

Was ist eine Wortmarke?

Eine Wortmarke ist ein rechtlich geschützter, rein typografisch gestalteter Markenname ohne grafische oder bildhafte Zusätze. Sie besteht ausschließlich aus Schriftzeichen, Zahlen oder Buchstaben, die zusammen einen Namen, einen Begriff oder eine Zeichenfolge bilden. Der Begriff wird im Markenrecht verwendet, um Marken zu beschreiben, die allein auf ihrer sprachlichen Form basieren, unabhängig von ihrer grafischen Gestaltung ¹⁾.

Beispiele für bekannte Wortmarken sind Adidas, Google oder Coca-Cola. Auch wenn diese Marken in der Praxis oft mit grafischen Elementen kombiniert werden, bezeichnet die Wortmarke im rechtlichen Sinne nur den geschützten Namen, unabhängig von der verwendeten Schriftart, Farbe oder Form.

Im Corporate Design wird die Wortmarke oft grafisch gestaltet und typografisch weiterentwickelt. Dabei wird der Markenname in einer bestimmten Schriftart, Größe oder Anordnung dargestellt, um Wiedererkennbarkeit und Markenidentität zu stärken. Diese Gestaltung wird häufig in Kombination mit einem **Signet** oder einer **Bildmarke** verwendet und ergibt zusammen das vollständige Logo.

Verwandte Begriffe sind **Logo**, **Signet** und **Bildmarke**. Während die Wortmarke für den reinen Namen steht, beschreibt das Signet das grafische Symbol. Das Logo kann beide Elemente miteinander kombinieren.

Wortmarken sind ein wesentlicher Bestandteil der Markenstrategie, da sie in rechtlichen Registern eingetragen und rechtlich verteidigt werden können. Sie ermöglichen es, den Namen einer Marke unabhängig von der konkreten grafischen Umsetzung zu schützen.

¹⁾

<https://de.wikipedia.org/wiki/Wortmarke>

From:

<https://wiki.ct-lab.info/> - Creative Technologies Lab | dokuWiki

Permanent link:

<https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:semantik:wortmarke>

Last update: **2025/07/06 07:34**

