



2015, XVIII, 498 S. 1 Abb.

 **Druckausgabe**

Hardcover

Ladenpreis

► *59,99 € (D) | 61,67 € (A) | CHF 75.00

 **eBook**

Erhältlich bei Ihrer Bibliothek

oder

► springer.com/shop

G. Hornung, R. Müller-Terpitz (Hrsg.)

Rechtshandbuch Social Media

- **Umfassende Darstellung der Rechtsfragen rund um Social Media**
- **Umfassendes, wissenschaftliches Werk mit Fokus auf Social Media**
- **Lösung praktischer Rechtsfragen mit wissenschaftlichem Anspruch**
- **Von Experten für Experten**
- **Systematische Darstellung eines praktischen Phänomens**
- **Mit Aktualisierungen im Web**

Mit der Entwicklung des Internets zum Web 2.0 sind Social Media aus unserem privaten wie beruflichen Alltag nicht mehr wegzudenken. Dienste wie Facebook, Google+, YouTube, Twitter, WhatsApp oder Plattformen für Bewertungen und Blogs haben erhebliche praktische Bedeutung erlangt und werfen zahlreiche, oft ungeklärte oder im Fluss befindliche Rechtsfragen auf. Das vorliegende Werk schließt insoweit eine Lücke: In zehn Einzelbeiträgen geht es mit wissenschaftlichem Anspruch bei gleichzeitiger Praxisorientierung systematisch auf solche Rechtsfragen ein, die mit der Nutzung sozialer Netzwerke zusammenhängen. In Bezug auf klassische Rechtsgebiete (Schuldrecht, Strafrecht, Arbeitsrecht, Persönlichkeitsschutz) über neuere Rechtsbereiche (Datenschutz, EGovernment) bis hin zum spezifischen Medien- und Internetrecht sowie zur Kommunikationswissenschaft wird das Phänomen Social Media ganzheitlich erfasst.



Erhältlich bei Ihrem Buchhändler oder – Springer Customer Service Center GmbH, Haberstrasse 7, 69126 Heidelberg, Germany ► Call: + 49 (0) 6221-345-4301 ► Fax: +49 (0)6221-345-4229 ► Email: customerservice@springer.com ► Web: springer.com

* € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit ** gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Springer-Verlag GmbH, Handelsregistersitz: Berlin-Charlottenburg, HR B 91022. Geschäftsführung: Haank, Mos, Hendriks

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung in das Rechtshandbuch	1
Gerrit Hornung und Ralf Müller-Terpitz	
2 Das Phänomen der Sozialen Medien	11
Ralf Hohlfeld und Alexander Godulla	
3 Vertragliche Aspekte der Social Media	35
Peter Bräutigam und Bernhard von Sonnleithner	
4 Datenschutzrechtliche Aspekte der Social Media	79
Gerrit Hornung	
5 Haftungsrechtliche Probleme der Social Media	131
Gerald Spindler	
6 Persönlichkeitsrechtliche Aspekte der Social Media	163
Ralf Müller-Terpitz	
7 Strafrechtliche Aspekte der Social Media	203
Robert Esser	
8 Arbeitsrechtliche Aspekte der Social Media	323
Frank Bayreuther	
9 Medien- und internetrechtliche Anforderungen an Social Media	361
Hannes Beyerbach	
10 Einsatz von Social Media durch die öffentliche Verwaltung	429
Sönke E. Schulz	
Sachverzeichnis	487