

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	XIII

## Teil I. Die Marke als Wert- und Rechtsobjekt

<b>1. Allgemeine Ausführungen zur Markenbewertung</b> . . .	1
1.1 Die Marke im Marketingkonzept .....	3
1.2 Die Marke als Rechtsobjekt .....	4
1.2.1 Markenarten .....	5
1.2.2 Markenformen .....	7
1.3 Markeninhalt .....	9
<b>2. Markenwert als Teil des Unternehmenswertes</b> .....	9
2.1 Bilanzierbarkeit von Marken .....	11
2.2 Markenwert bei Firmenkauf .....	13
2.3 Umwandlung von Unternehmen .....	14
2.4 Abschreibung des Markenwertes in der Bilanz .....	14
2.5 Beschluß des Bundesfinanzhofes „Steuerliche Behandlung von Warenzeichen (Marken)“ .....	17
<b>3. Inhaber eines Rechts an einer Marke als Verfahrensbeteiligter</b> .....	21
3.1 Dingliche Rechte .....	22
3.1.1 Verpfändung .....	22
3.1.2 Nießbrauch .....	22
3.1.3 Sicherungsübereignung .....	22
3.1.4 Lizenzen .....	23
3.1.5 Entstehung der Rechte .....	23
3.1.6 Eintragung der Rechte .....	24
3.1.7 Löschung der Rechte .....	24
3.2 Zwangsvollstreckung zur Befriedigung aus der Marke ..	24
3.2.1 Eintragung des Pfandrechts .....	24
3.2.2 Mitwirkung des Berechtigten .....	25
3.2.3 Nebenintervention .....	27
<b>4. Notwendigkeit der Markenbewertung</b> .....	29
4.1 Die Marke im Kredit-Rating .....	30
4.2 Die Marke als Kreditsicherheit .....	31

4.3	Markenwert bei der Lizenzvergabe . . . . .	31
4.4	Markenwert bei der Pfändung von Marken . . . . .	31
4.5	Markenwert bei widerrechtlicher Benutzung von Marken . . . . .	31
4.6	Markenwert beim Kauf oder Verkauf von Marken . . . . .	32
4.7	Markenwert als Sacheinlage . . . . .	32
4.7.1	Die Marke als Kommanditeinlage . . . . .	32
4.7.2	Die Marke als Sacheinlage bei einer GmbH . . . . .	33
4.7.3	Die Marke als Sacheinlage bei einer Aktiengesellschaft . . . . .	33
4.8	Umwandlung von Gesellschaften nach dem Umwandlungsgesetz (UmwG) . . . . .	34
4.9	Wirtschaftliche Bedeutung des Markenwertes . . . . .	34
4.10	Bilanz-Zukunftsprognose . . . . .	35
<b>5.</b>	<b>Die Marke in der Zwangsvollstreckung . . . . .</b>	<b>35</b>
5.1	Arten der Zwangsvollstreckung . . . . .	36
5.1.1	Zwangsvollstreckung in die Marke . . . . .	36
5.1.2	Zwangsvollstreckung zur Befriedigung aus der Marke . . . . .	36
5.2	Pfändung einer deutschen Marke . . . . .	37
5.2.1	Gesetzliche Grundlagen . . . . .	37
5.2.2	Voraussetzungen . . . . .	38
5.2.3	Vorbereitende Maßnahmen . . . . .	39
5.2.4	Zuständiges Vollstreckungsgericht . . . . .	40
5.2.5	Antrag auf Erlaß eines Pfändungsbeschlusses . . . . .	40
5.2.6	Wirkung der Pfändung . . . . .	41
5.3	Pfändung einer Gemeinschaftsmarke . . . . .	42
5.4	Pfändung einer IR-Marke . . . . .	42
5.5	Zwangsvollstreckung im Ausland . . . . .	43
5.6	Bewertung der gepfändeten Marke . . . . .	43
5.7	Verwertung der Marke . . . . .	44
5.8	Vorpfändung . . . . .	45
5.9	Eidesstattliche Versicherung nach § 807 ZPO . . . . .	45
5.10	Pfändung durch die Vollstreckungsbehörden . . . . .	46
<b>6.</b>	<b>Sicherungsübereignung von Marken . . . . .</b>	<b>46</b>
6.1	Wesen der Sicherungsübereignung . . . . .	46
6.2	Sicherungszweck . . . . .	47
6.3	Voraussetzung der Sicherungsübereignung . . . . .	47
6.4	Wirksamkeit der Sicherungsübereignung . . . . .	47
6.5	Verwertung der Marke . . . . .	48
<b>7.</b>	<b>Umschreibung von Marken auf den Erwerber . . . . .</b>	<b>48</b>
7.1	Antrag auf Umschreibung . . . . .	49
7.2	Beweismittel für die Umschreibung . . . . .	49
<b>8.</b>	<b>Markenlizenzen . . . . .</b>	<b>50</b>

**Teil II. Bilanzierung von Markenwerten nach HGB,  
US-GAAP und IAS/IFRS**  
von Robert Tafelmeier

Vorbemerkung . . . . .	56
<b>1. Ansatzvorschriften im Überblick . . . . .</b>	<b>56</b>
1.2 Erläuterung wesentlicher Zugangsformen . . . . .	57
<b>2. Grundlegende Ansatz- und Bewertungsvorschriften nach HGB und US-GAAP . . . . .</b>	<b>58</b>
2.1 HGB . . . . .	58
2.2 US-GAAP . . . . .	62
<b>3. IAS/IFRS-Rechnungslegungsgrundsätze . . . . .</b>	<b>66</b>
3.1 Grundlagen der Rechnungslegung nach IAS/IFRS . . . . .	66
3.2 Bedeutung der IAS/IFRS-Rechnungslegungsgrundsätze .	67
3.3 Entwicklung relevanter IAS/IFRS-Rechnungslegungs- grundsätze . . . . .	69
3.4 Die Marke als immaterieller Vermögensgegenstand . . . . .	70
3.5 Ansatz und Bewertungsvorschriften für Marken . . . . .	72
3.5.1 Allgemeine Aktivierungskriterien für immaterielle Vermögensgegenstände . . . . .	72
3.5.2 Originäre Marken . . . . .	73
3.5.3 Entgeltlich separat erworbene Marken . . . . .	73
3.5.4 Unternehmenserwerb mit bereits bilanzierten Marken . .	80
3.5.5 Unternehmenserwerb mit noch nicht bilanzierten Marken	83
3.6 Ausweichvorschriften und Angabepflichten für Marken	83
3.7 Bedeutung von Marken innerhalb der IAS/IFRS- Rechnungslegungsgrundsätze . . . . .	85

**Teil III. Markenbewertung**

<b>1. Markenbewertungssysteme im Vergleich . . . . .</b>	<b>87</b>
<b>2. Kriterien für Markenbewertungssysteme . . . . .</b>	<b>88</b>
2.1 Anwendbarkeit . . . . .	89
2.2 Verwendbarkeit . . . . .	89
2.3 Durchführbarkeit . . . . .	90
<b>3. WoReWert<sup>®</sup>-Bewertungssystem . . . . .</b>	<b>90</b>
3.1 Grundwert . . . . .	91
3.2 Betriebswert . . . . .	92

3.3	Verkehrswert .....	94
3.4	Wertminderungen .....	97
3.5	Zukunftsprognose .....	97
3.6	Vorbereitende Maßnahmen der Markenbewertung .....	99
3.7	Marken-Lizenzen .....	100
3.8	Online-Markenbewertung nach dem WoReWert-Bewertungssystem .....	101

#### Teil IV. Materialien und Formulare

1	Mitgliedstaaten des MMA und des PMMA .....	103
2	Mitgliedstaaten der OAPI .....	104
3	Mitgliedstaaten der ARIPO .....	104
4	Antrag auf Erlaß eines Pfändungsbeschlusses .....	105
5	Pfändungsbeschuß .....	106
6	Antrag auf Bewertung .....	108
7	Bewertungsbeschuß .....	109
8	Antrag auf Verwertung .....	110
9	Verwertungsbeschuß .....	111
10	Benachrichtigung der Vorpfändung .....	112
11	Antrag auf Abnahme der eidesstattlichen Versicherung .....	114
12	Sicherungsübereignung .....	116
13	Lizenzvertrag für Marken .....	121
14	Markenrechtliche Erklärung .....	127
15	Genehmigung zur Akteneinsicht .....	128
16	Fragenkatalog .....	129
17	Antrag auf Festsetzung eines Ordnungsgelds .....	133
18	Kaufvertrag .....	134
19	Übertragungserklärung/Umschreibungsbewilligung .....	137
20	Verwertungsgesellschaften .....	140

#### Teil V. Markenwert-Tabelle

<b>Hinweise für Benutzer</b> .....	141
<b>Teil 1: Benutzte Marken</b> .....	143
Abschnitt A: Wortmarken .....	143
Abschnitt B: Bildmarken (Wort-/Bildmarken) .....	146
<b>Teil 2: Unbenutzte Marken (innerhalb und außerhalb der Benutzungsschonfrist)</b> .....	147
Abschnitt A: Wortmarken .....	147
Abschnitt B: Bildmarken (Wort-/Bildmarken) .....	148

*Inhaltsverzeichnis*

XI

<b>Teil 3: Firmenkennzeichnungen</b> .....	150
Abschnitt A: Firmenlogos und Namen .....	150
Ländercodes .....	151
Sachverzeichnis .....	157

