

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	1
I. Hintergrund	1
II. Gegenstand und Ziel der Untersuchung	2
III. Gang der Untersuchung	5
B. Grundlagen und Begriffsbestimmungen	7
I. Soziale Medien und Instagram	7
II. Influencer	8
III. Influencer Marketing	9
C. Die Entscheidungen des BGH (Az.: I ZR 90/20, I ZR 125/20 und I ZR 126/20)	11
I. BGH, 9.9.2021 – I ZR 90/20 – Influencer I (Luisa-Maxime Huss)	11
1. Sachverhalt	11
2. Prozessgeschichte	12
II. BGH, 9.9.2021 – I ZR 125/20 – Influencer II (Leonie Hanne)	13
1. Sachverhalt	13
2. Prozessgeschichte	14

III.	BGH, 9.9.2021 – I ZR 126/20 (Cathy Hummels)	15
1.	Sachverhalt	15
2.	Prozessgeschichte	16
IV.	Rechtsprobleme	17
1.	Erkennbarkeits- und Trennungsgebot im Allgemeinen	17
2.	Regulierungsrahmen nach TMG (§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG)	18
3.	Regulierungsrahmen nach RStV/MStV a) § 58 Abs. 3 RStV i. V. m. §§ 7, 8 RStV / § 74 MStV i. V. m. §§ 8, 10 MStV	21
b)	§ 58 Abs. 1 RStV / § 22 Abs. 1 S. 1 MStV	24
4.	Regulierungsrahmen nach UWG a. F. a) Geschäftliche Handlung nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG a. F.	25
b)	§ 3 Abs. 3 i. V. m. Anhang Nr. 11 UWG	26
c)	§ 5a Abs. 6 UWG a. F.	27
d)	§ 3a UWG	29
5.	Zwischenfazit	30
V.	Lösungen des BGH	32
1.	Vorliegen einer geschäftlichen Handlung a) Zugunsten des eigenen Unternehmens	33
b)	Zugunsten eines fremden Unternehmens	33
2.	Kennzeichnungspflicht a) Bei geschäftlichen Handlungen zugunsten des eigenen Unternehmens	35
b)	Bei geschäftlichen Handlungen zugunsten fremder Unternehmen	38
3.	Zwischenfazit	40
		42

D. Analyse	45
I. Übereinstimmungen und Unterschiede zur bisherigen Rechtsprechung	45
1. Vorliegen einer geschäftlichen Handlung	45
2. Kennzeichnungspflicht	47
II. Bewertung und Kritik der Entscheidungen nach alter Rechtslage	48
1. Vorliegen einer geschäftlichen Handlung	49
a) Zugunsten des eigenen Unternehmens	49
b) Zugunsten eines fremden Unternehmens	50
aa) Anwendung von Pressegrundsätzen	51
bb) Unterscheidung von Tap Tags und Verlinkungen	52
cc) BGH, 13.1.2022 – I ZR 35/21	58
dd) Praxisrelevanz	61
2. Kennzeichnungspflicht	63
a) Bei geschäftlichen Handlungen zugunsten des eigenen Unternehmens	63
b) Bei geschäftlichen Handlungen zugunsten fremder Unternehmen	73
III. Bewertung und Kritik der Entscheidung nach neuer UWG-Fassung	78
1. Änderungen im UWG	78
2. Bedeutung für die Analyse der BGH-Urteile vom 9.9.2021	80
E. Schlussbetrachtung und Fazit	83
Literatur	91
Anhang	97
Danksagung	101