



Markenanmeldung und -pflege

Ein praxisnaher Leitfaden

Sehr geehrte Leser*innen,

wir freuen uns, dass Sie sich für dieses Whitepaper interessieren.

Nachfolgend erhalten Sie wertvolle Einblicke, Tipps und Handlungsempfehlungen für Ihren Job.

Informieren Sie sich über aktuelle, praxisnahe Trends und Impulse direkt von unseren Expert*innen. Zusätzlich können Sie mit unserem Angebot an verschiedenen Weiterbildungen Ihr Fachwissen ausbauen und vertiefen.

Wir wünschen Ihnen viele neue Erkenntnisse beim Lesen.



Markenanmeldung und -pflege

Ein praxisnaher Leitfaden

Einleitung: Dieser Leitfaden richtet sich an Einsteiger*innen im Bereich Markenrecht und gibt eine Schritt-für-Schritt-Anleitung, wie Sie eine Marke in Deutschland, europaweit oder international anmelden und anschließend effektiv pflegen. Im Vordergrund stehen praktische Hinweise zur **Verwaltung** einer Markenmeldung – von der Vorbereitung über die Einreichung bis zur Verlängerung – sowie Tipps zur Überwachung und Durchsetzung Ihrer Markenrechte im Alltag. Juristische Theorien werden dabei bewusst knapp gehalten zugunsten konkreter Vorgehensweisen.

Nationale Markenmeldung in Deutschland (DPMA)

Die Anmeldung einer Marke in Deutschland erfolgt beim **Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA)**. Mit einer eingetragenen deutschen Marke genießen Sie Markenschutz innerhalb Deutschlands. Im Folgenden finden Sie eine Schritt-für-Schritt-Anleitung sowie Hinweise zu Unterlagen, Gebühren und häufigen Stolperfallen bei der DPMA-Anmeldung.

Schritt-für-Schritt: Anmeldung beim DPMA

1. **Vorbereitung und Recherche:** Überlegen Sie sich zunächst ein **Markenzeichen** (Wort, Logo, Slogan etc.) und stellen Sie sicher, dass es schutzfähig ist. Führen Sie vorab eine **Markenrecherche** durch, um sicherzugehen, dass keine älteren ähnlichen Marken existieren, die Ihre Anmeldung behindern könnten. Da das DPMA *keine* Prüfung auf ältere Marken vornimmt, ist diese Eigenrecherche entscheidend, um Widersprüche oder Abmahnungen zu vermeiden ([DPMA | Recherche](#)) ([DPMA | Recherche](#)). Nutzen Sie dafür z. B. die Datenbank **DPMAregister** für deutsche Marken und auch EU-weite Datenbanken (siehe Abschnitt **Recherchemöglichkeiten** weiter unten).
2. **Benötigte Unterlagen zusammenstellen:** Für die eigentliche Anmeldung benötigen Sie drei Kernangaben:
 - **Angaben zum Anmelder:** Name bzw. Firma, Anschrift und ggf. Ansprechpartner. (Bei Unternehmen genau wie im Handelsregister eingetragen ([DPMA | Tipps für Ihre Markenmeldung](#)).)
 - **Darstellung der Marke und Markenform:** Was genau soll geschützt werden? Laden Sie entweder eine Wortmarke (Text) oder z. B. eine Grafikdatei für ein Logo (Bildmarke) hoch und geben Sie die Markenart an (Wortmarke, Bildmarke, kombinierte Marke etc.) ([DPMA | Tipps für Ihre Markenmeldung](#)).
 - **Waren- und Dienstleistungsverzeichnis:** Stellen Sie eine **Liste der Waren und/oder Dienstleistungen** zusammen, für die die Marke gelten soll. Diese müssen nach der internationalen **Nizza-Klassifikation** in Klassen eingeteilt werden. Verwenden Sie klare Begriffe; das DPMA bietet online Hilfen zur Klasseneinteilung ([DPMA | Recherche](#)). (Bis zu drei Waren-/Dienstleistungsklassen sind in der

Grundgebühr inkludiert, jede weitere Klasse kostet eine zusätzliche Gebühr
([Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE](#).)

3. **Anmeldeformular ausfüllen (online oder Papier):** Das DPMA stellt mehrere Anmeldewege bereit:
 - **Online-Anmeldung über DPMAdirektWeb:** Für Einsteiger am bequemsten ist die webbasierte Anmeldung über *DPMAdirektWeb*. Diese erfordert keine elektronische Signatur. Sie füllen das Online-Formular im Browser aus und reichen es direkt ein ([DPMA | Tipps für Ihre Markenmeldung](#)). Dabei werden Sie Schritt für Schritt nach den oben genannten Informationen (Anmelderdaten, Markendarstellung, Waren/Dienstleistungen) gefragt.
 - **Alternativ: DPMAdirektPro oder Papierformular:** Falls Sie bereits über eine Signaturkarte verfügen oder einen Profiweg bevorzugen, können Sie *DPMAdirektPro* nutzen (signaturgebunden). Andernfalls steht auch ein PDF-Formular (Nummer W 7005) zur Verfügung, das Sie ausdrucken und per Post ans DPMA schicken können ([DPMA | Tipps für Ihre Markenmeldung](#)). Beachten Sie, dass bei Papierformularen sämtliche Angaben korrekt und vollständig in Druckschrift erfolgen sollten, um Nachfragen zu vermeiden.
4. **Einreichung der Anmeldung:** Übermitteln Sie das ausgefüllte Formular. Bei Online-Anmeldung erhalten Sie unmittelbar eine **Eingangsbestätigung** mit einem Aktenzeichen. Dieses Aktenzeichen sollten Sie notieren, da es bei Zahlungen und Rückfragen anzugeben ist. Wichtig zu wissen: **Bereits mit dem Eingang** der Anmeldung beim DPMA wird ein Anmeldetag festgelegt und Ihnen zugeordnet (auch wenn die Gebühren zu diesem Zeitpunkt noch nicht bezahlt sind) ([Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE](#)). Eine zügige Gebührenzahlung ist jedoch empfehlenswert, damit das Amt mit der Bearbeitung beginnt ([Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE](#)).
5. **Zahlung der Anmeldegebühr:** Nach der Einreichung müssen die fälligen **Markengebühren** an das DPMA entrichtet werden. Die Zahlung **muss fristgerecht erfolgen**, da sonst die Anmeldung als zurückgenommen gilt ([DPMA | Zahlungsverkehr](#)). Sie haben verschiedene Zahlungsarten:
 - *Überweisung/Bankeinzahlung:* Überweisen Sie die Gebühr auf das Konto der Bundeskasse/DPMA. Verwenden Sie unbedingt das **Aktenzeichen** und die **Gebührennummer** im Verwendungszweck, damit die Zahlung zugeordnet werden kann ([DPMA | Zahlungsverkehr](#)).
 - *SEPA-Lastschrift:* Sie können ein Lastschriftmandat erteilen, damit das DPMA den Betrag von Ihrem Konto einzieht ([DPMA | Zahlungsverkehr](#)).
 - *(Barzahlung am Schalter:* Nur in München, Jena, Berlin möglich – für die meisten Antragsteller nicht relevant.)

Hinweis: Das DPMA akzeptiert derzeit keine direkten Kreditkartenzahlungen; Online-Zahlungen laufen über Überweisung oder Lastschrift. Achten Sie darauf, die **Zahlungsfrist** (üblicherweise innerhalb von 3 Monaten nach Einreichung) einzuhalten – im Zweifel lieber sofort nach Antragsstellung zahlen ([DPMA | Zahlungsverkehr](#)).

Bei elektronischer Anmeldung erhalten Sie die Bankdaten und den benötigten Verwendungszweck in der Bestätigung.

6. **Formale Prüfung durch das DPMA:** Sobald Antrag und Zahlung vorliegen, prüft das DPMA die Anmeldung auf formale Richtigkeit und **absolute Schutzhindernisse**. Das bedeutet, es wird kontrolliert, ob z. B. offensichtliche Fehler vorliegen oder Gründe, die einer Eintragung entgegenstehen (etwa wenn das Zeichen rein beschreibend oder irreführend ist). **Ältere Marken Dritter werden hier nicht berücksichtigt** – das erfolgt nur, falls jemand Widerspruch einlegt. Sollte etwas fehlen (z. B. eine Klasseneinteilung unklar oder die Markenabbildung nicht lesbar), meldet sich das Amt bei Ihnen mit der Bitte um **Nachreichung oder Korrektur**. Kleinere Anpassungen, etwa Präzisierungen im Waren-/Dienstleistungsverzeichnis, können verlangt werden; die **Marke selbst darf jedoch nachträglich nicht mehr geändert werden** (Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE) (Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE).
7. **Eintragung und Veröffentlichung:** Wenn alle Voraussetzungen erfüllt sind, trägt das DPMA die Marke ins Register ein. Sie erhalten eine **Eintragungsurkunde** (in der Regel elektronisch als PDF) und die Marke wird im **elektronischen Markenblatt** des DPMA veröffentlicht. Mit dem Tag der Eintragung beginnt der Markenschutz formal zu wirken.
8. **Widerspruchsfrist abwarten:** Ab dem **Publikationsdatum** der Eintragung läuft eine **dreimonatige Widerspruchsfrist**. In dieser Zeit können Inhaber älterer Markenrechte beim DPMA Widerspruch gegen Ihre Markeneintragung einlegen (Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE). Kommt kein Widerspruch, bleibt Ihre Marke eingetragen. Wird Widerspruch erhoben, prüft das DPMA in einem separaten Verfahren, ob der Widerspruch berechtigt ist. Als Anmelder*in müssen Sie im Widerspruchsfall darlegen, warum kein Konflikt besteht – in dieser Phase ist es oft ratsam, anwaltliche Hilfe in Anspruch zu nehmen. (Falls Ihre Marke älter als 5 Jahre ist, kann der Widersprechende übrigens den **Nachweis der Benutzung** verlangen – siehe auch Abschnitt **Markenpflege**.)
9. **Nach der Eintragung – Nutzung beginnen:** Ist alles gut gegangen, verfügen Sie nun über eine **eingetragene deutsche Marke** mit einer Schutzdauer von zunächst 10 Jahren (gerechnet ab dem Anmeldetag) (DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung) (Anleitung zur EU Markenanmeldung Schritt für Schritt | KRAUS GHENDLER RUVINSKIJ 2025). Glückwunsch! Denken Sie daran, die Marke auch **ernsthaft zu benutzen**, da ab Ablauf einer fünfjährigen Schonfrist die Gefahr besteht, dass Dritte die Löschung wegen Nichtbenutzung beantragen (Markenlöschung & Nichtigkeitsverfahren | eRecht24). Zur Markenbenutzung und Verlängerung lesen Sie in den Abschnitten **Markenpflege** und **Verlängerung** weiter.

Gebühren und Klassen beim DPMA (Überblick)

Eine deutsche Markenanmeldung ist ein **Mehrklassenverfahren**, d. h. Sie können mehrere Waren- und Dienstleistungsklassen in einer Anmeldung abdecken. **Bis zu drei Klassen** sind

in der Grundgebühr enthalten, jede weitere Klasse verursacht einen **Klassenzuschlag** (Markenanmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE). *Beispiel:* Wenn Sie Ihre Marke für Waren der Klasse 25 (Bekleidung), 28 (Spielwaren) und Dienstleistungen der Klasse 41 (Bildung) schützen möchten, bleiben Sie im Rahmen der Grundgebühr. Kommt Klasse 35 (Werbung) noch hinzu, fällt dafür eine zusätzliche Gebühr an.

Die **Zahlungsarten** beim DPMA wurden oben bereits beschrieben (Überweisung, Lastschrift). Wichtig ist, dass die Gebühren **rechtzeitig und vollständig** bezahlt werden – das DPMA betont, dass verspätete oder unvollständige Zahlungen zum automatischen **Rückzug der Anmeldung** führen (DPMA | Zahlungsverkehr). Markieren Sie daher Zahlungsfristen deutlich im Kalender und nutzen Sie im Zweifel das Lastschriftverfahren, um Fristversäumnisse zu vermeiden.

Typische Fehler bei der nationalen Anmeldung (und wie Sie sie vermeiden)

- **Unzureichende Recherche vorab:** Einer der häufigsten Fehler ist, eine Marke anzumelden, ohne vorher nach ähnlichen bestehenden Marken gesucht zu haben. Dies kann zu kostspieligen Widersprüchen oder Abmahnungen führen (DPMA | Recherche) (DPMA | Recherche). **Tipp:** Immer vor der Anmeldung in relevanten Datenbanken recherchieren (DPMAregister, EUIPO, WIPO – siehe unten).
- **Unklare oder zu breite Waren-/Dienstleistungsangaben:** Wenn die Begriffe im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis zu vage sind oder nicht den Klassifikationsregeln entsprechen, fordert das DPMA Nachbesserung. Zu breite Angaben können außerdem später Probleme bereiten, weil jede nicht genutzte Ware/Dienstleistung nach 5 Jahren angreifbar ist. **Tipp:** Nutzen Sie die Klassifikationshilfen des DPMA oder TMclass und wählen Sie nur Klassen, die Sie auch tatsächlich bedienen wollen.
- **Fristversäumnisse bei der Zahlung:** Wie erwähnt, führt eine nicht rechtzeitig gezahlte Anmeldegebühr zum Verlust der Anmeldung (DPMA | Zahlungsverkehr). **Tipp:** Direkt nach dem Online-Antrag zahlen bzw. bei Postanmeldung den Überweisungsträger sofort ausfüllen.
- **Formfehler im Antrag:** Falsche Adressangaben, fehlende Unterschrift (bei Papieranmeldung) oder vergessene Anlagen können zu Verzögerungen oder Beanstandungen führen. **Tipp:** Nutzen Sie bevorzugt die Online-Anmeldung (führt Sie durchs Formular) oder prüfen Sie ein Papierformular sorgfältig mehrmals gegen die DPMA-Checkliste, bevor Sie es einsenden.
- **Schutz für eigene Marke überschätzt:** Manche denken, mit der deutschen Eintragung sei der Name weltweit geschützt. Dem ist nicht so – der Schutz erstreckt sich **nur auf Deutschland**. Wenn Sie internationalen Schutz wünschen, müssen Sie separat eine EU-Markte oder IR-Markte (siehe unten) anmelden.

Europäische Markenmeldung (Unionsmarke bei EUIPO)

Wenn Ihre Marke nicht nur in Deutschland, sondern in allen Ländern der Europäischen Union geschützt sein soll, können Sie eine **Unionsmarke** anmelden. Zuständig dafür ist das **Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO)** mit Sitz in Alicante (Spanien). Die Unionsmarke bietet mit **einer einzigen Anmeldung** Schutz in derzeit 27 EU-Mitgliedstaaten. Nachfolgend die praktische Anleitung für die EU-Markenmeldung, Unterschiede zur DPMA-Anmeldung sowie Hinweise zur Pflege einer EU-Marke.

Schritt-für-Schritt: Anmeldung der EU-Marke (EUIPO)

1. **Vorbereitung und Entscheidung für eine EU-Marke:** Überlegen Sie, ob eine EU-weite Markenabdeckung nötig ist. Eine Unionsmarke ist sinnvoll, wenn Sie geschäftlich in mehreren EU-Ländern tätig sind oder es planen. Die Vorbereitungen ähneln denen bei der deutschen Marke: Schaffen Sie ein unterscheidungskräftiges Zeichen und prüfen Sie die **Eintragungsfähigkeit**. Hier ist ebenfalls eine **Markenrecherche** unerlässlich – allerdings müssen Sie nun in allen EU-Staaten nach bestehenden ähnlichen Marken suchen. Nutzen Sie dafür die EUIPO-Datenbank **eSearch plus** oder das umfangreiche Tool **TMview**, das viele Länderregister auf einmal durchsucht. Prüfen Sie auch, ob Ihr Zeichen irgendwo in der EU beschreibend ist (absolute Schutzhindernisse). Zur Sicherheit können Sie auf der EUIPO-Website die **Prüfliste vor Anmeldung** konsultieren, die auf häufige Probleme hinweist.
2. **Konto beim EUIPO und Auswahl des Anmeldeformulars:** Legen Sie ein Benutzerkonto auf der EUIPO-Website an (User Area). Über dieses Konto können Sie Ihre Anmeldung online bequem verwalten. Das EUIPO bietet zwei Arten von Online-Formularen an: das „**Easy Filing**“-Formular (vereinfachtes Formular, für einfache Fälle mit einer Klasse, empfohlen für Einsteiger) und das **erweiterte Standardformular**. Seit Februar 2023 gibt es ein neues vereinheitlichtes Formular, das die früheren Varianten ersetzt hat ([Neues Formular für die Anmeldung von Unionsmarken - EUIPO](#)). Im Formular werden Sie gebeten, Ihre **Anmeldesprache** (z. B. Deutsch) und eine zweite Sprache zu wählen.
3. **Angaben im Formular machen:** Füllen Sie das EUIPO-Formular mit den erforderlichen Daten:
 - **Anmelderdaten:** Wie bei der DPMA: Name/Firma, Anschrift etc. (Bei Firmen können Sie auch eine Umsatzsteuer-ID angeben, falls vorhanden, ist aber optional).
 - **Markenart und Darstellung:** Wählen Sie die Marke aus (Text eingeben für Wortmarke oder Datei hochladen für Logo/Bildmarke etc.). EUIPO akzeptiert Wort-, Bild-, Wort/Bildmarken, 3D-Marken, Klangmarken u.a. Für Einsteiger sind meist Wort oder Bildmarke relevant.
 - **Waren- und Dienstleistungsverzeichnis:** Geben Sie die Waren/Dienstleistungen an, gegliedert nach Nizza-Klassen. Hier hilft das Online-Tool enorm: Sie können Begriffe suchen und aus einer Datenbank auswählen. **Tipp:** Verwenden Sie möglichst die von EUIPO vorgeschlagenen standardisierten Begriffe (Harmonisierte Datenbank), denn so vermeiden Sie Übersetzungsprobleme und ermöglichen ggf. eine **Fast-Track**-Bearbeitung. Jede zusätzliche Klasse erhöht die Gebühr – planen Sie also auch hier effizient. (Bei der Unionsmarke deckt die Grundgebühr *eine* Klasse ab;

ab der zweiten Klasse fällt ein Zusatzbetrag an, ab der dritten ein weiterer für jede Klasse.)

4. **Einreichen der Anmeldung und Bezahlen:** Senden Sie den Antrag elektronisch ab. **Wichtig:** Anders als beim DPMA beginnt das EUIPO erst mit der inhaltlichen Prüfung, *wenn* auch die Gebühr eingegangen ist (Anleitung zur EU Marken Anmeldung Schritt für Schritt | KRAUS GHENDLER RUVINSKIJ 2025). Sie sollten die **Zahlung deshalb idealerweise sofort** mit der Antragstellung vornehmen. Im EUIPO-Portal können Sie **online per Kreditkarte** zahlen, alternativ per Banküberweisung oder über ein EUIPO-Depotkonto, falls Sie eines eingerichtet haben (EUIPO warnt vor SPAM Rechnung mit falscher Zahlungsaufforderung - Legal Patent). Die meisten Nutzer wählen Kreditkarte, da die Zahlung dann umgehend verbucht wird und das Verfahren sofort startet. Sobald Antrag und Gebühr vorliegen, erhalten Sie eine Empfangsbestätigung mit **Antragsnummer (EUTM-Nummer)**.
5. **Behördliche Prüfung (formale und materielle Prüfung):** Innerhalb von ca. einem Monat nach Zahlungseingang prüft das EUIPO Ihre Anmeldung zunächst auf **formale Mängel** und **absolute Schutzhindernisse** (Anleitung zur EU Marken Anmeldung Schritt für Schritt | KRAUS GHENDLER RUVINSKIJ 2025). Das heißt, es wird kontrolliert, ob das Zeichen überhaupt als Marke taugt (nicht rein beschreibend, nicht gegen die öffentliche Ordnung verstoßend etc.). Falls das Amt Beanstandungen hat (z. B. das Zeichen ist zu allgemein oder die Klassifizierung fehlerhaft), erhalten Sie einen Bescheid mit Frist zur Stellungnahme oder Korrektur. Sie können dann z. B. argumentieren, warum Ihre Marke unterscheidungskräftig ist, oder das Warenverzeichnis einschränken. **Relative Schutzhindernisse (ältere Marken)** prüft das EUIPO nicht selbstständig; das passiert nur, wenn ein Widerspruch eingelegt wird.
6. **Veröffentlichung der Anmeldung:** Wenn keine absoluten Hindernisse vorliegen (oder diese überwunden wurden), wird Ihre Markenmeldung im **EU-Markenblatt** veröffentlicht. Zu diesem Zeitpunkt ist die Marke noch nicht vollständig eingetragen, aber die Publikation löst die **Widerspruchsfrist** aus. Die Veröffentlichung enthält alle Details (Marke, Anmelder, Waren/Dienstleistungen, Aktenzeichen, Anmeldetag).
7. **Dreimonatige Widerspruchsfrist:** Ab dem Publikationsdatum haben Inhaber älterer Marken in der EU **drei Monate Zeit**, um Widerspruch gegen Ihre Anmeldung einzulegen (Anleitung zur EU Marken Anmeldung Schritt für Schritt | KRAUS GHENDLER RUVINSKIJ 2025). Die Widerspruchsfrist ist EU-weit einheitlich. Kommt innerhalb dieser Frist kein Widerspruch, trägt das EUIPO Ihre Marke nach Fristablauf ins Register ein und Sie erhalten die Registrierungsurkunde. Bei Widerspruch wird ein Verfahren eröffnet, in dem der/die Widersprechende die ältere Marke und die Verwechslungsgefahr darlegen muss. Sie als Anmelder haben Gelegenheit zur Verteidigung (und können – falls Ihre Marke älter als 5 Jahre eingetragen wäre, was bei Neuansmeldungen nicht zutrifft – die Benutzung der Widerspruchsmarke bestreiten). Wird der Widerspruch abgewiesen oder einigt man sich, geht es weiter; bei erfolgreichem Widerspruch wird Ihre Anmeldung ganz oder teilweise zurückgewiesen.
8. **Eintragung und Schutzbeginn:** Ist die Widerspruchsfrist ohne Einwände verstrichen (oder wurden Einwände geklärt), wird die **Unionsmarke eingetragen**. Ab diesem Zeitpunkt genießen Sie Markenschutz in allen EU-Mitgliedstaaten. Die Schutzdauer beträgt auch hier **10 Jahre ab Anmeldetag** und kann unbegrenzt um jeweils 10 Jahre verlängert werden (Anleitung zur EU Marken Anmeldung Schritt für Schritt | KRAUS

GHENDLER RUVINSKIJ 2025). Beachten Sie: Das Unionsmarkenrecht verlangt ebenfalls eine ernsthafte Nutzung der Marke innerhalb von 5 Jahren nach Eintragung in der EU, sonst kann ein Dritter die Marke wegen Verfalls (Nichtbenutzung) angreifen.

Gebühren und Zahlung bei EUIPO

Die Gebühren einer EU-Markenanmeldung sind höher als die einer nationalen Anmeldung, decken dafür aber **alle EU-Länder** ab. **Struktur der Gebühren:** Die **Grundgebühr umfasst eine Klasse**, für die zweite Klasse fällt eine weitere Gebühr an, und ab der dritten Klasse kommt für *jede* zusätzliche Klasse ein weiterer Betrag hinzu. (Beispiel: 1 Klasse – Grundgebühr; 2 Klassen – Grundgebühr + Zusatz für zweite Klasse; 3 Klassen – Grundgebühr + Zusatz zweite + Zusatz dritte Klasse usw.)

Zahlungsarten: Das EUIPO bietet **moderne Zahlungsmöglichkeiten** an. Sie können im Online-Anmeldeformular **direkt per Kredit- oder Debitkarte** zahlen – was für eine zügige Bearbeitung empfohlen wird (EUIPO warnt vor SPAM Rechnung mit falscher Zahlungsaufforderung – Legal Patent). Alternativ ist die Zahlung per **Banküberweisung** möglich (EUIPO gibt Ihnen dann Referenznummern, allerdings kann die Verbuchung ein paar Tage dauern). Wenn Sie häufiger mit dem EUIPO zu tun haben, können Sie auch ein **laufendes Konto** dort führen und Abbuchungen vornehmen lassen (EUIPO warnt vor SPAM Rechnung mit falscher Zahlungsaufforderung – Legal Patent). **Achtung:** Stellen Sie sicher, dass die Zahlung innerhalb der EUIPO-Frist erfolgt (in der Regel unmittelbar oder binnen 1 Monat nach der Online-Antragstellung), da sonst Ihre Anmeldung als nicht eingereicht gilt. Bei sofortiger Kreditkartenzahlung brauchen Sie sich darum nicht zu sorgen, da die Frist dann automatisch gewahrt ist.

Typische Fehler bei EU-Marken und Hinweise

- **Marke nicht EU-weit betrachtet:** Eine häufige Falle ist, nur den deutschen Markt im Blick zu haben. Ein Begriff kann in einem anderen EU-Land beschreibend oder bereits üblich sein. Beispiel: Ein deutsches Fantasiewort könnte in Spanisch eine allgemeine Bedeutung haben. **Tipp:** Prüfen Sie die Marke auf verschiedene Sprachen/Kulturen der EU (das EUIPO verlangt z. B., dass eine Marke nicht in irgendeiner Amtssprache rein beschreibend sein darf).
- **Zu große Gebietsabdeckung ohne echten Bedarf:** Weil die Unionsmarke auf alle EU-Länder wirkt, sollten Sie sie nur wählen, wenn Sie das Gebiet auch nutzen. Sonst zahlen Sie hohe Gebühren und laufen Gefahr, nach 5 Jahren wegen Nichtbenutzung in weiten Teilen der EU angegriffen zu werden. **Tipp:** Alternativ könnten Sie zunächst national oder als EU-Marke mit kleinerem Warenumfang anmelden und später immer noch erweitern.
- **Versäumnis der Zahlung oder Kommunikationssprache:** Das EUIPO kommuniziert häufig per E-Mail im Benutzerkonto. Übersehen Sie keine Mitteilungen. Zahlen Sie die Gebühren sofort, um das Verfahren nicht zu verzögern (Anleitung zur EU Marken Anmeldung Schritt für Schritt | KRAUS GHENDLER RUVINSKIJ 2025).

- **Unterschätzung der Widerspruchsgefahr:** In der EU gibt es viele bestehende Marken. Schon wenn **in einem Land** eine ältere kollidierende Marke existiert, kann das Problem für die gesamte Unionsmarke bedeuten. **Tipp:** Investieren Sie in eine gründliche Recherche EU-weit. Im Zweifel kann man auch erst eine deutsche Marke anmelden und dann innerhalb von 6 Monaten eine EU-Marke mit Priorität (so hätte man schnell Schutz in DE und etwas mehr Zeit für EU-Recherche).
- **Nach der Eintragung inaktiv:** Denken Sie daran, die EU-Marke **ernsthaft in der EU zu benutzen**. Wer z. B. nur in einem Land nutzt, könnte nach 5 Jahren in anderen Ländern mit einem Teillöschungsantrag konfrontiert werden (allerdings gilt die EU-Marke als einheitlich: Nutzung in *irgendeinem* wesentlichen Teil der EU kann ausreichen, um den Schutz für die gesamte EU aufrecht zu erhalten – ein komplexes Thema, aber Nichtbenutzung sollte man generell vermeiden).

Internationale Markenmeldung (Madrid-System über die WIPO)

Wenn Sie Ihre Marke gleich in **mehreren Ländern weltweit** schützen möchten, bietet sich eine **internationale Markenmeldung** über das Madrider System an. Dieses System wird von der **Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO)** verwaltet und ermöglicht es, mit *einem* Antrag bei der WIPO in vielen Ländern gleichzeitig Markenschutz zu beantragen. Wichtig: Eine internationale Registrierung (oft **IR-Marke** genannt) setzt immer eine sogenannte **Basismarke** voraus – also eine bereits angemeldete oder eingetragene nationale Marke (z. B. in Deutschland) oder Unionsmarke (Internationale Markenmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Die internationale Anmeldung „verlängert“ sozusagen den Schutz Ihrer Basisanmeldung auf weitere Länder Ihrer Wahl (Internationale Markenmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Im Folgenden der praxisorientierte Ablauf:

Schritt-für-Schritt: Internationale Markenmeldung (IR-Marke)

1. **Basismarke anmelden oder besitzen:** Stellen Sie sicher, dass Sie bereits eine **Grundlage** für die IR-Anmeldung haben. Das kann eine deutsche Marke beim DPMA sein oder eine Unionsmarke bei EUIPO. Ohne Basismarke *keine* IR-Marke (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke)! Ihre internationale Anmeldung muss inhaltlich zur Basismarke passen (gleicher Markentyp, gleicher Inhaber und in der Regel kein umfangreicheres Waren- und Dienstleistungsverzeichnis als die Basismarke (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke) (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke)). Sie können eine internationale Registrierung entweder **parallel** mit einer nationalen/EU-Anmeldung starten oder auch Jahre später – aber beachten Sie den Begriff der **Priorität**: Melden Sie innerhalb von *6 Monaten* nach der ersten Anmeldung im Inland international an, so können Sie die Priorität dieser ersten Anmeldung beanspruchen (Internationale Markenmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Das bedeutet, die internationale Anmeldung gilt rückwirkend ab dem Datum der Basismarken-Anmeldung, was gegen „Trittbrettfahrer“ in der Zwischenzeit schützt.

2. **Länderauswahl und Strategie:** Überlegen Sie, in welchen **Ländern** Sie Schutz benötigen. Das Madrider System umfasst über 110 Staaten (als Einzelstaaten oder via Organisationen wie EU, Afrika Organisationen). Sie müssen bei Antragstellung angeben, für welche *Vertragsländer* Sie den Markenschutz ausdehnen möchten (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Wählen Sie gezielt: Jeder benannte Staat erhöht die WIPO-Gebühren. Sie können später weitere Länder hinzufügen (sog. **nachträgliche Schutzerstreckung**), jedoch verursacht das erneut Kosten und Aufwand. Prüfen Sie auch grob die Markenlage in den Zielstaaten (eine IR-Anmeldung schützt nicht vor Konflikten mit dort bereits bestehenden Marken).
3. **Formulare ausfüllen (über DPMA/EUIPO):** Anders als bei nationalen/EU-Anmeldungen erfolgt die IR-Anmeldung **indirekt** über Ihr Heimatamt. Das heißt, wenn Ihre Basismarke eine deutsche ist, läuft alles über das DPMA; bei Basismarke Unionsmarke läuft es über EUIPO. Diese Ämter prüfen und leiten Ihren Antrag an WIPO weiter.
 - **DPMA als Ursprungsamt:** Füllen Sie das **Formular MM2** der WIPO aus (in Englisch oder Französisch) – das ist der eigentliche internationale Antrag (DPMA | Internationale Anmeldung). Zusätzlich verlangt das DPMA ein **nationales Begleitschreiben (Form M8005)**, in dem Sie u. a. Ihr Basismarken-Aktenzeichen angeben (DPMA | Internationale Anmeldung). Beide Formulare finden Sie auf der DPMA-Website und bei WIPO. Sie können diese elektronisch im PDF/A-Format ausfüllen und dann über die **Online-Anwendung „Internationale Registrierung“** beim DPMA hochladen (DPMA | Internationale Anmeldung) (DPMA | Internationale Anmeldung). Eine Unterschrift ist auf dem MM2-Formular nicht nötig, solange Sie es elektronisch einreichen (Ausnahme: falls die USA benannt werden, ist das zusätzliche Formular MM18 mit eigenhändiger Unterschrift erforderlich) (DPMA | Internationale Anmeldung).
 - **EUIPO als Ursprungsamt:** Haben Sie eine Unionsmarke als Basis, erfolgt die IR-Anmeldung über das EUIPO. Dort läuft es ähnlich: Sie reichen ebenfalls das WIPO-Formular (MM2) über das EUIPO-System ein. Das EUIPO erhebt eine **Weiterleitungsgebühr** (derzeit einige hundert Euro, separat von den WIPO-Gebühren), und prüft ebenfalls die Übereinstimmung mit der Basismarke (Häufig gestellte Fragen: UM - Internationale Registrierung - EUIPO). Die genaue Handhabung können Sie der EUIPO-Website entnehmen (Stichwort „internationale Registrierung über EUIPO“).
4. **Gebührenzahlung (DPMA/EUIPO und WIPO):** Bei einer internationalen Anmeldung fallen **zwei Arten von Gebühren** an:
 - Eine nationale/europäische **Bearbeitungsgebühr** an Ihr Ursprungsamt (DPMA oder EUIPO). Diese ist fest und eher gering. Beim DPMA muss diese Gebühr **innerhalb eines Monats** nach Einreichung gezahlt werden, sonst gilt der internationale Antrag als zurückgenommen (DPMA | Internationale Anmeldung). Das DPMA veranschlagt hierfür eine Gebührennummer (z. B. 334 100); die Zahlung erfolgt wie üblich per Überweisung/Lastschrift ans DPMA.
 - **WIPO-Gebühren** für die internationale Registrierung selbst. Diese setzen sich zusammen aus einer Grundgebühr und zusätzlichen Gebühren pro benanntem Land sowie pro Klassen, je nach Land. Die Beträge sind in Schweizer Franken festgelegt. Nach Eingang Ihres Antrags erhalten Sie von der WIPO in der Regel eine Zahlungsaufforderung mit Berechnung. Sie können die WIPO-Gebühren direkt

an die WIPO überweisen oder online via Kreditkarte bezahlen. (**Tipp:** Auf der WIPO-Website gibt es einen Gebührenrechner, mit dem Sie vorab ermitteln können, welche Summe ungefähr anfällt, je nach Länderauswahl.) Stellen Sie sicher, dass die WIPO-Gebühren vollständig und fristgerecht bezahlt werden – die WIPO prüft den Zahlungseingang als Teil der Anmeldung (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen).

5. **Prüfung durch Ursprungsamt:** Ihr Heimatamt (DPMA/EUIPO) prüft zunächst, ob Ihr IR-Antrag ordnungsgemäß ist und **inhaltlich der Basismarke entspricht** (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke) (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Insbesondere wird kontrolliert, dass das Markenbild, der Inhaber und das Waren/DL-Verzeichnis nicht über das hinausgehen, was in der Basismarke steht (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Ist etwas nicht in Ordnung (z. B. ein Schreibfehler im Markenname, Abweichungen in der Liste), informiert das Amt Sie und bittet um Korrektur. Nach positiver Prüfung leitet das DPMA/EUIPO den Antrag an die WIPO weiter und bestätigt dabei den **Anmeldetag** der internationalen Registrierung (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke) (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke).
6. **Formale Prüfung durch WIPO:** Die WIPO in Genf bearbeitet Ihren Antrag nun zentral. Sie prüft erneut die **Formalitäten**: Sind alle nötigen Angaben vorhanden? Wurde die Gebühr bezahlt? Stimmen die Klassifizierungen? Ist ggf. eine Übersetzung erforderlich? Wenn die WIPO feststellt, dass etwas fehlt oder nicht korrekt ist, erhalten Sie (über Ihr Ursprungsamt oder direkt) eine **Beanstandung** mit Frist (oft 3 Monate) zur Behebung (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Wird z. B. eine Gebühr nicht rechtzeitig beglichen oder der Mangel nicht behoben, kann die internationale Anmeldung als zurückgenommen gelten (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke).
7. **Eintragung ins internationale Register:** Läuft bei WIPO alles glatt, wird Ihre Marke in das **Internationale Register** eingetragen (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Sie erhalten eine **Internationale Registrierungsnummer** und die WIPO veröffentlicht die Registrierung im „**Gazette des Marques Internationales**“ (dem offiziellen Blatt für IR-Marken) (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Wichtig: Zu diesem Zeitpunkt ist die Marke *noch nicht* automatisch in den einzelnen Ländern geschützt – es ist vielmehr der Startpunkt, ab dem die jeweiligen nationalen Prüfungen beginnen.
8. **Prüfung in den benannten Ländern:** Die WIPO leitet Ihre internationale Registrierung an alle von Ihnen benannten Mitgliedstaaten weiter (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Jetzt liegt es an den **jeweiligen nationalen Markenämtern**, den Schutz in ihrem Land zu gewähren oder abzulehnen. Jedes Amt hat dafür eine Frist (meist 12 Monate, bei einigen bis zu 18 Monate), um ggf. eine **Schutzverweigerung** auszusprechen (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). In vielen Ländern entspricht dies der normalen Markenprüfung: Es wird geschaut, ob lokale Schutzhindernisse oder ältere Rechte entgegenstehen.
 - Wenn ein Land **keine Beanstandung** erhebt, gilt der Markenschutz in diesem Land als bestätigt. Sie erhalten darüber meist keine separate Mitteilung; es ist der

Normalfall.

- Wenn ein Land **Schutz verweigert** (ganz oder teilweise), teilt es dies über WIPO mit – Sie bekommen eine sogenannte „Notification of Provisional Refusal“ (vorläufige Schutzverweigerung) vom jeweiligen Land (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Keine Panik: Das bedeutet, dass in diesem Land entweder formale Einwände oder Konflikte mit bestehenden Marken gesehen wurden. Sie haben dann die Möglichkeit, **auf nationaler Ebene** darauf zu reagieren. In der Mitteilung steht, wie lange Sie Zeit haben, z. B. 2-3 Monate, um einen lokalen Vertreter einzuschalten und z. B. Widerspruch oder Argumente einzureichen (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Dieser Prozess läuft völlig getrennt in dem betreffenden Land ab (die WIPO ist dann raus). Gelingt es, die Einwände auszuräumen, erlangt die Marke auch dort Schutz; falls nicht, bleibt die internationale Registrierung **in diesem Land unwirksam**. Dies beeinträchtigt aber *nicht* die Schutzwirkung in anderen benannten Ländern (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke) (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke) – eine teilweise Ablehnung „schadet“ also nur in dem Land selbst.

9. **Endgültiger Schutz und Laufzeit:** Nach Abschluss der Prüfungen in den einzelnen Ländern (spätestens nach 18 Monaten, außer es läuft ein Widerspruchsverfahren vor Ort noch länger) steht fest, in welchen Ländern Ihre IR-Marke Schutz genießt (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen) (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Damit haben Sie mit einer einzigen Registrierung einen **Markenverbund** in mehreren Staaten geschaffen. Die Schutzdauer der internationalen Registrierung beträgt grundsätzlich **10 Jahre** (nach Madrider Protokoll) ab dem Datum der internationalen Eintragung (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Sie kann – ebenso wie nationale Marken – beliebig oft um jeweils 10 Jahre verlängert werden durch fristgerechte Zahlung der Verlängerungsgebühren an die WIPO (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Ein halbes Jahr vor Ablauf erinnert die WIPO Sie schriftlich an die Verlängerungsmöglichkeit (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke).
10. **Besonderheit „Zentralangriff“ in den ersten 5 Jahren:** Beachten Sie, dass Ihre internationale Registrierung **abhängig von der Basismarke** ist. In den ersten **5 Jahren** nach der internationalen Eintragung gilt eine **Abhängigkeit**: Wird Ihre Basismarke (deutsche oder EU-Marke) erfolgreich angegriffen oder gelöscht, so fällt auch die gesamte internationale Registrierung dahin (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke) (Markenlöschung & Nichtigkeitsverfahren | eRecht24). Dieses Risiko nennt man zentraler Angriff. Nach fünf Jahren wird die IR-Marke allerdings „autonom“; ab dann berührt eine Löschung der Basismarke die IR-Marke nicht mehr. **Praxis-Tipp:** Pflegen und verteidigen Sie Ihre Basismarke besonders sorgfältig in diesen ersten 5 Jahren, da sie der Grundpfeiler für den internationalen Schutz ist. Sollte der schlimmste Fall eintreten und die Basismarke gelöscht werden, besteht als Auffanglösung die Möglichkeit, binnen 3 Monaten einzelne nationale Anmeldungen in den IR-Ländern zu stellen, die das Datum der IR-Marke übernehmen (sogenannte Umwandlung), allerdings ist das teuer und aufwendig.

Verwaltung und Pflege der IR-Marke

Die internationale Registrierung ist im Wesentlichen eine **Bündelung** Ihrer Markenrechte (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Jede nationalen „Schutzkomponente“ unterliegt aber den Regeln des jeweiligen Landes. Für die laufende Pflege bedeutet das:

- Adresse und Inhaberänderungen: Änderungen (z. B. Adressänderung des Inhabers) können zentral über die WIPO für alle Länder vorgenommen werden – ein Vorteil der IR-Marke.
- **Verlängerung:** Erfolgt zentral bei der WIPO alle 10 Jahre. Sie entscheiden bei Verlängerung, ob Sie eventuell in einzelnen Ländern den Schutz nicht mehr benötigen (dann lassen Sie diese einfach auslaufen) oder überall verlängern. Zahlen Sie die Verlängerungsgebühr rechtzeitig, um einen nahtlosen Schutz zu gewährleisten. WIPO erinnert Sie, haftet aber nicht, wenn eine Erinnerung mal nicht ankommt (DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung).
- **Nachträgliche Schutzerstreckung:** Sie können auch nach der Erstregistrierung noch zusätzliche Länder hinzufügen, indem Sie einen Folgeantrag stellen (Formular MM4). Dies ist sinnvoll, wenn neue Märkte hinzukommen.
- **Überwachung:** Genau wie bei nationalen Marken sollten Sie auch Ihre IR-Marke überwachen – allerdings müssen Sie Beobachtungen **pro Land** anstellen. Es gibt keine zentrale WIPO-Widerspruchsstelle; Widersprüche oder Konflikte treten in den einzelnen Ländern auf. Hier kommen wir zum nächsten Abschnitt, der für *alle* Markenarten wichtig ist: Recherche & Monitoring.

Recherchemöglichkeiten und Monitoring-Tools

Warum Recherche? Eine gründliche Markenrecherche vor der Anmeldung und kontinuierliches Monitoring nach der Eintragung gehören zu den wichtigsten Aufgaben in der Markenverwaltung.

- **Recherche vor der Anmeldung:** Bevor Sie eine Marke anmelden, sollten Sie möglichst feststellen, ob Ihre geplante Marke mit älteren Rechten kollidieren könnte (DPMA | Recherche). Finden sich identische oder ähnliche Marken, die für ähnliche Waren/Dienstleistungen geschützt sind, besteht das Risiko, dass Ihre Anmeldung später angegriffen oder untersagt wird. Da weder DPMA noch EUIPO von sich aus nach ähnlichen älteren Marken suchen (DPMA | Recherche), liegt es an Ihnen als Anmeldender*in, diese Prüfung vorzunehmen. Nutzen Sie dafür:
 - **DPMAregister:** Die kostenlose Online-Datenbank des DPMA enthält alle angemeldeten und eingetragenen deutschen Marken, **einschließlich** EU-Marken und internationaler Registrierungen mit Schutz in DE (DPMA | Recherche). Sie können nach Markenname, Inhaber, Klassen etc. suchen. Beachten Sie: DPMAregister ermöglicht eine Suche nach identischen Zeichen, jedoch keine automatische Ähnlichkeitssuche (DPMA | Recherche). Variieren Sie Ihre Suche (z. B. Wildcard-Suche mit * oder Ähnlichkeitsfilter über externes Tool).

- **TMview:** Ein von der EUIPO bereitgestelltes Online-Tool, das Markenregister vieler Länder weltweit in einer Abfrage vereint. Hier können Sie mit einer Abfrage sowohl deutsche als auch EU- und zahlreiche internationale Marken gleichzeitig prüfen.
- **EUIPO eSearch:** Die EUIPO-Datenbank für EU-Marken, die auch nach ähnlichen Zeichen suchen kann (z. B. phonetische Suche).
- **WIPO Global Brand Database:** Eine weltweite Markendatenbank der WIPO, hilfreich insbesondere bei internationalen Recherchen.
- **Klassifikationsdatenbanken:** Um sicherzugehen, dass Sie alle relevanten Klassen abdecken und keine offensichtlichen Konflikte übersehen, können Sie z. B. das TMclass-Tool nutzen, das Vorschläge für Waren/DL-Begriffe macht – manchmal entdeckt man dabei auch vorhandene ähnliche Marken in bestimmten Klassen.
- **Allgemeine Internetrecherche:** Suchmaschinen (Google & Co.), Handelsregister, Firmendatenbanken – manchmal stoßen Sie hier auf nicht registrierte Kennzeichen (Firmen- oder Produktnamen), die zwar keine *eingetragenen* Marken sind, aber als geschäftliche Bezeichnungen ebenfalls Konflikte verursachen könnten.
- **Monitoring nach der Eintragung:** Ihr Job ist nicht erledigt, sobald die Marke eingetragen ist. Nun gilt es, **Ihre Marke zu verteidigen**. Das heißt, Sie sollten im Blick behalten, ob Dritte möglicherweise gleiche oder ähnliche Marken neu anmelden, die Ihre Rechte beeinträchtigen könnten. Warum? Wenn jemand eine ähnliche Marke anmeldet und Sie es nicht bemerken, kann diese eingetragen werden – und später Ihre eigene Marke schwächen oder zu Verwässerung führen. Auch unautorisierte Nutzungen im Markt sollten Sie aufspüren. Die DPMA empfiehlt ausdrücklich, **regelmäßig Neueintragungen zu recherchieren**, um gegebenenfalls aus Ihrer älteren Marke gegen identische oder ähnliche Zeichen vorzugehen ([DPMA | Recherche](#)). Hilfreiche Tools und Ansätze:
 - **Markenüberwachungsdienste:** Es gibt spezialisierte Dienste (teils von Kanzleien oder Anbietern wie Marken-Monitoring), die für Sie Publikationen überwachen und Alarm schlagen, wenn etwas Ähnliches auftaucht. Diese Services sind meist kostenpflichtig, bieten aber professionelle Filter und Reports.
 - **Do-it-yourself Monitoring:** Sie können auch selbst in regelmäßigen Abständen (z. B. monatlich) die genannten Datenbanken durchsuchen – insbesondere DPMAregister (dort lassen sich Zeiträume filtern, um neue Veröffentlichungen zu sehen) und EUIPO eSearch/TMview für EU- und IR-Marken.
 - **Watch-Tools:** Einige nationale Ämter bieten Newsletter oder Bulletins an. Für EU-Marken gibt es den EU-Markenblatt, das Sie durchsehen können.
 - **Google Alerts & Social Media:** Richten Sie für Ihren Markennamen einen Google Alert ein. So erfahren Sie, wenn irgendwo im Web Ihr Zeichen neu auftaucht (z. B. als Produktname). Ähnlich können Social-Media-Mentions beobachtet werden. Zwar

ersetzt das keine offizielle Markenüberwachung, kann aber Hinweise auf unautorisierte Nutzungen liefern.

- **Was tun bei Konfliktfund?** Wenn Sie in der Überwachung feststellen, dass jemand eine Marke angemeldet hat, die Ihrer zum Verwechseln ähnlich ist, können Sie reagieren, **bevor** diese Markeneintragung unanfechtbar wird. Im deutschen System hätten Sie 3 Monate ab Eintragung Zeit für einen Widerspruch; im EU-System 3 Monate ab Veröffentlichung der Anmeldung. Halten Sie diese Fristen im Blick. In anderen Ländern gelten teils andere Fristen – ein Monitoringdienst weist in der Regel gleich auf die Fristen hin. Bei einer unautorisierten Nutzung (z. B. nutzt jemand Ihren Markennamen für ähnliche Waren ohne Anmeldung) können Sie außergerichtlich mit einer **Abmahnung** vorgehen oder im Ernstfall Klage auf Unterlassung erheben. Dazu mehr im nächsten Abschnitt.

Zusammengefasst: Recherche und Monitoring sind essenziell, um **Konflikte zu vermeiden** und **Ihre Marke exklusiv zu halten**. Investieren Sie hier Zeit oder Geld, es zahlt sich aus. Denken Sie daran, dass das Markenrecht zwar Schutz bietet, Sie diesen Schutz aber auch *selbst proaktiv durchsetzen* müssen.

Verlängerung von Schutzfristen

Marken sind kein einmaliger „Setup und vergessen“-Gegenstand – nach Ablauf der Schutzdauer müssen Sie aktiv werden, um den Schutz aufrechtzuerhalten. Zum Glück können Marken **unbegrenzt verlängert** werden. Hier erfahren Sie, wie Verlängerungen bei deutschen, EU- und IR-Marken funktionieren und welche Fristen gelten:

- **Schutzdauer einer Marke:** In Deutschland und der EU beträgt die anfängliche Schutzdauer **10 Jahre**, gerechnet ab dem Anmeldetag (bzw. bei deutschen Marken, die vor 2019 angemeldet wurden, bis zum Monatsende des 10. Jahres) ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)). Eine internationale Registrierung nach dem Madrider Protokoll gilt ebenfalls 10 Jahre ab Registrierungsdatum ([Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke](#)). Für ältere internationale Registrierungen nach dem Madrider **Abkommen** galt früher 20 Jahre, aber heute läuft nahezu alles über das Protokoll = 10 Jahre.
- **Verlängerungsfristen:**
 - In Deutschland erinnert das DPMA den Inhaber **8 Monate vor Ablauf** schriftlich an die fällige Verlängerung ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)). Unabhängig davon sollte man selbst die Frist notieren. **Fällig** wird die Verlängerungsgebühr **6 Monate vor Schutzende** ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)). Ab diesem Zeitpunkt können Sie bezahlen – und zwar *bis* zum Ablaufdatum ohne Zuschlag. Beispiel: Ihre Marke endet am 17.01.2029, dann können Sie vom 17.07.2028 bis 17.01.2029 die Verlängerung ohne Aufpreis zahlen ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)) ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)).
 - Wenn Sie bis zum Ablaufdatum nicht zahlen, gibt es eine **Gnadenfrist** von weiteren 6 Monaten, in der Sie mit einem Verspätungszuschlag doch noch verlängern können

([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)). Nach dieser Nachfrist erlischt der Markenschutz unwiederbringlich, wenn keine Zahlung erfolgt ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)).

- Bei EU-Marken ist der Rhythmus ebenfalls 10 Jahre. Das EUIPO verschickt i.d.R. 6 Monate vor Ablauf eine Benachrichtigung. Die Zahlung kann auch hier 6 Monate vor Ablauf bis zum Ablaufdatum regulär erfolgen, danach 6 Monate mit Zuschlag. Die konkreten Gebühren und Zuschläge sind in der Unionsmarkenverordnung festgelegt (ähnlich gestaffelt wie beim DPMA).
- Für internationale Registrierungen meldet die WIPO sich **6 Monate vor Fristablauf** mit einer Erinnerung ([Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke](#)). Sie können dann zentral bei der WIPO verlängern. Die Verlängerungszahlung wird von der WIPO auf die Länder aufgeteilt. Es gelten auch hier Nachfristen mit Zuschlägen, die WIPO ist da kulant ähnlich wie nationale Ämter.
- **Verfahren der Verlängerung:**
 - In Deutschland genügt es für eine **vollständige Verlängerung**, einfach die **Verlängerungsgebühr** zu zahlen ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)). Sie müssen keinen extra Antrag stellen – die rechtzeitige Zahlung mit korrektem Verwendungszweck verlängert automatisch um weitere 10 Jahre. Wollen Sie die Marke **nur für einige Klassen** verlängern (d.h. auf gewisse Waren/Dienstleistungen verzichten), müssen Sie ein Formular „Teil-Verlängerung“ einreichen ([DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung](#)). Ansonsten bleibt der gesamte Schutzzumfang erhalten.
 - Beim EUIPO läuft die Verlängerung über Ihr Online-Konto: Dort gibt es einen Button „Renew Trademark“. Sie können dort auch auswählen, ob Sie Klassen streichen wollen. Beahlt wird online (ähnlich wie bei Anmeldung).
 - Bei der WIPO senden Sie entweder das Formular MM11 (Renewal) ein oder – einfacher – nutzen das Online-Renewal-System auf der WIPO-Website. Die Zahlung erfolgt in CHF. Sie können gezielt Länder abwählen, wenn Sie den Schutz nicht mehr überall brauchen. Ansonsten zahlen Sie die Summe und alle Benennungen werden um 10 Jahre verlängert.
- **Bestätigung:** Nach erfolgreicher Verlängerung erhalten Sie:
 - vom DPMA eine **Verlängerungsbestätigung** (das Register wird aktualisiert),
 - vom EUIPO ein **Verlängerungszertifikat** (zum Download im Account),
 - von der WIPO eine **Mitteilung über die Verlängerung** (und die veröffentlicht es im Gazette).

Wichtige Tipps:

- Setzen Sie sich **Fristen in Ihren Kalender** (möglichst mehrere Erinnerungen: 1 Jahr vor Ablauf, 6 Monate vor Ablauf), damit die Verlängerung nicht untergeht. Verlassen Sie sich nicht zu 100% auf behördliche Erinnerungsbriefe – diese kommen zwar meistens, aber das Amt haftet nicht, falls eine Mitteilung Sie nicht erreicht ([DPMA | Prüfung, Eintragung](#)

und Verlängerung).

- Achten Sie darauf, bei Zahlung der Verlängerung die **Klassengebühren** korrekt zu berücksichtigen, falls Ihre Marke mehr als die in der Grundgebühr enthaltenen Klassen hat (DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung). Beispiel: Deutsche Marke mit 5 Klassen – bei Verlängerung zahlen Sie neben der Grundgebühr für Verlängerung auch zwei zusätzliche Klassengebühren.
- Wenn Sie eine Marke **nicht weiter benötigen**, können Sie einfach nichts tun – sie läuft dann aus. Oder Sie erklären formal den Verzicht (Löschantrag), was aber in der Praxis selten nötig ist außer aus Rechtsgründen.
- **Adressänderungen:** Stellen Sie sicher, dass Ihre Kontaktdaten beim Amt aktuell sind, damit Verlängerungshinweise Sie erreichen. Adressänderungen sollten stets zeitnah dem Amt gemeldet werden (beim DPMA z. B. formlos oder via Änderungsantrag; beim EUIPO im User Area direkt änderbar; bei WIPO via Formular MM9).

Markenpflege im laufenden Betrieb

Die Registrierung ist erfolgt – nun beginnt die eigentliche Arbeit der **Markenpflege**. Eine Marke entfaltet ihren Wert erst durch konsequente Nutzung und Verteidigung. Hier einige praxisnahe Tipps, wie Sie Ihre Marke im Geschäftsalltag schützen und stärken:

- **Marke korrekt nutzen:** Verwenden Sie Ihre Marke so, wie sie eingetragen ist. Insbesondere bei Wort-/Bildmarken (Logos) sollten Sie das Logo in der eingetragenen Form benutzen. Geringfügige Anpassungen (z. B. Farbänderungen) sind unproblematisch, aber wenn Sie ein völlig anderes Logo verwenden als das geschützte, zählt das nicht als Nutzung der eingetragenen Marke. Halten Sie sich an die **Schreibweise** (Groß-/Kleinschreibung egal bei Wortmarken, aber Buchstabenfolge muss stimmen). **Tipp:** Nutzen Sie das **®-Symbol**, sobald die Marke eingetragen ist, in geschäftlichen Unterlagen (z. B. „Markenname®“). Das ist zwar rechtlich in Deutschland nicht zwingend, signalisiert aber nach außen, dass hier ein Schutz besteht. Achtung: Das ® darf wirklich erst nach Eintragung verwendet werden.
- **Rechterhaltende Benutzung dokumentieren:** Ab 5 Jahren nach Eintragung müssen Sie auf Aufforderung nachweisen können, dass Sie die Marke benutzt haben (Markenlöschung & Nichtigkeitsverfahren | eRecht24). Führen Sie daher **Nachweise** (Belege) über die Markennutzung: z. B. Produktverpackungen, Kataloge, Screenshots der Website mit dem Markenangebot, Rechnungen, Werbematerialien – alles, was zeigt, dass die Marke für die geschützten Waren/Dienstleistungen im Handel verwendet wird. So sind Sie gewappnet, falls jemand die Marke wegen Nichtbenutzung angreifen oder in einem Widerspruchsverfahren den Benutzungsnachweis verlangt.
- **Vermeiden von Generizität:** Achten Sie darauf, dass Ihre Marke nicht „zum Gattungsbegriff“ wird. Wenn ein Markenname als Synonym für eine Produktart verwendet wird (z. B. „Tempo“ für Papiertaschentücher), kann langfristig der Markenschutz verloren gehen. Steuern Sie dem entgegen, indem Sie die Marke immer als Marke kenntlich machen (eben z. B. durch ® oder durch Großschreibung, Kursiv etc.) und nicht als

beschreibenden Begriff verwenden.

- **Überwachung von Drittmarken:** Wie im Abschnitt **Recherchen & Monitoring** betont, sollten Sie den Markt und neue Markeneintragen beobachten. **Greifen Sie frühzeitig ein**, wenn jemand eine ähnliche Marke anmeldet oder nutzt:
 - **Widerspruch:** Melden Sie einen Widerspruch während der offiziellen Frist, wenn jemand eine Marke einzutragen versucht, die Ihrer zum Verwechseln ähnlich ist ([DPMA | Recherche](#)). So können Sie die Eintragung verhindern, bevor Sie hinterher mühsam löschen müssen.
 - **Abmahnung und Unterlassung:** Stoßen Sie auf einen Wettbewerber, der Ihre Marke (oder ein ähnliches Zeichen) für gleiche Waren nutzt, kontaktieren Sie ihn zügig. Oft hilft eine anwaltliche Abmahnung, um die Sache außergerichtlich zu klären. Im Ernstfall können Sie Unterlassungsklage erheben. **Wichtig:** Auch hier gilt die 5-Jahres-Frist – haben Sie Ihre Marke noch nicht lange in Benutzung, könnte der Verletzer im Prozess den Nichtbenutzungseinwand erheben. Daher möglichst erst nachweisen können, dass Ihre Marke genutzt wird, bevor Sie hart vorgehen.
 - **Grenzbeschlagnahme (Zoll):** Ein praktischer Pflegetipp für Markeninhaber im Produktbereich: Lassen Sie Ihre Marke beim Zoll für den **Grenzbeschlagnahme-Service** registrieren. Dann informiert der Zoll Sie, wenn verdächtige Warensendungen mit Ihrem Markenzeichen auftauchen (Produktpiraterie), und Sie können die Vernichtung der Plagiate veranlassen. Dies ist besonders relevant, wenn Sie bekannte Markenartikel haben, die gerne gefälscht werden.
 - **Verträge & Lizenzen:** Wenn Sie Ihre Marke lizenzieren (also Dritten erlauben, die Marke zu nutzen gegen Lizenzgebühr), achten Sie auf klare Vertragsregelungen, um Qualität und Image Ihrer Marke zu schützen. Lassen Sie sich die korrekte Markennutzung vertraglich zusichern. Pflegen Sie auch bei Joint-Ventures oder Kooperationen immer Ihre Markenrechte – wer darf die Marke wie verwenden? Unklare Nutzungsrechte können später Streit verursachen.
 - **Marke aktualisieren:** Ändert Ihr Unternehmen sein Logo oder Name grundlegend, denken Sie daran, **rechtzeitig neue Marken anzumelden**. Markenpflege bedeutet auch, das Portfolio aktuell zu halten. Alte, nicht mehr genutzte Marken können eventuell gelöscht werden (freiwillig) um Kosten zu sparen, aber Vorsicht: Manchmal lohnt es sich, alte Marken zu behalten, um Nachahmern keine Lücken zu bieten.
 - **Internationaler Gebrauch:** Haben Sie eine IR-Marke mit vielen Ländern, vergessen Sie nicht, dass auch dort **Benutzungszwänge** gelten können. Viele Länder haben 3- oder 5-Jahresfristen, nach denen eine Marke genutzt sein muss. Prüfen Sie in wichtigen Märkten die lokalen Vorschriften und nutzen Sie Ihre Marke dort oder melden Sie rechtzeitig lokale Lizenzen an, um Nutzung nachzuweisen.

Zusammengefasst: Markenpflege im Betrieb erfordert **aktive Aufmerksamkeit**. Ihre Marke ist ein wertvolles Asset – behandeln Sie sie entsprechend. Durch konsequente Nutzung, Überwachung und Verteidigung stellen Sie sicher, dass Ihre Marke ihre **Exklusivität und ihren Wert** behält.

Wichtige Fristen und häufige Fehler im Überblick

Zum Abschluss noch einmal einige zentrale **Fristen** und typische Fehlerquellen, auf die Sie achten sollten:

- **Prioritätsfrist (6 Monate):** Wenn Sie nach einer ersten Anmeldung (z. B. in DE) weitere Anmeldungen im Ausland vornehmen wollen, denken Sie an die **Prioritätsfrist**. Innerhalb von 6 Monaten können Sie in anderen Ländern anmelden und das Datum der ersten Anmeldung beanspruchen (Internationale Marken Anmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen). Versäumen Sie diese Frist, ist es keine Katastrophe, aber Sie verlieren den Prioritätsvorteil.
- **Widerspruchsfrist (3 Monate):** Nach jeder Markenveröffentlichung (DE-Eintragung oder EU-Anmeldung) haben Inhaber älterer Rechte 3 Monate Zeit, Widerspruch einzulegen (Marken Anmeldung in Deutschland: Ein umfassender Leitfaden | iPNOTE) (Anleitung zur EU Marken Anmeldung Schritt für Schritt | KRAUS GHENDLER RUVINSKIJ 2025). Als Anmelder heißt das: In den ersten 3 Monaten nach Publikation ist Ihre Marke „angefochten“ oder zumindest unsicher. Planen Sie z. B. Produktlaunches idealerweise *nach* Ablauf dieser Frist oder seien Sie sich des Restrisikos bewusst. Als Inhaber bestehender Marken: notieren Sie sich die Widerspruchsfrist ab Publikation der konkurrierenden Marke, um Ihr Recht nicht zu verlieren.
- **Benutzungsschonfrist (5 Jahre):** Diese Frist läuft **ab Eintragung** Ihrer Marke. Innerhalb der ersten 5 Jahre kann niemand die Marke wegen Nichtbenutzung löschen lassen (Markenlöschung & Nichtigkeitsverfahren | eRecht24). Danach schon. Vergessen Sie also nicht, Ihre Marke rechtzeitig ernsthaft zu nutzen – idealerweise bevor 5 Jahre um sind. Fehler wäre, eine Marke einzutragen und dann „liegen zu lassen“. Nach fünf Jahren sollten Sie in der Lage sein, Nutzung nachzuweisen, sonst droht Verfall.
- **Zahlungsfristen für Gebühren:** Wiederholen kann man es nicht oft genug: **Zahlen Sie pünktlich!** Bei Anmeldegebühren (sofort bzw. innerhalb der vom Amt gesetzten Frist – DPMA z. B. innerhalb eines Monats nach Aufforderung oder 3 Monate nach Anmeldung (DPMA | Internationale Anmeldung)) und bei Verlängerungen (spätestens bis Ablauf + ggf. 6 Monate Nachfrist mit Aufpreis) (DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung). Ein häufiger Fehler ist, Fristen zu übersehen, sei es durch Organisationsmängel oder Adresswechsel. Führen Sie daher ein **Fristenbuch oder Reminder-System** für Ihre Marken.
- **Adress- und Inhaberänderungen verschlafen:** Wenn Sie umziehen oder sich die Rechtsform Ihrer Firma ändert, melden Sie es dem Markenregister. Nichts ist ärgerlicher, als eine wichtige amtliche Zustellung nicht zu erhalten, weil die Adresse veraltet ist. Ebenso bei IR-Marken: Halten Sie die Kontaktdaten bei WIPO aktuell (das geht über einen Änderungsantrag). Sonst riskieren Sie, Informationen oder Rechnungen zu verpassen.
- **Vergessen, Schutz zu verlängern:** Das passiert überraschend oft – insbesondere bei Einzelunternehmern oder Startups, die 10 Jahre nach Gründung eventuell andere Personen an Bord haben. Wenn niemand an die Marke denkt, kann sie einfach auslaufen. Fehler ist hier mangelnde Organisation. Lösung: **Frühzeitige Erinnerung** (z. B. Outlook-Termin 9 Jahre nach Anmeldung „Marke XY verlängern“). Viele lassen sich vom Kanzlei betreuen, die dann automatisch erinnert.

- **IR-Marke Basismarke vergessen:** Besonderer Fehler im internationalen Kontext: Man meldet eine IR-Marke an und achtet nicht mehr auf die Basismarke. Wenn etwa die deutsche Basismarke wegen Nichtzahlung der Verlängerung nach 10 Jahren erlischt, verliert auch die IR-Marke ihren Schutz (sofern es innerhalb der ersten 5 Jahre passiert) (Die IR-Marke: Wissenswertes zur internationale Marke). Daher: Basismarke immer mitpflegen! Ebenso, wenn die Basismarke durch Widerspruch oder Löschung bedroht ist – das hat direkte Auswirkungen auf die IR-Marke.
- **Zu spätes Reagieren bei Konflikten:** Manche zögern, wenn sie eine mögliche Verletzung sehen („Ach, das wird schon nicht so schlimm sein“). Hier ist das Motto: **Zeit arbeitet gegen Sie**. Zögern kann zu Rechtsverlust führen (z. B. Verwirkung) oder dazu, dass der andere seine Position stärkt. Daher bei Verdacht auf Verletzung lieber früh beraten lassen und agieren.
- **Verwechslung von Schutzrechten:** Für Einsteiger auch typisch: Man verwechselt Marken, Firmennamen, Domains, Designschutz etc. Beispiel: Sie haben eine Firma im Handelsregister eingetragen – das ist *kein* Markenschutz und verhindert nicht, dass jemand den Namen als Marke einträgt. Umgekehrt schützt eine Marke nicht automatisch als Firmenname, wenn sie nicht benutzt wird. Informieren Sie sich, welches Schutzrecht wofür zuständig ist. Dieser Leitfaden behandelt *Marken*. Stellen Sie sicher, dass für Ihren Zweck Markenrecht das richtige ist (in fast allen Fällen von Produktnamen, Logos etc. ja).

Checkliste: Erfolgreiche Markenmeldung und -pflege

Zum Abschluss eine kompakte **Checkliste**, die Ihnen als roter Faden dienen kann:

- **Markenidee prüfen:** Ist der Name/das Logo schutzfähig und einzigartig genug? (Keine reinen Beschreibungen, Verwechslungsgefahr mit bekannten Marken vermeiden)
- **Recherche durchführen:** Deutsche Marken, EU-Marken, internationale Marken – Datenbanken checken auf ähnliche vorhandene Marken (DPMA | Recherche).
- **Klassen bestimmen:** Passende Waren- und Dienstleistungsklassen gemäß Nizza-Klassifikation auswählen. Nur das schützen, was notwendig ist (aber alles Relevante abdecken).
- **Unterlagen vorbereiten:** Markendarstellung bereitstellen (Grafikdatei falls Logo), Firmenunterlagen bereithalten (für korrekte Anmelderangabe, z. B. Handelsregistrauszug zur Kontrolle), ggf. Übersetzungen falls fremdsprachige Elemente.
- **Anmeldung einreichen:**
 - *National:* Über DPMA direktWeb oder Formular (DPMA | Tipps für Ihre Markenmeldung).
 - *EU:* Über EUIPO-Onlineformular (User Account).
 - *International:* Basismarke anmelden, dann Formulare über DPMA/EUIPO an WIPO senden (Internationale Markenmeldung: So können Sie Ihre Marke weltweit schützen).
- **Gebühren zahlen:** Unmittelbar nach Antragstellung die fälligen Gebühren begleichen (DPMA-Banküberweisung/Lastschrift (DPMA | Zahlungsverkehr), EUIPO-Kreditkarte/Überweisung (EUIPO warnt vor SPAM Rechnung mit falscher

Zahlungsaufforderung - Legal Patent), WIPO-Gebühren nach Rechnung). Zahlungstermine im Auge behalten!

- **Verfahrensverlauf beobachten:** Eingangsbestätigung/Aktenzeichen notieren. Auf evtl. Nachfragen vom Amt reagieren (Fristen beachten!). Veröffentlichungstermine merken (Oppositionsfrist!).
- **Oppositionsfrist notieren:** Ab Publikation 3 Monate wachsam sein, ob Widerspruch eingelegt wird. Ggf. Verteidigung vorbereiten (Benutzungsnachweise etc.).
- **Markenurkunde sichern:** Nach Eintragung Dokumente abspeichern/archivieren. Markeneintragung intern bekannt machen (Marketingabteilung informieren wegen ®-Nutzung etc.).
- **Marke nutzen:** Innerhalb der nächsten 5 Jahre die Marke ernsthaft im geschäftlichen Verkehr benutzen und Nachweise sammeln (Markenlöschung & Nichtigkeitsverfahren | eRecht24).
- **Überwachung einrichten:** Regelmäßiges Monitoring neuer Markenmeldungen (ggf. Dienstleister beauftragen). Internet und Märkte auf Verletzungen prüfen.
- **Verlängerung vormerken:** Schutzende diarieren (10 Jahre minus 1 Jahr). Rechtzeitig Verlängerungsgebühren zahlen oder Verlängerungsantrag stellen (DPMA | Prüfung, Eintragung und Verlängerung).
- **Markenportfolio überprüfen:** Passt die Marke noch? Müssen weitere Länder geschützt werden (IR-Erweiterung)? Neue Marken nötig? Alte löschen?
- **Im Konfliktfall reagieren:** Bei identischen/ähnlichen Neuanmeldungen Widerspruch erheben. Bei Benutzungsverletzungen Abmahnung/gerichtliche Schritte einleiten, notfalls mit Anwalt.
- **Dokumentation führen:** Alle relevanten Unterlagen zu Ihrer Marke zentral sammeln: Anmeldungen, Urkunden, Verlängerungen, Korrespondenz, Nutzungsbelege. So haben Sie im Bedarfsfall alles griffbereit.

Mit dieser Checkliste und den oben erläuterten Schritten sind Sie gut gerüstet, Ihre Marke erfolgreich anzumelden und langfristig zu schützen. **Viel Erfolg bei Ihrer Markenmeldung!** Denken Sie daran: Sorgfalt und Weitsicht bei der Markenverwaltung zahlen sich aus – Ihre Marke wird es Ihnen mit anhaltendem Wiedererkennungswert und exklusiver Positionierung danken. (DPMA | Recherche)

Weitere Angebote finden Sie hier:

Praxiswissen für Ihren Erfolg im Job

Effektives und effizientes Arbeiten in Patent- und IP-Sekretariaten, der Umgang mit Recherchedatenbanken sowie die aktuelle Amts- und Gerichtspraxis im IP-Bereich werden von unseren Experten für Formalsachbearbeiter vermittelt.

[Jetzt informieren.](#)

e-Learning – Klicken und Lernen

Das FORUM Institut bietet mit hochwertigen e-Learning-Programmen eine flexible Weiterbildungsform. Entscheiden Sie selbst, wann und wo Sie lernen.

[Jetzt testen.](#)

Inhouse-Seminare – Maßgeschneiderte Lösungen

Alle unsere Seminare eignen sich auch hervorragend als [Inhouse-Training.](#)

Jetzt individuelles [Angebot anfordern.](#)