

Inhalt

	Seite
Einführung	5
I Operatives Marketing	7
1 Produktpolitik	7
1.1 Innovationsmarketing	7
1.1.1 Einleitung	
1.1.2 Marketingrelevante Rechtsnormen	
- Auswahl aus dem Patentgesetz	
- Auswahl aus dem Gebrauchsmustergesetz	
- Auswahl aus dem Geschmacksmustergesetz	
- Auswahl aus dem Europäischen Patentübereinkommen (EPÜ)	
- Auswahl aus der Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ)	
- Auswahl aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch	
- Produkthaftungsgesetz	
1.2 Markenpolitik	18
1.2.1 Einleitung	
1.2.2 Marketingrelevante Rechtsnormen	
- Auswahl aus dem Warenzeichengesetz	
1.3 Ökologieorientiertes Marketing	22
1.3.1 Einleitung	
1.3.2 Marketingrelevante Rechtsnormen	
- Verpackungsverordnung	
- Elektronik-Schrott-Verordnung	
2 Preispolitik	33
2.1 Einleitung	
2.2 Marketingrelevante Rechtsnormen	
- Preisgesetz	
- Auswahl aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch	
- Auswahl aus dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen	
- Auswahl aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	
- Zugabeverordnung	
- Rabattgesetz	
- Durchführungsverordnung zum Rabattgesetz	
- Preisangabenverordnung	
- AGB-Gesetz	
- INCOTERMS	
- Verbraucherkreditgesetz	

3 Distributionspolitik 74

3.1 Absatzwege und -organe

3.1.1 Einleitung

3.1.2 Marketingrelevante Rechtsnormen

- Auswahl aus dem Grundgesetz
- Auswahl aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch
- Auswahl aus dem Handelsgesetzbuch
- Auswahl aus dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
- Auswahl aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- Ladenschlußgesetz

3.2 Marketinglogistik 97

3.2.1 Einleitung

3.2.2 Marketingrelevante Rechtsnormen

- Auswahl aus dem Handelsgesetzbuch

4 Marktkommunikation 107

4.1 Einleitung

4.2 Marketingrelevante Rechtsnormen

- Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- Haustürwiderrufsgesetz

II Strategisches Marketing 119

1 Einleitung

2 Marketingrelevante Rechtsnormen

- Auswahl aus dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
- Auswahl aus dem EWG-Vetrag
- Auswahl aus der Fusionskontrollverordnung

Die Autoren 128