.