

## Marken-Definitionen + Marken-Erklärungen

Begriffe sind die Werkzeuge der Geisteswissenschaften.  
Oft reden Menschen, auch Fachleute, aneinander vorbei, weil Sie unter einem  
benutzten Begriff Unterschiedliches verstehen.  
Das trifft auch beim Begriff „Marke“ zu.

**Das Deutsche Patent- und Markenamt, München, schreibt unter  
„Was ist eine Marke?“ (<http://www.dpma.de/marke/>):**

Eine Marke dient der Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen eines  
Unternehmens.

Schutzfähig sind Zeichen, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines  
Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Das können z.B. Wörter, Buchstaben, Zahlen, Abbildungen aber auch Farben und  
Hörzeichen sein.

Marken können für die Qualität eines Unternehmens stehen und zählen ebenso wie  
Patente zu dessen geistigem Eigentum.

Starke Marken stellen einen Vermögenswert dar.

**Anfang 2006 wurde auf der Homepage der G·E·M eine laufend ergänzte  
Sammlung von Marken-Begriffen gestartet.**

Aufgenommen werden Formulierungen von Wissenschaftlern und Praktikern, aus  
Büchern und Artikeln, aus Interviews und Berichten, historisch (z.B. Otto Henkell um  
1893) und aktuell – jeweils mit genauer Quellenangabe.

Die gefundenen Formulierungen werden zwei Gruppen zugeordnet:

### **Marken-Definitionen**

<http://www.gem-online.de/markendefinitionen/>

und

### **Marken-Erklärungen**

<http://www.gem-online.de/markendefinitionen/erklaerungen.php>