

Im allgemeinen weisen Brands, deren Marke(n) bekannt im Sinne des Art. 8(5) der Gemeinschaftsmarkenverordnung ist/sind, einen höheren Wert auf als Brands, bei denen dies nicht der Fall ist. Selbiges gilt für notorisch bekannte Marken. Diese Erweiterung des Markenschutzes über Fälle von Verwechslungsgefahr hinaus ist Ausdruck der Tatsache, dass das Markenrecht als Teil des Wettbewerbsrechts im weiteren Sinne den um die Marke gebildeten Handelswert (also die Brand) zu schützen beabsichtigt.

7.5.9 Vertragliche Einschränkungen

Abhängig von seinem Inhalt, der Art und Weise seiner Durchführung und vom Markterfolg der mit den lizenzierten Rechten erstellten Produkte beziehungsweise der angebotenen Dienstleistungen kann das Bestehen eines Lizenzvertrags dem Markenwert zu- oder abträglich sein. Obwohl die Höhe der vereinbarten Lizenzgebühren eine wichtige Einflussgröße für den Markenwert ist, können andere Faktoren auch von großer Bedeutung sein. Beispielsweise kann der Markenwert negativ beeinflusst werden, wenn sich herausstellt, dass eine exklusive Markenlizenz nicht in gewünschter Weise zur Entwicklung der Marke genutzt wird und für diesen Fall nicht vertraglich vorgesorgt wurde.

Abgrenzungsvereinbarungen wirken sich in der Regel positiv auf den Markenwert aus, da sie sowohl Rechtssicherheit vermitteln als auch Zeit und Kosten einsparen helfen.

Bibliography

- Aaker, David A.: Building strong brands, New York 1996
- Aaker, David A.: Management des Markenwerts, Frankfurt am Main 1992
- Abelson, Jenn: Merchants X out A, E, I, O and U, http://www.boston.com/business/articles/2006/03/19/merchants_x_out_a_e_i_o_and_u/ (last viewed April 26, 2006)
- Accounting Standards Committee of Germany: FAQ (Frequently asked questions), <http://www.standardsetter.de/drsc/faq.html> (last viewed September 12, 2005)
- Achleitner, Ann-Kristin; Schraml, Stephanie; Nathusius, Eva: Valuation of Platform Technology Based Intangibles Companies, Working Paper No. 2007-02, February 2007, Center for Entrepreneurial and Financial Studies, Technische Universität München
- ACNielsen: ACNielsen Brand Performance. Valide Markenbewertung, PowerPoint presentation, <http://www.konzept-und-markt.com/Docs/ACNBrandPerformance.pdf> (last viewed March 26, 2007)
- Added Value: Die Wurzeln von Icon Added Value: Der Markenerfolg., <http://www.added-value.com/av/de/Werwirsind/Geschichte/tabid/421/Default.aspx> (last viewed February 12, 2007)
- Amirkhizi, Mehrdad: Suche nach der Weltformel, Press release of the Intstitut für Markenwert, <http://www.institutfuermarkenwert.de/Suche> (last viewed August 23, 2005)
- Andersen, Brigitte; Striukova, Ludmila: Intangible Assets and Intellectual Capital: Where Value Resides in the Modern Enterprise, School of Management and Organizational Psychology Working Paper Series, 04/02, http://www.bbk.ac.uk/manop/research/wpapers/mandocs/04_02_andersen.pdf (last viewed October 16, 2006)
- Anson, Weston; Suchy, Donna (ed.): Fundamentals of Intellectual Property Valuation: A Primer for Identifying and Determining Value, Chicago 2005
- Anson, Weston: Intellectual Capital: Understanding the Value and the Risk, article of July 19, 2005 on www.ipfrontline.com, <http://www.ipfrontline.com/depts/article.asp?id=3674&deptid=3> (last viewed November 21, 2005)
- Audörsch, Jörg: Moderne Bewertungsverfahren für Aktien, <http://finanzportal.wiwi.uni-sb.de/fund/Inhalt.htm> (last viewed February 8, 2008)

- Ballwieser, Wolfgang: Unternehmensbewertung – Prozess, Methoden und Probleme, Stuttgart 2004
- Bamert, Thomas: Markenwert, Wiesbaden 2005
- Bank for International Settlements: International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards. A Revised Framework, Basel 2004
- Barsky, Noah P.; Marchant, Garry: The Most Valuable Resource: Measuring and Managing Intellectual Capital, <http://www.greentreecapital.com/ec-measuring-managing.html> (last viewed May 3, 2007)
- Battersby, Gregory J.; Grimes, Charles W.: Licensing Royalty Rates, Gaithersburg 2006
- Bauer, Michael E.: Verrechnungspreise für immaterielle Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens, Frankfurt am Main 2000
- Baumgarth, Carsten: Markenpolitik. Markenwirkungen – Markenführung – Markencontrolling, 2nd ed., Wiesbaden 2004
- Becker, Wolfgang; Lutz, Stefan: Gabler Kompakt-Lexikon modernes Rechnungswesen, Wiesbaden 2002
- Beisel, Wilhelm; Klumpp, Hans-Hermann: Der Unternehmenskauf, 5th ed., Munich 2006
- Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid: Marktorientierte Markenbewertung. Eine konsumenten- und unternehmensbezogene Betrachtung, Wiesbaden 1998
- Bender, Achim: Europäisches Markenrecht. Einführung in das Gemeinschaftsmarkensystem, Cologne/Munich 2007
- Benker, Thomas: Bewertung und Bilanzierung von Marken nach HGB, IAS und US-GAAP, 2nd ed., Blaubeuren 2004
- Bentele, Guenter; Buchele, Mark-Steffen; Hoepfner, Joerg; Liebert, Tobias: Markenwert und Markenwertermittlung, Wiesbaden 2003
- Bentele, Martina: Immaterielle Vermögenswerte in der Unternehmensberichterstattung, Frankfurt am Main 2004
- Berger, Mathis: Aspekte der Bewertung von Marken in Unternehmensvermögen, MarkenR 1999, p. 271 et seq.
- Berlit, Wolfgang: Markenrecht, 6th ed., Munich 2005
- Berman, Bruce; Woods, James D.: Patent “Brands” – Positioning IP for Shareholder Value, in: Berman, Bruce (ed.): From Ideas to Assets. Investing Wisely in Intellectual Property, New York 2002, pp. 211-232
- Binder, Christof U.: Lizenzierung von Marken, in: Esch, Franz-Rudolf (ed.), Moderne Markenführung. Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen, 4th ed., Wiesbaden 2005, p. 523 et seq.
- Bingener, Senta: Markenrecht – ein Leitfaden für die Praxis, Munich 2007
- Böhler, Heymo; Scigliano, Dino: Marketing-Management, Stuttgart 2005
- B.R. Brand Rating: Monetäre Markenbewertung auf Zielgruppen- und Marktbasis. Markenführung mit BRAND RATING, slide presentation, http://www.markenlexikon.com/d_texte/verfahren_brand_rating.pdf (last viewed November 16, 2006)

- Brand Finance: Current Practice in Brand Valuation, http://www.brandfinance.com/Uploads/pdfs/Current_Practice_in_Brand_Valuation.pdf (last viewed April 28, 2006)
- Brand Finance: Implications of the new international accounting standards for intellectual property owners, Brand Finance Report, http://www.brandfinance.com/uploads/pdfs/ayntka_IFRS3.pdf (last viewed May 9, 2007)
- Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C.: Principles of Corporate Finance, 7th ed., Boston 2003
- Brooking, Annie: Intellectual capital, London 1996
- Brückner, Ingo: Monetäre Bewertung von Patentportfolios, VPP-Rundbrief Nr. 4/2005, p. 149 et seq.
- Brügger, Urs; Streibel, Michael: Neue Transfer Pricing Dokumentationspflichten in Deutschland, Steuer Revue 2003, p. 598 et seq.
- Burmann, Christoph; Blinda, Lars; Nitschke, Axel: Konzeptionelle Grundlagen des identitätsbasierten Markenmanagements, LiM-Arbeitspapiere, Universität Bremen, Fachbereich Wirtschaftswissenschaft, Arbeitspapier Nr. 1 (2003), <http://www.lim.uni-bremen.de/download-files/LiM-AP-01-Identitaetsbasiertes-Markenmanagement.pdf> (last viewed June 25, 2007)
- Burmann, Christoph; Meffert, Heribert: Theoretisches Grundkonzept der identitätsorientierten Markenführung, in: Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Koers, Martin (ed.): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2nd ed., Wiesbaden 2005, p. 37 et seq.
- Burmann, Christoph; Meffert, Heribert; Koers, Martin: Stellenwert und Gegenstand des Markenmanagements, in: Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Koers, Martin (ed.): Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2nd ed., Wiesbaden 2005, p. 3 et seq.
- Caldwell, Allan: How IFRSs put brands on the balance sheet, http://www.intangiblebusiness.com/store/data/files/78-IB_Viewpoint_How_IFRSs_put_brands_on_the_balance_sheet.pdf (last viewed March 3, 2008)
- Casley, Andrew: Tax. Introduction to tax and IP, <http://www.pwc.com/gx/eng/ins-sol/publ/ipvalue/Introduction-tax-IP-05.pdf> (last viewed August 3, 2007)
- Chen, Nan: Asymmetric Information, the Choice of Financial Distress Resolution and Implications for Corporate Debt Pricing, New York 2003
- Cheridito, Yves: Markenbewertung, Berne 2003
- Coenenberg, Adolf G.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 5th ed., Stuttgart 2003
- Cowie, Anthony (chief ed.): Oxford Advanced Learner's Dictionary, 4th ed. 1989, 6th impression 1993
- Davies, Isabel M. (ed.): Sweet & Maxwell's European trade mark litigation handbook, London 1998
- Degen, Patrick: Die Bewertung von Marken aus rechtlicher Sicht, in: Corporate Brand Management - Ein Forschungsprojekt der HSW Bern, p. 103 et seq.

- Deichsel, Alexander: Markentechnische Beobachtungen zum Markenschutz, GRUR 1998, p. 336 et seq.
- Deutsche Bundesbank: Monetary policy and investment behaviour – an empirical study, Deutsche Bundesbank Monthly Report July 2002, http://217.110.182.54/download/volkswirtschaft/mba/2002/200207_en_monetarypolicy.pdf (last viewed May 16th, 2007)
- Deutscher Bundestag: Gesetzentwurf der Bundesregierung - Entwurf eines Gesetzes über die Erstreckung von gewerblichen Schutzrechten (Erstreckungsgesetz - ErstrG), Bundestags-Drucksache 12/1399 of October 30, 1991, pp. 1-74
- Deutsches Institut für Normung: DIN-Norm für Methoden der Markenwertmessung geplant, Press release of January 19, 2005, www2.din.de/sixcms/detail.php?id=19108 (last viewed September 2, 2005)
- Deutsches Patent- und Markenamt: Jahresbericht 2007, Munich 2008
- Dickinson, Steve: Breaking News: China Changes Foreign Investment (FDI) Rules, http://www.chinalawblog.com/2007/11/breaking_news_china_changes_fo.html (last viewed September 27, 2008)
- Drees, Norbert: Markenbewertung und Markenberatung in Deutschland – Ergebnisse einer empirischen Studie, Erfurter Hefte zum angewandten Marketing, Heft 6, Erfurt 1999
- Dürfeld, Armin; Wingendorf, Petra: Lizenzierung von Markenrechten im Konzern, IStR 2005, p. 464 et seq.
- Dvorak, Jenny: Der Lizenzvertrag im Franchising, Frankfurt am Main 2006
- Ehrler, Jürgen: Ein DCF-Modell zur Markenbewertung, in: Baumann, Peter; Casanova, Marco (ed.), Ansätze zur Bildung eines Markenführungs- und -bewertungsmodells. Reader zum Forschungsprojekt Corporate Brand Management, Berne 2003, pp. 73-84
- Erlei, Mathias; Leschke, Martin; Sauerland, Dirk: Neue Institutionenökonomik, Stuttgart 1999
- Ernst&Young: 2005-2006 Global Transfer Pricing Surveys – Global Transfer Pricing Trends, Practices, and Analysis, November 2005, [http://www.ey.com/global/download.nsf/International/Transfer_Pricing_Global_Surveys_Q4_2005/\\$file/GlobalTPSurvey_Q4.2005.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/International/Transfer_Pricing_Global_Surveys_Q4_2005/$file/GlobalTPSurvey_Q4.2005.pdf) (last viewed August 2, 2007)
- Ernst&Young: Business Restructuring – Three Taxation Issues, [http://www.ey.com/Global/assets.nsf/International/Tax_TrnsfrPrcng_Business_Restructuring/\\$file/EY_Tax_TrnsfrPrcng_Restructuring.pdf](http://www.ey.com/Global/assets.nsf/International/Tax_TrnsfrPrcng_Business_Restructuring/$file/EY_Tax_TrnsfrPrcng_Restructuring.pdf) (last viewed August 2, 2007)
- Esch, Franz-Rudolf; Geus, Patrick: Ansätze zur Messung des Markenwerts, in: Esch, Franz-Rudolf (ed.): Moderne Markenführung. Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen, 4th ed., Wiesbaden 2005, p. 1263 et seq.
- Esch, Franz-Rudolf; Langner, Tobias; Rempel, Jan Eric: Ansätze zur Erfassung und Entwicklung der Markenidentität, in: Esch, Franz-Rudolf (ed.): Moderne Markenführung. Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen, 4th ed., Wiesbaden 2005, p. 103 et seq.

- Esch, Franz-Rudolf; Wicke, Andreas; Rempel, Jan Eric: Herausforderungen und Aufgaben des Markenmanagements, in: Esch, Franz-Rudolf (ed.): *Moderne Markenführung. Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen*, 4th ed., Wiesbaden 2005, p. 3 et seq.
- Fabry, Bernd: Three-Dimensional Valuation of IP Rights, 3 *Journal of Business Chemistry*, iss. 3, p. 27 et seq. (2006)
- Fammler, Michael: *Der Markenlizenzvertrag*, 2nd ed., Munich 2007
- Farquhar, Peter H.: Managing Brand Equity, 30 *Journal of Advertising Research*, iss. 4, pp. RC-7-RC-12 (1990)
- Farquhar, Peter H.; Han, Julia Y.; Ijiri, Yuri: Brands on the Balance Sheet, 1 *Marketing Management*, p. 16 et seq. (1992)
- Fezer, Karl-Heinz: Entwicklungslinien und Prinzipien des Markenrechts in Europa - Auf dem Weg zur Marke als einem immaterialgüterrechtlichen Kommunikationszeichen, *GRUR* 2003, p. 457 et seq.
- Fezer, Karl-Heinz: *Markenrecht, Kommentar zum Markengesetz, zur Pariser Verbandsübereinkunft und zum Madrider Markenabkommen*, 3rd ed., Munich 2001
- Finkenzeller, Klaus: *RFID-Handbuch*, 4th ed., Munich 2006
- Fischer, Oliver: Geliehener Ruhm, article on www.manager-magazin.de of August 13, 1999, <http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/0,2828,32221,00.html> (last viewed November 6, 2008)
- Flignor, Paul; Orozco, David: Intangible Asset & Intellectual Property Valuation: A Multidisciplinary Perspective, http://www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/IP_Valuation.pdf (last viewed October 17, 2006)
- Flohr, Eckhard: *Franchisevertrag*, 3rd ed., Munich 2006
- Förster, Thomas: *Immaterielle Vermögenswerte nach IAS 38. Firmenwerte mit Zukunft und deren Behandlung nach IFRS*, Saarbrücken 2006
- Frahm, Lars-Gunnar: *Markenbewertung. Ein empirischer Vergleich von Bewertungsmethoden und Markenwertindikatoren*, Frankfurt am Main 2004
- Franzen, Ottmar: ACNielsen Brand Performance System, in: Hanser, Peter; Högl, Siegfried; Maul, Karl-Heinz (ed.): *Markenbewertung. Die Tank AG*, Düsseldorf 2004, p. 129 et seq.
- Franzen, Ottmar: *Das Brand Performance System von ACNielsen: Standardisierte Markenbewertung auf der Grundlage von Marktforschungsdaten*, in: Schimansky, Alexander (ed.), *Der Wert der Marke*, Munich 2004, p. 146 et seq.
- Franzen, Ottmar: *Markenbewertung, presentation slides, 2004*, http://www.konzept-und-markt.com/Docs/Markenwert_FH_Wiesbaden_Juni.2004.pdf
- Franzen, Ottmar: *Markenbewertung mit Hilfe von Ertragswertansätzen*, *DStR* 1994, p. 1625 et seq.
- Franzen, Ottmar; Fuchs, Michael; Paninka, Jörg: *Psychologie der Marken*, http://www.konzept-und-markt.com/Docs/Cognitive_Mapping.pdf (last viewed July 2nd, 2007)
- Friedhoff, Isabelle: *Marken in der Übernahmeabwehr*, Düsseldorf 2006

- Gaiser, Brigitte: Brennpunkt Markenführung – Aufgabenbereiche und aktuelle Problemfelder der Markenführung, in: Gaiser, Brigitte; Linxweiler, Richard; Brucker, Vincent (ed.): Praxisorientierte Markenführung – Neue Strategien, innovative Instrumente und aktuelle Fallstudien, Wiesbaden 2005, p. 5 et seq.
- Gebhardt, Karin; Stein, Matthias: Brand Status. Auf Kurs zum Markenerfolg: Marken und ihre Wettbewerber mit den Augen der Zielgruppe sehen. Ein Management-Instrument von icon brand navigation., slide presentation, Nürnberg 2001
- Geddes, H. Ross: An Introduction to Corporate Finance. Transactions and Techniques, 2nd ed., Chichester 2006
- Gerpott, Torsten J.; Thomas, Sandra E.: Markenbewertungsverfahren, WiSt 2004, p. 394 et seq.
- Gilmore, George William: Animism, Boston 1919
- Goddar, Heinz: Deal-making, Understanding the Contractual Terms and Conditions for Licensing “out”, WIPO Training Course paper, Singapore 2003
- Göbel, Vanessa: Geschützte Marken, markenartikel 11/2008, p. 93 et seq.
- Göttgens, Olaf; Sander, Björn; Wirtz, Bernd; Dunz, Markus: Markenbewertung als strategischer Erfolgsfaktor, Study by BBDO Consulting, <http://www.bbdo.de/de/home/studien.download.Par.0011.Link1Download.File1Title.pdf> (last viewed February 25, 2007)
- Götting, Horst-Peter: Protection of Well-Known, Unregistered Marks in Europe and the United States, IIC 2000, p. 389 et seq.
- Gold, Ivan: The Community Trade Mark Handbook, London 2001-2006
- Grael, Ralf: Die Pein der Weisen, brand eins 2/2003, p. 65 et seq.
- Gream, Matthew: Trademark valuation: review in January 2004, http://matthewgream.net/Professional/IntellectualProperty/review_trademark-valuation-01-2004.pdf (last viewed April 6, 2007)
- Greenhalgh, Christine; Rogers, Mark: Trade Marks and Market Value in UK Firms, Working Paper No. 4/06, Intellectual Property Research Institute of Australia, Melbourne 2006
- Greiner, Markus: Die bilanzielle Behandlung von Marken, Lohmar 2002
- Greiner, Markus: Nutzungsdauer einer Marke im Konzernabschluss, BB 2004, p. 483 et seq.
- Groppelli, Angelico A.; Nikbakht, Ehsan: Finance, Hauppauge 2000
- Groß, Michael: Aktuelle Lizenzgebühren in Patentlizenz-, Know-How- und Computerprogrammlicenz-Verträgen: 2000/2001, WRP 2003, p. 1199 et seq.
- Groß, Michael: Marken-Lizenzvertrag, Heidelberger Musterverträge, Heft 84 4th ed., Frankfurt am Main 2008
- Großfeld, Bernhard: Unternehmens- und Anteilsbewertung im Gesellschaftsrecht, 4th ed., Cologne 2002
- Grüner, Tanja: Behandlung der immateriellen Vermögenswerte im Rahmen der Erstkonsolidierung nach IAS/IFRS, Munich 2006
- Günther, Thomas; Kriegbaum-Kling, Catharina: Brand Valuation and Control: an Empirical Study, Schmalenbach Business Review 2001, p. 263 et seq.

- Häusler, Jürgen; Stucky, Nik: Markenmanagement und finanzielle Transaktionen, in: Wiedmann, Klaus-Peter; Heckemüller, Carsten (ed.): *Ganzheitliches Corporate Finance Management – Konzept, Anwendungsfelder, Praxisbeispiele*, Wiesbaden 2003
- Haigh, David: Brand valuation: what it means and why it matters, in: *Brands in the Boardroom*, IAM supplement No. 1, pp. 18-22 (2004)
- Hand, John; Lev, Baruch: Introduction and Overview, in: Hand, John; Lev, Baruch (ed.): *Intangible Assets. Values, Measures, and Risks*, p. 1 et seq., Oxford University Press, Oxford 2003
- Hand, John; Lev, Baruch (ed.): *Intangible Assets. Values, Measures, and Risks*, Oxford University Press, Oxford 2003
- Hanser, Peter; Högl, Siegfried; Maul, Karl-Heinz (ed.): *Markenbewertung. Die Tank AG*, Düsseldorf 2004
- Harhoff, Dietmar; Scherer, Frederic M.; Vopel, Katrin: Exploring the tail of patented invention value distributions, in: Granstrand, Ove (ed.): *Economics, Law and Intellectual Property: Seeking strategies for research and teaching in a developing field*, Boston/Dordrecht/London 2003, p. 279 et seq.
- Harrison, Suzanne; Sullivan, Patrick H.: Profiting from intellectual capital: learning from leading companies, 32 *Industrial and Commercial Training*, iss. 4, p. 139 et seq. (2000)
- Harte-Bavendamm, Henning: Einleitende Anmerkungen zum Aufsatz “Markentechnische Beobachtungen zum Markenschutz” von Prof. Dr. Alexander Deichsel, *GRUR* 1998, p. 335 et seq.
- Harte-Bavendamm, Henning; von Bomhard, Verena: Abgrenzungsvereinbarungen und Gemeinschaftsmarken, *GRUR* 1998, p. 530 et seq.
- Hasselblatt, Gordian N. (ed.): *Münchener Anwaltshandbuch Gewerblicher Rechtsschutz*, 3rd ed., Munich 2009
- Havenstein, Moritz; Heiden, Matthias: Markenwertmessung im betrieblichen Rechnungswesen - Entscheidungshilfe oder Sorgenkind?, *BB* 2003, p. 1272 et seq.
- Henning-Bodewig, Frauke; Kur, Annette: *Marke und Verbraucher: Funktionen der Marke in der Marktwirtschaft. Band I. Grundlagen*, Weinheim 1988
- Herve, Yves; Stock, Oliver; Bodenstern, Roland: *Dokumentation der Angemessenheit von Verrechnungspreisen in der Praxis - Teil IV: Lizenzgebühren*, *BC* 2005, p. 268 et seq.
- Hildebrandt, Ulrich: *Marken und andere Kennzeichen*, Cologne/ Berlin/ Munich 2006
- Hillery, John S.: *Securitization of Intellectual Property: Recent Trends from the United States*, <http://www.iip.or.jp/summary/pdf/WCORE2004s.pdf> (last viewed May 8, 2006)
- Hirt, Rainer: *Audio-Branding: Klingel-Fluch oder Markensegen?*, http://www.markenlexikon.com/d/_texte/hirt_klingelfluch_markensegen.pdf (last viewed January 12, 2008)
- Homburg, Christian; Krohmer, Harley: *Grundlagen des Marketingmanagements, Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung*, Wiesbaden 2006

- Hüttche, Tobias; von Brandis, Henning: Lexikon Rechnungslegung Bilanzanalyse Bilanzpolitik, Stuttgart 2003
- Hughes, Karen; Borzumato, Domenico: Tax tips for IP owners, 17 *Managing Intellectual Property*, iss. 8, pp. 35-37 (September 2006)
- Ingerl, Reinhardt: Die Gemeinschaftsmarke, Munich 1996
- Ingerl, Reinhard; Rohnke, Christian: Markengesetz, 2nd ed., Munich 2003
- Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW): Entwurf IDW Standard: Grundsätze zur Bewertung immaterieller Vermögenswerte (IDW ES 5), http://www.idw.de/idw/download/IDW_20ES_205.pdf?id=413472&property=Inhalt (last viewed February 5, 2007)
- Interbrand/BusinessWeek: Best Global Brands 2006. A Ranking by Brand Value, company brochure, http://www.ourfishbowl.com/images/surveys/BGB06Report_072706.pdf (last viewed March 28, 2007)
- Interbrand Zintzmeyer & Lux: Brand Valuation. The Key to unlock the Benefits from your Brand Assets., company brochure (undated)
- Interbrand Zintzmeyer & Lux: Wert haben und Wert sein. Die Markenbewertung von Interbrand., company brochure, 2005
- International Valuation Standards Committee (IVSC): International Valuation Standards, 7th ed., London 2005
- IPR Helpdesk: Trade Mark Agents Manual, [http://www.ipr-helpdesk.org/documents/docsPublicacion/pdf_xml/8_ActionLineTrademarksManual\[0000003546_00\].pdf](http://www.ipr-helpdesk.org/documents/docsPublicacion/pdf_xml/8_ActionLineTrademarksManual[0000003546_00].pdf) (last viewed June 19, 2006)
- Irmscher, Markus: Markenwertmanagement. Aufbau und Erhalt von Markenwissen und -vertrauen im Wettbewerb. Eine informationsökonomische Analyse, Frankfurt am Main 1997
- Jaeger-Lenz, Andrea; Freiwald, Sven: Die Bedeutung der Erweiterung des Madrider Markensystems für die markenrechtliche Praxis, GRUR 2005, p. 118 et seq.
- Jansen, Michel: Brand Prototyping: Developing meaningful brands, http://www.brandchannel.com/papers_review.asp?sp_id=1291 (last viewed July 3rd, 2007)
- Jenner, Thomas: Flexibilität und Markenwert, *Das Wirtschaftsstudium* 2000, p. 945 et seq.
- Kalmbacher, Thomas; Repenn, Wolfgang: Monetäre Bewertung von Marken. Anlässe und Methoden, presentation, http://www.patente-stuttgart.de/vortraege/tgs06_kalmbacher_repenn.pdf (last viewed March 25, 2007)
- Kamp, Andreas; Rieke, Markus: Stichwort: Informationsasymmetrie, BKR 2003, p. 527 et seq.
- Kane, Siegrun D.: Trademark Law - A Practitioner's Guide, 4th ed., New York 2004
- Kapferer, Jean-Noel: The new strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term, 3rd ed., London/Sterling 2004
- Katz, Michael L.; Shapiro, Carl: Network externalities, competition, and compatibility, 75 *Am.Econ.Rev.*, iss. 3, p. 424 et seq. (1985)

- Kaufmann, Gwen; Sattler, Henrik; Völckner, Franziska: Markenstrategische Optionen, Research Papers on Marketing and Retailing, University of Hamburg, no. 29, Hamburg 2005
- Keller, Kevin Lane: Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity, 57 *Journal of Marketing*, issue 1, p. 1 et seq. (1993)
- Kern, Wolfgang: Bewertung von Warenzeichen, *Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis* 1962, p. 17 et seq.
- King, Alfred M.: *Valuation: what assets are really worth*, New York 2002
- Klawitter, Christian; Hombrecher, Lars: Gewerbliche Schutzrechte und Urheberrechte als Kreditsicherheiten, *WM* 2004, p. 1213 et seq.
- Kotler, Philip: *Marketing management: analysis, planning, and control*, 5th ed., Englewood Cliffs, NJ, 1984
- Kranz, Marcel: Markenbewertung – Bestandsaufnahme und kritische Würdigung, in: Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Koers, Martin (ed.): *Markenmanagement*, Wiesbaden 2002, p. 429 et seq.
- Kraßer, Rudolf: Schadensersatz für Verletzungen von gewerblichen Schutzrechten und Urheberrechten nach deutschem Recht, *GRUR Int.* 1980, p. 259 et seq.
- Kudraß, Raymond; Schäfer, Gabriele: Rating in der Bankenpraxis - Worauf Unternehmen achten sollten, *BC* 2003, p. 35 et seq.
- Künzel, Manuela: *Die Marke und ihr Wert*, Saarbrücken 2006
- Kur, Annette: TRIPs und das Markenrecht, *GRUR* 1994, p. 987 et seq.
- Kur, Annette: Was macht ein Zeichen zur Marke?, *MarkenR* 2000, p. 1 et seq.
- Lackert, Clark W.; Perry, Maren C.: Protecting well-known and famous marks: a global perspective, *Building and enforcing intellectual property value* 2008, p. 63 et seq., http://www.buildingipvalue.com/08_global/60-62Stockmair.pdf (last viewed February 4, 2008)
- Lange, Paul: *Marken- und Kennzeichenrecht*, Munich 2006
- Lanjouw, Jean O.: Patent Protection in the Shadow of Infringement: Simulation Estimations of Patent Value, 65 *The Review of Economic Studies*, p. 671 et seq. (1998)
- Leitherer, Eugen: Die Entwicklung der modernen Markenformen, *Markenartikel* 1955, p. 539 et seq.
- Lev, Baruch: *Intangibles – Management, Measurement, and Reporting*, Washington, D.C. 2001
- Liberman, Adam: IP issues in mergers and acquisitions, presentation of October 14, 2003, http://www.wipo.int/sme/en/activities/meetings/singapore_03/singapore_liberman_10.pdf (last viewed February 4, 2008)
- Limpert, Brad; Samiian, Ali: Conducting an Intellectual Property Audit and IP Due Diligence, *Intellectual Property Summit 2002*, Infonex conference paper, http://www.gowlings.com/resources/PublicationPDFs/ConductingIPAuditandIPDueDiligence_Reformatted.pdf (last viewed July 23, 2007)
- Loschelder, Michael: Der Schutz technischer Entwicklungen und praktischer Gestaltungen durch das Marken- und das Lauterkeitsrecht – Versuch einer Bewertung der Rechtsprechung der letzten zwei Jahre, *GRUR Int.* 2004, p. 767 et seq.

- Mahmud, Shahnaz: Securitizing for the future, 17 *Managing Intellectual Property*, iss. 8, pp. 22-24 (September 2006)
- Manning-Schaffel, Vivian: Branding that Makes Scents, article of August 14, 2006 on brandchannel.com, http://www.brandchannel.com/start1.asp?fa_id=327 (last viewed January 14, 2008)
- Manton, Steve: *Integrated intellectual asset management: a guide to exploiting and protecting your organization's intellectual assets*, Aldershot 2006
- Marx, Claudius: *Deutsches, europäisches und internationales Markenrecht*, 2nd ed., Cologne 2007
- Mayer, Hans-Jochem; Kroiß, Ludwig (ed.): *Rechtsanwaltsvergütungsgesetz, Handkommentar*, 2nd ed., Baden-Baden 2006
- Meckl, Reinhard: Übung: Funktionsbezogenes Internationales Management (IM) - SBWL IM III - 'Funktionsfelder', presentation slides, Bayreuth 2005
- Medansky, Keith W.; Dalinka, Alan S.: Considering intellectual property securitisation, http://www.buildingipvalue.com/05_NA/143_146.htm (last viewed May 14, 2007)
- Meffert, Heribert; Burmann, Christoph: Wandel in der Markenführung – vom instrumentellen zum identitätsorientierten Markenverständnis, in: Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Koers, Martin (ed.): *Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung*, 2nd ed., Wiesbaden 2005, p. 19 et seq.
- Menninger, Jutta; Kunowski, Stefan: Wertermittlung von Patenten, Technologien und Lizenzen vor dem Hintergrund von Optimierungsstrategien, *DStR* 2003, p. 1180 et seq.
- Meissner, Sabine: *Markenbewertung bei Mergers & Acquisitions. Analyse und Konzeption am Beispiel der Pharmaindustrie*, Wiesbaden 2003
- Meissner, Sabine: *Markenbewertung – Wie ist eine Marke bei Übernahmen und Fusionen zu bewerten?*, Science Factory 2004, p. 1 et seq.
- Mellerowicz, Konrad: *Markenartikel – Die ökonomischen Gesetze ihrer Preisbildung und Preisbindung*, 2nd ed., Munich/Berlin 1963
- Merriam-Webster Online Dictionary: <http://www.m-w.com/> (last viewed October 25, 2006)
- Michaels, Amanda: *A Practical Guide to Trade Mark Law*, 3rd ed., London 2002
- Michalewicz, Zbigniew; Fogel, David B.: *How to Solve It: Modern Heuristics*, 2nd ed., Berlin 2004
- Morcom, Christopher; Roughton, Ashley; Graham, James: *The Modern Law of Trade Marks*, London 1999
- MP Marketing Partner AG: Studie: Rentabilität von Marken oft fraglich - Unternehmen im Zugzwang, press release of August 4, 2006, [http://www.marketinpartner.de/index.php?id=23&tx_mininews_pi1\[showUid\]=131&cHash=4e360e7ba2](http://www.marketinpartner.de/index.php?id=23&tx_mininews_pi1[showUid]=131&cHash=4e360e7ba2) (last viewed October 4, 2006)
- Murphy, John M.: *Brand Strategy*, Cambridge 1990
- Nabrotzki, Stefanie: *Lizenzen an Immaterialgüterrechten als Mittel der Kapitalaufbringung*, Cologne 2008

- Nestler, Anke: Bewertung von Intellectual Property bei konzerninternen Übertragungen bzw. Nutzungsüberlassung, presentation slides of May 19, 2006
- Nordemann, Axel: Wettbewerbsrecht Markenrecht, 10th ed., Baden-Baden 2004
- Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM): Guidelines Concerning Proceedings before the Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) – Part B, Examination – Draft, DIPP Status: 2006, <http://oami.europa.eu/en/mark/marque/pdf/Examination24.7.2006.pdf> (last viewed January 4, 2008)
- Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM): Statistics of Community Trade Marks 2007, http://oami.europa.eu/pdf/office/SSC009-Statistics_of_Community_Trade_Marks_2007.pdf (last viewed September 7, 2008)
- Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs) (OHIM): Tarzans berühmter Schrei, Press release CP/07/01 of November 5, 2007, <http://oami.europa.eu/de/office/press/pdf/051107DE.pdf> (last viewed September 23, 2008)
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD): Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations, Paris 2001
- Orth, Stephan: Wie riecht ein Zimmermädchen im Hilton?, <http://www.spiegel.de/reise/fernweh/0,1518,471207,00.html> (last viewed January 14, 2008)
- Pakes, Ariel: Patents as options: some estimates of the value of holding European patent stocks, 54 *Econometrica* iss. 4, p. 755 et seq. (1986)
- Paschke, Dennis: Grundlagen der Volkswirtschaftslehre, 4th ed., Heidenau 2004
- Perrey, Jesko; Riesenbeck, Hajo: Was Marken wirklich wert sind, *akzente* 2004, p. 2 et seq.
- Phillips, Jeremy: Trade Mark Law: A Practical Anatomy, Oxford 2003
- Pitkethly, Robert: The valuation of patents: A review of patent valuation methods with consideration of option based methods and the potential for further research, Judge Institute Working Paper WP 21/97, Cambridge 1997
- Platon: Apology of Socrates
- PricewaterhouseCoopers: Shedding light on IFRS: International Financial Reporting Standard 3 – The new Business Combinations standard, [http://www.pwc.com/Extweb/service.nsf/docid/E2A4A0E07DBC26E480256CC40039AD3D/\\$file/Sheddinglight8pg.pdf](http://www.pwc.com/Extweb/service.nsf/docid/E2A4A0E07DBC26E480256CC40039AD3D/$file/Sheddinglight8pg.pdf) (last viewed August 1, 2007)
- PricewaterhouseCoopers; GfK Marktforschung; Sattler, Henrik; Markenverband e.V. (ed.): Praxis von Markenbewertung und Markenmanagement in deutschen Unternehmen, Neue Befragung 2005, 3rd ed., Frankfurt/Main, 2006
- Progoff, Susan; Palladino, Vincent N.: Tips for successful trademark licensing, in: Licensing in the Boardroom 2005. Key licensing issues for senior executives. A supplement to Intellectual Asset Management magazine, London 2005, p. 1 et seq.
- Razgaitis, Richard: Valuation and Pricing of Technology-Based Intellectual Property, Hoboken, 2003

- Reese, Jan Frederik: Die Bewertung von Immaterialgüterrechten, Göttingen 2005
- Reiche, Klaus: Instrumente zur Verminderung der Informationsasymmetrie beim Unternehmenskauf, DStR 2000, p. 2056 et seq.
- Repenn, Wolfgang; Weidenhiller, Gabriele: Markenbewertung und Markenverwertung, 2nd ed., Munich 2005
- Rugman, John; Hadjiloucas, Tony: Valuing IP and determining the cost of capital, Special Focus Chapter, PricewaterhouseCoopers 2005, www.pwc.com/gx/eng/ins-sol/publ/ipvalue/Valuing-IP-Cost-capital-05.pdf
- Saigol, Lina: Lights go down on the acquisition party, Financial Times article published August 22, 2007 on ft.com, <http://www.ft.com/cms/s/0/f632e45a-5014-11dc-a6b0-0000779fd2ac.html> (last viewed August 22, 2007)
- Sambuc, Thomas: Was soll das Markenrecht?, WRP 2000, p. 985 et seq.
- Sander, Björn; Jakobs, Andreas: Markenmanagement ist Wertmanagement, marketingjournal 2004, p. 34 et seq.
- Sattler, Henrik: Markenbewertung, ZfB 1995, p. 663 et seq.
- Sattler, Henrik: Markenbewertung: State of the Art, Research Papers on Marketing and Retailing, University of Hamburg, No. 27, Hamburg 2005
- Sattler, Henrik: Wovon hängt der langfristige Wert von Marken ab?, Ergebnisse einer Markenexperten-Befragung in Zusammenarbeit mit der GfK und dem Markenverband, http://www.henriksattler.de/publikationen/HS_048.pdf (last viewed February 9, 2007)
- Sattler, Henrik; Högl, Siegfried; Hupp, Oliver: Evaluation of the financial value of brands, Research Papers on Marketing and Retailing, University of Hamburg, No. 7, Hamburg 2002
- Schankerman, Mark; Pakes, Ariel: Estimates of the Value of Patent Rights in European Countries during the Post-1950 Period, 96 Econ. J., p. 1052 et seq. (December 1986)
- Schaub, Renate: Schadensersatz und Gewinnabschöpfung im Lauterkeits- und Immaterialgüterrecht, GRUR 2005, p. 918 et seq.
- Scherer, Frederic M.; Harhoff, Dietmar; Kukies, Jörg: Uncertainty and the Size Distribution of Rewards from Technological Innovation, 10 Journal of Evolutionary Economics, p. 175 et seq. (2000)
- Schimansky, Alexander (ed.): Der Wert der Marke, Munich 2004
- Schimansky, Alexander: Markenbewertungsverfahren aus Sicht der Marketingpraxis, in: Schimansky, Alexander (ed.), Der Wert der Marke, Munich 2004, p. 12 et seq.
- Schimansky, Alexander: Schlechte Noten für Markenbewerter, marketingjournal 2003, p. 44 et seq.
- Schmeisser, Wilhelm; Leonhardt, Maik: Asset-Backed Securities - Forderungsverbriefung für den gehobenen Mittelstand als Finanzierungsalternative, DStR 2007, p. 169 et seq.
- Schmeisser, Wilhelm; Schmeisser, Karin: Auswirkungen von Basel II für den Mittelstand: Kreditvergabe und Bepreisung von Krediten, DStR 2005, p. 344 et seq.

- Schmidbauer, Rainer: Immaterielle Vermögenswerte in der Unternehmensrechnung: Abbildung im Jahresabschluss und Ansätze zur Steuerung, *DStR* 34, p. 1442 et seq.
- Schütte, Jens: Aktivierungskonzepte immaterieller Vermögenswerte, Hamburg 2006
- Schunk, Holger; Lütje, Dierk; Heil, Oliver P.: Nur was man messen kann, kann man auch managen, *markenartikel* 2004, p. 24 et seq.
- Shapiro, Carl; Varian, Hal R.: *Information Rules. A Strategic Guide to the Network Economy*, Boston 1999
- Silbiger, Steven: *The 10-day MBA*, 3rd ed., London 2005
- Simensky, Melvin: *The new role of intellectual property in commercial transactions. Recent trends in the valuation, exploitation and protection of intellectual property*, New York 1994
- Simon, Carol J.; Sullivan, Mary W.: *The Measurement and Determinants of Brand Equity: A Financial Approach*, 12 *Marketing Science*, iss. 1, p. 28 et seq. (winter 1993)
- Simpson, Margaret J.: *Valuation of Scandinavian patent rights across industries, nationalities, and time: analysis, estimates, and applications*, Ann Arbor 1992
- Sine autore: *Markenbewertung und Markenberatung in Deutschland*, *absatzwirtschaft* 1999, p. 96 et seq.
- Sine autore: *Markenrechtskrimi um die 60-Millionen-Euro Marke "3..2..1..meins!"*, *MarkenNews* of June 29, 2005, <http://www.markenbusiness.com/de/news.php?newsid=2113> (last viewed October 3, 2008)
- Sine autore: *Marktverwirrung um "3..2..1..meins!"?*, *MarkenThema* of March 15, 2007, <http://www.markenbusiness.com/de/news.php?newsid=4904> (last viewed October 3, 2008)
- Sine autore (Ocean Tomo): *Ocean Tomo releases results of world's first ever live patent auction*, press release of May 11, 2006, <http://www.oceantomo.com/press/Post-Post-Auction\5.11.06.pdf> (last viewed February 27, 2008)
- Sine autore (The Economist): *Securitising Intellectual Property: Intangible Opportunities*, http://w4.stern.nyu.edu/news/news.cfm?doc_id=6129 (last viewed August 6, 2007)
- Smith, Gordon V.: *Trademark Valuation*, New York 1997
- Smith, Gordon V.; Parr, Russell L.: *Valuation of intellectual property and intangible assets*, New York 1989
- Spannagl, Johannes: *Neuer Standard in der Markenbewertung*, *markenartikel* 2001, p. 38 et seq.
- Spannagl, Johannes; Biesalski, Alexander: *Brand Rating-Modell*, in: Hanser, Peter; Högl, Siegfried; Maul, Karl-Heinz (ed.): *Markenbewertung. Die Tank AG*, Düsseldorf 2004, p. 81 et seq.
- Srivastava, Rajendra K.; Shervani, Tasadduq A.; Fahey, Liam: *Market-Based Assets and Shareholder Value: A Framework for Analysis*, 62 *Journal of Marketing*, iss. 1, p. 2 et seq. (January 1998)
- Steinbeck, Anja: *Die Verwertbarkeit der Firma und der Marke in der Insolvenz*, *NZG* 1999, p. 133 et seq.

- Strebinger, Andreas: Der Dschungel der Markenbewertung, Markenartikel 2005, p. 37 et seq.
- Ströbele, Paul; Hacker, Franz: Markengesetz, 8th ed., Cologne 2006
- Stucky, Nik: Interbrand-Modell, in: Hanser, Peter; Högl, Siegfried; Maul, Karl-Heinz (ed.): Markenbewertung. Die Tank AG, Düsseldorf 2004, p. 103 et seq.
- Stucky, Nik: Monetäre Markenbewertung nach dem Interbrand-Ansatz, in: Schimansky, Alexander (ed.): Der Wert der Marke, Munich 2004, p. 432 et seq.
- Tauber, Edward M.: Brand Leverage: Strategy for Growth in a Cost-Control World, 16 Journal of Advertising Research, iss. 4, p. 26 et seq. (1988)
- Toh, Min Joo Benjamin: Fuel Cell Controller, Department of Electrical and Computer Engineering, Curtin University of Technology, Perth 2004
- Toubassy, Ramez: Brand Licensing. A misunderstood piece of the marketing mix, White paper, <http://www.brandchannel.com/images/papers/374.WhitePaper-BrandSensePartners.pdf> (last viewed July 23, 2007)
- Vanzetti, Adriano: Funktion und Rechtsnatur der Marke – 1. Teil, GRUR Ausl. 1965, p. 128 et seq.
- Völkner, Franziska; Pirchegger, Barbara: Immaterielle Werte in der internen und externen Rechnungslegung deutscher Unternehmen – Eine empirische Bestandsaufnahme, Research Papers on Marketing and Retailing, University of Hamburg, No. 28, Hamburg 2005
- Volkner, Thomas; Walter, Karl-Friedrich: Die Endfassung der Neuen Baseler Eigenkapitalvereinbarung (Basel II), DStR 2004, p. 1399 et seq.
- von Bomhard, Verena: Where do you have to be well known to be well known?, Lovells Intellectual Property Newsletter January 2008, p. 12
- von Graevenitz, Georg: Which Reputations Does a Brand Owner Need? Evidence from Trade Mark Opposition, GESY Discussion Paper No. 215, Munich 2007, <http://www.gesy.uni-mannheim.de/dipa/215.pdf> (last viewed January 28, 2008)
- Weber, Jürgen; Stoffels, Mario; Kleindienst, Ingo: Internationale Verrechnungspreise im Konzern, Vallendar 2004
- Werwigk, Claudius: Kapitalaufbringung durch Immaterialgüterrechte, LES-Schriftenreihe zum Technologietransfer, vol. 3, Baden-Baden 2006
- Wirtz, Bernd W; Göttgens, Olaf; Dunz, Markus: Ansätze zur Markenbewertung, der markt 2001, p. 159 et seq.
- Woodward, Caroline: Valuation of intellectual property, PricewaterhouseCoopers brochure, www.pwc.com/gx/eng/ins-sol/publ/ipvalue/pwc_1.pdf (last viewed September 12, 2005)
- World Intellectual Property Organization (WIPO): Guide to the International Registration of Marks under the Madrid Agreement and the Madrid Protocol, WIPO Publication No. 455(E), Geneva 2008
- World Intellectual Property Organization (WIPO): Record Number of International Trademark Filings in 2007, press release, http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2008/article_0007.html (last viewed April 3, 2008)