

(Free download) Handbuch Markenrecht

Handbuch Markenrecht

Von Maximiliane Stckel, Thomas E. Deigendesch, Dr. Ingo Gehring, Dr. Felix Hauck, Marc Ptz-Poulalion, Micaela Schork, Nik Stucky

*DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrang: #3726949 in BcherVerffentlicht am: 2003-08Einband: Gebundene Ausgabe358 Seiten | File size: 17.Mb

Von Maximiliane Stckel, Thomas E. Deigendesch, Dr. Ingo Gehring, Dr. Felix Hauck, Marc Ptz-Poulalion, Micaela Schork, Nik Stucky : Handbuch Markenrecht before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Handbuch Markenrecht:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Hervorragende GrundlageVon Ein KundeEin gutes Grundlagenbuch, dass alle rechtlichen Aspekte bzgl. Marken

behandelt. Sehr interessant auch das Thema Markenbewertung.

.deMarkenführung und Markenmanagement sind für den Erfolg eines Unternehmens und seiner Produkte von entscheidender Bedeutung. Doch sind hier nicht nur Marketing und Werbung gefragt. Eine Marke will korrekt eingetragen sein; und unter Umständen bedarf es auch juristischer Mittel, um sie zu schützen. Dann müssen die Verantwortlichen in den Firmen oder deren Anwälte tätig werden. An sie wenden sich denn auch die Herausgeber mit ihrem Band, den sie als "Einführung in die Markenpraxis" konzipiert haben. Der erste Teil, der mit über 200 Seiten mehr als die Hälfte des Buchumfangs ausmacht, erläutert die Grundlagen des Markenrechts. In den folgenden Kapiteln werden weitere Unternehmenskennzeichen (z. B. der Name), Domains, Markenlizenzen und Markenbewertung behandelt. Besonderen Wert legen die Autoren auf die internationale Perspektive: Marken sollen überall dort geschützt werden, wo sie verwendet werden oder verwendet werden sollen. Die Mittel der Wahl sind hier die "Europäische Gemeinschaftsmarke" und die "Internationale Marke" der WIPO (World Intellectual Property Organization). Auch wenn die gebotenen Informationen für komplizierte Mandate mitunter nicht ausreichen dürften, so ist der Band doch als Arbeitsmittel für den Alltagsgebrauch zu empfehlen. --Carsten Hansen Kurzbeschreibung Die wirtschaftliche Bedeutung von Marken und deren Schutz werden immer wichtiger. Noch vor wenigen Jahren wurden sie in breiteren Wirtschaftskreisen kaum wahrgenommen. Der Wandel von der Industrie- zur Informationsgesellschaft, die Marke als Informationsträger für das Produkt und die Globalisierung trugen zur Bedeutung der Marke bei. Mit der wachsenden Bedeutung der Marke geht auch eine Veränderung des Markenrechts einher. Das Markengesetz hat die Möglichkeiten des Markenschutzes stark erweitert und insbesondere die Eintragung neuer Markenformen ermöglicht. Seit April 1996 kann man beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) in Alicante Markenschutz und seit April 2003 auch Geschmacksmusterschutz in der gesamten Europäischen Gemeinschaft erlangen. Das Werk gibt eine präzise Einführung in die Markenpraxis. Besondere Berücksichtigung findet der internationale Aspekt. Die Markenverfahren werden ebenso beleuchtet wie die Markenbewertung, das Markenmanagement und Fragen im Zusammenhang mit Markenlizenzen, sonstigen Kennzeichen und Domains. Dieses Buch wendet sich an alle, die in der Beratungs- und forensischen Praxis mit Marken arbeiten sowie an diejenigen, die für Marken verantwortlich sind. Die Verfasser sind in jahrelanger Tätigkeit für eine Vielzahl von Unternehmen mit den Anforderungen der Markenverwaltungspraxis vertraut. Ihre dabei erworbenen praktischen Erkenntnisse werden in diesem Buch weitergegeben. (2003-07-08)