

(Get free) Lauterkeitsrechtliche Grenzen kommunikativer Sponsoringmassnahmen im Sport (Geistiges Eigentum Und Wettbewerbsrecht) (German Edition)

Lauterkeitsrechtliche Grenzen kommunikativer Sponsoringmassnahmen im Sport (Geistiges Eigentum Und Wettbewerbsrecht) (German Edition)

John Martin

*DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*



DOWNLOAD



READ ONLINE

2013-04-01Original language:GermanPDF # 1 9.17 x .98 x 6.18l, .0 #File Name: 3161525493382 pages | File size: 16.Mb

John Martin : Lauterkeitsrechtliche Grenzen kommunikativer Sponsoringmassnahmen im Sport (Geistiges Eigentum Und Wettbewerbsrecht) (German Edition) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Lauterkeitsrechtliche Grenzen kommunikativer Sponsoringmassnahmen im Sport

(Geistiges Eigentum Und Wettbewerbsrecht) (German Edition):

Die Entwicklung des Kommunikationsinstruments Sportsponsoring ist in den letzten Jahrzehnten rasant vorangeschritten. Bei der Konzeption ihrer werblichen Botschaften werden die sponsernden Unternehmen den Anforderungen an ein lauterer Marktverhalten unterworfen, da die Werbebotschaften auf die Marktgegenseite ausgerichtet sind. In Umsetzung der UGP-Richtlinie wird das Sponsoring nunmehr ausdrücklich im Irreführungstatbestand des UWG erwähnt. Martin John untersucht die lauterkeitsrechtlichen Grenzen werblicher Botschaften von Sponsoren im Bereich des Sports anhand verschiedener Tatbestände des UWG, von der Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit über die Irreführung bis zur Verschleierung des Werbecharakters. Dabei werden sämtliche Tatbestände des UWG am Massstab der UGP-Richtlinie ausgelegt. Der Autor bezieht zahlreiche Werbevorschriften ausserhalb des UWG mit ein, die über den Rechtsbruchtatbestand 4 Nr. 11 UWG Beachtung finden.