



Nomos

Eine Untersuchung zur Erforderlichkeit und Umsetzung von Werbekennzeichnungspflichten im Influencer Marketing



Influencer Marketing

Eine medien- und lauterkeitsrechtliche Analyse

Von RA Dr. Felix Maatz

2021, 823 S., brosch., 199,- €

ISBN 978-3-8487-8279-6

(Schriften zum Medien- und Informationsrecht, Bd. 58)

www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-8279-6

Influencer sind in unterschiedlichsten Erscheinungsformen in der heutigen Medienlandschaft allgegenwärtig. An einer einheitlichen Handhabung medien- und lauterkeitsrechtlicher Standards fehlt es gleichwohl. Divergenzen in land- und obergerichtlichen Entscheidungen haben vielmehr zu Unsicherheiten bei der Beantwortung der Frage geführt, ob und wie Publikationen von Influencern etwaigen Werbe-

kennzeichnungspflichten zu entsprechen haben. Dies nimmt der Autor zum Anlass, Klarheit in die zentralen Problemfelder zu bringen und zugleich festzustellen, ob der vorhandene gesetzliche Regulierungsrahmen ausreichend und in der Lage ist, sach- und interessengerechte Ergebnisse für eine moderne Werbeform wie das Influencer Marketing auffindbar zu machen.

Bestell-Hotline +49 7221 2104-37 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail bestellung@nomos.de | Fax +49 7221 2104-43 | oder im Buchhandel

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung ohne Begründung an Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen zurückzusenden. Bitte nutzen Sie bei Rücksendungen im Inland den kostenlosen Abholservice. Ein Anruf unter Tel. +49 7221 2104-45 genügt. Unsere Datenschutzbestimmungen finden Sie unter nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.

Nomos Verlagsgesellschaft
Waldseestraße 3–5 | D-76530 Baden-Baden | www.nomos.de

 Nomos
eLibrary



Nomos

An Examination of the Necessity and Implementation of Advertising Labelling Obligations in Influencer Marketing



Influencer Marketing

Eine medien- und lauterkeitsrechtliche Analyse

By RA Dr. Felix Maatz

2021, 823 pp., pb., € 199.00

ISBN 978-3-8487-8279-6

(Schriften zum Medien- und Informationsrecht, vol. 58)

in German

www.nomos-shop.de/isbn/978-3-8487-8279-6

Influencers are omnipresent in various appearances in today's media landscape. Nevertheless, there is a lack of uniform handling of media and unfair competition law standards. In fact, divergences in decisions by regional and higher regional courts have led to uncertainties in answering the question of whether and how publications by influencers

must comply with any advertising labelling obligations. The author takes this as an opportunity to clarify the key problem areas and, at the same time, to determine whether the existing legal regulatory framework is sufficient and capable of producing appropriate and interest-oriented results for a modern form of advertising such as influencer marketing.

Hotline for your order +49 7221 2104-37 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail orders@nomos.de | Fax +49 7221 2104-43 | or in your local bookstore

You can withdraw from your book order without giving reasons within fourteen days. Simply send your written withdrawal within the given period to: Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburgstr. 67A, 86720 Nördlingen, Germany or to your bookstore. A withdrawal binds you to return the items. All costs and risks of return are payable by the addressee. You can find our privacy policy online at nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.

Nomos Verlagsgesellschaft
Waldseestraße 3–5 | D-76530 Baden-Baden | www.nomos.de

 Nomos
eLibrary