

1. Record Nr.	UNINA9910482992203321
Autore	Keller Carsten
Titolo	Identitätsbasierter Markenschutz : Konzeptualisierung im Kontext der internationalen Marken- und Produktpiraterie / / von Carsten Keller
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer Gabler, , 2016
ISBN	3-658-10104-0
Edizione	[1st ed. 2016.]
Descrizione fisica	1 online resource (474 p.)
Collana	Innovatives Markenmanagement, , 2627-1109 ; ; 52
Disciplina	650
Soggetti	Marketing Globalization Markets Management Emerging Markets/Globalization
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Description based upon print version of record.
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Markenschutz heute in Theorie & Praxis -- Marken- und Produktpiraterie - Herausforderungen an den rechtlichen Markenschutz -- Konzeptualisierung eines holistischen, praxisorientierten Ansatzes zum Markenschutz entlang der Wertschöpfungskette markenführender Organisationen.
Sommario/riassunto	Carsten Keller entwickelt auf Basis einer umfassenden Analyse des Schrifttums sowie einer Vielzahl branchenübergreifender Fallstudien die Grundlagen einer neuen Markenschutztheorie. So entsteht erstmalig ein holistisches Modell zum identitätsbasierten Markenschutz mit konkretem Anwendungsbezug. Der Schutz der Marke vor dem Zugriff unberechtigter Dritter stellt eine zentrale Aufgabe markenführender Organisationen dar. Nur durch eine hinreichende Absicherung der Marke können die geschaffenen ökonomischen Werte vom Markeninhaber auch vereinnahmt werden. Im Rahmen der Globalisierung ist indes die Marken- und Produktpiraterie zu einer ernstzunehmenden Bedrohung erwachsen. Angesichts signifikanter Defizite in der Durchsetzung von Markenrechten (u.a. VR China) erscheint die Dominanz einer juristischen Auslegung des

Markenschutzes in Theorie und Praxis nicht weiter hinreichend. Der Inhalt · Markenschutz heute in Theorie & Praxis · Marken- und Produktpiraterie – Herausforderung an den rechtlichen Markenschutz · Konzeptualisierung eines holistischen, praxisorientierten Ansatzes zum Markenschutz entlang der Wertschöpfungskette markenführender Organisationen Die Zielgruppen Dozenten und Studenten der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing, Management und Recht · Fach- und Führungskräfte, die in diesen Bereichen tätig sind Der Autor Dr. Carsten Keller promovierte bei Prof. Dr. Jörg Freiling am Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship (LEMEX) der Universität Bremen. .
