

# Inhalt

Geleitwort .....	21
------------------	----

## **1 Einführung** 23

---

<b>1.1 An wen richtet sich dieses Buch? .....</b>	23
<b>1.2 Warum ist rechtliche Hilfe im Online-Marketing unverzichtbar? .....</b>	25
1.2.1 Einstiegsprobleme .....	26
1.2.2 Rechtliche Unsicherheiten .....	27
1.2.3 Ungenutztes Potenzial .....	28
1.2.4 Digitaler Wandel .....	28
<b>1.3 Welche rechtlichen Fallstricke gibt es im Online-Marketing? .....</b>	29
1.3.1 Urheberrecht .....	30
1.3.2 Persönlichkeitsrecht .....	32
1.3.3 Vertragsrecht .....	33
1.3.4 Wettbewerbsrecht .....	34
1.3.5 Datenschutzrecht .....	35
<b>1.4 Wie können Sie sich immer auf dem neuesten Stand halten? .....</b>	39
<b>1.5 Dankeschön .....</b>	40

## **2 Instrumente des Online-Marketings** 41

---

<b>2.1 E-Mail- und Newsletter-Marketing .....</b>	41
<b>2.2 Mobile und App-Marketing .....</b>	43
<b>2.3 Social-Media- und Influencer-Marketing .....</b>	45
<b>2.4 Content-Marketing .....</b>	48
<b>2.5 Gewinnspiel-Marketing .....</b>	50
<b>2.6 Werbeflächen im Internet und Affiliate-Marketing .....</b>	51
<b>2.7 Video-Marketing .....</b>	53
<b>2.8 Webanalyse .....</b>	54
<b>2.9 Suchmaschinenmarketing: SEO und SEA .....</b>	56
<b>2.10 Website und Onlineshop .....</b>	59

<b>3 E-Mail- und Newsletter-Marketing</b>	63
<b>3.1 Welche Art von E-Mail hat rechtliche Relevanz? .....</b>	64
<b>3.2 Welche Rechtsbereiche können durch unerwünschte E-Mails tangiert werden? .....</b>	66
3.2.1 Eingriff in das Persönlichkeitsrecht bzw. den Gewerbebetrieb .....	66
3.2.2 Werbe-E-Mails als unzumutbare Belästigung .....	66
3.2.3 Datenschutzrecht .....	67
<b>3.3 Wie erhält man eine rechtskonforme Einwilligung zur Versendung von Werbe-E-Mails? .....</b>	68
3.3.1 Schriftliche Dokumentation ist das A und O .....	69
3.3.2 Transparenz des Absenders der Einwilligung .....	70
3.3.3 Transparenz des Inhalts der Einwilligung .....	71
3.3.4 Transparenz der Kontaktkanäle .....	72
3.3.5 Bewusste, konkrete und aktive Einwilligungshandlung – Opt-in oder Opt-out? .....	72
3.3.6 Das Double-Opt-in-Verfahren .....	73
3.3.7 Die Bestätigungs-E-Mail .....	74
3.3.8 Eigenständigkeit der Einwilligung .....	78
3.3.9 Einwilligungserklärungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen ...	79
3.3.10 Datenschutzrechtliche Aspekte der Einwilligung: Die Datenschutzerklärung .....	79
3.3.11 Umfang der geforderten Daten .....	80
3.3.12 Die Form der Einwilligung .....	82
3.3.13 Geltungsdauer der Einwilligung .....	83
3.3.14 Einwilligung in Verbindung mit Gewinnspielen .....	84
<b>3.4 Wie gestaltet man einen Newsletter rechtssicher? .....</b>	85
3.4.1 Erkennbarkeit des Absenders .....	86
3.4.2 Die Betreffzeile .....	86
3.4.3 Übereinstimmung des Newsletter-Inhalts mit der Einwilligung .....	88
3.4.4 Die Abbestellmöglichkeit .....	88
3.4.5 Die Rechte Dritter an Bildern in dem Newsletter .....	92
3.4.6 Die Impressumspflicht .....	96
<b>3.5 Darf man Werbe-E-Mails an Bestandskunden senden? .....</b>	101
3.5.1 Das Versenden von Werbe-E-Mails an Bestandskunden .....	101
3.5.2 Kontaktaufnahme zum Erhalt einer Einwilligung .....	109
3.5.3 E-Mail-Werbung in Auto-Reply-Nachrichten .....	110
3.5.4 E-Mail-Werbung in Transaktions-E-Mails .....	110
3.5.5 Feedback-Anfragen nach Vertragsschluss .....	111

<b>3.6</b>	<b>Darf man Werbe-E-Mails an Kontakte aus sozialen Netzwerken senden?</b>	113
<b>3.7</b>	<b>Ist der E-Mail-Addresskauf zulässig?</b>	114
3.7.1	Legale Erhebung und Speicherung der Daten durch den Verkäufer	115
3.7.2	Der Verkauf von Adressen mit Einwilligung	116
3.7.3	Protokollierung der Einwilligung durch den Verkäufer	117
3.7.4	Der Verkauf von Adressen ohne Einwilligung	117
<b>3.8</b>	<b>Checkliste E-Mail-Marketing: Alles beachtet?</b>	118

## **4 Mobile Marketing**

---

<b>4.1</b>	<b>Welche Informationspflichten bestehen für mobile Werbung?</b>	120
4.1.1	Bestehen einer Informationspflicht	120
4.1.2	Die einzelnen Informationspflichten im Überblick	121
4.1.3	Besondere Pflichten bei der Werbung mit Preisangaben	122
4.1.4	Besondere Pflichten bei der Werbung mit Alleinstellungsmerkmalen	124
4.1.5	Besondere Pflichten bei Werbung mit der Angabe »Testsieger«	125
4.1.6	Rechtskonforme technische Umsetzung durch Responsive Design	127
<b>4.2</b>	<b>Gibt es Beschränkungen beim Einsatz mobiler Werbung?</b>	129
4.2.1	Verbot der Verschleierung des Werbecharakters einer Handlung	129
4.2.2	Verbot der unzumutbaren Belästigung des Werbeempfängers	131
4.2.3	Produktbezogene Beschränkungen	131
4.2.4	Personenbezogene Beschränkungen	132
<b>4.3</b>	<b>Wie erfolgt der rechtskonforme Versand von Direktnachrichten auf mobile Endgeräte?</b>	134
4.3.1	Einhaltung der Einwilligung: Opt-in-Verfahren	135
4.3.2	Korrekte Absenderangaben	136
4.3.3	Hinweis auf Widerrufsmöglichkeit	137
<b>4.4</b>	<b>Wie erfolgt die rechtlich erlaubte mobile Kontaktaufnahme?</b>	138
4.4.1	SMS und MMS	138
4.4.2	Push-Nachrichten	139
4.4.3	Bluetooth-Nachrichten	142
4.4.4	Pop-up-Fenster	142
4.4.5	Interstitials	144
4.4.6	Werbebanner innerhalb von Apps	145

<b>4.5 Wie sieht es mit der Zulässigkeit besonderer mobiler Marketingmaßnahmen aus? .....</b>	146
4.5.1 Standortbasierte Werbung .....	146
4.5.2 Marketing über mobile Coupons .....	151
<b>4.6 Checkliste Mobile Marketing: Alles beachtet? .....</b>	155

## **5 App-Marketing**

---

<b>5.1 Was ist bei der Vertragsgestaltung für die Entwicklung von Apps zu beachten? .....</b>	159
5.1.1 Vertragsart .....	159
5.1.2 Details der Vertragsgestaltung .....	161
5.1.3 Basics der Vertragsgestaltung .....	161
5.1.4 Vertragsgegenstand und Leistungsbeschreibung .....	162
5.1.5 Mitwirkungshandlungen und Informationen .....	165
5.1.6 Einräumung von Rechten .....	166
5.1.7 Leistungsänderungen vor, während und nach der Entwicklung .....	169
5.1.8 Abnahme der App .....	170
5.1.9 Rechte bei Mängeln an der App .....	172
5.1.10 Haftung des Entwicklers .....	175
5.1.11 Vergütungsvereinbarung und Aufwandsentschädigung .....	178
5.1.12 Beendigung des Vertrags: Kündigung und Rücktritt .....	179
5.1.13 Geltendes Recht und Gerichtsstand .....	181
5.1.14 Sonderfall 1: Die Nichtaufnahme der App in den App-Store .....	182
5.1.15 Sonderfall 2: Die spätere Löschung der App aus dem App-Store .....	183
<b>5.2 Darf man im Inhalt der App fremde Marken verwenden? .....</b>	185
5.2.1 Die Problematik .....	185
5.2.2 Die Verwendung von Marken als Keywords nach dem Markenrecht .....	187
5.2.3 Die Verwendung von Marken als Keywords nach dem Wettbewerbsrecht .....	188
5.2.4 Die Verwendung von Marken in der Beschreibung der App .....	189
5.2.5 Die Verwendung von Marken im Titel der App .....	190
5.2.6 Konsequenzen eines Markenrechtsverstoßes .....	191
<b>5.3 Inwiefern muss man beim Inhalt der App das Urheberrecht beachten? ...</b>	192
5.3.1 Die Verwertungsrechte des Urhebers .....	193
5.3.2 Konsequenzen aus der unbefugten Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke .....	198

<b>5.4</b>	<b>Welche datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen gelten bei der Verwendung von Apps? .....</b>	199
5.4.1	Die Problematik .....	200
5.4.2	Grundprinzipien der rechtmäßigen Datenerhebung in Apps .....	201
5.4.3	Die Zulässigkeit der Erhebung und Verwendung von Daten nach der Datenschutz-Grundverordnung .....	204
5.4.4	Die Einwilligung des App-Nutzers in die Erhebung und Verwendung seiner Daten zu Marketingzwecken .....	206
5.4.5	Die Einwilligung des App-Nutzers in die Verwendung der Daten von Dritten .....	207
5.4.6	Der Widerspruch des Nutzers gegen die Datenverarbeitung .....	208
5.4.7	Die Datenschutzerklärung .....	209
5.4.8	Das Impressum .....	213
5.4.9	Konsequenzen für den Umgang mit dem Datenschutzrecht in der Praxis .....	215
<b>5.5</b>	<b>Vermarktung der App mit gefälschten Bewertungen? .....</b>	217
5.5.1	Positive Bewertung der eigenen App .....	218
5.5.2	Negative Bewertung von Konkurrenz-Apps .....	219
5.5.3	Konsequenzen unrechtmäßiger Bewertungen .....	221
<b>5.6</b>	<b>Checkliste App-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	222

---

<b>6</b>	<b>Video-Marketing</b>	225
<b>6.1</b>	<b>Welche Möglichkeiten gibt es bei der Produktion von Videos? .....</b>	227
6.1.1	Eigenproduktionen .....	228
6.1.2	Auftragsproduktionen .....	228
6.1.3	Stockvideos .....	229
6.1.4	Creative-Commons-Videos .....	231
<b>6.2</b>	<b>Wie beachtet man die Bildrechte der Darsteller? .....</b>	238
6.2.1	Grundsätze des Persönlichkeitsrechts .....	239
6.2.2	Bildrechte der eigenen Mitarbeiter .....	240
6.2.3	Darsteller als Beiwerk .....	241
<b>6.3</b>	<b>Was ist bei Musikrechten zu beachten? .....</b>	242
6.3.1	Urheberrechtlicher Schutz der Musik .....	242
6.3.2	Lizenzen von Verwertungsgesellschaften .....	243
6.3.3	Lizenzen direkt vom Rechteinhaber .....	244
6.3.4	Musik aus Stockarchiven .....	245

<b>6.4</b>	<b>Wie kann man Produktplatzierungen in Videos vornehmen? .....</b>	247
6.4.1	Das Verbot der Schleichwerbung in Videos .....	248
6.4.2	Regeln zur Produktplatzierung .....	249
6.4.3	Konsequenzen eines Rechtsverstoßes .....	250
<b>6.5</b>	<b>Was muss man bei Live-Videos beachten? .....</b>	251
6.5.1	Das Urheberrecht .....	252
6.5.2	Das Persönlichkeitsrecht .....	252
6.5.3	Vorgaben sozialer Netzwerke .....	257
<b>6.6</b>	<b>Was ist beim Hosting auf der Unternehmenswebsite zu beachten? .....</b>	259
<b>6.7</b>	<b>Was ist beim Hosting auf Videokanälen zu beachten? .....</b>	260
6.7.1	Nutzungsbedingungen der Plattformen .....	260
6.7.2	Community-Guidelines .....	263
6.7.3	Datenschutzbestimmungen .....	264
6.7.4	Impressumspflicht .....	265
<b>6.8</b>	<b>Wie kann man Multi-Channel-Netzwerke rechtssicher verwenden? .....</b>	267
6.8.1	Vorteile eines Beitritts zu einem Netzwerk .....	269
6.8.2	Der Multi-Channel-Network-Vertrag .....	270
<b>6.9</b>	<b>Was gibt es im Hinblick auf haftungsrechtliche Aspekte zu bedenken? ...</b>	274
6.9.1	Framing .....	274
6.9.2	User-generated Content .....	279
<b>6.10</b>	<b>Checkliste Video-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	282

---

<b>7</b>	<b>Social-Media-Marketing</b>	283
<b>7.1</b>	<b>Wie bereitet man einen rechtssicheren Social-Media-Auftritt vor? .....</b>	284
7.1.1	Die Wahl des Social-Media-Kanals .....	284
7.1.2	Soziale Netzwerke .....	284
7.1.3	Foto- und Video-Communitys .....	293
<b>7.2</b>	<b>Muss man Nutzungsbedingungen der Social-Media-Plattformen kontrollieren? .....</b>	298
7.2.1	Facebook .....	300
7.2.2	Google+ .....	304
7.2.3	XING .....	306
7.2.4	Twitter .....	308
7.2.5	YouTube .....	311
7.2.6	Instagram .....	312

7.2.7	Flickr .....	313
7.2.8	Pinterest .....	316
<b>7.3</b>	<b>Kann man den Nutzernamen frei auswählen? .....</b>	317
7.3.1	Die Wahl des Namens .....	317
7.3.2	Gesetzliche Vorgaben bei der Namenswahl .....	319
7.3.3	Vorgaben der Social-Media-Plattformen zur Namenswahl .....	320
7.3.4	Probleme mit dem Account-Namen: Account-Grabbing .....	323
7.3.5	Problem: Unfreiwillige Unternehmensprofile .....	324
<b>7.4</b>	<b>Wie gestaltet man ein Impressum? .....</b>	325
7.4.1	Inhalt der Impressumspflicht .....	325
7.4.2	Platzierung und Erreichbarkeit .....	326
<b>7.5</b>	<b>Wie funktioniert der rechtssichere Betrieb eines Social-Media-Accounts? .....</b>	328
7.5.1	Persönlichkeitsrecht: Das Recht am eigenen Bild .....	329
7.5.2	Äußerungsrecht: Welche Äußerungen im Netz sind zulässig? .....	331
7.5.3	Urheberrecht: Rechte an Bildern, Videos und Zitaten .....	337
7.5.4	Datenschutzrecht: Plugins, Cookies und Co. .....	340
7.5.5	Arbeitsrecht: Was ist im Arbeitsalltag zu beachten? .....	348
<b>7.6</b>	<b>Sind Social Media Guidelines notwendig? .....</b>	351
7.6.1	Allgemeine Regelungen .....	352
7.6.2	Dienstliche Nutzung .....	352
7.6.3	Private Nutzung .....	353
<b>7.7</b>	<b>Ist Direktmarketing in sozialen Netzwerken zulässig? .....</b>	354
7.7.1	Private Nachrichten .....	354
7.7.2	Einträge auf den Seiten anderer Nutzer .....	357
7.7.3	Versand von Einladungen an Dritte per Kontakt-Importer .....	358
7.7.4	Personalisiertes Direktmarketing: Facebook Custom Audiences .....	362
7.7.5	Schleichwerbung in eigenen Beiträgen .....	366
<b>7.8</b>	<b>Manipuliertes Nutzerverhalten im Social Web .....</b>	371
7.8.1	Gekaufte Likes und Follower .....	371
7.8.2	Die Beeinflussung von Bewertungen im Social Web .....	374
<b>7.9</b>	<b>Wie ist die Haftung im Rahmen von sozialen Netzwerken geregelt? .....</b>	378
7.9.1	Die Haftung für eigene Inhalte .....	378
7.9.2	Die Haftung für zu eigen gemachte Inhalte .....	379
7.9.3	Die Haftung für fremde Inhalte .....	382
7.9.4	Die Haftung für Links .....	384
<b>7.10</b>	<b>Checkliste Social-Media-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	387

## **8 Influencer-Marketing**

---

<b>8.1 Wie kann man den Unternehmer-Influencer-Vertrag rechtskonform gestalten? .....</b>	393
8.1.1 Vertragliche Pflichten des Influencers .....	394
8.1.2 Haftungsregelungen .....	395
8.1.3 Exklusivitätsvereinbarungen .....	396
<b>8.2 Was beinhaltet das Trennungsgebot? .....</b>	396
<b>8.3 Wann handelt es sich um Werbung, wann um Schleichwerbung? .....</b>	399
8.3.1 Fallbeispiel 1: Der Influencer bewirbt eigene Produkte .....	400
8.3.2 Fallbeispiel 2: Der Influencer kauft das Produkt selbst .....	402
8.3.3 Fallbeispiel 3: Der Influencer bekommt eine Gegenleistung .....	402
8.3.4 Fallbeispiel 4: Der Influencer testet ein Produkt .....	404
8.3.5 Fallbeispiel 5: Der Influencer bekommt Produkthilfe .....	406
<b>8.4 Wie können Produkte in Videos rechtssicher platziert werden? .....</b>	408
8.4.1 Rechtliche Rahmenbedingungen der Produktplatzierung .....	408
8.4.2 Produktplatzierungen in sozialen Netzwerken .....	412
8.4.3 Kombination der Produktplatzierung mit einem Affiliate-Link .....	412
<b>8.5 Wie können Beiträge richtig gekennzeichnet werden? .....</b>	413
8.5.1 Englische vs. deutsche Begriffe .....	413
8.5.2 Kennzeichnung mit deutschen Begriffen .....	416
8.5.3 Kennzeichnung von Produktplatzierungen .....	417
8.5.4 Platzierung des Kennzeichens .....	419
8.5.5 Kennzeichnungsmöglichkeit auf sozialen Plattformen .....	423
8.5.6 Konsequenzen bei fehlender Kennzeichnung .....	427
<b>8.6 Welche inhaltlichen Beschränkungen gelten für Influencer-Beiträge? ....</b>	428
<b>8.7 Trifft Influencer eine Impressumspflicht? .....</b>	429
8.7.1 Grundlage der Impressumspflicht .....	429
8.7.2 Inhalt der Impressumspflicht .....	430
8.7.3 Praktische Umsetzung der Impressumspflicht .....	431
<b>8.8 Checkliste Influencer-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	435

## **9 Content-Marketing**

---

<b>9.1 Wann ist Content-Marketing Schleichwerbung? .....</b>	440
9.1.1 Schleichwerbung .....	441
9.1.2 Haftung für Schleichwerbung .....	445

<b>9.2</b>	<b>Wie gestaltet man ein Corporate Blog rechtssicher? .....</b>	447
<b>9.3</b>	<b>Gekaufte Blogbeiträge: Hot or not? .....</b>	449
<b>9.4</b>	<b>Advertisorial: Werbung oder Beitrag? .....</b>	451
<b>9.5</b>	<b>Native Advertising: Schleichwerbung in neuem Gewand? .....</b>	452
<b>9.6</b>	<b>Virales Marketing: Was ist zu beachten? .....</b>	455
9.6.1	Kennzeichnung von Werbung .....	456
9.6.2	Rechtskonforme Werbeanfragen: Ist die Einwilligung ein Muss? .....	456
<b>9.7</b>	<b>Wie können Sie sich vor Content-Diebstahl schützen? .....</b>	459
<b>9.8</b>	<b>Wie ist eine rechtskonforme Verbreitung des Contents über Social-Media-Kanäle möglich? .....</b>	462
9.8.1	Facebook .....	463
9.8.2	Google+ .....	464
9.8.3	XING .....	465
9.8.4	Twitter .....	465
9.8.5	YouTube .....	467
9.8.6	Instagram .....	467
9.8.7	Pinterest .....	469
<b>9.9</b>	<b>Checkliste Content-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	470

## **10 Gewinnspiel-Marketing**

---

<b>10.1</b>	<b>Was sind die Merkmale eines Gewinnspiels? .....</b>	473
<b>10.2</b>	<b>Wie sind Teilnahmebedingungen zu formulieren? .....</b>	474
10.2.1	Inhalt der Teilnahmebedingungen .....	474
10.2.2	Darstellung der Teilnahmebedingungen .....	476
<b>10.3</b>	<b>Wie kann das Gewinnspiel rechtssicher abgewickelt werden? .....</b>	478
10.3.1	Das Gewinnversprechen .....	479
10.3.2	Beschreibung des Gewinns .....	480
10.3.3	Veröffentlichung der Gewinner .....	482
10.3.4	Der Ausschluss des Rechtswegs .....	483
10.3.5	Gewinnspiele mit Minderjährigen .....	485
<b>10.4</b>	<b>Das Koppelungsverbot: Welche Kombinationen mit einem Gewinnspiel sind zulässig? .....</b>	489
10.4.1	Koppelung mit dem Absatz der Ware oder Dienstleistung .....	490
10.4.2	Koppelung mit dem Abonnieren eines E-Mail-Newsletters .....	491
10.4.3	Koppelung an »Gefällt mir« oder »Like« in sozialen Netzwerken .....	494

<b>10.5</b>	<b>Welche Besonderheiten gelten bei Gewinnspielen in sozialen Netzwerken?</b>	495
10.5.1	Beispiel 1: Facebook .....	496
10.5.2	Beispiel 2: Instagram .....	500
<b>10.6</b>	<b>Ist künftige Werbung auf Basis von Gewinnspieldaten zulässig? .....</b>	502
10.6.1	E-Mail- und Newsletter-Versand .....	502
10.6.2	Weitergabe der Daten an Dritte zu Werbezwecken .....	504
<b>10.7</b>	<b>Checkliste Gewinnspiel-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	507

## 11 Werbeflächen im Internet

509

---

<b>11.1</b>	<b>Wie können Werbebanner legal eingesetzt werden? .....</b>	510
11.1.1	Zulässigkeit von Werbebannern .....	512
11.1.2	Keine besondere Kennzeichnungspflicht als Werbung .....	512
<b>11.2</b>	<b>Welche Anforderungen bestehen an Pop-up-Advertising? .....</b>	513
11.2.1	Klassische Pop-ups .....	513
11.2.2	Exit-Pop-ups .....	515
11.2.3	Pop-under-Fenster .....	517
<b>11.3</b>	<b>Promoted Posts in sozialen Netzwerken: Zulässig? .....</b>	517
11.3.1	Funktionsweise und Vorteile der Promoted Posts von Facebook .....	517
11.3.2	Rechtliche Rahmenbedingungen zum Bewerben der Beiträge .....	519
<b>11.4</b>	<b>Ambush-Marketing: Fremde Kundendialoge als eigene Werbefläche? ....</b>	521
11.4.1	Rechtsverletzung gegenüber dem betroffenen Unternehmen .....	523
11.4.2	Rechtsverletzung gegenüber dem Nutzer .....	524
<b>11.5</b>	<b>Gekaufte Rankings in Bewertungsportalen: Hot or not? .....</b>	525
<b>11.6</b>	<b>Was muss bei Vorschaltwerbung beachtet werden? .....</b>	526
<b>11.7</b>	<b>Werbeflächen in Suchmaschinen: Wie kann Keyword-Advertising rechtskonform betrieben werden? .....</b>	528
11.7.1	Markennamen in Keywords .....	529
11.7.2	Kennzeichnungsanforderungen .....	530
<b>11.8</b>	<b>Wie schaltet man rechtssichere In-App-Werbung? .....</b>	531
<b>11.9</b>	<b>Wie können eigene Werbeinhalte geschützt werden? .....</b>	533
11.9.1	Schutz des Werbekonzepts .....	533
11.9.2	Schutz des Werbeslogans .....	534
11.9.3	Schutz von Werbetexten .....	537
11.9.4	Schutz von Videomaterial .....	538

<b>11.10 Werbeblocker: Fluch oder Segen? .....</b>	539
11.10.1 Generelle Zulässigkeit von Werbeblockern .....	540
11.10.2 Gegeninitiativen zu Werbeblockern .....	542
11.10.3 Zulässigkeit von Whitelists .....	544
<b>11.11 Checkliste Werbeflächen im Internet: Alles beachtet? .....</b>	546

---

## 12 Affiliate-Marketing

---

<b>12.1 Ein sicherer Start: Mit wem schließt man einen Vertrag? .....</b>	549
12.1.1 Die Beteiligten des Vertrags .....	550
12.1.2 Der Vertrag mit dem Affiliate-Netzwerk als Dienstleister .....	553
12.1.3 Der Vertrag mit dem Affiliate-Netzwerk als Vermittler .....	555
<b>12.2 Was ist bei der Vertragsgestaltung zu beachten? .....</b>	556
12.2.1 Inhaltliche Vorgaben .....	557
12.2.2 Vergütung und Abrechnungsmethoden .....	558
12.2.3 Kündigungsrechte .....	560
12.2.4 Vertragsstrafenklauseln .....	561
12.2.5 Klauseln zur Freistellung von der Haftung .....	561
<b>12.3 Manipulationen durch den Affiliate: Drohen Konsequenzen? .....</b>	562
12.3.1 Eigenbuchungen .....	563
12.3.2 Cookie-Dropping .....	564
12.3.3 Klickbetrug .....	567
12.3.4 Konsequenzen vonseiten des Netzwerks .....	569
<b>12.4 Haftung: Ist der Advertiser für Rechtsverstöße des Affiliates verantwortlich? .....</b>	571
12.4.1 Grundsätzliche Regelung der Haftung .....	571
12.4.2 Haftung für verbotene Werbemaßnahmen .....	573
12.4.3 Prüfpflichten des Advertisers .....	574
12.4.4 Grenzen der Haftung .....	574
<b>12.5 Checkliste Affiliate-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	575

---

## 13 Webanalyse

---

<b>13.1 Wie lassen sich Webanalysetools rechtskonform einsetzen? .....</b>	579
13.1.1 Der Vertrag mit Google Analytics und Co. .....	580
13.1.2 Der Umgang mit den IP-Adressen der Website-Besucher .....	584

13.1.3	Datenschutzerklärung .....	588
13.1.4	Widerspruch gegen die Verwendung von Analysetools .....	591
13.1.5	Löschen von Altdaten .....	594
<b>13.2</b>	<b>Online-Targeting: Ist es erlaubt, die Zielgruppe mittels Tracking-Technologien zu suchen? .....</b>	594
13.2.1	Die Tracking-Technologien .....	596
13.2.2	Tracking-Methoden rechtskonform einsetzen .....	598
13.2.3	Retargeting: Wiederfinden der Zielgruppe .....	601
<b>13.3</b>	<b>Big Data: Dürfen die ermittelten Datenmengen analysiert und verwendet werden? .....</b>	604
13.3.1	Vorteile von Big Data .....	605
13.3.2	Datenschutzrechtliche Problematik .....	606
13.3.3	Öffentlich zugängliche Informationen .....	609
13.3.4	Einwilligung der Betroffenen .....	609
<b>13.4</b>	<b>Ort der Datenspeicherung: Wo können Daten rechtmäßig gesichert werden? .....</b>	610
13.4.1	Speicherung beim Webanalyse-Unternehmen .....	611
13.4.2	Cloud Computing .....	614
13.4.3	Die Speicherung auf dem internen Server .....	617
<b>13.5</b>	<b>Checkliste Webanalyse: Alles beachtet? .....</b>	619

---

<b>14</b>	<b>Suchmaschinenwerbung (SEA)</b>	621
<b>14.1</b>	<b>Wie sollte die Vertragsgestaltung erfolgen? .....</b>	623
<b>14.2</b>	<b>Dürfen fremde Marken beim Keyword-Advertising verwendet werden? .....</b>	624
14.2.1	Grundsätzliches zum Keyword-Advertising .....	624
14.2.2	Keyword-Optionen .....	629
<b>14.3</b>	<b>Welche Pflichtangaben bestehen in Werbeanzeigen? .....</b>	632
14.3.1	Gesetzliche Informationspflichten in Anzeigen .....	632
14.3.2	Preisangaben in Anzeigen .....	633
<b>14.4</b>	<b>Wie kann man irreführende Werbeanzeigen vermeiden? .....</b>	636
<b>14.5</b>	<b>Welche Haftungsaspekte sind zu beachten? .....</b>	637
14.5.1	Die Haftung des SEA-Dienstleisters .....	638
14.5.2	Die Haftung des Suchmaschinenbetreibers für seine Anzeigen .....	639
14.5.3	Die Haftung der Plattformbetreiber für Anzeigen ihrer Kunden .....	640
<b>14.6</b>	<b>Checkliste SEA: Alles beachtet? .....</b>	642

## **15 Suchmaschinenoptimierung (SEO)**

---

<b>15.1 Wie erfolgt die vertragliche Gestaltung der SEO? .....</b>	646
<b>15.2 Ist der SEO-Vertrag ein Werkvertrag oder ein Dienstvertrag? .....</b>	646
<b>15.3 Woraus besteht ein SEO-Vertrag? .....</b>	649
15.3.1 Die Hauptleistungspflichten .....	650
15.3.2 Ausschluss von Spam-Methoden und Einhaltung der Google-Richtlinien .....	651
15.3.3 Vertragsdauer .....	653
15.3.4 Haftungsbeschränkungen .....	653
15.3.5 Kündigungsrechte .....	655
15.3.6 Datenschutzerklärung .....	658
15.3.7 Exklusivitäts- und Geheimhaltungsvereinbarungen .....	658
15.3.8 Die Form des Vertrags .....	659
<b>15.4 Was gilt im Hinblick auf das Urheberrecht an suchmaschinen-optimierten Inhalten? .....</b>	660
15.4.1 Der Schutz des Urheberrechts .....	660
15.4.2 Urheberrecht an suchmaschinenoptimierten Inhalten .....	660
15.4.3 Urheberrecht an Dritt-Content .....	661
15.4.4 Die rechtssichere Verwendung fremder Inhalte .....	663
<b>15.5 Wann ist die Verwendung fremder Kennzeichen und Marken markenrechtlich zulässig – und wann nicht? .....</b>	665
15.5.1 Der Schutz des Markenrechts .....	666
15.5.2 Die On-Page-Optimierung .....	667
15.5.3 Versteckte Nutzung des Markennamens .....	668
15.5.4 Nutzung eines fremden Markennamens bei Google AdWords .....	669
<b>15.6 Spam-Links, Cloaking, Doorway-Pages, Backlinks und Co.: Was ist wettbewerbsrechtlich unlauter? .....</b>	671
15.6.1 Der Schutz des Wettbewerbsrechts .....	672
15.6.2 Verletzung gesetzlicher Informationspflichten .....	673
15.6.3 Wettbewerbernamen im Hidden Text .....	674
15.6.4 Negativ-SEO .....	674
15.6.5 Cloaking .....	676
15.6.6 Doorway Pages .....	677
15.6.7 Link-Tauschprogramme .....	678
<b>15.7 Wie funktioniert eine datenschutzkonforme Webanalyse mit »Google Analytics«? .....</b>	679
<b>15.8 Welche rechtliche Relevanz haben die Google-Richtlinien? .....</b>	683

<b>15.9 Haftung: Wer haftet wann und wofür?</b> .....	685
<b>15.10 Checkliste SEO: Alles beachtet?</b> .....	687

## **16 Der Onlineshop**

689

---

<b>16.1 Die Basis des Online-Handels: Was ist beim Vertragsschluss im Internet zu beachten?</b> .....	691
16.1.1 Die Vertragsart: Ein Kaufvertrag .....	691
16.1.2 Die Trennung des Kundenkreises .....	691
16.1.3 Der Vertragsschluss in der rechtlichen Theorie .....	694
16.1.4 Der Vertragsschlussmechanismus in der Praxis des Internets .....	700
16.1.5 Die Bestandteile des Vertrags .....	703
<b>16.2 Wie formuliert man Allgemeine Geschäftsbedingungen richtig?</b> .....	715
16.2.1 Grundvoraussetzung: Klausel ist Vertragsbestandteil .....	715
16.2.2 Unwirksame Klauseln .....	717
16.2.3 Praktische Details der AGB-Gestaltung .....	721
<b>16.3 Welche Anforderungen werden an die Datenschutzerklärung gestellt?</b> .....	722
16.3.1 Sinn und Zweck .....	722
16.3.2 Erfordernis einer Datenschutzerklärung .....	723
16.3.3 Inhalt der Datenschutzerklärung .....	723
16.3.4 Die Form der Unterrichtung .....	725
<b>16.4 Wie stellt man eine rechtskonforme Abwicklung des Online-Geschäfts sicher?</b> .....	726
16.4.1 Der Bestellvorgang .....	726
16.4.2 Die Abwicklung der Bestellung .....	732
16.4.3 Konsequenzen bei Mängeln an der Ware .....	733
<b>16.5 Rechtskonforme Rückabwicklung des Online-Geschäfts: Rücktritt oder Widerruf?</b> .....	735
16.5.1 Der Rücktritt .....	735
16.5.2 Widerruf .....	737
16.5.3 Die Rückabwicklung in der Praxis .....	740
<b>16.6 Bedeutet ein grenzüberschreitender Onlineshop grenzüberschreitende rechtliche Probleme?</b> .....	742
16.6.1 Absatzmarkt .....	743
16.6.2 Anpassung an den Absatzmarkt .....	743
<b>16.7 Checkliste Onlineshop: Alles beachtet?</b> .....	746

<b>17.1 Wie erfolgt die Vergabe und Registrierung der Domain?</b> .....	748
17.1.1 Die Vergabe der Domain .....	748
17.1.2 Die Registrierung der Domain .....	751
<b>17.2 Die Wahl des Domännamens – ein juristisches Schlachtfeld?</b> .....	753
17.2.1 Der Domainname und das Markenrecht .....	754
17.2.2 Der Domainname und Unternehmenskennzeichen .....	756
17.2.3 Der Domainname und das Namensrecht .....	759
17.2.4 Der Domainname und das Wettbewerbsrecht: Tippfehler-Domain	762
17.2.5 Schutz vor virtuellem Diebstahl: Domain-Grabbing .....	763
<b>17.3 Was ist bei der Verwendung von Bildern, Tönen, Texten und dergleichen auf der Website zu beachten?</b> .....	766
17.3.1 Fotos von Privatpersonen und Prominenten .....	767
17.3.2 Bilder aus Suchmaschinen .....	769
17.3.3 Stockfotos .....	774
17.3.4 Gemälde, Kunstwerke, Grafiken .....	778
17.3.5 ClipArts und sonstige Bilder .....	780
17.3.6 Musik .....	780
17.3.7 Texte und Zitate .....	782
<b>17.4 Die Datenschutzerklärung: Was gilt es zu beachten?</b> .....	784
<b>17.5 Die Impressumspflicht: Was gehört alles rein?</b> .....	789
17.5.1 Impressum bei journalistisch-redaktionell gestalteten Websites .....	790
17.5.2 Baustellenseiten .....	791
17.5.3 Fälschlicherweise veröffentlichte Webseiten .....	793
<b>17.6 Haftungsfallen: Wer haftet wann und wofür?</b> .....	793
17.6.1 Haftung des Inhabers der Domain .....	794
17.6.2 Die Haftung des Admin-C .....	798
17.6.3 Haftung des Registrars .....	800
<b>17.7 Checkliste Website: Alles beachtet?</b> .....	801

---

# 18 Der Rechtsweg: Abwehr und Durchsetzung von Ansprüchen bei Rechtsverletzungen

<b>18.1 Die Zuziehung eines Rechtsbeistands – unverzichtbar?</b> .....	804
18.1.1 Der Rechtsbeistand zu Beratungszwecken .....	804
18.1.2 Der Rechtsbeistand im außergerichtlichen Verfahren .....	806

18.1.3	Der Rechtsbeistand im gerichtlichen Verfahren .....	808
<b>18.2</b>	<b>Welche Ansprüche kann ich geltend machen, wenn das Online-Marketing eines Dritten meine Rechte verletzt? .....</b>	809
18.2.1	Auskunftsansprüche .....	810
18.2.2	Beseitigungsansprüche .....	810
18.2.3	Unterlassungsansprüche .....	811
18.2.4	Schadensersatzansprüche .....	812
<b>18.3</b>	<b>Wie kann ich diese Ansprüche in der Praxis geltend machen? .....</b>	815
18.3.1	Vorbereitung des Verfahrens .....	815
18.3.2	Das außergerichtliche Verfahren: Die Abmahnung .....	817
18.3.3	Das gerichtliche Eilverfahren: Einstweilige Verfügung .....	820
18.3.4	Das gerichtliche Verfahren: Klage .....	823
<b>18.4</b>	<b>Wie kann ich mich verteidigen, wenn ein Dritter mir vorwirft, mein Online-Marketing verletze ihn in seinen Rechten? .....</b>	825
18.4.1	Reaktionsmöglichkeiten auf eine Abmahnung .....	826
18.4.2	Reaktionsmöglichkeiten auf eine einstweilige Verfügung .....	831
18.4.3	Reaktionsmöglichkeiten auf eine Klage .....	836
<b>19</b>	<b>Mustertexte</b>	845
<b>19.1</b>	<b>Impressum .....</b>	845
<b>19.2</b>	<b>Datenschutzerklärung .....</b>	847
<b>19.3</b>	<b>Muster-Einwilligungserklärung in die Zusendung von Werbung per E-Mail .....</b>	862
19.3.1	Versand eines Newsletters .....	862
19.3.2	Einwilligung für weitere werbliche E-Mails .....	862
<b>19.4</b>	<b>Social Media Guidelines .....</b>	863
<b>19.5</b>	<b>Gewinnspielbedingungen .....</b>	866
<b>19.6</b>	<b>Widerrufsbelehrung für einen Onlineshop .....</b>	870
<b>19.7</b>	<b>Allgemeine Geschäftsbedingungen für einen Online-Shop .....</b>	871
<b>20</b>	<b>Fazit und Ausblick</b>	877
<b>Index .....</b>		883