

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 2014/2015 von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Technischen Universität Chemnitz als juristische Dissertation im Bereich des Gewerblichen Rechtsschutzes angenommen. Sie setzt sich mit dem Phänomen des Ambush Marketing aus rechts- und marketingwissenschaftlicher Perspektive auseinander. Literatur und Rechtsprechung konnten bis zum Ende des Jahres 2014 berücksichtigt werden. Die mündliche Prüfung fand am 5. Februar 2015 statt.

Mein Dank gilt an erster Stelle meinem Doktorvater Prof. Dr. Ludwig Gramlich für seine Bereitschaft das vorgeschlagene interdisziplinäre Dissertationsthema zur Betreuung anzunehmen sowie seine stete Unterstützung. Ich danke meinem Doktorvater besonders für die jederzeitige Erreichbarkeit und den unmittelbar daraus folgenden hilfreichen juristischen Diskursen. Diese intensive Betreuung hat maßgeblich zum Erfolg der Arbeit beigetragen.

Frau Prof. Dr. Cornelia Zanger, die die Arbeit marketingwissenschaftlich begleitete und das Zweitgutachten erstellte, danke ich insbesondere für die intensive Einbindung in die marketingwissenschaftliche Forschungsarbeit der TU Chemnitz durch Ermöglichung der aktiven Teilnahme an ihren Doktorandenkolloquien sowie der jährlichen Eventforschung-Konferenz. Diese Einbindung und Beteiligung ermöglichte es mir als Juristin auch die marketingwissenschaftliche Sichtweise kennenzulernen und in der Arbeit zu entfalten.

Herrn Prof. Dr. Friedrich Thießen danke ich für die souveräne Leitung der mündlichen Prüfung.

Meiner Anwältin Stefanie Geithe der Kanzlei Kooperation EVENTLawyers Berlin sei herzlichst für die hervorragende Rückendeckung während meiner Abwesenheit in der Kanzlei gedankt. Ich konnte mich stets auf Sie verlassen und hatte so vollste Konzentration für meine Dissertationsarbeit. Der Dank geht auch an die Kanzleimitarbeiterinnen Alba Spengler und Marie Lerch, die in dieser Zeit die Bewältigung des Kanzleitägesgeschäftes stetig mitunterstützten.

Danken möchte ich ferner meinem Schwiegervater Hubert Kauschka, der mir als gestandener Ökonom so manch wertvollen Hinweis zum Thema gegeben hat.

Mein Ehemann Andreas Kerst verdient besonderen Dank zum einen dafür, dass er mir als kritischer und zugleich konstruktiver Gesprächspartner stets zur Verfügung stand, meine Launen während der Erstellungszeit mit Würde ertrug und während der gesamten Zeit für Motivation und Aufmunterung sorgte. Zum anderen sei Ihm wie auch meinen Eltern Annemarie und PD Dr. Wolfram Risch dafür gedankt, dass unsere Kinder Alexander und Helena Elara nach der Kita und im Krankheitsfall versorgt wurden. Allein zu wissen, dass meine beiden Kinder liebevoll von der Familie betreut werden, ermöglichte mir die zügige Fertigstellung dieser Arbeit. Ich widme diese Arbeit daher meiner Familie.

Berlin/Chemnitz, im Juli 2015

RA'in Mandy Risch-Kerst



<http://www.springer.com/978-3-658-12174-7>

Ambush Marketing und Markenschutz
Die Eventmarketingmarke als Abwehrmittel gegen
Nicht-Sponsoren sportlicher Großereignisse
Risch-Kerst, M.
2016, XXIII, 284 S. 19 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-12174-7