

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Literaturverzeichnis	9
§ 1 Einleitung	11
§ 2 Wettbewerbs- und Werberecht	14
I. Einführung	16
II. Anwendbarkeit des UWG	16
III. Vorgaben aus dem Werberecht im Influencer-Marketing	24
IV. Weitere Problemfelder des Wettbewerbsrechts	54
V. Weitere Verpflichtungen im Werberecht	62
VI. Ansprüche nach dem UWG	69
§ 3 Allgemeines Persönlichkeitsrecht	74
I. Einführung	76
II. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht	77
III. Recht am eigenen Bild	86
IV. Äußerungen	104
V. Rechtsfolgen	123
§ 4 Medienrechtliche Besonderheiten, Jugend- und Datenschutz	135
I. Einführung	135
II. Allgemeines Medienrecht	136
III. Jugendschutz	138
IV. Datenschutz	143
§ 5 Urheberrecht	148
I. Einführung	149
II. Urheberrechtlicher Schutz	149
III. Verwertungsrechte des Urhebers	161
IV. Veröffentlichung fremder Inhalte	165
V. Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz (UrhDaG)	180
VI. Abwehr- und Zahlungsansprüche	188
§ 6 Markenrechtliche Grundsätze	192
I. Einleitung	192
II. Markenformen	193
III. Erlangung markenrechtlichen Schutzes	195
IV. Markenverletzung	196

V. Grenzen des Markenrechts	198
VI. Zusammenfassung	201
§ 7 Rechtsfolgen	203
I. Einführung	204
II. Anspruchsberechtigte	204
III. Anspruchsgegner	207
IV. Rechtsansprüche und Anspruchsgrundlagen	209
V. Konkrete Durchsetzung der Ansprüche	218
§ 8 Vertragsarten und Vertragsgestaltung	230
I. Einführung	230
II. Influencer-Werbe-Vertrag	231
III. Model-, Objekt-Release-, Bildlizenzvertrag und Einverständniserklärung	244
§ 9 Steuerrecht und Künstlersozialkasse	250
I. Einführung	250
II. Einkommensteuerliche Konsequenzen	252
III. Gewerbesteuerrecht	254
IV. Umsatzsteuerrecht	255
V. Steuerhinterziehung durch Fehlverhalten von Influencern und Auftraggebern	256
VI. Künstlersozialkasse	257
§ 10 Influencer-Marketing, Rechtsprechung	260
 Anhang	 269
Gesetzessammlung	271
Glossar	299
Stichwortverzeichnis	303