
HÄRTING

SEA + SEO + SMM + RECHT

Dr. Martin Schirmbacher | Berlin, 16. März 2013

im Rahmen der SEO Campixx 2013

THE NEXT LEVEL
SEO CAMPIXX
ZWEITAUSENDUNDREIZEHN
NOTHINBERLIN

@mschirmbacher

IM ANGEBOT...

- 1. SEA & Recht
 - *Brandbidding*
 - *Inhalte der Anzeigen*
- 2. SEO & Recht
 - *Gekaufte Links*
 - *Interne Suchmaschinen*
 - *Andere SEO-Maßnahmen*
 - *Copyright*
- 3. Social Media und Recht
- 4. Verträge zwischen Kunde und Agentur



1. SEA & Recht

BRANDBIDDING

Google

Web Bilder Maps Shopping Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 2.960.000 Ergebnisse (0,33 Sekunden)

Anzeige zu **trustedshops** ⓘ

Trust in Händlerbund
www.haendlerbund.de/Abmahnschutz
Ihre Experten im Online-Recht. Vertrauen Sie dem Händlerbund!
227 Personen geben +1 für oder folgen Händlerbund e.V

Trusted Shops Gütesiegel mit Käuferschutz für Online-Shops.
www.trustedshops.de/
Trusted Shops ist das führende Gütesiegel für Online-Shops in Europa mit Preisvergleich und Käuferschutz für Verbraucher.

Für Shopbetreiber Mit Trusted Shops Gütesiegel und Bewertungssystem für Online ...	Sichere Shops finden Trusted Shops Gütesiegel mit Käuferschutz für Online-Shops ...
Käuferschutz Beim Classic-Modell wird der Käuferschutz nach der ...	Unternehmen Lernen Sie Europas Marktführer kennen - Alles über das ...
Bewertungen Machen Sie mit: Kundenmeinungen sind eine ...	Kontakt Manchmal läuft nicht alles rund. Das Paket kommt nicht an, der ...

[Weitere Ergebnisse von trustedshops.de »](#)

Trusted Shops – Wikipedia
de.wikipedia.org/wiki/Trusted_Shops
Trusted Shops ist ein 1999 gegründetes Unternehmen zur Zertifizierung von Online-Shops. Mit der Verleihung des Gütesiegels von **Trusted Shops** soll ...

BRANDBIDDING

- EuGH vom 23.3.2010 (Louis Vuitton): kryptische Entscheidung: muss der Nutzer zwischen dem Werbenden und dem Markeninhaber einen wirtschaftlichen Zusammenhang vermuten, liegt Markenverletzung vor

"aus der Anzeige für einen normal informierten und angemessen aufmerksamen Internetnutzer nicht oder nur schwer zu erkennen ist, ob die in der Anzeige beworbenen Waren oder Dienstleistungen von dem Inhaber der Marke ... oder vielmehr von einem Dritten stammen."

BRANDBIDDING – MARKENNUTZUNG IN ADWORDS

- EuGH vom 23.3.2010 (Louis Vuitton): kryptische Entscheidung: muss der Nutzer zwischen dem Werbenden und dem Markeninhaber einen wirtschaftlichen Zusammenhang vermuten, liegt Markenverletzung vor
- BGH vom 13.1.2011 (Bananabay II): grundsätzlich keine Markenverletzung
- EuGH vom 22.9.2011: weitere Präzisierungen

BRANDBIDDING

The screenshot shows a Google search for "Most Pralinen". The search bar contains the text "Most Pralinen" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are tabs for "Web", "Images", "Maps", "Shopping", "More", and "Search tools". The "Web" tab is selected. The search results show "About 826,000 results (0.31 seconds)".

Ad related to Most Pralinen

Pralinen von Dallmayr - dallmayr-versand.de
www.dallmayr-versand.de/Pralinen
Große Auswahl an exquisiten **Pralinen** jetzt bequem online bestellen!

- Neueste Kreationen
- Schokoladen
- Dallmayr Kaffee
- Delikatessen & Feinkost

Most Schokolade
www.most-schokolade.de/ - Translate this page
Weihnachten mit **MOST** Chocolat. Splendin **Praliné** Samt Schatulle. 850g feinste Pralinés zum Genießen und Verschenken. "Padischah" Mini Trüffel. 75g, Eine ...

BGH zu Google-Adwords: Keine Markenverletzungen bei Broad Match
www.online-marketing-recht.de/.../bgh-zu-google-... - Translate this page
Dec 14, 2012 – Dies führte zu der Auslieferung einer Anzeige für den Online-Shop der Beklagten, wenn Nutzer nach **Most Pralinen** suchten. Die Anzeige ...

Schokolade & Kakao: Most - Germany
www.theobroma-cacao.de/schoko-guide/.../most/ - Translate this page
Die Marke **Most** wurde 1859 von Bernahrd **Most** gegründet, der in Halle an der Saale als 23jähriger ein Geschäft für Lebkuchen eröffnete. Ab 1923 stellt **Most** ...

Ads

Pralinen selbst machen
www.for-me-online.de/Pralinen
Viele Rezepte für Ihren **Pralinen**-Traum finden Sie gratis hier!

Most Pralinen
most-pralinen.kaufen.com/
Most Pralinen Reduziert?
Suchen Sie in über 25.000+ Shops...

Pralinen - Amazon.de
www.amazon.de/pralinen
Niedrige Preise, Riesen-Auswahl.
Kostenlose Lieferung ab € 20

Feine Pralinen bestellen
www.le-chocolat.de/
Beste Qualität, große Auswahl, von kleinen Manufakturen.

BRANDBIDDING - ENDLICH KLARHEIT

- EuGH vom 23.3.2010 (Louis Vuitton): kryptische Entscheidung: muss der Nutzer zwischen dem Werbenden und dem Markeninhaber einen wirtschaftlichen Zusammenhang vermuten, liegt Markenverletzung vor
- BGH vom 13.1.2011 (Bananabay II): grundsätzlich keine Markenverletzung
- EuGH vom 22.9.2011: weitere Präzisierungen
- BGH vom 13.12.2012 (Most-Pralinen): Stärkung der vorherigen Rechtsprechung; keine Markenverletzung wenn Anzeige im getrennten Werbeblock erscheint und keine Hinweise auf ursprüngliche Marke oder Produkte enthält

BRANDBIDDING - WAS HEISST DAS KONKRET?

- Allein die Buchung einer fremden Marke als Keyword genügt für eine Markenverletzung nicht.
- Wer unter Verwendung fremder Marken werben möchte, sollte
 - *nicht den Eindruck vermitteln, es würde für Produkte des Markeninhabers geworben*
 - *eine Gestaltung der Anzeige vermeiden, die einen Zusammenhang zwischen den eigenen Produkten und dem eingegebenen Keyword suggeriert*
 - *die Marke des Wettbewerbers im Anzeigentext selbst nicht verwenden*
 - *seine eigene Marke im Anzeigentext möglichst prominent herausstellen*

BRANDBIDDING – AUSNAHMEN

- Achtung!
 - *Ausnahmen sind denkbar, Grenzen fließend*
 - *andere Länder, andere Sitten (z.B. .at, .fr)*
 - *keine Verwendung fremder Marken in der Anzeige*
 - *wettbewerbsrechtliche Beschränkungen,*
 - Buchung von Domain-Namen
 - AdCopy-Praktiken

ADWORDS – GESTALTUNG DER ANZEIGE

- Preisangaben
 - *Wenn mit Preisen geworben wird, müssen die Vorgaben der PAngV beachtet werden*
 - *LG FFM vom 4.3.2011 - wird in einer AdWords-Anzeige eine kostenpflichtige Hotline beworben, müssen auch die Mobilfunkpreise genannt werden*
- Angabe von Lieferfristen
 - *BGH vom 12.5.2011 - die Angabe einer Lieferfrist in einer Adwords-Anzeige kann durch erläuternde Hinweise auf der Landingpage konkretisiert werden*

ADWORDS – GESTALTUNG DER ANZEIGE

- Keine Beleidigungen
 - *OLG Dresden vom 8.2.2011 – Zusammenhang zwischen abstrakten Beleidigungen und AdWords-Buchungen*
- AdWords-Extensions
 - *Direkteingabe von E-Mail-Adressen für Newsletterabonnement*
 - Dennoch Double-Opt-in durchführen
 - Datenschutzerklärung in Check-Mail integrieren



2. SEO & Recht

PROBLEM: GEKAUFTE LINKS

- Problem: Verbot der Schleichwerbung = Gebot zur Trennung von redaktionellen von werbenden Inhalten
- Klarer Verstoß: gekaufte Blogbeiträge
- Auch UWG-Verstoß: Linkkauf in redaktionellem Umfeld
 - *§ 6 TMG: kommerzielle Kommunikation ist zu kennzeichnen*
 - *§ 4 Nr. 3 UWG: Verbot der Verschleierung des Werbecharakters von geschäftlichen Handlungen*
 - *Verstoß gegen Google-Richtlinien*
- Unbedenklich: Kauf von gekennzeichneten Links (Werbung)
- Hauptthema: (Wie) sage ich es meinem Kunden?

INTERNE SUCHMASCHINEN

- BGH zu Powerball (Az. I ZR 51/08 vom 4.2.2010)
- Integration einer internen Suchmaschine in einen Shop, die auch Ergebnisse für Artikel ausgab, die nicht geführt wurden (Power Ball vs. RotaDyn Fitnessball)
- „Power Ball“ fand sich auf der Produktergebnisseite, die auf Platz 2 rankte...
- BGH: Markenverletzung!

RECHTLICHE PROBLEME IN METATAGS / SNIPPETS?

- Gattungsbegriffe in Metatags
 - *grundsätzlich zulässig*
- Fremde Marken als Metatags
 - *BGH v. 18.5.2006 → fremde Marken in Metatags sind Markenverletzung (Impuls)*
- Fremde Namen als Metatags
 - *als Namensanmaßung grundsätzlich unzulässig*
- Verwendung fremder Marken in Snippets kann
 - *im Ausnahmefall Markenverstoß ausschließen (OLG Frankfurt v. 3.3.2009)*
 - *Irreführung begründen*

VON DOORWAYPAGES ZU CLOAKING – IRREFÜHRUNG?

- Verstoß gegen Google-Richtlinien
- Frage der Irreführung
 - *bei Doorwaypages wohl nein, weil organische Suche nicht zuverlässig ist*
 - *beim Cloaking schon eher, aber, getäuscht wird wohl nur die (Such-)Maschine*
 - aber Vorsicht: Gerichte neigen zur Pauschalierung
 - unzulässige Markenbenutzung ist Verstoß gegen MarkenG
- unzulässige Namensnutzung kann Verstoß gegen Namensrecht oder Wettbewerbsrecht sein

SCHUTZ VON SEO-TEXTEN DURCH DAS URHEBERRECHT?

- Schutz von schöpferischen Werken
- Fotos/Bilder stets geschützt
 - *OLG Jena v. 27.2.2008: sogar Thumbnails*
- Schutz des Quellcodes?
 - *OLG Rostock v. 27.6.2007: Gestaltung der Website kann Schutz zukommen, wenn Schöpfungshöhe erreicht ist*
 - *LG Köln v. 12.8.2009: suchmaschinenoptimierte Texte können Schutz genießen*
- unklar, welche der Optimierungsmaßnahmen gem. § 2 Abs. 1 UrhG urheberrechtsschutzfähig sind

3. Social Media und Recht

RECHTLICHE ASPEKTE BEI SOCIAL MEDIA

- ... in fremden Händen
- Inhalt und Gestaltung von Social Media Sites
- Impressum
- Gewinnspiele in Social Media
- Werbenachrichten setzen Einwilligung voraus
- User Generated Content
- Fake-Bewertungen
- Fan- oder Follower-Kauf
- Social Media und Arbeitsrecht
- Datenschutz: Social Plug-Ins im Shop

FAKE BEWERTUNGEN? – LASST ES BLEIBEN...

- Positive Selbstbeweihräucherung
 - *Fake-Bewertungen sind rechtswidrig und sollte man besser lassen*
- Konkurrentenschelke
 - *schlechte Bewertung der Konkurrenz ist rechtswidrig*
- Abwehr negativer Bewertungen
 - *Rechtlich kann gegen negative Kommentare oder Bewertungen nur vorgegangen werden, wenn es sich um Schmähkritik handelt oder falsche Tatsachen behauptet werden.*

RECHTSPROBLEME BEI SOCIAL PLUG-INS

● Like-Button

- *Problem: Erhebung von IP-Adressen von Mitgliedern und anderen*
- *Erhebung durch die Website-Betreiber?*
- *Lösung durch Modifizierung der Datenschutzerklärung?*
- *Zwei Klicks = Eine Lösung?*

20.02.2012 08:55

« Vorige | Nächste »

Richter beschlagnahmt Facebook-Account

vorlesen / MP3-Download

Der Prozess ist eigentlich wenig spektakulär. Angeklagt ist ein 20-jähriger Kumpel den entscheidenden Tipp für einen Einbruch gegeben hat. Und doch könnte gerade dieses ziemlich alltägliche Verfahren vor dem Amtsgericht Geschichte schreiben. Denn um den Angeklagten zu überzeugen, dass der Richter den Facebook-Account des 20-Jährigen beschlagnahmt hat, gab es in dieser Form wohl noch nie in einem deutschen Prozess. Ob es der Richter wirklich schafft, an die Facebook-Daten heranzukommen, ist noch unklar. Aber sollte er Erfolg haben, könnte das soziale Netzwerk sehr vielen Prozessen als Beweismittel eine Rolle spielen.

Zwar spielt Facebook bei zahlreichen Ermittlungen schon jetzt eine Rolle. So hat Martin Schirnbacher, Berliner Fachanwalt für Informationstechnologie, festgestellt, dass die Ermittler meist nur die öffentlich zugängliche Pinnwand einsehen können. Wenn sich Facebook-Nutzer untereinander Nachrichten schicken, bleiben diese vor den Augen der Strafverfolger verborgen.

Der Prozess wird am kommenden Donnerstag fortgesetzt. Zum Rückgang nach Irland wird es nach Angaben des Gerichts bis dahin aber noch keine weiteren Informationen geben. (dpa) / (mho)



↓ 1. Klick: aktivieren



↓ 2. Klick: empfehlen



2 Klicks für mehr Datenschutz: Erst wenn Sie hier klicken, wird der Button aktiv und Sie können Ihre Empfehlung an Facebook senden. Schon beim Aktivieren werden Daten an Dritte übertragen – siehe i.

Twitter abonnieren

Zwei-Klick-Lösung



4. Vertragsgestaltung zwischen Agentur und Kunde

VERTRÄGE ZWISCHEN SEO-AGENTUR UND KUNDE

- Wer schließt schriftliche Verträge mit den Kunden?
- AGB vs. Individualvertrag - Warum der Unterschied wichtig ist...
- Entscheidend ist die Leistungsbeschreibung...
 - *Einhaltung der Google-Richtlinien*
 - *Vereinbarung über zulässige SEO-Methoden*
 - *Content-Lieferung?*
 - *Mangelhafte Leistung verpflichtet zu Schadensersatz*
- Was ist mangelhafte SEO-Leistung?
 - *Erfolgloses SEO*
 - *Verstoß gegen rechtliche Vorschriften*
 - *Verstoß gegen Google-Richtlinien*
- Schadensersatzanspruch des Kunden
 - *bei Abmahnung wegen rechtswidriger Werbung*
 - *bei Abstrafung durch Google*

VERTRÄGE ZWISCHEN SEO-AGENTUR UND KUNDE

- Mindestvertragsinhalt
 - *Leistungsbeschreibung*
 - *Vergütung und Zahlungsbedingungen*
 - *Nebenpflichten des Kunden*
 - *Vertragslaufzeit und Kündigung*
 - *Gewährleistung und Haftung*
- Vergütungsmodelle in SEO-Verträgen
 - *Pauschal: Leistungsumfang und Kündigungsregeln*
 - *Aufwandsbezogen: Modus der Einzelauftragserteilung, Leistungsumfang*
 - *Erfolgsbezogen: Definition des Erfolges, Reporting, Einsichtsrechte, Verpflichtung zum effektiven Betrieb der Zielseiten*

HÄRTING

Dr. Martin Schirmbacher

Fachanwalt für IT-Recht

<http://twitter.com/mschirmbacher>

www.online-marketing-recht.de



HÄRTING Rechtsanwälte | www.haerting.de

Chausseestraße 13, 10115 Berlin / Tel. +49 30 28 30 57 40 / Fax. +49 30 28 30 57 44