

Marketing- und Vertriebsrecht

Gewerblicher Rechtsschutz,
Kartell- und Vertriebsrecht

von

Prof. Dr. Axel Birk

Prof. Dr. Joachim Löffler

Prof. Dr. Sabine Boos

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

2., vollständig überarbeitete Auflage 2020

Verlag Franz Vahlen München

Vorwort

Mit der 2. Auflage unseres Werkes „Marketing- und Vertriebsrecht“ haben wir nicht nur die notwendigen Aktualisierungen und Überarbeitungen vorgenommen. Wir haben mit unserer Heilbronner Kollegin Prof. Dr. Sabine Boos (LL.M) auch eine Mitautorin hinzugewinnen können, die den Bereich „Gewerblicher Rechtsschutz“ in unserem Buch mit einem Kapitel zum Patent- und Gebrauchsmusterrecht und der Überarbeitung des Kapitels zum Designrecht verstärkt. Beibehalten haben wir den von traditionellen (juristischen) Lehrbüchern abweichenden Aufbau dieses Buches, der sich nicht an Gesetzesstrukturen, sondern an den betriebswirtschaftlichen Begrifflichkeiten und Kategorien der Marketing- und Vertriebspraxis orientiert. Dadurch soll es (auch) Nicht-Juristen ermöglicht werden, tiefere Einblicke in die komplexen, aber praktisch höchst wichtigen Rechtsfragen von Marketing und Vertrieb zu gewinnen. Zielgruppe des Buches sind zunächst Studierende der Wirtschaftswissenschaften und der Rechtswissenschaften, denen es wertvoller Begleiter für Lehrveranstaltungen zum „Gewerblichen Rechtsschutz“, „Wettbewerbsrecht“, „Markenrecht“, „Marketing- und Vertriebsrecht“ oder ganz allgemein im Studienschwerpunkt „Marketing“ sein soll. Aber auch Marketing- und Vertriebspraktiker können mit dem vorliegenden Buch Einblick in rechtliche Fragestellungen ihres Berufsalltags gewinnen. Schließlich kann das Werk auch für anwaltlich oder auf Verbands- und Unternehmensseite tätige Juristinnen und Juristen einen Einstieg in die Materie des Marketing- und Vertriebsrechts ermöglichen, der sich an den Bedürfnissen der Unternehmenswelt orientiert und soweit sinnvoll auch deren Sprache verwendet.

An der Entstehung des Buches in der vorliegenden Form haben zahlreiche Studierende mitgewirkt, die uns in Vorlesungen durch Diskussion und Fragen auf die Verständnisprobleme aufmerksam gemacht haben, die mit Gesetzestexten und der juristischen Denkweise fast notwendig verbunden sind.

Die Verfasser betrachten das Buch „Marketing- und Vertriebsrecht“ als Gemeinschaftswerk. Die inhaltliche Verantwortung für die einzelnen Kapitel teilt sich aber wie folgt auf: Axel Birk: Kap. 1, 4 und 13 bis 22; Sabine Boos: Kap. 2 und 3; Joachim Löffler: Kap. 5 bis 12.

Heilbronn, im Juli 2020

Axel Birk
Joachim Löffler
Sabine Boos