

Amazon Brand Registry: Marke schützen als Seller

Schritt-für-Schritt zur Registrierung - Voraussetzungen, Vorteile und der Schutz vor Hijackern

Markus Steinberg · 16.08.2026

2019 hat mir ein Konkurrent innerhalb von 48 Stunden mein meistverkauftes Listing gekapert. Gleiche ASIN, anderer Verkäufer, billigeres Produkt - und plötzlich war die Buy Box weg. Der Umsatz brach an einem Dienstag um 14:30 Uhr um 80 Prozent ein. Ich hatte damals keine Marke registriert, kein Schutzschild, nichts. Es hat mich drei Wochen und mehrere hundert Euro für einen Anwalt gekostet, das Problem halbwegs zu lösen. Danach habe ich nie wieder ein Produkt ohne Brand Registry gelauncht.

Wenn du ernsthaft auf Amazon verkaufst - oder es planst -, ist die Amazon Brand Registry kein optionales Extra. Sie ist Pflicht. Dieser Artikel erklärt dir, was dahintersteckt, was du vorher erledigen musst und welche konkreten Vorteile du danach hast.

Was ist die Amazon Brand Registry überhaupt?

Die Amazon Brand Registry ist ein Programm, das Amazon Sellern mit eingetragener Marke ermöglicht, ihre Produktlistings zu schützen und mehr Kontrolle über ihre Markenpräsenz auf der Plattform zu gewinnen. Seit 2017 ist das Programm in seiner aktuellen Form verfügbar und hat sich seitdem deutlich weiterentwickelt.

Vereinfacht gesagt: Amazon gibt dir als Markeninhaber mehr Werkzeuge und mehr Einfluss darüber, was auf deinen Produktseiten passiert. Ohne Brand Registry bist du auf Amazon im Grunde anonym - jeder andere Seller kann auf dein Listing aufspringen, Inhalte ändern (wenn er Schreibrechte bekommt) oder eine billige Kopie unter deiner ASIN listen.

Mit Brand Registry erkennst Amazon dich als rechtmäßigen Markeninhaber an. Das bedeutet: Deine Änderungen an Listings haben Priorität, du kannst Verstöße direkt und schnell melden, und du bekommst Zugang zu Tools, die normale Seller nicht haben.

Wer kann sich registrieren?

Grundsätzlich jeder, der eine aktive Marke besitzt - also eine beim zuständigen Markenamt eingetragene Wortmarke oder Bildmarke. Das ist der entscheidende Punkt: Ohne offiziell eingetragene Marke kommst du nicht rein. Eine GmbH zu haben, ein Produktlogo zu besitzen oder seit Jahren unter einem Markennamen zu verkaufen reicht nicht. Amazon prüft die Eintragung.

Das Problem: Warum Seller ohne Markenschutz riskant unterwegs sind

Lass mich konkret werden. Ein typisches Szenario, das ich selbst erlebt und in Seller-Foren hundertfach gelesen habe:

- Hijacking: Ein anderer Seller listet sich auf deine ASIN und verkauft dort - oft mit schlechterer Qualität, niedrigerem Preis, schlechterem Service. Die Buy Box wandert zu ihm, deine Bewertungen leiden.

- Listing-Manipulation: Ohne Brand Registry können andere Seller (oder sogar Käufer mit Vendoren-Zugang) Änderungen an Produkttitel, Bullets oder Bildern vorschlagen. Amazon nimmt manchmal automatisch Änderungen an, die du nie genehmigt hast.
- Fake Reviews und Counterfeit-Produkte: Besonders in Kategorien wie Elektronik, Kosmetik oder Supplements ein massives Problem. Ohne Markenschutz hast du kaum Handhabe.
- Kein Zugang zu A+ Content: Die erweiterten Produktbeschreibungen mit Bildern, Vergleichstabellen und Markenstory - ohne Brand Registry gesperrt.

Das Risiko wächst proportional zu deinem Erfolg. Ein Produkt, das 50 Stück pro Tag verkauft, zieht Trittbrettfahrer an wie Licht die Motten. Ich habe Seller gekannt, die innerhalb von zwei Wochen nach einem viralen TikTok-Moment von fünf verschiedenen Hijackern gleichzeitig angegriffen wurden. Ohne Markenschutz war das ein Altraum.

Voraussetzung Nummer eins: Die Markenmeldung

Bevor du auch nur die Brand Registry-Seite aufrufen kannst, brauchst du eine eingetragene Marke. In Deutschland ist das Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA), für Österreich das Österreichische Patentamt. Für europaweiten Schutz empfiehlt sich die Unionsmarke beim EUIPO in Alicante.

Wie läuft die Markenmeldung ab?

Der Prozess ist bürokratisch, aber machbar - auch ohne Anwalt, wenn du dich vorbereitet hast:

- Markenrecherche: Prüfe, ob dein Markenname bereits vergeben ist. Das DPMA bietet die kostenlose Datenbank DPMAregister an. Suche nach identischen und ähnlichen Marken in deiner Nizzaklasse (die Produktkategorie, unter der du anmeldest).
- Nizzaklasse bestimmen: Jede Marke wird für bestimmte Waren- und Dienstleistungsklassen eingetragen. Wenn du Küchenprodukte verkaufst, ist das wahrscheinlich Klasse 21. Für Bekleidung Klasse 25. Die Klassenwahl ist entscheidend - zu eng gewählt schützt dich nicht ausreichend.
- Anmeldung einreichen: Online über das DPMA-Portal. Die Grundgebühr für eine Klasse beträgt in Deutschland 290 Euro (Online-Anmeldung), jede weitere Klasse kostet 100 Euro zusätzlich.
- Widerspruchsfrist abwarten: Nach der Eintragung haben Dritte drei Monate Zeit, Widerspruch einzulegen. Erst danach ist die Marke rechtskräftig eingetragen.
- Gesamtdauer: Im Normalfall 6 bis 10 Monate. Mit Einwänden oder Widersprüchen kann es länger dauern.

Wichtig: Amazon akzeptiert auch Marken, die sich noch im Anmeldeverfahren befinden - über das sogenannte IP Accelerator-Programm. Dabei arbeitest du mit einem von Amazon geprüften Anwalt zusammen und kannst die Brand Registry schon während der Anmeldephase nutzen. Das kostet extra (je nach Kanzlei 500 bis 2.000 Euro), kann aber sinnvoll sein, wenn du schnell auf den Markt willst.

Wortmarke oder Bildmarke?

Für die Amazon Brand Registry reicht eine Wortmarke. Eine Bildmarke (Logo) gibt dir mehr Schutz im allgemeinen Markenrecht, ist aber für die Registrierung bei Amazon nicht zwingend nötig. Ich habe beide Wege gemacht: Für mein erstes Produkt nur Wortmarke, für das zweite Produkt beides. Der Unterschied bei Amazon war minimal - der Schutz im Alltag allerdings deutlich besser mit Bildmarke.

Der Registrierungsprozess bei Amazon

Sobald du die Eintragungsbestätigung deiner Marke hast (oder eine Anmeldenummer über den IP Accelerator-Weg), kannst du dich bei brandregistry.amazon.com anmelden.

Was du für die Registrierung brauchst

Der Knackpunkt bei den Produktbildern: Amazon will sehen, dass dein Markenname physisch auf dem Produkt oder der Verpackung erscheint. Ein Logo auf einem Foto reicht manchmal nicht - es muss klar lesbar sein. Ich hatte beim ersten Versuch eine Ablehnung, weil der Schriftzug auf meiner Verpackung zu klein war. Also: Vor dem Foto-Shooting sicherstellen, dass der Markenname gut sichtbar ist.

Der Verifizierungsschritt

Nach dem Einreichen schickt Amazon einen Verifizierungscode an die E-Mail-Adresse, die beim Markenamt hinterlegt ist. Das ist ein häufiger Stolperstein: Viele Seller hinterlegen beim DPMA eine private E-Mail-Adresse und vergessen später das Passwort, oder sie haben eine Kanzlei-Adresse angegeben, die nicht mehr aktuell ist. Prüfe das im Vorfeld - es spart Wochen.

Nach erfolgreicher Verifizierung dauert die Freischaltung in der Regel 2 bis 5 Werktage. Danach siehst du im Seller Central das Brand Registry-Dashboard.

Diese Vorteile bekommst du nach der Registrierung

Jetzt wird es konkret. Was ändert sich tatsächlich, wenn du in der Brand Registry bist?

1. Schutz vor Hijackern

Das ist der wichtigste Vorteil. Mit Brand Registry kannst du über das "Report a Violation