

von **Patricia Finkl**

## Tendenz steigend: Die Amazon-Brand-Registry

Marken sind beliebter denn je. Kein Wunder also, dass auch die Amazon-Brand-Registry, der besondere Markenservice von Amazon, immer mehr an Bedeutung gewinnt. Immer mehr Verkäufer auf der Handelsplattform nutzen die Vorteile dieses Programms. Grund genug für uns, dieses besondere Angebot von Amazon für Markeninhaber genauer unter die Lupe zu nehmen.

### Sinn und Zweck der Amazon-Brand-Registry

#### I. Was ist unter Amazon-Brand-Registry zu verstehen?

Als Markeninhaber möchte man seine Marke vor unerlaubter Verwendung durch Dritte schützen. Dieser Gedanke verleitete den E-Commerce Giganten Amazon zu folgender Idee: die Amazon-Brand-Registry. Darunter ist ein Marken-Registrierungs-Service von Amazon zu verstehen, der von allen weltweit registrierten Markeninhabern genutzt werden kann. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Markeninhaber Handelsbeziehungen zu Amazon pflegen. Mehr dazu finden sie [hier](#).

Die Amazon-Brand-Registry soll demnach die Lösung für das Problem des Markenmissbrauchs darstellen und den Markeninhabern zur besseren Durchsetzung ihrer Rechte verhelfen.

Der Service kann, wie bereits erwähnt, von Markeninhabern unabhängig von ihrer geschäftlichen Tätigkeit auf Amazon genutzt werden. Dadurch können selbst Markeninhaber, die ihre Waren nicht auf Amazon verkaufen, ihre Amazon-Marke eintragen und diese schützen lassen.

Markeninhaber, die eine Seller- oder Vendor-Beziehung (Amazon Seller: ein Händler, der den Amazon Marktplatz zum Vertreiben seiner Produkte nutzt. Er agiert als Drittanbieter und verkauft seine eigenen Waren über sein eigenes Verkäuferkonto.

Amazon-Vender: verkauft seine Produkte in großen Mengen an Amazon und Amazon übernimmt dann den Verkauf an den Endkunden.) zu Amazon pflegen, dürfen sich auf weitere Vorteile im Tagesgeschäft auf Amazon freuen. Neben Amazon-Markenschutz können erweiterte Content-Funktionen sowie eine Auswahl an weiteren Werbeformaten im Amazon PPC (Pay-per Click) vom Markeninhaber genutzt werden.

## II. Benefits der Amazon-Brand-Registry

Neben dem Schutz des geistigen Eigentums und der Gewährleistung der Markendarstellung in korrekter Art und Weise, wird auch das Vertrauen der Konsumenten in die Marken und Produkte gestärkt.

Wird eine Marke nicht durch die Amazon-Brand-Registry geschützt, können auch Dritte Produkte von Markeninhabern auf Amazon verkaufen. Dritte können dabei selbst Änderungen an den Produktseiten der Waren vornehmen, die sie verkaufen. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass bei Amazon für jedes Produkt nur eine Produktdetail-Seite vorhanden ist, weshalb beim Verkauf einer Ware durch mehrere Händler nur eine Seite von allen genutzt werden kann. Demnach wird allen Verkäufern ermöglicht, die Produktseite zu verändern. Amazon entscheidet sodann durch einen automatisierten Vorgang, welche Produktinformationen für die potenziellen Konsumenten am Nützlichsten sind.

Wird eine Marke hingegen durch die Amazon-Brand-Registry geschützt, wird diese Automatisierung umgangen, da Amazon Änderungen von eingetragenen Markeninhabern erkennt und deren Produktinformationen bevorzugt. Diese Produktinformationen werden sodann den Kunden im Frontend-Bereich der Produktdetail-Seite angezeigt. Dadurch werden sowohl die Schreibrechte der Markeninhaber, als auch, bei einer erfolgreichen Verknüpfung einer Marke, die Kontrolle über die Produktseiten erhöht. Darunter fallen neben den einfachen Produktdaten auch der Content sowie die Bilder auf den Produktseiten. Dies führt wiederum zu einer Qualitätssteigerung der Produktseiten und ermöglicht einen einheitlichen Marktauftritt. Um ein ideales Branding auf Amazon zu erreichen sind eine einheitliche und markenrepräsentierende Darstellung der Produktseiten (bestehend aus einheitlichen Titel und gleichem Aufbau der Bullet Points und Produktdetails) notwendig. Darüber hinaus ist auch die Brand-Registry für ein Amazon-übergreifendes einzigartiges Branding vorteilhaft.

## Proaktiver Schutz durch Amazon-Brand-Registry

Einen weiteren wichtigen Part der Amazon-Brand-Registry stellt wohl der proaktive Markenschutz dar. Dabei werden von den Händlern bei der Markenregistrierung weitere Informationen zur Marke bereitgestellt. Bereits während des Registrierungsprozesses werden den Markeninhabern Fragen gestellt, die Amazon später helfen können, bei Produktfälschungen schneller aktiv zu werden. Deshalb wird beispielsweise sowohl der Vertrieb der Produkte (Länder) als auch die Kategorie der Markenprodukte hinsichtlich des Verkaufs abgefragt.

Darüber hinaus wird den Markeninhabern Zugriff auf zahlreiche Amazon-Brand-Registry- Programme wie das Amazon-Transparency-Programm und das Programm Zero gewährt. Das Transparency Programm soll die eindeutige Identifizierung von Produkten bezwecken. Hier werden für den Amazon-Markenschutz spezielle Transparency-Codes erstellt, für die jedoch Kosten anfallen können. Diese „Werkzeuge“ gehen über die normale Markenregistrierung hinaus, können jedoch unter [brand-services.amazon.de](https://brand-services.amazon.de) abgerufen werden.

Zudem stehen den Markeninhabern ein Marken-Registrierungs-Support zur Seite, die sich um Anliegen, die die Marken direkt betreffen, kümmern.

Darüber hinaus stehen den Markeninhabern auch zahlreiche Features zur Verfügung, die den

Markenauftritt auf Amazon und somit insbesondere den Umsatz verbessern können.

**Tipp 1:** Mit Hilfe der A+ Inhalten, der Markengeschichte und dem Brand Store kann der Content-Bereich der Markeninhaber professioneller aufgestellt werden.

**Tipp 2:** Durch Amazon-Brand-Analytics können wertvolle Erkenntnisse gezogen werden, die hinsichtlich des Contents und der Amazon PPC Strategie nützlich sein können.

**Tipp 3:** Des Weiteren sollte auf die Werbeformate Sponsored Brands und Sponsored Display zurückgegriffen werden, um den Markenwachstum durch Amazon Advertising voranzubringen.

## II. Verfügbare Features durch Markenregistrierung

Unter A+ Inhalten versteht man eine erweiterte Produktbeschreibung. Dabei können neben anschaulich gestalteten Texten und Bildern auch Videos (Premium A+ Content) eingefügt werden.

Darüber hinaus sollte auch die Markengeschichte als „Bonus“ zu der Produktseite hinzugefügt werden. Die Markengeschichte wird über den A+Inhalt angezeigt und hilft die Marke besser repräsentieren zu können, indem Einblicke in die Produktwelt der Marke gegeben werden. (auch möglich: über Markengeschichte kann auf den Markenshop verlinkt werden)

Ein Markenshop dient hingegen der vollumfänglichen Darstellung der Marke und zeigt den Konsumenten das gesamte Produktportfolio der Marke an. Ergänzend hierzu können auch Bilder, Videos, Informationen, Warenkorb oder Bedienungshilfen dem Markenshop hinzugefügt werden.

Die Sponsored-Brands-Ads bewirken, dass die Marken ganz oben in den Suchergebnissen angezeigt werden. Im Gegensatz zu den Sponsored-Products-Ads können hier mehrere Produkte auf einmal beworben werden. Darüber hinaus können die Marken auf den Brand Store und einen größeren Teil des Produktportfolios verlinkt werden, was wiederum zu höheren Warenkorbwerten führt. Die Sponsored-Brands-Ads eignen sich ebenso auch um aktiven Markenschutz und das Branding voranzutreiben. Mit Hilfe von Slogans und Media Assets (z.B.: Markenlogos oder Marken-Bildern) kann die Marke ebenfalls in den Vordergrund gerückt werden.

Als reichweitenstärkstes Werbeformat in der Advertising-Konsole von Amazon gelten hingegen die Sponsored-Display-Kampagnen. Durch gezielte Werbung auf bestimmte Zielgruppen oder Retargeting-Kampagnen können weitere neue Käufer gewonnen werden und die Beziehung zu den Bestandskunden gestärkt werden. Auch hier können Marken-Slogans und Media Assets genutzt werden.

Aber auch für die Auswertung und Monitoring des eigenen Amazon Marktauftritts können Brand Analytics hilfreich sein. Das Analysetool auf Amazon bietet den Markeninhabern hier umfangreiche Daten und legt relevante Informationen für die registrierten Marken offen. Durch Brand Analytics wird in manchen Analysebereichen sogar der gesamte Markt beleuchtet. Neben der Analyse des Warenkorb- und des Alternativkaufverhaltens der Kunden können auch einzelne Suchbegriffe analysiert werden.

## Geschützt wird die Marke nur, wenn...

Um sich Markenschutz durch Amazon-Brand-Registry sichern zu können, muss die Marke in demjenigen Land offiziell registriert worden sein, für das die Amazon-Markenregistrierung erfolgen soll. Die Anmeldung einer deutschen Marke erfolgt über das DPMA. Nach erfolgreicher Anmeldung der Marke erhält der Markeninhaber eine Registrierungsnummer. Dabei gibt es sowohl text- als auch bildbasierte Marken. Zu beachten ist, dass der bei der Markenregistrierung registrierte Markenname exakt dem Markennamen entsprechen muss, der beim zuständigen Patentamt angegeben wurde. Deshalb ist auch hier auf Groß- und Kleinschreibung der Marke zu achten.

Um seine Marke nun bei Amazon registrieren zu können, müssen die Markeninhaber selbst die Markenregistrierung bei Amazon einreichen. Sowohl bei Seller oder Vendor als auch bei Markeninhaber ohne Amazon-Account kann eine Markenregistrierung erfolgen, um die eigene Marke auf den Amazon-Marktplatz besser schützen zu können. In der Regel wird die Markenregistrierung über eine rechtliche Vertretung abgewickelt, weshalb diese bereits zuvor in Kenntnis gesetzt worden sollten, da sie sodann eine Mitteilung von Amazon erhalten. Anschließend können auch autorisierte Dritte einfach hinzugefügt werden, um Amazon-Verkaufsvorteile nutzen zu können.

## Kostengünstiger Markenrechtsschutz

Hinsichtlich der Anmeldung einer Amazon-Marke fallen keine Gebühren an. Pflegen die Markeninhaber eine Seller- oder Vendor-Beziehung zu Amazon so fallen auch hier lediglich die normalen Kosten für die Nutzung des Amazon Marktplatzes an. Um seine Marke jedoch in der Amazon-Brand-Registry anmelden zu können, muss die Marke bereits im Vorhinein beim zuständigen Markenamt angemeldet worden sein, welches in Deutschland die DPMA darstellt. Bei einer Anmeldung bei der DPMA fallen jedoch bereits Kosten an.

## Nichtinhaber einer Marke: und du bist raus?

Auch Nicht-Markeninhaber können als Händler ihre Produkte auf Amazon verkaufen, sie müssen dabei jedoch nicht den Prozess der Amazon-Brand-Registry durchlaufen. Nicht-Markeninhaber können ebenfalls Produkte registrierter Marken verkaufen und dabei alle Funktionen normaler Verkäufer nutzen, jedoch wird ihnen der Zugriff auf die Vorteile registrierter Marken verwehrt. Zu beachten gilt: Ihnen kommen weniger Schreibrechte als Markeninhabern zu und auch Content-Änderungen werden nicht immer übernommen. Darüber hinaus wird den Nicht-Markeninhabern sowohl die komplette Nutzung an Werbeformaten untersagt, als auch die Erstellung eines Amazon Marktshops verwehrt.

## „Rezept“ für die Amazon-Markenregistrierung

Die Markenregistrierung bei Amazon einfach gemacht - hier die erforderlichen 4 Schritte:

**Schritt 1:** Wenn ein Seller- oder Vendor-Konto vorhanden ist, muss sich der Markeninhaber unter Amazons Brandservice mit seinem Amazon-Log-in Daten anmelden (bei Nutzung mehrerer Accounts: Idealfall: Hauptaccount). Sodann sind die Log-ins der Seller- bzw. Vendor-Central und der Brand Registry automatisch miteinander verknüpft.

Besitzt der Markeninhaber hingegen keinen Zugang bei Amazon, kann an dieser Stelle auch ein neues Konto für die Brand-Registry erstellt werden.

**Schritt 2:** Nun folgt die richtige Registrierung für die Brand-Registry:

Die Markeninhaber müssen nun unterschiedliche Informationen angeben. Darunter fallen sowohl Standardangaben (registrierte Markenname, Marken-Registrierungsnummer und Markenamt), als auch die Abfrage, ob es sich um eine Wort- oder Wort-Bildmarke handelt.

**Schritt 3:** Als nächsten Schritt fragt Amazon weitere Informationen hinsichtlich der Produktkategorie, anderer Verkaufskanäle und allgemeine Verkäufer- und Lieferanten-Kontoinformationen ab. Darüber hinaus wird abgefragt, ob weitere Händler oder Lizenznehmer bei Amazon verkaufen. Zudem müssen die Verkäufer angeben, wo ihre Waren hergestellt werden, um so proaktiv Markenschutz betreiben zu können.

**Schritt 4:** Im letzten Schritt wird die Marke durch Amazon überprüft und ein Verifizierungscode an den Anmeldenden der Marke verschickt. Die Markeninhaber haben sodann diesen über den von Amazon erstellten Supportfall dem Brand-Registry-Team mitzuteilen.

Und schon ist die Amazon-Markenregistrierung abgeschlossen!

## Markenschutzrechtliche Funktionen im Amazon-Dashboard

Nachdem sich die Markeninhaber erfolgreich bei Amazon registriert haben, werden ihnen im Dashboard verschiedene Funktionen zur Verfügung gestellt. Neben der Verwaltung und dem Schutz der Marke können auch die eröffneten Fälle zum Markenschutz überwacht werden. Die Markeninhaber können Verstöße gegen das Recht an geistigem Eigentum oder gefälschte Angebote bei Amazon melden. Der aktuelle Stand der eröffneten Fälle kann sodann im Amazon-Dashboard durch den Markeninhaber eingesehen werden.

Darüber hinaus wird den Markeninhabern auch der gesonderte Markenregistrierungs-Support zur Seite gestellt.

Im Dashboard können nun alle Marken des Markeninhabers verwaltet werden, die bei Amazon bereits angemeldet wurden. Es können aber auch hier weitere Marken angemeldet werden. Zudem besteht die Möglichkeit die Marke auf weitere Länder zu erweitern, soweit diese bei weiteren Markenämtern angemeldet wurden.

Durch die Amazon-Brand-Registry soll die Marke geschützt werden. Im Bereich „Schützen“ des Amazon-Dashboards können Markeninhaber auch zum Project Zero wechseln und markenrechtliche Verstöße melden. Der Wechsel zum Project Zero erscheint jedoch nur sinnvoll und möglich, wenn die Marke vermehrt Probleme mit Produktfälschungen aufweist. Das Programm „Project-Zero“ ist dabei auch unabhängig von den Verkaufsbeziehungen zu Amazon nutzbar.

Wie auch bereits erwähnt, können auch alle geöffneten Fälle durch die Markeninhaber überwacht werden, die während der Überprüfung von Verstößen eröffnet wurde.

Darüber hinaus findet sich im Dashboard auch eine „Support-Funktion“: hier können alle Anfragen an den Amazon Markenregistrierungs-Support eingesehen werden. Es können neue Fälle eröffnet werden, falls bezüglich der eigenen Marke Probleme entstehen.

## Fazit: Wer nicht „wagt“, der nicht gewinnt...

Besonders aktive Amazon-Händler sollten eine Markenregistrierung auf Amazon in Betracht ziehen. Im Hinblick auf den markenrechtlichen Aspekt werden durch die Markenregistrierung auf Amazon das geistige Eigentum geschützt, die korrekte Markendarstellung gewährleistet und auch das Vertrauen der Konsumenten in Produkte und Marke gesteigert. Darüber hinaus können Markeninhaber vereinfacht gegen Produktfälschungen und fehlerhafte Inhalte auf Amazon vorgehen.

Des Weiteren werden neben der Stärkung des Umsatzes und der Verbesserung des Marktauftritts den Markeninhabern weitere hilfreiche Funktionen wie Analysetools oder A+Inhalte zur Verfügung gestellt.

Hervorzuheben ist nochmals, dass auch Markeninhaber ohne bestehende Handelsbeziehung zu Amazon, ihre Amazon-Marke eintragen und schützen lassen können.

Schlussendlich erscheint die Anmeldung in der Amazon-Brand-Registry als einfach und vorteilhaft, insbesondere im Hinblick auf einen kostenlosen Markenrechtsschutz.

Hier gilt vielmehr: Wer wagt, der gewinnt!

## Marke anmelden? Wenn nicht jetzt - wann dann!

Durch die [EU-Förderung von Markenmeldungen](#) ist gerade in der Tat unabhängig von dem Amazon-Service ein guter Zeitpunkt eine Marke anzumelden. Und wer sicher und sogar **kostenfrei eine Marke anmelden** will und bereits Mandant bzgl. unserer Schutzpakete ist oder werden will, für den haben wir folgendes Angebot:

Für unsere Neu- und Bestandsmandanten in Sachen [Schutzpakete](#) berechnen wir unter folgenden Umständen **bei Anmeldung einer deutschen Marke kein Honorar**:

- **Für neue Mandanten**: Wer sich neu für eines unserer [Schutzpakete](#) entscheidet und dabei eine **Mindestlaufzeit von mindestens 12 Monaten** (im Unlimited-Paket obligatorisch) wählt, der bekommt **einmal pro Jahr eine (1) de-Markenmeldung on top**. Gemeint ist damit die Prüfung der Eintragungsfähigkeit einer deutschen Marke und Durchführung der Anmelde- und Zahlungsmodalitäten

ohne Berechnung unseres normalerweise anfallenden Honorars. Die anfallenden Amtsgebühren sind davon natürlich ausgenommen und weiterhin vom Markenanmelder zu tragen. Interesse? [Hier](#) geht es zu unseren Schutzpaketen.

- **Für Bestandsmandanten:** Wer bereits Mandant der IT-Recht Kanzlei ist und eines unserer Schutzpakete bezieht und sich erst jetzt für eine Mindestlaufzeit von 12 Monaten entscheidet (bzw. sich bereits für eine Mindestlaufzeit (im Unlimited-Paket obligatorisch) bei Paketbuchung entschieden hatte), auch der soll von dieser Regelung zur de-Markenmeldung profitieren und bekommt die obenstehende Beratung zur Markenmeldung gratis. Interesse?

**Dann wenden Sie sich bitte an den für Sie bereits zuständigen Rechtsanwalt der IT-Recht Kanzlei oder an die [info@it-recht-kanzlei.de](mailto:info@it-recht-kanzlei.de).**

Mehr dazu finden Sie in [diesem Beitrag](#).

Autor:

**Patricia Finkl**