

Lutz Pospiech

Werbung mit "Lockvogelangeboten"

Zulässigkeit in Gegenwart und Zukunft

Tectum Verlag

Lutz Pospiech

Werbung mit "Lockvogelangeboten".
Zulässigkeit in Gegenwart und Zukunft

ISBN: 978-3-8288-9854-7

Umschlagabbildung: © AndreasF. : photocase.com/de

© Tectum Verlag Marburg, 2009

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

INHALTSÜBERSICHT

A. Einführung

B. Erscheinungsformen und Historie der Lockvogelangebote

- I. Der Begriff des „Lockvogelangebots“
- II. Lockvogelangebote *versus* Sonderangebote
- III. Einzelne Erscheinungsformen von Lockvogelangeboten

C. Lockvogelangebote im Schnittpunkt von Recht und Ökonomie

- I. Wettbewerbstheoretische Aspekte
- II. Marketing und Wettbewerbsrecht: „Disziplinäre Zwillinge“
- III. Lockvogelangebote als Maßnahme der Preispolitik

D. Die Zulässigkeit anlockender Werbeangebote im gegenwärtigen Recht

- I. Vorgaben des deutschen Gesetzgebers
- II. Vorgaben des Europäischen Gemeinschaftsrechtes
- III. Rechtliche Veränderungen aufgrund richtlinienkonformer Auslegung des UWG

**E. Die Zulässigkeit anlockender Werbeangebote im künftigen
Recht**

I. Das „neue“ UWG

II. Rechtliche Veränderungen gegenüber der gegenwärtigen
Rechtslage

F. Schlussbetrachtung