

Das Thema „Entstehung, Entwicklung und Vermarktung von Sportübertragungsrechten“ ist nicht nur von wirtschaftlichem, sondern auch von juristischem Interesse. Immerhin geht es um die ökonomisch bedeutsame Verwertung von so genannten Sportübertragungsrechten, ein Phänomen, dem die Praxis in den letzten beiden Jahrzehnten zunehmend ihr Interesse widmet.

Sowohl die hohen Preise für Sportübertragungsrechte als auch die immer weiter steigenden Marketingaufwendungen von Unternehmen für den Vertrieb ihrer Massenartikel lassen den Schluss zu, dass in nicht allzu ferner Zukunft bedeutende Sponsoren sowie Sportartikelkonzerne den Einstieg in den TV Markt und damit verbunden auch in den Sportrechtehandel in Betracht ziehen werden. Ein weiterer Grund dafür ist insbesondere auch der sich wandelnde Kommunikationsprozess und, verbunden mit den technischen Entwicklungen im Bereich des Internets und des interaktiven Fernsehens, die Erschließung neuer Vertriebskanäle.

Die Arbeit analysiert die Rahmenbedingungen sowohl rechtlicher als auch wirtschaftlicher Art, die beim Einstieg in den TV Markt und damit beim Aufbau eines eigenen Senders zu beachten sind.