

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Zielsetzung	3
1.3	Forschungsfragen	3
1.4	Methode	3
1.5	Aufbau der Arbeit	4
2	Konzeptionelle Grundlagen	5
2.1	E-Mail-Marketing	5
2.2	E-Mail-Spam	8
2.3	Internet Corporation for Assigned Names and Numbers	9
2.4	Internet Engineering Task Force und Request for Comments	10
2.5	WHOIS-Datenbanken	11
2.6	Europäische Datenschutz-Grundverordnung	12
2.7	Auswirkungen der Europäischen Datenschutz- Grundverordnung auf die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers	14
2.8	Auswirkungen der Europäischen Datenschutz- Grundverordnung auf das E-Mail-Marketing	18
2.9	Auswirkungen der Europäischen Datenschutz- Grundverordnung auf den E-Mail-Spam	20
3	Empirische Forschung	23
3.1	Forschungsdesign	23
3.1.1	Annahmen	24
3.1.2	Kontroll- und Versuchsgruppe	25
3.1.3	Auswahl der Registrare	25

3.1.4	Auswahl der Domain-Endungen	26
3.1.5	Versuchsaufbau	29
3.1.6	Störfaktoren	33
3.2	Datenerfassung	34
3.3	Datenauswertung	35
3.3.1	Auswertung der Gesamtheit	35
3.3.2	Auswertung der Registrare	42
3.3.3	Auswertung der Domain-Endungen	45
3.3.4	Weitere Erkenntnisse	48
4	Schlussfolgerung und Diskussion	51
4.1	Zusammenfassung	51
4.2	Beantwortung der Forschungsfrage	52
4.3	Limitationen	53
4.4	Ausblick	55
	Glossar	57
	Literaturverzeichnis	61