

Internationales Wirtschafts- und Unternehmensrecht

– Gesamtübersicht –

A. Einführung

**B. Internationales Schutzrecht für Verbraucher, Arbeitnehmer und anderer sozial
schutzbedürftiger Wirtschaftsteilnehmer**

C. Internationales Kartellrecht

D. Internationales Wettbewerbsrecht (Lauterkeitsrecht)

E. Internationaler gewerblicher Rechtsschutz

F. Nationales Wirtschaftsrecht und europäische Wirtschaftsverfassung

Internationales Wirtschafts- und Unternehmensrecht

– Gliederung (Teil 3) –

E. Internationaler gewerblicher Rechtsschutz (Internationales Markenrecht)

I. Überblick über das materielle Markenrecht

- 1. Entstehung des Markenrechts (§§ 3, 4 MarkenG)**
- 2. Schutz des Markenrechts (§ 14 MarkenG)**
- 3. Prioritätsgrundsatz (§§ 8, 9 MarkenG)**

II. Grundlagen des internationalen Markenrechts

- 1. Schutzlandprinzip (Art. 8 Rom II-VO)**
- 2. Internationale Markenübereinkommen**
 - a) Inhalt des PVÜ**
 - b) Inhalt des Madrider Markenabkommens**
- 3. Europäische Gemeinschaftsmarke**

F. Nationales Wirtschaftsrecht und europäische Wirtschaftsverfassung

I. Europäische Warenverkehrsfreiheit (Art. 34, 36 AEUV)

- 1. Wirtschaftliche Bedeutung der Warenverkehrsfreiheit für den gemeinsamen Markt**
- 2. Rechtliche Bedeutung bei Verstößen gegen Art. 34 AEUV**
- 3. Grenzen in Art. 36 AEUV**

II. Nationales Wirtschaftsrecht und europäische Warenverkehrsfreiheit: Von „Dassonville“ zu „Keck“

- 1. Dassonville-Entscheidung des EuGH (1974)**
- 2. Folgeentscheidungen: Cassis de Dijon, Reinheitsgebot, Dreiglocken, Preisgegenüberstellungen u.a.**
- 3. Auswirkungen auf das nationale Wirtschaftsrecht; Problem der Inländerdiskriminierung**
- 4. Keck-Entscheidung des EuGH (1993) mit Folgeentscheidungen (Hünernmund u. a.)**
- 5. Rückwirkungen der Rechtsprechung auf das Wirtschaftskollisionsrecht?**

III. Nationales Markenrecht und europäische Warenverkehrsfreiheit

- 1. Vertiefung Markenschutzfolgen**
 - a) Verbot Markengebrauch**
 - b) Erstvertriebsrecht**
 - c) Umgestaltungsverbot**
 - d) Bestätigungen und Ausformungen in § 24 MarkenG**
- 2. Internationale Erschöpfungslehre**
- 3. Drei Problemfälle des Vertriebs von Markenware im europäischen Kontext**
 - a) Rückimport umgepackter Markenware**
 - b) Aufspaltung von Zeichenrechten**
 - c) Zeichenrechtsverletzungen**