

W+M-Buchtipp: Handbuch Marken- und Designrecht



Maximiliane Stöckel (Hrsg.): Handbuch Marken- und Designrecht. Erich Schmitt Verlag, 785 Seiten, Festeinband, 118,00 Euro ISBN 978-3-503-23758-6

Nach etwa zehn Jahre erschien jetzt eine vierte, völlig neubearbeitete Auflage des Titels mit Beiträgen von Roman Brtka, LL.M., Rechtsanwalt, Dr. Thomas E. Deigendesch, Unternehmensberater, Dr. Richard Dissmann, Rechtsanwalt, Sebastian Fiscoeder, LL.M., Rechtsanwalt, Dr. Henning Frase, LL.M., Rechtsanwalt, Steuerberater, Fachanwalt für Steuerrecht, Franz Gernhardt, LL.M., Rechtsanwalt, Dr. Markus Körner, Rechtsanwalt, Dr. Uwe Lüken, Rechtsanwalt, Dr. Michael Nielen, Rechtsanwalt, Marc Pütz-Poulalion, Rechtsanwalt, Maximiliane Stöckel, Ass. jur. und Wirtschaftsmediatorin, und Nik Stucky, Unternehmensberater. Herausgeberin Maximiliane Stöckel verweist darauf, dass das Marken- und Designrecht als industriepolitisches Instrumentarium eine überragende Bedeutung hat. Dies gilt nicht nur für die Etablierung, sondern auch für die Pflege und die Durchsetzung von Marken. Ebenso spielen Bewertungs- und Führungsfragen eine wichtige Rolle. Markenstrategie ist daher „Chefsache“.

Fazit: Der Ansatz, ein Praktiker-Handbuch nicht nur für Juristen bereitzustellen, ist durchaus gelungen.