

[Free pdf] Cross-Promotion im Fernsehen: Zur geltenden Rechtslage in Deutschland und anderen EU-Mitgliedstaaten (Europische Hochschulschriften / European ... Universitaires Europennes) (German Edition)

Cross-Promotion im Fernsehen: Zur geltenden Rechtslage in Deutschland und anderen EU-Mitgliedstaaten (Europische Hochschulschriften / European ... Universitaires Europennes) (German Edition)

Nicola Jahn

*ebooks / Download PDF / *ePub / DOC / audiobook*

Europäische Hochschulschriften



Nicola Jahn

Cross-Promotion im Fernsehen

Zur geltenden Rechtslage in Deutschland
und anderen EU-Mitgliedstaaten



PETER LANG

 Download

 Read Online

2007-10-03Original language:GermanPDF # 1 8.19 x .67 x 5.83l, .0 #File Name: 3631565658250 pages |
File size: 44.Mb

Nicola Jahn : Cross-Promotion im Fernsehen: Zur geltenden Rechtslage in Deutschland und anderen EU-Mitgliedstaaten (Europische Hochschulschriften / European ... Universitaires Europennes) (German Edition)
before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Cross-Promotion im Fernsehen: Zur geltenden Rechtslage in Deutschland und anderen EU-Mitgliedstaaten (Europische Hochschulschriften

/ European ... Universitaires Europennes) (German Edition):

Der deutsche Fernsehmarkt zeichnet sich zunehmend durch horizontale Konzentrationsentwicklungen aus, was sich mit der Bildung von sogenannten Senderfamilien manifestiert. Um eine Reichweitenerhöhung der Programme zu erzielen, nutzen die Fernsehsender dieser Familien die Möglichkeit der gegenseitigen werblichen Bezugnahme. Die vorliegende Arbeit setzt sich mit den diversen Werbestrategien der Fernsehveranstalter untereinander sowie innerhalb anderer verbundener Medienunternehmen auseinander. Dabei liegt der Schwerpunkt auf den neuartigen Erscheinungsformen der Eigenwerbung sowie der Cross-Promotion. Anhand einer Darstellung der Rechtslage und Aufsichtspraxis in Deutschland sowie zwölf weiteren EU-Mitgliedstaaten wird gezeigt, dass es der EU mit der Fernsehrichtlinie nicht gelungen ist, einen einheitlichen Rechtsrahmen für die Ausstrahlung von Cross-Promotion zu schaffen.

About the AuthorDie Autorin: Nicola Jahn, geboren 1974, studierte von 1994 bis 1999 Rechtswissenschaften in Berlin. Nach dem Abschluss des Referendariats 2002 wurde sie zur Rechtsanwaltschaft zugelassen und promovierte an der Universität Potsdam zum Thema dieser Publikation. Derzeit arbeitet sie als Rechtsanwältin in einer medienrechtlich ausgerichteten Kanzlei in Berlin.