

Inhaltsverzeichnis

	Einleitung	13
I	Hauptfehler im Online-Marketing	19
1.1	Hauptfehler bei Domains	19
1.2	Hauptfehler auf der eigenen Website	20
1.3	Hauptfehler im Online-Shop	22
1.4	Hauptfehler beim Tracking	25
1.5	Hauptfehler bei der Werbung auf anderen Seiten	26
1.6	Hauptfehler bei der Suchmaschinen-Werbung	27
1.7	Hauptfehler im Affiliate-Marketing	29
1.8	Hauptfehler im E-Mail-Marketing	29
1.9	Hauptfehler bei Verträgen zwischen Dienstleistern und Kunden ...	31
1.10	Hauptfehler bei der Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen ...	33
2	Domains	35
2.1	Einführung	36
2.1.1	Aufbau von Domains	36
2.1.2	Domain-Registrierung	37
2.1.3	Domain-Recherche	39
2.1.4	Vertragliche Konstellation bei der Domain-Registrierung ...	41
2.2	Domain-Streitigkeiten	42
2.2.1	Domain-Grabbing	44
2.2.2	Markenschutz und Domains	48
2.2.3	Schutz von markenähnlichen Zeichen	54
2.2.4	Schutz des Namens	55
2.2.5	Städte und Gemeinden	58
2.2.6	Gattungsbegriffe	59
2.2.7	Irreführende Domain-Namen	60
2.2.8	Umlaut-Domains	61
2.3	Was kann der Verletzte von wem verlangen?	61
2.3.1	Was kann verlangt werden?	62
2.3.2	Gegen wen muss man seine Ansprüche richten?	64
2.3.3	Dispute-Verfahren	66

3	Content der Website	69
3.1	Inhalte der Website	69
3.1.1	Eigene und fremde Inhalte	69
3.1.2	Texte	72
3.1.3	Bilder und Stadtpläne	73
3.1.4	Musik und Videos	76
3.1.5	Games	77
3.1.6	Gekaufter Content	78
3.1.7	Blogs, Foren und RSS-Feeds	79
3.1.8	Exkurs: Verwendung von ® und ©	88
3.1.9	Gütesiegel und Verhaltenskodizes	88
3.2	Links und Frames	90
3.2.1	Links – Verweise auf andere Seiten	90
3.2.2	Frames, Deep-Links und Streams	93
3.3	Einbindung von Werbung	96
3.4	Disclaimer	99
3.5	Datenschutzerklärung	102
3.6	Impressum	105
3.6.1	Wen trifft die Impressumspflicht?	105
3.6.2	Bezeichnung des Impressums	107
3.6.3	Auffindbarkeit	107
3.6.4	Inhalt des Impressums	110
4	Online-Shop	117
4.1	Widerrufsrecht	117
4.1.1	Einräumung eines Widerrufsrechts	118
4.1.2	Widerrufsfrist	120
4.1.3	Inhalt der Widerrufsbelehrung	121
4.1.4	Folgen des Widerrufs	123
4.1.5	Ersatz von Versandkosten	125
4.1.6	Rückgaberecht	126
4.2	Informationspflichten	127
4.3	Welche Informationen müssen erteilt werden?	128
4.3.1	Name des Unternehmens	129
4.3.2	Unternehmensregister	129
4.3.3	Identität eines Vertreters	129
4.3.4	Ladungsfähige Anschrift	129
4.3.5	Wesentliche Leistungsmerkmale	130

4.3.6	Zustandekommen des Vertrages	130
4.3.7	Mindestlaufzeit des Vertrages/Kündigungsbedingungen bei Dauerschuldverhältnissen	131
4.3.8	Liefervorbehalte	132
4.3.9	Preisangaben	132
4.3.10	Liefer- und Versandkosten	133
4.3.11	Steuern und Abgaben	133
4.3.12	Zahlungsbedingungen	134
4.3.13	Lieferzeiten	134
4.3.14	Belehrung über das Widerrufs- bzw. Rückgaberecht	135
4.3.15	Fernkommunikationskosten	135
4.3.16	Sonderangebote	135
4.3.17	Übermittlung der AGB	136
4.3.18	Gewährleistungs- und Garantiebedingungen	136
4.3.19	Kundendienst	137
4.4	Wie und wann muss die Information erbracht werden?	137
4.4.1	Vorvertragliche Informationen	137
4.4.2	Nachvertragliche Informationen	139
4.5	Preisangaben	139
4.5.1	Wann besteht eine Pflicht zur Preisangabe?	140
4.5.2	Pflicht zur Endpreisangabe	140
4.5.3	Angabe von Versandkosten	141
4.5.4	Angabe von Grundpreisen	142
4.5.5	Währung	143
4.5.6	Kostenpflichtige Rufnummern	143
4.5.7	Preisvergleiche	144
4.6	Spezielle gesetzliche Regelungen	145
4.6.1	Arzneimittel	146
4.6.2	Bücher	148
4.6.3	Elektronikartikel	149
4.6.4	Lebensmittel	152
4.6.5	Textilien	154
4.6.6	Verpackungsverordnung	156
4.7	Cross-Border-Vertrieb	157
4.7.1	Zuständigkeit und anwendbares Recht	157
4.7.2	Umsetzungsmöglichkeiten	162

5	Website-Tracking	167
5.1	Handlungsmöglichkeiten für Website-Betreiber	168
5.1.1	Verwendung gekürzter IP-Adressen	170
5.1.2	Widerspruchsmöglichkeit	171
5.1.3	Beispiel für die Erweiterung der Datenschutzerklärung	172
5.1.4	Auftragsdatenverarbeitung bei Tracking-Tools	173
5.1.5	Einsatz von Google Analytics	173
5.2	Datenschutzrechtliche Vorgaben bei Personenbezug	174
5.2.1	Einwilligungserfordernis	175
5.2.2	Auftragsdatenverarbeitung	175
5.3	Hintergrund: Personenbezug von IP-Adressen	178
5.3.1	Grundlagen des Datenschutzrechts	179
5.3.2	Relative Bestimmbarkeit	181
5.3.3	Absolute Bestimmbarkeit	182
5.3.4	Beschluss des Düsseldorfer Kreises	182
5.3.5	Schlussfolgerungen	184
6	Werbung auf anderen Websites	185
6.1	Werbeformen	185
6.1.1	Banner	186
6.1.2	Popups	191
6.1.3	Interstitials und Flash-Layer	193
6.1.4	InText-Werbung	195
6.1.5	Verdeckte Werbung	196
6.2	Social Media	200
6.2.1	ID-Klau in Social Media	200
6.2.2	Twitter	202
6.2.3	Facebook	207
6.3	Targeting	210
6.3.1	Verfahren	210
6.3.2	Einwilligungserfordernis	212
6.3.3	Profilbildung	213
6.3.4	Erweiterung der Datenschutzerklärung	215
6.3.5	Umsetzung der Cookie-Richtlinie	215
6.4	Haftung für Seiten, auf denen die Werbung eingeblendet wird	216
6.5	Klick-Betrug	218

7	Suchmaschinen-Werbung	223
7.1	SEO – Suchmaschinen-Optimierung	223
	7.1.1 Grundlagen	224
	7.1.2 Google-Richtlinien	228
	7.1.3 Meta-Tags und Hidden Content	231
	7.1.4 Snippets	237
	7.1.5 Interne Suchmaschinen	238
	7.1.6 Gekaufte Links	239
	7.1.7 Doorway-Pages, SEO-Seiten und Cloaking	240
	7.1.8 Negative SEO	241
7.2	SEM – Google-AdWords	242
	7.2.1 Funktionsweise von Google AdWords	242
	7.2.2 Fremde Marken oder Namen als Keywords	245
	7.2.3 Berechtigung zur Nutzung der Marke	250
	7.2.4 Sonderfälle	255
	7.2.5 Markenbeschwerden	259
	7.2.6 Gestaltung der Werbeanzeige	260
7.3	Preissuchmaschinen	265
	7.3.1 Aktualität von Preissuchdiensten	265
	7.3.2 Versandkosten und Preissuche	267
	7.3.3 Preissuche in Portalen	270
8	Affiliate-Marketing	271
8.1	Vertragliche Konstellation	272
	8.1.1 Vertragsmodelle	272
	8.1.2 Provision	274
	8.1.3 Pflichten der Beteiligten	276
8.2	Unerlaubtes Vorgehen des Publishers	279
	8.2.1 Klick-Betrug	279
	8.2.2 Eigenbuchungen	281
	8.2.3 Unerlaubte Werbemittel oder Werbeflächen	283
	8.2.4 Cookie-Dropping	286
	8.2.5 Einsatz von AdWare-Software	289
8.3	Advertiser-Fraud	289
8.4	Haftungsfragen	291
	8.4.1 Haftung des Advertisers	291
	8.4.2 Haftung des Publishers	297
	8.4.3 Haftung des Netzwerks	298

9	E-Mail-Werbung	301
9.1	Grundsätze	302
9.1.1	Wer muss einwilligen?	303
9.1.2	Was ist elektronische Post?	305
9.1.3	Was ist Werbung?	305
9.1.4	Praxisfolgen: Einwilligung	309
9.1.5	Hintergrund: Betroffene Rechtsgebiete	310
9.2	Newsletter	313
9.2.1	Newsletter-Anmeldungen auf der Website	314
9.2.2	Einwilligung in Kundenbeziehungen	318
9.2.3	Begrenzter Ausweg für die Verwendung von Kundendaten	321
9.2.4	Newsletter-Abmeldungen	324
9.2.5	Gestaltung des Newsletters	327
9.3	Datenspeicherung und Nutzerprofile	328
9.3.1	Einwilligung in die Datenerhebung	329
9.3.2	Personalisierung von Newslettern	329
9.3.3	Einbeziehung von Dienstleistern	330
9.4	Empfehlungsmarketing	331
9.4.1	Tell-a-friend und E-Cards	332
9.4.2	SWYN-Marketing	338
9.4.3	Virales Marketing	341
9.5	Werbende Zusätze zu geschäftlichen E-Mails	345
9.5.1	Werbung kostenloser E-Mail-Dienste	346
9.5.2	Autoresponder-E-Mail-Werbung	346
9.6	Rechtssicher Adressen generieren	348
9.6.1	Gewinnspiele	349
9.6.2	Umfragen	352
9.6.3	Kauf von Adressen	352
9.6.4	Pflicht zum Double-Opt-in auch bei offline generierten Adressen?	357
9.7	Exkurs: Abmahnung kann E-Mail-Verteiler gefährden	358
10	Verträge zwischen Dienstleistern und Kunden	363
10.1	Wann ist ein Vertrag geschlossen?	364
10.2	Das A&O: die Leistungsbeschreibung	366
10.3	Vertragstypen im Online-Bereich	368

10.4	Standardinhalte in Online-Verträgen	372
10.4.1	Pflichten des Anbieters	372
10.4.2	Fristen	373
10.4.3	Pflichten des Kunden	373
10.4.4	Nutzungsrechte	376
10.4.5	Gewährleistung und Haftung	377
10.4.6	Laufzeit und Kündigung	378
10.4.7	Standardinhalte aus Sicht von Anbietern und Kunden	378
10.5	Typische Regelungen in Online-Verträgen	379
10.5.1	Domain-Verträge	380
10.5.2	Webdesign-Verträge	381
10.5.3	Content-Lieferungsverträge	388
10.5.4	Verträge mit Shop-System-Anbietern	392
10.5.5	Verträge mit Tracking-Dienstleistern	400
10.5.6	Verträge über Online-Werbung	403
10.5.7	SEO-Verträge	407
10.5.8	SEM-Verträge	410
10.5.9	Affiliate-Verträge	414
10.5.10	Verträge mit E-Mail-Marketing-Dienstleistern	419
II	Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen	425
II.1	Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen	426
II.1.1	Rechtsverletzung festgestellt, was nun?	427
II.1.2	Abmahnung	429
II.1.3	Unterlassungserklärung	431
II.1.4	Gerichtlicher Rechtsschutz	434
II.2	Kostenerstattung	437
II.3	Konsequenzen von Rechtsverletzungen für den Verletzer	438
II.3.1	Strafrechtliche Sanktionen	439
II.3.2	Ordnungswidrigkeiten	439
II.3.3	Zivilrechtliche Folgen	440
II.4	Abwehr von Ansprüchen	441
II.4.1	Abmahnung erhalten, was nun?	441
II.4.2	Ist die Abmahnung berechtigt?	442
II.4.3	Abgabe einer Unterlassungserklärung	446
II.4.4	Unterlassungserklärung oder einstweilige Verfügung?	449
II.4.5	Gegenabmahnung	450
II.4.6	Erstattung von Anwaltskosten	450

A	Rechtsprechungsübersicht	451
A.1	Kapitel 2: Domains	451
A.2	Kapitel 3: Content der Website	456
A.3	Kapitel 4: Online-Shop	461
A.4	Kapitel 5: Website-Tracking	464
A.5	Kapitel 6: Werbung auf anderen Websites	464
A.6	Kapitel 7: Suchmaschinen-Werbung	467
A.7	Kapitel 8: Affiliate-Marketing	473
A.8	Kapitel 9: E-Mail-Werbung	475
A.9	Kapitel 10: Verträge zwischen Dienstleistern und Kunden	479
A.10	Kapitel 11: Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen	482
	Stichwortverzeichnis	485