

Vorwort	3
1 Marken, Markenangebot, Markenartikel	7
2 Wie sich Marken entwickelten und frühzeitig genutzt wurden	10
2.1 Symbole, Runen, Stammeszeichen	10
2.2 Vom Wappen zum Herkunftszeichen	16
3 Mehr verkaufen, altes und neues Anliegen der Markentechnik	19
3.1 Auch den Markenspionieren ging es um Verkaufsförderung	20
3.2 Wertvolle Anregungen aus den kreativen zwanziger Jahren	27
3.3 Orientierung an Gegenwartsbeispielen kann nützlich sein	32
4 Ohne Markt kein Markenerfolg	36
4.1 Noch immer Marktlücken für kleine solide Marken	39
4.2 Auch große Marken brauchten zuerst echten Bedarf	44
4.3 Chancengleichheit ist noch keine Erfolgsgarantie	46
5 Werbewirkung – Markenwirkung	48
5.1 So kommt Werbewirkung zustande	48
5.2 Die Marke als Werbekonstante	51
6 Markengestaltung	54
6.1 Graphische Markengestaltung	54
6.2 Markennamen erfinden	58
7 Die rechtliche Sicherung von Warenzeichen und Dienstleistungsmarken	66
7.1 Eintragungsfähige Zeichen	67
7.2 Voraussetzungen für die Eintragung	67
7.3 Anmeldung	68
7.4 Prüfung, Bekanntmachung, Eintragung	69

7.5 Weitere Verfahrensabschnitte	69
7.6 Benutzungszwang	70
7.7 Nachanmeldung im Ausland	70
8 Die Prüfung der Markenbrauchbarkeit	72
9 Markenpolitik und Verkaufsstrategie	76
9.1 Fremd- oder Eigenmarke	77
9.2 Konsequente Verkaufsstrategien können erfolgsentscheidend sein	78
10 Resümee	81
Quellenverzeichnis	82
Stichwortverzeichnis	84