

Inhaltsverzeichnis

1	Online = Offline	1
1.1	Das Internet als Interaktionsraum – Chancen und Risiken	4
1.2	Fairer Wettbewerb	9
1.3	Achtung, Abmahnung!	11
	Literatur	13
2	Influencer Marketing	15
2.1	Was ist ein Influencer?	16
2.1.1	Personen	18
2.1.2	Andere Akteure: Die Agentur	21
2.2	Wirtschaftliche Chancen	24
2.3	Persönliche Herausforderungen	26
	Literatur	28
3	Rechtliche Grundlagen	31
3.1	Rundfunkrecht	32
3.1.1	Der Medienstaatsvertrag und seine Inhalte	32
3.1.2	Telemedien im Rundfunkrecht	35

VII

VIII Inhaltsverzeichnis

3.1.3	Werberegelungen	38
3.1.4	Impressumspflicht	43
3.2	Telemedienrecht	44
3.2.1	Das Telemediengesetz und seine Inhalte	44
3.2.2	Impressumspflicht	45
3.3	Wettbewerbsrecht	46
3.3.1	Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und seine Inhalte	46
3.3.2	Neues aus der Rechtsprechung	47
3.3.3	Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb	48
3.4	Jugendmedienschutzrecht	50
3.4.1	Der Jugendmedienschutzstaatsvertrag und seine Inhalte	50
3.4.2	Jugendliche und Werbegefahr	51
3.5	Leitfaden der Landesmedienanstalten	52
3.5.1	Bedeutung und Inhalte	52
3.5.2	Rechtliche Verbindlichkeit des Leitfadens?	53
4	Was Influencer beachten müssen	55
4.1	Unter welchen Voraussetzungen ist es Werbung?	56
4.1.1	Medienrechtliche Definition	57
4.1.2	Wettbewerbsrechtliche Definition	57
4.1.3	Wann es keine „echte“ Werbung ist	59
4.2	Fallbeispiele und praktische Tipps	60
4.2.1	Flying Uwe – Beispiel für Schleichwerbung eines Influencers	60
4.2.2	Drogeriemarkt Rossmann – Beispiel für Schleichwerbung eines Unternehmens	63
4.2.3	Pamela Reif – Tap Tags sind Werbung oder doch nicht?	66
4.3	Geld- oder Sachleistung? Kennzeichnungspflicht beachten!	68
4.3.1	Eigenwerbung und Eigenkauf	69
4.3.2	Influencer bekommt Produkt zugesendet	71

Inhaltsverzeichnis IX

4.3.3	Influencer bekommt Gegenleistung	73
4.3.4	Influencer testet ein Produkt	73
4.4	Tipps zur Kennzeichnung	74
4.5	Folgen nicht gekennzeichneter Werbung	79
4.6	Sonstige Vorschriften	82
4.6.1	Affiliate Links	82
4.6.2	Urheberrechte bei Fotos, Videos und Musik beachten	84
4.6.3	Impressumspflicht	87
4.6.4	Datenschutz-Grundverordnung	88
4.6.5	Social Bots	89
5	Was Unternehmen wissen müssen	91
5.1	Die Suche nach einem passenden Influencer	92
5.2	Der Vertrag mit einem Influencer	93
5.2.1	Elemente der Vertragsgestaltung	94
5.2.2	Sonstige Fallstricke in den Vertragsbeziehungen	99