

Anonym

Werbung auf Instagram in der Schweiz.
Rechtliche Grundlagen, Grenzen und
praktische Analyse

Facharbeit (Schule)

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2022 GRIN Verlag
ISBN: 9783346853660

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/1305847>

Anonym

Werbung auf Instagram in der Schweiz. Rechtliche Grundlagen, Grenzen und praktische Analyse

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

1 Einleitung

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Ausgangslage.....	1
1.2	Fragestellung und Projektziel.....	1
1.3	Aufbau der Arbeit.....	4
1.4	Methode und Vorgehen.....	5
2	Werbung.....	6
2.1	Begriff Werbung.....	6
2.2	Arten von Werbung.....	7
2.2.1	Above the line Marketing.....	7
2.2.2	Below the line Marketing.....	8
2.3	Social Media.....	9
2.3.1	Instagram.....	10
2.3.2	Influencer.....	11
2.4	Werbung auf Instagram.....	12
2.5	Arten der Werbung auf Instagram.....	12
3	Werbung – rechtliche Grundlagen.....	15
3.1	Grundprinzip Wettbewerb.....	15
3.2	Gesetzliche Grundlagen.....	15
3.2.1	Privatrechtlich.....	16
3.2.2	Öffentlich-rechtlich.....	17
3.2.3	Trägerspezifisch (Mediananbieter).....	17
3.3	Kommunikationsbereiche.....	17
3.3.1	Redaktionelle Kommunikation.....	17
3.3.2	Kommerziellen Kommunikation.....	17
3.3.3	Propaganda.....	18
3.3.4	Social Networking.....	18

1 Einleitung

3.3.5	Product-Placement / „kommerzielle Redaktion“	18
3.4	Kommunikationsrecht	19
3.4.1	Meinungs- und Informationsfreiheit.....	19
3.4.2	Wirtschaftsfreiheit	20
3.4.3	Medienfreiheit	20
3.5	UWG – Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb	21
3.5.1	Zweck des UWGs.....	21
3.5.2	Lauter- oder Unlauterkeit	21
3.5.3	Fallgruppen.....	22
3.5.4	Ethik.....	22
3.5.5	Gesetzliche Regelung	24
3.6	SLK – Schweizerische Lauterkeitskommission.....	25
3.6.1	Funktionsweise der SLK.....	25
3.6.2	SLK – Online-Medien	26
3.7	Werbekennzeichnungspflicht.....	27
4	Analyse von Instagram Werbung	29
4.1	Unternehmen	29
4.2	Influencerwerbung.....	32
4.3	RocketBar	36
4.3.1	Promoter von RocketBar	38
5	Fazit	40
5.1	Sachliches Fazit/Reflexion	40
5.2	Persönliches Fazit	42
5.2.1	Fazit 1	42
5.2.2	Fazit 2	43
6	Anhang	45