

# Inhalt

Geleitwort .....	23
Materialien zum Buch .....	24

---

## 1 Einführung 25

<b>1.1 An wen richtet sich dieses Buch? .....</b>	26
<b>1.2 Warum ist rechtliche Hilfe im Online-Marketing unverzichtbar? .....</b>	28
1.2.1 Einstiegsprobleme .....	28
1.2.2 Rechtliche Unsicherheiten .....	29
1.2.3 Ungenutztes Potenzial .....	32
1.2.4 Digitaler Wandel .....	32
<b>1.3 Welche rechtlichen Fallstricke gibt es im Online-Marketing? .....</b>	34
1.3.1 Urheberrecht .....	34
1.3.2 Persönlichkeitsrecht .....	36
1.3.3 Vertragsrecht .....	38
1.3.4 Wettbewerbsrecht .....	39
1.3.5 Datenschutzrecht .....	40
<b>1.4 Wie können Sie sich immer auf dem neuesten Stand halten? .....</b>	46
1.4.1 Dankeschön .....	47

---

## 2 Instrumente des Online-Marketings 49

<b>2.1 E-Mail- und Newsletter-Marketing .....</b>	49
<b>2.2 Mobile und App-Marketing .....</b>	51
<b>2.3 Social-Media- und Influencer-Marketing .....</b>	54
<b>2.4 Content-Marketing .....</b>	57
<b>2.5 Gewinnspiel-Marketing .....</b>	58
<b>2.6 Werbeflächen im Internet und Affiliate-Marketing .....</b>	60
<b>2.7 Video-Marketing .....</b>	62
<b>2.8 Webanalyse .....</b>	63
<b>2.9 Suchmaschinenmarketing: SEO und SEA .....</b>	65
<b>2.10 Website und Onlineshop .....</b>	67

### **3 E-Mail- und Newsletter-Marketing**

---

71

<b>3.1 Welche Art von E-Mail hat rechtliche Relevanz?</b> .....	72
<b>3.2 Welche Rechtsbereiche können durch unerwünschte E-Mails tangiert werden?</b> .....	74
3.2.1 Eingriff in das Persönlichkeitsrecht bzw. den Gewerbebetrieb .....	74
3.2.2 Werbe-E-Mails als unzumutbare Belästigung .....	74
3.2.3 Datenschutzrecht .....	75
<b>3.3 Wie erhält man eine rechtskonforme Einwilligung zur Versendung von Werbe-E-Mails?</b> .....	77
3.3.1 Schriftliche Dokumentation ist das A und O .....	78
3.3.2 Transparenz des Absenders der Einwilligung .....	79
3.3.3 Transparenz des Inhalts der Einwilligung .....	81
3.3.4 Transparenz der Kontaktkanäle .....	81
3.3.5 Bewusste, konkrete und aktive Einwilligungshandlung – Opt-in oder Opt-out? .....	81
3.3.6 Das Double-Opt-in-Verfahren .....	82
3.3.7 Die Bestätigungs-E-Mail .....	84
3.3.8 Die Erinnerungs-E-Mail .....	86
3.3.9 Eigenständigkeit der Einwilligung .....	87
3.3.10 Einwilligungserklärungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen ...	89
3.3.11 Datenschutzrechtliche Aspekte der Einwilligung: Die Datenschutzerklärung .....	90
3.3.12 Umfang der geforderten Daten .....	93
3.3.13 Die Form der Einwilligung .....	95
3.3.14 Geltungsdauer der Einwilligung .....	96
3.3.15 Alt-Einwilligungen .....	97
3.3.16 Einwilligung in Verbindung mit Gewinnspielen .....	98
<b>3.4 Wie gestaltet man einen Newsletter rechtssicher?</b> .....	99
3.4.1 Erkennbarkeit des Absenders .....	99
3.4.2 Die Betreffzeile .....	100
3.4.3 Übereinstimmung des Newsletter-Inhalts mit der Einwilligung .....	101
3.4.4 Die Abbestellmöglichkeit .....	102
3.4.5 Der Einsatz von Bildern im Newsletter .....	107
3.4.6 Die Impressumspflicht .....	112
<b>3.5 Was ist beim Einsatz von Newsletter-Dienstleistern aus Drittstaaten zu beachten?</b> .....	117
3.5.1 Newsletter-Dienstleister als Auftragsverarbeiter .....	118
3.5.2 Die Rechtmäßigkeit des Einsatzes von Newsletter-Dienstleistern ....	121

3.5.3	Die vertragliche Vereinbarung mit dem Newsletter-Dienstleister ....	123
3.5.4	Die Anpassung der Datenschutzerklärung .....	124
<b>3.6</b>	<b>Darf man Werbe-E-Mails an Bestandskunden senden? .....</b>	<b>125</b>
3.6.1	Das Versenden von Werbe-E-Mails an Bestandskunden .....	125
3.6.2	Kontaktaufnahme zum Erhalt einer Einwilligung .....	133
3.6.3	E-Mail-Werbung in Auto-Reply-Nachrichten .....	133
3.6.4	E-Mail-Werbung in Transaktions-E-Mails .....	134
3.6.5	Feedback-Anfragen nach Vertragsschluss .....	135
<b>3.7</b>	<b>Darf man Werbe-E-Mails an Kontakte aus sozialen Netzwerken senden? .....</b>	<b>137</b>
<b>3.8</b>	<b>Ist der E-Mail-Adresskauf zulässig? .....</b>	<b>138</b>
3.8.1	Legale Erhebung und Speicherung der Daten durch den Verkäufer .....	139
3.8.2	Der Verkauf von Adressen mit Einwilligung .....	140
3.8.3	Protokollierung der Einwilligung durch den Verkäufer .....	141
3.8.4	Der Verkauf von Adressen ohne Einwilligung .....	141
<b>3.9</b>	<b>Checkliste E-Mail-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	<b>142</b>
<b>4</b>	<b>Mobile Marketing</b>	<b>143</b>
<b>4.1</b>	<b>Welche Informationspflichten bestehen für mobile Werbung? .....</b>	<b>144</b>
4.1.1	Bestehen einer Informationspflicht .....	145
4.1.2	Die einzelnen Informationspflichten im Überblick .....	145
4.1.3	Besondere Pflichten bei der Werbung mit Preisangaben .....	146
4.1.4	Besondere Pflichten bei der Werbung mit Alleinstellungsmerkmalen .....	148
4.1.5	Besondere Pflichten bei Werbung mit der Angabe »Testsieger« .....	149
4.1.6	Rechtskonforme technische Umsetzung durch Responsive Design .....	152
<b>4.2</b>	<b>Gibt es Beschränkungen beim Einsatz mobiler Werbung? .....</b>	<b>154</b>
4.2.1	Verbot der Verschleierung des Werbecharakters einer Handlung ....	154
4.2.2	Verbot der unzumutbaren Belästigung des Werbeempfängers .....	155
4.2.3	Produktbezogene Beschränkungen .....	156
4.2.4	Personenbezogene Beschränkungen .....	157
<b>4.3</b>	<b>Wie erfolgt der rechtskonforme Versand von Direktnachrichten auf mobile Endgeräte? .....</b>	<b>159</b>
4.3.1	Einhaltung der Einwilligung: Opt-in-Verfahren .....	160

4.3.2	Korrekte Absenderangaben .....	161
4.3.3	Hinweis auf Widerrufsmöglichkeit .....	161
<b>4.4</b>	<b>Wie erfolgt die rechtlich erlaubte mobile Kontaktaufnahme? .....</b>	162
4.4.1	SMS und MMS .....	162
4.4.2	Push-Nachrichten .....	164
4.4.3	Bluetooth-Nachrichten .....	166
4.4.4	Pop-up-Fenster .....	167
4.4.5	Interstitials .....	168
4.4.6	Werbekontext innerhalb von Apps .....	169
<b>4.5</b>	<b>Wie sieht es mit der Zulässigkeit besonderer mobiler Marketingmaßnahmen aus? .....</b>	170
4.5.1	Standortbasierte Werbung .....	171
4.5.2	Marketing über mobile Coupons .....	176
<b>4.6</b>	<b>Checkliste Mobile Marketing: Alles beachtet? .....</b>	179

## 5 App-Marketing 181

---

<b>5.1</b>	<b>Was ist bei der Vertragsgestaltung für die Entwicklung von Apps zu beachten? .....</b>	183
5.1.1	Vertragsart .....	183
5.1.2	Details der Vertragsgestaltung .....	184
5.1.3	Basics der Vertragsgestaltung .....	185
5.1.4	Vertragsgegenstand und Leistungsbeschreibung .....	186
5.1.5	Mitwirkungshandlungen und Informationen .....	189
5.1.6	Einräumung von Rechten .....	190
5.1.7	Leistungsänderungen vor, während und nach der Entwicklung .....	193
5.1.8	Abnahme der App .....	194
5.1.9	Rechte bei Mängeln an der App .....	196
5.1.10	Haftung des Entwicklers .....	199
5.1.11	Vergütungsvereinbarung und Aufwandsentschädigung .....	202
5.1.12	Beendigung des Vertrags: Kündigung und Rücktritt .....	203
5.1.13	Geltendes Recht und Gerichtsstand .....	205
5.1.14	Sonderfall 1: Die Nichtaufnahme der App in den App-Store .....	206
5.1.15	Sonderfall 2: Die spätere Löschung der App aus dem App-Store .....	207
<b>5.2</b>	<b>Darf man im Inhalt der App fremde Marken verwenden? .....</b>	209
5.2.1	Die Problematik .....	209
5.2.2	Die Verwendung von Marken als Keywords nach dem Markenrecht	210

5.2.3	Die Verwendung von Marken als Keywords nach dem Wettbewerbsrecht .....	212
5.2.4	Die Verwendung von Marken in der Beschreibung der App .....	213
5.2.5	Die Verwendung von Marken im Titel der App .....	214
5.2.6	Konsequenzen eines Markenrechtsverstoßes .....	215
<b>5.3</b>	<b>Inwiefern muss man beim Inhalt der App das Urheberrecht beachten? ...</b>	<b>216</b>
5.3.1	Die Verwertungsrechte des Urhebers .....	216
5.3.2	Konsequenzen aus der unbefugten Nutzung urheberrechtlich geschützter Werke .....	221
<b>5.4</b>	<b>Welche datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen gelten bei der Verwendung von Apps? .....</b>	<b>222</b>
5.4.1	Die Problematik .....	223
5.4.2	Grundprinzipien der rechtmäßigen Datenerhebung in Apps .....	224
5.4.3	Die Zulässigkeit der Erhebung und Verwendung von Daten nach der Datenschutz-Grundverordnung .....	228
5.4.4	Die Einwilligung des App-Nutzers in die Erhebung und Verwendung seiner Daten zu Marketingzwecken .....	230
5.4.5	Die Einwilligung des App-Nutzers in die Verwendung der Daten von Dritten .....	232
5.4.6	Der Widerspruch des Nutzers gegen die Datenverarbeitung .....	232
5.4.7	Die Datenschutzerklärung .....	234
5.4.8	Das Impressum .....	239
5.4.9	Konsequenzen für den Umgang mit dem Datenschutzrecht in der Praxis .....	242
<b>5.5</b>	<b>Vermarktung der App mit gefälschten Bewertungen? .....</b>	<b>244</b>
5.5.1	Positive Bewertung der eigenen App .....	245
5.5.2	Negative Bewertung von Konkurrenz-Apps .....	246
5.5.3	Konsequenzen unrechtmäßiger Bewertungen .....	248
<b>5.6</b>	<b>Checkliste App-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	<b>249</b>

## **6 Video-Marketing**

---

<b>6.1</b>	<b>Welche Möglichkeiten gibt es bei der Produktion von Videos? .....</b>	<b>254</b>
6.1.1	Eigenproduktionen .....	254
6.1.2	Auftragsproduktionen .....	254
6.1.3	Stockvideos .....	255
6.1.4	Creative-Commons-Videos .....	257

<b>6.2</b>	<b>Wie beachtet man die Bildrechte der Darsteller? .....</b>	265
6.2.1	Grundsätze des Persönlichkeitsrechts .....	265
6.2.2	Bildrechte der eigenen Mitarbeiter .....	266
6.2.3	Darsteller als Beiwerk .....	267
<b>6.3</b>	<b>Was ist bei Musikrechten zu beachten? .....</b>	268
6.3.1	Urheberrechtlicher Schutz der Musik .....	269
6.3.2	Lizenzen von Verwertungsgesellschaften .....	270
6.3.3	Lizenzen direkt vom Rechteinhaber .....	271
6.3.4	Musik aus Stockarchiven .....	272
<b>6.4</b>	<b>Wie kann man Produktplatzierungen in Videos vornehmen? .....</b>	274
6.4.1	Das Verbot der Schleichwerbung in Videos .....	274
6.4.2	Regeln zur Produktplatzierung .....	276
6.4.3	Konsequenzen eines Rechtsverstoßes .....	277
<b>6.5</b>	<b>Was muss man bei Live-Videos beachten? .....</b>	278
6.5.1	Das Urheberrecht .....	279
6.5.2	Das Persönlichkeitsrecht .....	279
6.5.3	Rundfunkrecht .....	280
6.5.4	Vorgaben sozialer Netzwerke .....	285
<b>6.6</b>	<b>Was ist beim Hosting auf der Unternehmenswebsite zu beachten? .....</b>	286
<b>6.7</b>	<b>Was ist beim Hosting auf Videokanälen zu beachten? .....</b>	287
6.7.1	Nutzungsbedingungen der Plattformen .....	288
6.7.2	Community-Guidelines .....	290
6.7.3	Datenschutzbestimmungen .....	292
6.7.4	Impressumspflicht .....	293
<b>6.8</b>	<b>Wie kann man Multi-Channel-Netzwerke rechtssicher verwenden? .....</b>	294
6.8.1	Vorteile eines Beitrags zu einem Netzwerk .....	296
6.8.2	Der Multi-Channel-Network-Vertrag .....	298
<b>6.9</b>	<b>Checkliste Video-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	302

## **7 Social-Media-Marketing**

---

<b>7.1</b>	<b>Wie bereitet man einen rechtssicheren Social-Media-Auftritt vor? .....</b>	304
7.1.1	Die Wahl des Social-Media-Kanals .....	304
7.1.2	Soziale Netzwerke .....	304
7.1.3	Foto- und Video-Communitys .....	313

<b>7.2</b>	<b>Muss man Nutzungsbedingungen der Social-Media-Plattformen kontrollieren?</b>	318
7.2.1	Facebook .....	320
7.2.2	Google+ .....	326
7.2.3	XING .....	328
7.2.4	Twitter .....	329
7.2.5	YouTube .....	332
7.2.6	Instagram .....	334
7.2.7	Flickr .....	335
7.2.8	Pinterest .....	337
<b>7.3</b>	<b>Kann man den Nutzernamen frei auswählen?</b>	339
7.3.1	Wahl des Namens .....	339
7.3.2	Gesetzliche Vorgaben bei der Namenswahl .....	341
7.3.3	Vorgaben der Social-Media-Plattformen zur Namenswahl .....	342
7.3.4	Probleme mit dem Account-Namen: Account-Grabbing .....	345
7.3.5	Problem: Unfreiwillige Unternehmensprofile .....	345
<b>7.4</b>	<b>Wie gestaltet man ein Impressum?</b>	346
7.4.1	Inhalt der Impressumspflicht .....	347
7.4.2	Platzierung und Erreichbarkeit .....	348
<b>7.5</b>	<b>Wie funktioniert der rechtssichere Betrieb eines Social-Media-Accounts?</b>	350
7.5.1	Persönlichkeitsrecht: Das Recht am eigenen Bild .....	350
7.5.2	Äußerungsrecht: Welche Äußerungen im Netz sind zulässig? .....	353
7.5.3	Urheberrecht: Rechte an Bildern, Videos und Zitaten .....	359
7.5.4	Datenschutzrechtliche Anforderungen in sozialen Netzwerken: Plugins, Cookies und Co. ....	362
7.5.5	Arbeitsrecht: Was ist im Arbeitsalltag zu beachten? .....	373
<b>7.6</b>	<b>Sind Social Media Guidelines notwendig?</b>	376
7.6.1	Allgemeine Regelungen .....	377
7.6.2	Dienstliche Nutzung .....	377
7.6.3	Private Nutzung .....	378
<b>7.7</b>	<b>Ist Direktmarketing in sozialen Netzwerken zulässig?</b>	378
7.7.1	Private Nachrichten .....	379
7.7.2	Einträge auf den Seiten anderer Nutzer .....	382
7.7.3	Versand von Einladungen an Dritte per Kontakt-Importer .....	383
7.7.4	Schleichwerbung in eigenen Beiträgen .....	387
<b>7.8</b>	<b>Ist Cross-Device-Marketing mit »Facebook Custom Audiences« zulässig?</b>	392
7.8.1	Funktionsweise von »Facebook Custom Audiences« .....	393

7.8.2	Rechtskonformer Einsatz von »Facebook Custom Audiences« durch Webseiten .....	395
7.8.3	Rechtskonformer Einsatz von »Facebook Custom Audiences« aus einer Kundenliste .....	401
<b>7.9</b>	<b>Manipuliertes Nutzerverhalten im Social Web .....</b>	<b>402</b>
7.9.1	Gekaufte Likes und Follower .....	403
7.9.2	Die Beeinflussung von Bewertungen im Social Web .....	406
<b>7.10</b>	<b>Wie ist die Haftung im Rahmen von sozialen Netzwerken geregelt? .....</b>	<b>410</b>
7.10.1	Haftung für eigene Inhalte .....	410
7.10.2	Haftung für zu eigen gemachte Inhalte .....	411
7.10.3	Haftung für fremde Inhalte .....	414
7.10.4	Haftung für Links .....	416
<b>7.11</b>	<b>Checkliste Social-Media-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	<b>422</b>

## **8 Influencer-Marketing**

---

<b>8.1</b>	<b>Wie kann man den Unternehmer-Influencer-Vertrag rechtskonform gestalten? .....</b>	<b>427</b>
8.1.1	Vertragliche Pflichten des Influencers .....	428
8.1.2	Haftungsregelungen .....	430
8.1.3	Exklusivitätsvereinbarungen .....	430
<b>8.2</b>	<b>Was beinhaltet das Trennungsgebot? .....</b>	<b>430</b>
<b>8.3</b>	<b>Wann handelt es sich um Werbung, wann um Schleichwerbung? .....</b>	<b>433</b>
8.3.1	Fallbeispiel 1: Der Influencer bewirbt eigene Produkte .....	435
8.3.2	Fallbeispiel 2: Der Influencer kauft das Produkt selbst .....	437
8.3.3	Fallbeispiel 3: Der Influencer bekommt eine Gegenleistung .....	439
8.3.4	Fallbeispiel 4: Der Influencer testet ein Produkt .....	440
8.3.5	Fallbeispiel 5: Der Influencer bekommt Produkthilfe .....	443
<b>8.4</b>	<b>Wie können Produkte in Videos rechtssicher platziert werden? .....</b>	<b>445</b>
8.4.1	Rechtliche Rahmenbedingungen der Produktplatzierung .....	445
8.4.2	Produktplatzierungen in sozialen Netzwerken .....	449
8.4.3	Kombination der Produktplatzierung mit einem Affiliate-Link .....	450
<b>8.5</b>	<b>Wie können Beiträge richtig gekennzeichnet werden? .....</b>	<b>450</b>
8.5.1	Englische vs. deutsche Begriffe .....	451
8.5.2	Kennzeichnung mit deutschen Begriffen .....	453

8.5.3	Kennzeichnung von Produktplatzierungen .....	455
8.5.4	Platzierung des Kennzeichens .....	457
8.5.5	Kennzeichnungsmöglichkeit auf sozialen Plattformen .....	461
8.5.6	Konsequenzen bei fehlender Kennzeichnung .....	465
<b>8.6</b>	<b>Welche inhaltlichen Beschränkungen gelten für Influencer-Beiträge? ....</b>	466
<b>8.7</b>	<b>Trifft Influencer eine Impressumspflicht? .....</b>	467
8.7.1	Grundlage der Impressumspflicht .....	467
8.7.2	Inhalt der Impressumspflicht .....	468
8.7.3	Praktische Umsetzung der Impressumspflicht .....	469
<b>8.8</b>	<b>Checkliste Influencer-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	473

## **9 Content-Marketing** 475

---

<b>9.1</b>	<b>Wann ist Content-Marketing Schleichwerbung? .....</b>	479
9.1.1	Schleichwerbung .....	479
9.1.2	Haftung für Schleichwerbung .....	484
<b>9.2</b>	<b>Wie gestaltet man ein Corporate Blog rechtssicher? .....</b>	485
<b>9.3</b>	<b>Gekaufte Blogbeiträge: Hot or not? .....</b>	487
<b>9.4</b>	<b>Advertorial: Werbung oder Beitrag? .....</b>	490
<b>9.5</b>	<b>Native Advertising: Schleichwerbung in neuem Gewand? .....</b>	491
<b>9.6</b>	<b>Virales Marketing: Was ist zu beachten? .....</b>	494
9.6.1	Kennzeichnung von Werbung .....	495
9.6.2	Rechtskonforme Werbeanfragen: Ist die Einwilligung ein Muss? ....	495
<b>9.7</b>	<b>Wie können Sie sich vor Content-Diebstahl schützen? .....</b>	498
<b>9.8</b>	<b>Wie ist eine rechtskonforme Verbreitung des Contents über Social-Media-Kanäle möglich? .....</b>	501
9.8.1	Facebook .....	502
9.8.2	Google+ .....	503
9.8.3	XING .....	504
9.8.4	Twitter .....	505
9.8.5	YouTube .....	506
9.8.6	Instagram .....	506
9.8.7	Pinterest .....	508
<b>9.9</b>	<b>Checkliste Content-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	509

## **10 Gewinnspiel-Marketing**

---

511

<b>10.1 Was sind die Merkmale eines Gewinnspiels?</b> .....	513
<b>10.2 Wie sind Teilnahmebedingungen zu formulieren?</b> .....	515
10.2.1 Inhalt der Teilnahmebedingungen .....	515
10.2.2 Darstellung der Teilnahmebedingungen .....	516
<b>10.3 Wie kann das Gewinnspiel rechtssicher abgewickelt werden?</b> .....	519
10.3.1 Das Gewinnversprechen .....	519
10.3.2 Beschreibung des Gewinns .....	521
10.3.3 Veröffentlichung der Gewinner .....	523
10.3.4 Der Ausschluss des Rechtswegs .....	524
10.3.5 Gewinnspiele mit Minderjährigen .....	526
<b>10.4 Das Koppelungsverbot: Welche Kombinationen mit einem Gewinnspiel sind zulässig?</b> .....	530
10.4.1 Koppelung mit dem Absatz der Ware oder Dienstleistung .....	530
10.4.2 Koppelung mit dem Abonnieren eines E-Mail-Newsletters .....	532
10.4.3 Koppelung an »Gefällt mir« oder »Like« in sozialen Netzwerken .....	535
<b>10.5 Welche Besonderheiten gelten bei Gewinnspielen in sozialen Netzwerken?</b> .....	536
10.5.1 Beispiel 1: Facebook .....	537
10.5.2 Beispiel 2: Instagram .....	541
<b>10.6 Ist künftige Werbung auf Basis von Gewinnspieldaten zulässig?</b> .....	544
10.6.1 E-Mail- und Newsletter-Versand .....	544
10.6.2 Weitergabe der Daten an Dritte zu Werbezwecken .....	546
<b>10.7 Checkliste Gewinnspiel-Marketing: Alles beachtet?</b> .....	549

## **11 Werbeflächen im Internet**

---

551

<b>11.1 Wie können Werbebanner legal eingesetzt werden?</b> .....	552
11.1.1 Zulässigkeit von Werbebanner .....	554
11.1.2 Keine besondere Kennzeichnungspflicht als Werbung .....	554
<b>11.2 Welche Anforderungen bestehen an Pop-up-Advertising?</b> .....	555
11.2.1 Klassische Pop-ups .....	556
11.2.2 Exit-Pop-ups .....	557
11.2.3 Pop-under-Fenster .....	559

<b>11.3 Promoted Posts in sozialen Netzwerken: Zulässig? .....</b>	559
11.3.1 Funktionsweise und Vorteile der Promoted Posts von Facebook .....	560
11.3.2 Rechtliche Rahmenbedingungen zum Bewerben der Beiträge .....	562
<b>11.4 Ambush-Marketing: Fremde Kundendialoge als eigene Werbefläche? ....</b>	563
11.4.1 Rechtsverletzung gegenüber dem betroffenen Unternehmen .....	565
11.4.2 Rechtsverletzung gegenüber dem Nutzer .....	566
<b>11.5 Gekaufte Rankings in Bewertungsportalen: Hot or not? .....</b>	567
<b>11.6 Was muss bei Vorschaltwerbung beachtet werden? .....</b>	569
<b>11.7 Werbeflächen in Suchmaschinen: Wie kann Keyword-Advertising rechtskonform betrieben werden? .....</b>	571
11.7.1 Markennamen in Keywords .....	571
11.7.2 Kennzeichnungsanforderungen .....	573
<b>11.8 Wie schaltet man rechtssichere In-App-Werbung? .....</b>	574
<b>11.9 Wie können eigene Werbeinhalte geschützt werden? .....</b>	575
11.9.1 Schutz des Werbekonzepts .....	575
11.9.2 Schutz des Werbeslogans .....	576
11.9.3 Schutz von Werbetexten .....	579
11.9.4 Schutz von Videomaterial .....	580
<b>11.10 Werbeblocker: Fluch oder Segen? .....</b>	581
11.10.1 Generelle Zulässigkeit von Werbeblockern .....	582
11.10.2 Gegeninitiativen zu Werbeblockern .....	584
11.10.3 Zulässigkeit von Whitelists .....	586
<b>11.11 Checkliste Werbeflächen im Internet: Alles beachtet? .....</b>	588

## **12 Affiliate-Marketing**

---

<b>12.1 Ein sicherer Start: Mit wem schließt man einen Vertrag? .....</b>	591
12.1.1 Die Beteiligten des Vertrags .....	592
12.1.2 Der Vertrag mit dem Affiliate-Netzwerk als Dienstleister .....	595
12.1.3 Der Vertrag mit dem Affiliate-Netzwerk als Vermittler .....	597
<b>12.2 Was ist bei der Vertragsgestaltung zu beachten? .....</b>	599
12.2.1 Inhaltliche Vorgaben .....	599
12.2.2 Vergütung und Abrechnungsmethoden .....	601
12.2.3 Kündigungsrechte .....	603
12.2.4 Vertragsstrafenklauseln .....	604
12.2.5 Klauseln zur Freistellung von der Haftung .....	604

<b>12.3 Manipulationen durch den Affiliate: Drohen Konsequenzen? .....</b>	605
12.3.1 Eigenbuchungen .....	605
12.3.2 Cookie-Dropping .....	607
12.3.3 Klickbetrug .....	610
12.3.4 Konsequenzen vonseiten des Netzwerks .....	611
<b>12.4 Haftung: Ist der Advertiser für Rechtsverstöße des Affiliates verantwortlich? .....</b>	613
12.4.1 Grundsätzliche Regelung der Haftung .....	614
12.4.2 Haftung für verbotene Werbemaßnahmen .....	615
12.4.3 Prüfpflichten des Advertisers .....	617
12.4.4 Grenzen der Haftung .....	617
<b>12.5 Checkliste Affiliate-Marketing: Alles beachtet? .....</b>	618
<b>13 Webanalyse</b>	619
<hr/>	
<b>13.1 Wie lassen sich Webanalysetools rechtskonform einsetzen? .....</b>	621
13.1.1 Der rechtskonforme Umgang mit den IP-Adressen der Website-Besucher .....	622
13.1.2 Die Zulässigkeit von Webanalyse-Tools .....	626
13.1.3 Der Vertrag mit Google Analytics und Co. .....	627
13.1.4 Datenschutzerklärung .....	631
13.1.5 Widerspruch gegen die Verwendung von Analysetools .....	634
13.1.6 Löschen von Altdaten .....	637
<b>13.2 Online-Targeting, Retargeting und Remarketing: Ist es erlaubt, die Zielgruppe mittels Tracking-Technologien (wieder) zu finden? .....</b>	637
13.2.1 Der Einsatz von Cookies zu Tracking-Zwecken .....	641
13.2.2 Einwilligung in Cookies: Ja oder Nein? .....	642
13.2.3 Aggressive Tracking-Technologien .....	651
13.2.4 Rechtskonformität aggressiver Tracking-Methoden .....	654
<b>13.3 Big Data: Dürfen die ermittelten Datenmengen analysiert und verwendet werden? .....</b>	655
13.3.1 Vorteile von Big Data .....	656
13.3.2 Datenschutzrechtliche Problematik .....	657
13.3.3 Öffentlich zugängliche Informationen .....	660
13.3.4 Einwilligung der Betroffenen .....	661
<b>13.4 Ort der Datenspeicherung: Wo können Daten rechtmäßig gesichert werden? .....</b>	662
13.4.1 Speicherung beim Webanalyse-Unternehmen .....	662

13.4.2	Cloud Computing .....	667
13.4.3	Die Speicherung auf dem internen Server .....	672
<b>13.5</b>	<b>Checkliste Webanalyse: Alles beachtet? .....</b>	<b>674</b>

---

## **14 Suchmaschinenwerbung (SEA)**

---

<b>14.1</b>	<b>Wie sollte die Vertragsgestaltung erfolgen? .....</b>	<b>679</b>
<b>14.2</b>	<b>Dürfen fremde Marken beim Keyword-Advertising verwendet werden? .....</b>	<b>680</b>
14.2.1	Grundsätzliches zum Keyword-Advertising .....	680
14.2.2	Keyword-Optionen .....	685
<b>14.3</b>	<b>Welche Pflichtangaben bestehen in Werbeanzeigen? .....</b>	<b>688</b>
14.3.1	Gesetzliche Informationspflichten in Anzeigen .....	688
14.3.2	Preisangaben in Anzeigen .....	690
<b>14.4</b>	<b>Wie kann man irreführende Werbeanzeigen vermeiden? .....</b>	<b>692</b>
<b>14.5</b>	<b>Welche Haftungsaspekte sind zu beachten? .....</b>	<b>694</b>
14.5.1	Die Haftung des SEA-Dienstleisters .....	694
14.5.2	Die Haftung des Suchmaschinenbetreibers für seine Anzeigen .....	696
14.5.3	Die Haftung der Plattformbetreiber für Anzeigen ihrer Kunden .....	697
<b>14.6</b>	<b>Checkliste SEA: Alles beachtet? .....</b>	<b>699</b>

---

## **15 Suchmaschinenoptimierung (SEO)**

---

<b>15.1</b>	<b>Wie erfolgt die vertragliche Gestaltung der SEO? .....</b>	<b>704</b>
<b>15.2</b>	<b>Ist der SEO-Vertrag ein Werkvertrag oder ein Dienstvertrag? .....</b>	<b>704</b>
<b>15.3</b>	<b>Woraus besteht ein SEO-Vertrag? .....</b>	<b>707</b>
15.3.1	Die Hauptleistungspflichten .....	708
15.3.2	Ausschluss von Spam-Methoden und Einhaltung der Google-Richtlinien .....	709
15.3.3	Vertragsdauer .....	711
15.3.4	Haftungsbeschränkungen .....	711
15.3.5	Kündigungsrechte .....	713
15.3.6	Datenschutzerklärung .....	716
15.3.7	Exklusivitäts- und Geheimhaltungsvereinbarungen .....	716
15.3.8	Die Form des Vertrags .....	717

<b>15.4 Was gilt im Hinblick auf das Urheberrecht an suchmaschinen-optimierten Inhalten? .....</b>	718
15.4.1 Der Schutz des Urheberrechts .....	718
15.4.2 Urheberrecht an suchmaschinenoptimierten Inhalten .....	718
15.4.3 Urheberrecht an Dritt-Content .....	719
15.4.4 Die rechtssichere Verwendung fremder Inhalte .....	720
<b>15.5 Wann ist die Verwendung fremder Kennzeichen und Marken markenrechtlich zulässig – und wann nicht? .....</b>	723
15.5.1 Der Schutz des Markenrechts .....	724
15.5.2 Die On-Page-Optimierung .....	725
15.5.3 Versteckte Nutzung des Markennamens .....	726
15.5.4 Nutzung eines fremden Markennamens bei Google Ads .....	727
<b>15.6 Spam-Links, Cloaking, Doorway-Pages, Backlinks und Co.: Was ist wettbewerbsrechtlich unlauter? .....</b>	729
15.6.1 Der Schutz des Wettbewerbsrechts .....	730
15.6.2 Verletzung gesetzlicher Informationspflichten .....	731
15.6.3 Wettbewerbernamen im Hidden Text .....	732
15.6.4 Negativ-SEO .....	732
15.6.5 Cloaking .....	734
15.6.6 Doorway Pages .....	735
15.6.7 Link-Tauschprogramme .....	736
<b>15.7 Wie funktioniert eine datenschutzkonforme Webanalyse mit »Google Analytics«? .....</b>	738
<b>15.8 Welche rechtliche Relevanz haben die Google-Richtlinien? .....</b>	742
<b>15.9 Haftung: Wer haftet wann und wofür? .....</b>	744
<b>15.10 Checkliste SEO: Alles beachtet? .....</b>	747

---

## **16 Der Onlineshop**

749

<b>16.1 Die Basis des Online-Handels: Was ist beim Vertragsschluss im Internet zu beachten? .....</b>	751
16.1.1 Die Vertragsart: Ein Kaufvertrag .....	751
16.1.2 Die Trennung des Kundenkreises .....	751
16.1.3 Der Vertragsschluss in der rechtlichen Theorie .....	754
16.1.4 Der Vertragsschlussmechanismus in der Praxis des Internets .....	760
16.1.5 Die Bestandteile des Vertrags .....	763

<b>16.2 Wie formuliert man Allgemeine Geschäftsbedingungen richtig? .....</b>	776
16.2.1 Grundvoraussetzung: Klausel ist Vertragsbestandteil .....	776
16.2.2 Unwirksame Klauseln .....	778
16.2.3 Praktische Details der AGB-Gestaltung .....	782
<b>16.3 Welche Anforderungen werden an die Datenschutzerklärung gestellt? .....</b>	783
16.3.1 Sinn und Zweck .....	784
16.3.2 Erfordernis einer Datenschutzerklärung .....	785
16.3.3 Inhalt der Datenschutzerklärung .....	785
16.3.4 Platzierung und Übermittlung der Datenschutzerklärung .....	787
<b>16.4 Müssen Online-Händler ein Verarbeitungsverzeichnis führen? .....</b>	789
16.4.1 Sind sie zur Erstellung eines Verarbeitungsverzeichnisses verpflichtet? .....	790
16.4.2 Inhalt des Verarbeitungsverzeichnisses .....	791
16.4.3 Erstellung eines Verarbeitungsverzeichnisses .....	792
<b>16.5 Wie stellt man eine rechtskonforme Abwicklung des Online-Geschäfts sicher? .....</b>	796
16.5.1 Der Bestellvorgang .....	796
16.5.2 Die Abwicklung der Bestellung .....	802
16.5.3 Konsequenzen bei Mängeln an der Ware .....	802
<b>16.6 Rechtskonforme Rückabwicklung des Online-Geschäfts: Rücktritt oder Widerruf? .....</b>	804
16.6.1 Der Rücktritt .....	805
16.6.2 Widerruf .....	806
16.6.3 Die Rückabwicklung in der Praxis .....	809
<b>16.7 Bedeutet ein grenzüberschreitender Onlineshop grenzüberschreitende rechtliche Probleme? .....</b>	812
16.7.1 Absatzmarkt .....	812
16.7.2 Anpassung an den Absatzmarkt .....	812
<b>16.8 Checkliste Onlineshop: Alles beachtet? .....</b>	816

---

## **17 Die Website**

<b>17.1 Wie erfolgt die Vergabe und Registrierung der Domain? .....</b>	818
17.1.1 Die Vergabe der Domain .....	818
17.1.2 Die Registrierung der Domain .....	821

<b>17.2 Die Wahl des Domainnamens – ein juristisches Schlachtfeld? .....</b>	824
17.2.1 Der Domainname und das Markenrecht .....	824
17.2.2 Der Domainname und Unternehmenskennzeichen .....	826
17.2.3 Der Domainname und das Namensrecht .....	830
17.2.4 Der Domainname und das Wettbewerbsrecht: Tippfehler-Domain .....	833
17.2.5 Schutz vor virtuellem Diebstahl: Domain-Grabbing .....	834
<b>17.3 Was ist bei der Verwendung von Bildern, Tönen, Texten und dergleichen auf der Website zu beachten? .....</b>	837
17.3.1 Fotos von Privatpersonen und Prominenten .....	839
17.3.2 Bilder aus Suchmaschinen .....	847
17.3.3 Stockfotos .....	853
17.3.4 Gemälde, Kunstwerke, Grafiken .....	857
17.3.5 ClipArts und sonstige Bilder .....	859
17.3.6 Musik .....	860
17.3.7 Texte und Zitate .....	862
<b>17.4 Die Datenschutzerklärung: Was gilt es zu beachten? .....</b>	864
<b>17.5 Die Datenschutz-Folgenabschätzung: Auch für Websites? .....</b>	872
17.5.1 Pflicht zur Durchführung einer Datenschutz-Folgenabschätzung ....	872
17.5.2 Inhalt und Durchführung der Datenschutz-Folgenabschätzung ....	876
<b>17.6 Hackerangriffe und Datenpannen: Was muss man melden und wer muss informiert werden? .....</b>	877
17.6.1 Was müssen Sie im Falle einer Datenpanne veranlassen? .....	877
17.6.2 Welchen Inhalt muss die Meldung haben? .....	878
<b>17.7 Die Impressumspflicht: Was gehört alles rein? .....</b>	879
17.7.1 Impressum bei journalistisch-redaktionell gestalteten Websites ....	880
17.7.2 Baustellenseiten .....	882
17.7.3 Fälschlicherweise veröffentlichte Webseiten .....	883
<b>17.8 Haftungsfallen: Wer haftet wann und wofür? .....</b>	884
17.8.1 Haftung des Inhabers der Domain .....	884
17.8.2 Die Haftung des Admin-C .....	888
17.8.3 Haftung des Registrars .....	890
<b>17.9 Checkliste Website: Alles beachtet? .....</b>	891

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

893

---

<b>18.1 Die Zuziehung eines Rechtsbeistands – unverzichtbar?</b> .....	894
18.1.1 Der Rechtsbeistand zu Beratungszwecken .....	894
18.1.2 Der Rechtsbeistand im außergerichtlichen Verfahren .....	896
18.1.3 Der Rechtsbeistand im gerichtlichen Verfahren .....	898
<b>18.2 Welche Ansprüche kann ich geltend machen, wenn das Online-Marketing eines Dritten meine Rechte verletzt?</b> .....	899
18.2.1 Auskunftsansprüche .....	900
18.2.2 Beseitigungsansprüche .....	901
18.2.3 Unterlassungsansprüche .....	901
18.2.4 Schadensersatzansprüche .....	902
<b>18.3 Wie kann ich diese Ansprüche in der Praxis geltend machen?</b> .....	906
18.3.1 Vorbereitung des Verfahrens .....	906
18.3.2 Das außergerichtliche Verfahren: Die Abmahnung .....	907
18.3.3 Das gerichtliche Eilverfahren: Einstweilige Verfügung .....	911
18.3.4 Das gerichtliche Verfahren: Klage .....	914
<b>18.4 Wie kann ich mich verteidigen, wenn ein Dritter mir vorwirft, mein Online-Marketing verletze ihn in seinen Rechten?</b> .....	916
18.4.1 Reaktionsmöglichkeiten auf eine Abmahnung .....	916
18.4.2 Reaktionsmöglichkeiten auf eine einstweilige Verfügung .....	922
18.4.3 Reaktionsmöglichkeiten auf eine Klage .....	927

## **19 Mustertexte**

935

---

<b>19.1 Impressum</b> .....	935
<b>19.2 Muster-Einwilligungserklärung in die Zusendung von Werbung per E-Mail</b> .....	937
19.2.1 Einwilligung in den Erhalt eines Newsletters .....	937
19.2.2 Einwilligung in Erhalt eines Newsletters mittels eines Newsletter-Dienstleisters .....	937
19.2.3 Einwilligung für weitere werbliche E-Mails .....	938
19.2.4 Einwilligung zu Bonitätsprüfungen .....	938
<b>19.3 Social Media Guidelines</b> .....	939
<b>19.4 Gewinnspielbedingungen</b> .....	942
<b>19.5 Widerrufsbelehrung für einen Onlineshop</b> .....	946

<b>19.6 Allgemeine Geschäftsbedingungen für einen Onlineshop .....</b>	948
<b>19.7 Muster für Datenschutzerklärungen .....</b>	952
19.7.1 Checkliste zur Datenschutzerklärung für Website und Onlineshop .....	954
19.7.2 Datenschutzerklärung für die Website .....	956
19.7.3 Erweiterte Datenschutzerklärung für den Einsatz von »Google Web Fonts« .....	972
19.7.4 Erweiterte Datenschutzerklärung für den Einsatz von »Google Tag Manager« .....	973
19.7.5 Erweiterte Datenschutzerklärung für den Einsatz des Newsletter-Dienstleisters MailChimp .....	976
19.7.6 Erweiterte Datenschutzerklärung für den Onlineshop .....	981
19.7.7 Datenschutzerklärung für Beschäftigte .....	985
<b>19.8 Muster eines Verarbeitungsverzeichnisses für Verantwortliche .....</b>	998
<b>19.9 Muster eines Vertrags zur Auftragsverarbeitung .....</b>	1006
<b>19.10 Aufbau eines Datenschutzkonzepts .....</b>	1013
<b>19.11 Leitfaden zur Erstellung eines Datensicherheitskonzepts .....</b>	1018
<b>20 Fazit und Ausblick</b>	1023
<hr/>	
<b>Index .....</b>	1029