

**Online-Vortrag LIVE: Influencer-Marketing und Recht: Aktuelle Entwicklungen****Live-Übertragung:** 8. Juli 2026, 13.30 – 19.00 Uhr (inkl. 30 Min. Pause)**Zeitstunden:** 5,0 – mit Bescheinigung nach §15 Abs.2 FAO**Kostenbeitrag:** ab 265,- € (USt.-befreit) für Mitglieder der kooperierenden Rechtsanwaltskammern

305,- € (USt.-befreit) regulär

**Nr.:** 22257366

Anmeldung über die DAI-Webseite  
**www.anwaltsinstitut.de**  
 mit vielen neuen Services:



- Zugriff auf alle digitalen Unterlagen zur Fortbildung: Von Arbeitsunterlage bis zur Teilnahmebescheinigung
- Komfortable Umbuchungsmöglichkeiten
- Direkter Zugriff auf alle digitalen Lernangebote
- Speichern interessanter Fortbildungen auf Ihrer persönlichen Merkliste

**Die DAI Online-Vorträge LIVE**

Bei einem Online-Vortrag LIVE verfolgen Sie die Veranstaltung/Fortbildung zum angegebenen Termin über das eLearning Center. Ein moderierter textbasierter Chat ermöglicht Ihnen die Interaktion mit den Referierenden und anderen Teilnehmenden. Sie benötigen nur einen aktuellen Browser, eine stabile Internetverbindung und Lautsprecher. Die Arbeitsunterlage steht elektronisch zur Verfügung.

**Teilnahmebescheinigung nach § 15 Abs.2 FAO**

Das DAI stellt die Voraussetzungen zum Nachweis der durchgängigen Teilnahme sowie die Möglichkeit der Interaktion während der Dauer der Fortbildung bereit. Die Online-Vorträge LIVE werden damit wie Präsenzveranstaltungen anerkannt und können für die gesamten 15 Zeitstunden genutzt werden.

**Kontakt****Deutsches Anwaltsinstitut e. V.**

Gerard-Mortier-Platz 3, 44793 Bochum

Tel. 0234 970640

support@anwaltsinstitut.de

Vereinsregister des Amtsgerichts Bochum: VR-Nr. 961

**FAOcomplete – Ihr eLearning-Paket im DAI**

Dieses eLearning-Angebot ist Bestandteil von FAOcomplete: Mit diesem eLearning-Paket können Sie sich aus unserem vielfältigen Angebot Ihre komplette FAO-Fortbildung in einem Fachinstitut komfortabel, flexibel und zu einem attraktiven Festpreis zusammenstellen. **Genauere Informationen finden Sie unter [www.anwaltsinstitut.de/faocomplete](http://www.anwaltsinstitut.de/faocomplete)**

**DAI-Newsletter – Jetzt anmelden**

Einfach QR-Code scannen oder unter [www.anwaltsinstitut.de/dainewsletter/](http://www.anwaltsinstitut.de/dainewsletter/)


**Fachinstitut für  
 Informationstechnologierecht**


Online-Vortrag LIVE

**Influencer-Marketing und Recht:  
 Aktuelle Entwicklungen**
**8. Juli 2026****13.30 – 19.00 Uhr****Online****Dr. Frank Remmert**

Rechtsanwalt, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, Fachanwalt für Informationstechnologierecht

**[www.anwaltsinstitut.de](http://www.anwaltsinstitut.de)**

Gemeinnützige Einrichtung der Bundesrechtsanwaltskammer, Bundesnotarkammer, Rechtsanwaltskammern und Notarkammern.

**Referent**

**Dr. Frank Remmert**, Rechtsanwalt, Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz, Fachanwalt für Informationstechnologierecht

**Inhalt**

Das Influencer-Marketing ist bei Unternehmen als Werbemaßnahme sehr beliebt, weil über soziale Netzwerke eine direkte persönliche Beziehung zwischen Influencer und potentiellern Kunden aufgebaut werden kann. Was die Kennzeichnung einer solchen Werbung betrifft, so hat der Bundesgerichtshof (BGH) in mehreren Grundsatzentscheidungen im Jahr 2021 und 2022 für mehr Rechtssicherheit gesorgt, aber auch neue Fragen aufgeworfen, die teilweise noch ungeklärt sind. Hinzu kommen Sonderformen des Influencer-Marketings, die sich bei Unternehmen wachsender Beliebtheit erfreuen und neue Fragen aufwerfen, wie zum Beispiel der Einsatz eigener Mitarbeiter als sog. „Corporate Influencer“. Auch die künstliche Intelligenz (KI) hat Einzug in das Influencer-Marketing gehalten, sei es, dass KI-generierte Inhalte vermarktet werden, sei es, dass Avatare (KI-Influencer) selbst anstatt Menschen als Influencer auftreten. Das Seminar behandelt die aktuellen Entwicklungen im Influencer-Marketing im Anschluss an die BGH-Rechtsprechung Influencer I-III und an die Reform des § 5 Absatz 4 UWG. Behandelt werden zum einen die noch offenen Fragen, die sich in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht stellen und zum anderen die Besonderheiten durch den Einsatz von Corporate Influencern und KI-Influencern. Im Mittelpunkt stehen dabei die rechtlichen Grundlagen für eine Kennzeichnungspflicht nach UWG, Medienrecht und der KI-Verordnung. Das Seminar richtet sich daher an alle Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte, die sich einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen im Influencer-Marketing verschaffen wollen.

Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen erhalten eine instruktive Arbeitsunterlage.

**Arbeitsprogramm****I. Allgemeines**

1. Erscheinungsformen | Abgrenzungsfragen
  - a) Marktüberblick und aktuelle Trends
  - b) Sonderformen im Überblick
    - aa) Corporate Influencer
    - bb) Sog. „Finfluencer“
    - cc) CEO-Influencer
    - dd) KI als (virtuelle) Influencer
2. Rechtliche Risiken für Unternehmen und Influencer

**II. Wettbewerbs- und medienrechtliche Beurteilung**

1. Voraussetzungen für eine wettbewerbsrechtliche Haftung
  - a) Geschäftliche Handlung nach § 2 I Nr. 2 UWG
  - b) Abgrenzung von privaten und sonstigen Handlungen
2. Entwicklung der BGH-Rechtsprechung Influencer I-III
3. Insbesondere: § 5 IV UWG
4. Erkennbarkeit des kommerziellen Zwecks | Kennzeichnungspflicht
5. Medienrechtliche Beurteilung
6. Haftung bei einem Verstoß

**III. Aktuelle Entwicklungen**

1. Neue Rechtsprechung und offene Fragen im Anschluss an BGH-Rechtsprechung und Reform des § 5 IV UWG
2. Besonderheiten bei sog. Corporate Influencern
  - a) Keine Externe, sondern Mitarbeiter (Angestellte) des Unternehmens
  - b) Erkennbarkeit der Zugehörigkeit zum Arbeitgeber

- c) Arbeitsentgelt = Gegenleistung?
  - d) Gesonderte Kennzeichnungspflicht?
  - e) Art und Weise der Kennzeichnung
  - f) Wem gehören beruflich genutzte Accounts?
3. KI-generierte Inhalte und Avatare
    - a) Urheber- und persönlichkeitsrechtliche Beurteilung
    - b) Medienrechtliche Beurteilung
    - c) Kennzeichnungspflichten nach UWG
    - d) Transparenzpflichten nach der KI-VO
    - e) Transparenzpflichten nach dem Digital Services Act
    - f) Vertragliche Transparenzpflichten von KI-Anbietern und sozialen Netzwerken
  4. Wettbewerbsverhältnis zwischen Influencern – OLG Frankfurt a.M. 17.07.2025

**IV. Empfehlungen für die Praxis**