

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Inhaltsverzeichnis .....	IX
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren .....	XV
Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Glossar .....	XXI
<b>1. Kapitel Social Media</b> .....	<b>1</b>
I. Social Media – Der Versuch einer Definition .....	1
II. Erste Schritte auf Social Media .....	2
A. Anmelden eines Social Media Accounts .....	2
1. Nutzernamen .....	2
2. Account-Grabbing .....	3
a) Was ist Account-Grabbing? .....	3
b) Wie geht man gegen Account-Grabbing vor? .....	4
<b>2. Kapitel Social Media Vertrag</b> .....	<b>6</b>
I. Zum Wesen des Social Media Vertrags .....	6
II. Nutzungsbedingungen .....	8
A. Anwendbares Recht .....	8
1. Auf den Vertragsabschluss anwendbares Recht .....	8
2. Auf die Vertragsbestimmungen anzuwendendes Recht .....	9
3. Einschränkungen der freien Rechtswahl – Verbraucherschutz .....	10
B. Nutzungsbedingungen als AGB .....	10
1. Geltungskontrolle .....	11
2. Inhaltskontrolle .....	11
3. Transparenzgebot .....	12
4. Einräumung eines Lösungsrechts .....	13
III. Wem gehört der Social Media Account? .....	13
IV. Social Media Richtlinien .....	14
V. Der digitale Nachlass .....	16
A. Allgemeines .....	16
B. Zur Rechtslage in Deutschland .....	16
C. Zur Rechtslage in Österreich .....	19
D. Kontolöschung .....	19
E. Checkliste .....	20
<b>3. Kapitel Veröffentlichung auf Social Media</b> .....	<b>21</b>
I. Allgemeines – Verwendung von Bildern und Texten .....	22
II. Urheberrecht und Social Media .....	23
A. Allgemeine urheberrechtliche Grundsätze .....	23
B. Konsequenzen bei Verstößen gegen das Urheberrecht .....	24
C. Exkurs: Das Recht am eigenen Bild .....	27
III. Verwenden fremder Inhalte .....	29
A. Allgemeines .....	29
B. Fremde Inhalte in Form von Zitaten .....	30
C. Creative-Commons-Lizenzen .....	32
<i>Kezer/Adametzllurf/Gamauf, Social Media Recht</i> .....	<b>IX</b>

D. Zulässigkeit des Einbindens/Einbettens von fremden Inhalten	33
E. Zulässigkeit von „Links“	35
F. Teilen von fremden Inhalten	37
IV. Schutz des eigenen Contents	38
V. Abmahnung – was nun?	40
VI. Haftung für „fremde“ Urheberrechtsverstöße	43
A. Haftung von Social Media Plattformen	43
B. Haftung für fremde Inhalte bzw Beiträge, Kommentare und Äußerungen Dritter	45
VII. Checkliste	46
<b>4. Kapitel Social Media Marketing</b>	<b>48</b>
I. Werbung in den klassischen und neuen Medien	49
A. Werbung in den klassischen Medien	49
B. Werbung auf Social Media Plattformen	50
II. Werben auf Social Media Plattformen	51
A. Anwendbares Recht	52
B. Werberichtlinien	53
C. Unlautere Werbepraktiken	53
1. Unlautere Geschäftspraktiken und sonstige unlautere Handlungen	54
a) Aggressive Geschäftspraktiken	55
b) Irreführende Geschäftspraktiken	55
2. Auflistung irreführender und aggressiver Geschäftspraktiken – Anhang des UWG	57
a) Ziffer 7 des Anhangs	57
b) Ziffer 11 des Anhangs	57
c) Ziffer 19 des Anhangs	58
d) Ziffer 22 des Anhangs	58
e) Ziffer 26 des Anhangs	59
f) Ziffer 28 des Anhangs	59
3. Schleichwerbung	64
a) Allgemeines	64
b) Nichtkenntlichmachung eines kommerziellen Zweckes	65
c) Werbecharakter, der sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt	65
d) Als redaktioneller Inhalt getarnte Werbung – Advertorials	65
4. Rechtsfolgen bei Verwendung von Schleichwerbung	66
5. Produktplatzierung	67
6. Empfehlungsmarketing	67
a) Tell-a-Friend Funktion	68
b) Vorgeblich neutrale Auskünfte und Empfehlungen Dritter	68
aa) Auskünfte	68
bb) Empfehlungen Dritter	68
7. Direktmarketing	69
D. Influencer-Marketing	70
1. Wesen des Influencer-Marketings	70
2. Influencer-Kategorien	71
3. Ausgestaltung der Kooperation zwischen Unternehmen und Influencer	73
4. Influencer-Marketing als Form der Schleichwerbung?	73
a) Spezialgesetzliche Kennzeichnungspflichten nach dem ECG, MedienG und AMD-G	74
aa) Transparenzpflicht des § 6 ECG	74
bb) Kennzeichnungspflicht gem § 26 MedienG	75
cc) Kennzeichnungspflichten nach dem AMD-G	77
b) Lauterkeitsrechtliche Kennzeichnungspflichten	77

aa) Zur Rechtslage in Deutschland .....	77
bb) Zur Rechtslage in Österreich .....	81
c) Kennzeichnung von Beiträgen in der Praxis .....	83
E. Zur Verantwortlichkeit der werbenden Unternehmen .....	84
F. Social Media Marketing und Jugendschutz .....	85
<b>5. Kapitel Social Media und Markenrecht</b> .....	<b>88</b>
I. Allgemeines zum Markenschutz .....	88
II. Markenrechtliche Unternehmerhaftung .....	91
<b>6. Kapitel Social Media und Datenschutz</b> .....	<b>94</b>
I. Einleitung und Rechtsgrundlagen .....	94
II. Anwendungsbereich der DSGVO .....	95
A. Personenbezogene Daten .....	95
B. (Automationsunterstützte) Verarbeitung .....	96
C. Ausnahme vom sachlichen Anwendungsbereich .....	97
D. Räumlicher Anwendungsbereich .....	97
III. Adressaten der DSGVO .....	98
A. Verantwortlicher .....	98
B. Gemeinsam für die Verarbeitung Verantwortliche .....	98
C. Auftragsverarbeiter .....	100
IV. Grundsätze und Rechtmäßigkeit der Verarbeitung .....	100
A. Überblick über die Grundsätze .....	100
B. Rechtmäßigkeit der Verarbeitung .....	103
1. Einwilligung .....	104
2. Notwendigkeit zur Vertragserfüllung .....	104
3. Verarbeitung von Daten, die die Person offensichtlich öffentlich gemacht hat .....	105
4. Wahrung berechtigter Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten .....	106
V. Informationspflichten .....	108
VI. Betroffenenrechte .....	109
VII. Übersicht Rechtsfolgen bei Verstößen gegen die DSGVO .....	110
<b>7. Kapitel Bewertungen auf Social Media</b> .....	<b>111</b>
I. Einleitung .....	111
II. Was darf man schreiben? Zulässiger Inhalt von Bewertungen .....	112
III. Zulässigkeit von Bewertungsportalen .....	113
IV. Darf man Bewertungen kaufen? .....	115
V. Darf man „falsche Freunde“ nutzen? .....	116
VI. Darf man mit einer schlechten Bewertung drohen? .....	117
VII. Was kann man gegen Bewertungen machen? .....	118
A. Vorgehen gegen den Verfasser .....	119
B. Vorgehen gegen die Plattform .....	120
C. Praxisbeispiele .....	121
VIII. Checkliste .....	123
<b>8. Kapitel Formvorschriften bei Social Media Auftritten</b> .....	<b>125</b>
I. Allgemeines .....	125
II. Wen trifft die Verpflichtung zur Offenlegung von Informationen? .....	126
III. Das Impressum .....	127
A. Allgemeines .....	127
B. Wo muss das Impressum stehen .....	127
C. Inhalt des Impressums .....	128
IV. Informationspflichten nach dem MedienG (die sogenannte Offenlegungspflicht) .....	129
V. Sonstige „allgemeine Informationspflichten“ .....	130

VI. Tipps zur konkreten Umsetzung der Informationspflichten bei einzelnen Social Media Plattformen .....	131
VII. Was passiert ohne die Angabe der erforderlichen Informationen? .....	133
VIII. Checkliste .....	133
<b>9. Kapitel Social Media und Arbeitsrecht .....</b>	<b>135</b>
I. Recruiting durch den Arbeitgeber über Social Media .....	136
A. Anwendbarkeit des Gleichbehandlungsgesetzes auf Stellenausschreibungen per Social Media .....	136
B. Folgen der Anwendbarkeit iZm Stellenausschreibungen/Begründung von Arbeitsverhältnissen .....	137
1. Gebot der geschlechtsneutralen/diskriminierungsfreien Stellenausschreibung .....	137
2. Gebot der Entgelttransparenz iZm Stellenausschreibungen .....	139
3. Verbot der Einstellungsdiskriminierung .....	139
4. Abgrenzung Gebot der geschlechtsneutralen bzw diskriminierungsfreien Stellenausschreibung/Verbot der Einstellungsdiskriminierung .....	140
C. Background Checks beim Recruiting aus arbeitsrechtlicher Sicht .....	140
II. Regelungsobliegenheit der Nutzung von Social Media in der Arbeitszeit .....	142
III. Regelungsgrundlagen bei erlaubter Nutzung von Social Media .....	144
A. Weisungen .....	145
B. Arbeitsvertrag .....	145
C. Betriebsvereinbarungen .....	146
D. Kollektivvertrag .....	148
IV. Möglicher/Denkbarer/Empfohlener Regelungsinhalt bei erlaubter Nutzung von Social Media .....	148
V. Kontrolle der Nutzung des Arbeitnehmers durch den Arbeitgeber .....	151
VI. Konsequenzen bei missbräuchlicher Nutzung/unbedachten Social Media Aktivitäten durch den Arbeitnehmer .....	154
A. Vertrauensunwürdigkeit .....	154
B. Untreue .....	158
C. Beharrliche Pflichtverletzung .....	159
D. Erhebliche Ehrverletzung .....	160
E. Sonstige arbeitsrechtliche Konsequenzen .....	162
<b>10. Kapitel Hass im Netz .....</b>	<b>163</b>
I. Hasspostings als Negativeffekt von Social Media .....	163
II. Konsequenzen für Verfasser von Hasspostings .....	164
A. Zivilrechtliches Vorgehen gegen Hasspostings .....	165
B. Medienrechtliches Vorgehen gegen Hasspostings .....	166
C. Strafrechtliches Vorgehen gegen Hasspostings .....	166
III. Haftung von Social Media Plattformen .....	167
IV. Hass im Netz-Gesetzespaket .....	170
A. KoPl-G .....	171
B. HiNBG .....	172
V. Digital Service Act .....	174
<b>11. Kapitel Weitere Rechtsfragen rund um Social Media .....</b>	<b>175</b>
I. Sperre des Nutzer-Accounts – was nun? .....	176
A. Einleitung .....	176
B. Rechtliche Grundlagen .....	176
C. Was man bei einer Sperre machen kann .....	179
II. „Shitstorm“ – was nun? .....	180
A. Einleitung .....	180

B. Handlungsmöglichkeiten vor und/oder während eines „Shitstorms“ .....	181
C. Rechtliche Möglichkeiten gegen einen „Shitstorm“ .....	182
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>187</b>