



Martin
Schirnbacher

2. Auflage

Online-Marketing- und Social-Media-Recht

Das umfassende Praxis-Handbuch
für alle rechtlichen Fragen im Marketing

Inhaltsverzeichnis

	Einleitung	17
1	Hauptfehler im Online-Marketing	23
1.1	Die Unternehmenswebsite (Kapitel 2)	23
1.2	Social Media Marketing (Kapitel 3)	25
1.3	Website-Inhalte und Content Marketing (Kapitel 4)	27
1.4	Online-Shop (Kapitel 5)	28
1.5	Web-Analyse (Kapitel 6)	33
1.6	Werbung auf anderen Websites (Kapitel 7)	34
1.7	Suchmaschinen-Werbung (Kapitel 8)	36
1.8	Affiliate-Marketing (Kapitel 9)	38
1.9	E-Mail-Werbung (Kapitel 10)	38
1.10	Verträge zwischen Dienstleistern und Kunden (Kapitel 11)	41
1.11	Hauptfehler bei der Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen (Kapitel 12)	43
2	Die Unternehmenswebsite	45
2.1	Design der Website	45
2.2	Impressum	47
2.2.1	Wen trifft die Impressumspflicht?	47
2.2.2	Bezeichnung des Impressums	51
2.2.3	Platzierung / Auffindbarkeit	52
2.2.4	Inhalt des Impressums	54
2.3	Disclaimer	61
2.3.1	Das Landgericht Hamburg hat entschieden	62
2.3.2	Hinweis zur Abgrenzung fremder von eigenen Inhalten	64
2.3.3	Hinweis auf Lieferbeschränkungen	64
2.3.4	Urhebervermerk	64
2.4	Domain der Website	65
2.4.1	Aufbau und Vergabe von Domains	65
2.4.2	Vertragliche Konstellation bei der Domain-Registrierung	68
2.4.3	Domain-Grabbing	69
2.4.4	Marken und Namen	71
2.4.5	Irreführende Domain-Namen	80
2.4.6	»Unsere« Domain gehört jemand anderem – was tun?	81
2.5	Nutzungsbedingungen für Unternehmenswebsites	86
2.5.1	Sinn und Unsinn von Nutzungsbedingungen auf Websites	86

2.5.2	Ausgestaltung von Nutzungsbedingungen	87
2.5.3	Geltung der Nutzungsbedingungen	89
2.6	Datenschutzerklärung	90
2.6.1	Datenschutzerklärung vs. Einwilligung	91
2.6.2	Inhalt einer Datenschutzerklärung	93
2.6.3	Form der Datenschutzerklärung	94
2.6.4	Widerspruchsmöglichkeit	96
2.7	Einbindung von Werbung	96
2.8	Website-Relaunch	99
3	Social Media Marketing	105
3.1	Grundlagen	105
3.1.1	Verantwortlichkeit für den Auftritt	106
3.1.2	Es gilt deutsches Recht	107
3.1.3	Verhältnis zur Plattform / Investitionsschutz	112
3.1.4	Nutzungsbedingungen	113
3.2	Account-Name	116
3.2.1	Wahl des Account-Namens	117
3.2.2	ID-Grabbing	121
3.3	Impressum in Social Media	125
3.3.1	Impressumspflicht	125
3.3.2	Platzierung des Impressums	128
3.4	Gewinnspiele	133
3.4.1	Gewinnspiele und Glücksspiele	134
3.4.2	Rechtsrahmen von Gewinnspielen	135
3.4.3	Teilnahmebedingungen	139
3.4.4	Datenschutz	142
3.4.5	Besonderheiten bei Facebook	144
3.4.6	Besonderheiten in anderen sozialen Netzwerken	146
3.5	Schleichwerbung in Social Media	147
3.5.1	Falsche Fans	147
3.5.2	Gekaufte Bewertungen	149
3.5.3	Verkaufte Posts	151
3.5.4	Einsatz von Testimonials	153
3.6	Preisangaben in Social Media	156
3.7	User Generated Content in sozialen Netzwerken	157
3.7.1	Umgang mit User-Kommentaren	158
3.7.2	Urheberverletzungen durch Nutzer-Content	161
3.7.3	Community-Regeln	162
3.7.4	Besonderheiten bei Unternehmens-Blogs	164
3.8	Direktnachrichten	166
3.9	Werbeanzeigen auf Social-Media-Plattformen	167

3.10	Like-Button und Social-Plug-ins auf der Unternehmenswebsite	171
3.11	Social Media Guidelines	174
3.12	Betreuung von Social-Media-Kanälen durch Agenturen	177
3.13	Social Media Monitoring und CRM-Systeme	178
3.13.1	Datenschutzrechtliche Themen	178
3.13.2	Urheberrechtliche Probleme	179
3.13.3	Verbindung mit CRM-Tools	180
3.14	Verkauf von Blogs und Social-Media-Präsenzen	180
3.14.1	Verkauf eines Blogs.	180
3.14.2	Übertragung von Profilen auf Facebook und Twitter.	181
4	Website-Inhalte und Content Marketing	183
4.1	Texte	183
4.2	Fotos	186
4.2.1	Urheberschutz an Fotos	186
4.2.2	Verwendung von Fotos auf der Unternehmenswebsite	187
4.2.3	Abgebildete Personen	194
4.2.4	Fotos von Firmenevents	199
4.3	Zeichnungen, Grafiken und Stadtpläne.	200
4.4	Musik, Podcasts und Videos	202
4.5	Games.	203
4.6	Links und Frames	204
4.6.1	Links – Verweisungen auf andere Seiten	204
4.6.2	Inline-Frames und Streams	207
4.7	Haftungsfragen	211
4.7.1	Eigene und fremde Inhalte.	212
4.7.2	Gekaufter Content.	217
4.7.3	User Generated Content und Foren	218
4.8	Dynamischer Content	226
4.9	Exkurs: Verwendung von ® und ©.	228
4.10	Content Marketing.	228
4.11	Geklauter Content – was kann man tun?	232
5	Online-Shop	235
5.1	Widerrufsrecht	235
5.1.1	Fernabsatzvertrag zwischen Unternehmer und Verbraucher	235
5.1.2	Ausnahmen vom Fernabsatzrecht	238
5.1.3	Einräumung eines Widerrufsrechts.	239
5.1.4	Widerrufsfrist	249
5.1.5	Inhalt der Widerrufsbelehrung	252
5.1.6	Folgen des Widerrufs	256
5.2	Welche Informationen müssen erteilt werden?	262
5.2.1	Wesentliche Merkmale des Produkts	263

5.2.2	Name und Anschrift des Unternehmens	264
5.2.3	Kommunikationsmöglichkeiten	264
5.2.4	Preisangaben	265
5.2.5	Versandkosten und sonstige Kosten	266
5.2.6	Zahlungsmittel, Zahlungs- und Leistungsbedingungen	267
5.2.7	Lieferbeschränkungen, Lieferbedingungen und Liefertermin	269
5.2.8	Gewährleistungsrecht- und Garantien	270
5.2.9	Kundendienst	271
5.2.10	Verhaltenskodizes	272
5.2.11	Mindestlaufzeit des Vertrages und Kündigungsbedingungen bei Dauerschuldverhältnissen	272
5.2.12	Besonderheiten bei digitalen Inhalten	273
5.2.13	Umgang mit Beschwerden, Streitbeilegung	274
5.2.14	Belehrung über das Widerrufsrecht	275
5.2.15	Zustandekommen des Vertrages	275
5.2.16	Speicherung und Zugänglichkeit des Vertragstextes	276
5.2.17	Sprachen	277
5.2.18	Sonderangebote	278
5.2.19	Übermittlung der AGB	279
5.3	Wie und wann muss die Information erbracht werden?	279
5.3.1	Vorvertragliche Informationen	280
5.3.2	Erleichterte Informationspflichten bei begrenzter Darstellungsmöglichkeit	282
5.3.3	Nachvertragliche Informationen	284
5.4	Gestaltung des Check-outs im Online-Shop	284
5.4.1	Produktpräsentation im Warenkorb	284
5.4.2	Button und Vertragsschluss	286
5.4.3	Zusätzliche Leistungen	290
5.4.4	Eingangsbestätigung	291
5.5	Preisangaben	293
5.5.1	Wann besteht eine Pflicht zur Preisangabe?	293
5.5.2	Pflicht zur Gesamtpreisangabe	294
5.5.3	Angabe von Versandkosten	294
5.5.4	Angabe von Grundpreisen	296
5.5.5	Währung	296
5.5.6	Kostenpflichtige Rufnummern	297
5.5.7	Preisvergleiche	297
5.6	Spezielle gesetzliche Regelungen	298
5.6.1	Arzneimittel	299
5.6.2	Bücher	300
5.6.3	Digitale Inhalte	301

5.6.4	Elektronikartikel	301
5.6.5	Lebensmittel	304
5.6.6	Textilien	306
5.6.7	Verpackungsverordnung	308
5.7	Gütesiegel, Bewertungen und Bewertungsportale	308
5.7.1	Gütesiegel	308
5.7.2	Bewertungstools	310
5.8	B2B-Online-Shop	312
5.8.1	Ausschluss von Verbrauchern	312
5.8.2	Rechtsrahmen für den B2B-Shop	314
5.9	Conversion-Optimierung	314
5.10	Besonderheiten im Mobile Commerce	319
5.10.1	Vertragsschluss im M-Commerce	319
5.10.2	Einbeziehung von AGB	321
5.10.3	Widerrufsbelehrung und Informationspflichten	323
5.10.4	Mobiler Warenkorb	325
5.11	Cross-Border-Vertrieb	326
5.11.1	Zuständigkeit und anwendbares Recht	326
5.11.2	Umsetzungsmöglichkeiten	331
6	Web-Analyse	337
6.1	Rechtsprobleme beim Tracking	337
6.1.1	IP-Daten und Personenbezug	338
6.1.2	Schlussfolgerungen	340
6.2	Lösung: Speicherung gekürzter IP-Adresse	341
6.2.1	Verwendung gekürzter IP-Adressen	342
6.2.2	Widerspruchsmöglichkeit	342
6.2.3	Beispiel für die Erweiterung der Datenschutzerklärung	343
6.3	Cookies	344
6.4	Tracking ohne Cookies	349
6.5	Zusammenarbeit mit Dienstleistern	351
6.5.1	Auftragsdatenverarbeitung bei Tracking-Tools	351
6.5.2	Auftragsdatenverarbeitung – Was ist das überhaupt?	351
6.6	Einsatz von Google Analytics	355
6.7	Piwik und andere Tracking-Tools	356
7	Werbung auf anderen Websites	359
7.1	Werbemittel	359
7.1.1	Banner	359
7.1.2	Pop-ups	367
7.1.3	Interstitials und Flash-Layer	369
7.1.4	Vorschalt-Ads und In-Video-Marketing	370

7.1.5	InText-Werbung	371
7.1.6	Ingame-Advertising	372
7.1.7	Verdeckte Werbung	374
7.2	AdBlocking.	377
7.2.1	Zulässigkeit von AdBlockern	378
7.2.2	Reaktion auf den Einsatz von AdBlockern durch Publisher	379
7.3	Targeting	381
7.3.1	Rechtliche Grundlagen beim Targeting	382
7.3.2	Inhaltsbezogenes Targeting	384
7.3.3	Technisches Targeting	385
7.3.4	Geo-Targeting	385
7.3.5	Behavioral Targeting.	386
7.3.6	Re-Targeting	388
7.3.7	Programmatic Targeting bzw. Real Time Bidding (RTB)	388
7.3.8	CRM-Targeting oder internes Targeting.	389
7.3.9	Targeting nach der DSGVO.	389
7.4	Haftung für Seiten, auf denen die Werbung eingeblendet wird	392
7.5	Hersteller-Vorgaben für das Online-Marketing	393
7.5.1	Preisvorgaben des Herstellers	394
7.5.2	Plattformverbote	395
7.5.3	Verbot bestimmter Online-Marketing-Maßnahmen	397
7.6	Klick-Betrug	399
7.7	Besonderheiten des Mobile Marketing	403
7.7.1	Besonderheiten bei Pflichtangaben.	404
7.7.2	Push-Nachrichten	405
7.7.3	Bluetooth-Nachrichten	406
7.7.4	Location Based Ads.	407
7.7.5	Mobile Targeting.	410
7.7.6	Besonderheiten bei der Werbung mit/in Apps	412
8	Suchmaschinen-Werbung	415
8.1	SEO – Suchmaschinen-Optimierung	416
8.1.1	Grundlagen	416
8.1.2	Google-Richtlinien	422
8.1.3	Meta-Tags, URLs und Hidden Content	425
8.1.4	Snippets.	431
8.1.5	Interne Suchmaschinen.	433
8.1.6	Doorway-Pages, SEO-Seiten und Cloaking.	438
8.1.7	Linkbuilding	438
8.1.8	Negative SEO.	443
8.1.9	Recht auf Vergessen	444

8.2	Rechtsfragen bei der Suche in Plattformen	446
8.2.1	Die Produktseite bei Amazon.	447
8.2.2	Conversion-Rate als Ranking-Faktor	451
8.3	SEA – Google AdWords	455
8.3.1	Funktionsweise von Google AdWords.	455
8.3.2	Fremde Marken oder Namen als Keywords	458
8.3.3	Fremde Marken oder Namen in der Anzeige selbst	464
8.3.4	Berechtigung zur Nutzung der Marke.	466
8.3.5	Google-Markenbeschwerde und Pflicht der Brand zu Duldung von AdWords.	475
8.3.6	Sonderfälle.	477
8.3.7	Gestaltung der Werbeanzeige	481
8.4	Preissuchmaschinen	488
8.4.1	Aktualität von Preissuchdiensten.	489
8.4.2	Versandkosten und Preissuche	491
8.4.3	Preissuche in Portalen	493
9	Affiliate-Marketing	495
9.1	Vertragliche Konstellation.	495
9.1.1	Vertragsmodelle	496
9.1.2	Provision	498
9.1.3	Pflichten der Beteiligten	499
9.2	Unerlaubtes Vorgehen des Publishers.	502
9.2.1	Klick-Betrug.	502
9.2.2	Eigenbuchungen	504
9.2.3	Unerlaubte Werbemittel oder Werbeflächen	506
9.2.4	Cookie-Dropping	508
9.2.5	Einsatz von AdWare-Software	510
9.3	Advertiser-Fraud	511
9.4	Haftungsfragen	512
9.4.1	Haftung des Advertisers	512
9.4.2	Haftung des Publishers	519
9.4.3	Haftung des Netzwerks.	519
10	E-Mail-Werbung	521
10.1	Grundsätze.	522
10.1.1	Wer muss einwilligen?	523
10.1.2	Was ist elektronische Post?	525
10.1.3	Was ist Werbung?	527
10.1.4	Hintergrund: Betroffene Rechtsgebiete.	532
10.1.5	Leitlinien der Certified Senders Alliance.	534
10.2	Einholung der Einwilligung	535
10.2.1	Einholung der Einwilligung über ein Webformular.	536

10.2.2	Datenschutzerklärung bei der Einwilligung	539
10.2.3	Ablaufdatum für eine Einwilligung?	540
10.2.4	Protokollierung der Einwilligung	541
10.3	Newsletter	541
10.3.1	Newsletter-Anmeldungen auf der Website	542
10.3.2	Double-Opt-in-Verfahren	546
10.3.3	Einwilligung in Kundenbeziehungen	549
10.3.4	Begrenzter Ausweg für die Verwendung von Kundendaten	552
10.3.5	Stand-Alone-Newsletter	555
10.3.6	Gestaltung des Newsletters	556
10.4	Newsletter-Abmeldungen oder Widerruf der Einwilligung	559
10.4.1	Abmeldemöglichkeit laut Gesetz	560
10.4.2	Abmeldungen auf allen Kommunikationskanälen beachten	561
10.4.3	Abmeldungen müssen sofort beachten werden	562
10.4.4	Empfänger muss Abmeldung beweisen	563
10.4.5	Daten müssen gelöscht werden	563
10.4.6	Nichtbeachtung von Werbewidersprüchen	563
10.5	Datenspeicherung und Nutzerprofile	564
10.5.1	Einwilligung in die Datenerhebung	564
10.5.2	Personalisierung von E-Mail-Werbung	565
10.5.3	Einbeziehung von Dienstleistern	568
10.5.4	Auskunftsansprüche des Empfängers	571
10.5.5	Exkurs: Einschreiten der Datenschutzbehörden	574
10.6	Empfehlungsmarketing	575
10.6.1	Tell-a-friend	576
10.6.2	SWYN-Marketing	581
10.6.3	Virales Marketing	582
10.7	Werbende Zusätze zu geschäftlichen E-Mails	585
10.7.1	Autoresponder-E-Mail-Werbung	585
10.7.2	Werbung in Transaktions-Mails	586
10.7.3	Werbung kostenloser E-Mail-Dienste	589
10.8	Reminder-Mails an Kaufabbrecher	590
10.9	Feedback-Anfragen nach Online-Kauf	591
10.10	Rechtssicher Adressen generieren	594
10.10.1	Gewinnspiele und Co-Sponsoring	595
10.10.2	Umfragen	599
10.10.3	Kauf von Adressen	600
10.10.4	Pflicht zum Double-Opt-in auch bei offline generierten Adressen?	603
10.11	Exkurs: Abmahnung kann E-Mail-Verteiler gefährden	605

11	Verträge zwischen Dienstleistern und Kunden	609
11.1	Wann ist ein Vertrag geschlossen?	610
11.1.1	Angebot und Annahme	610
11.1.2	Vertretungsbefugnis	611
11.1.3	Anfechtung	612
11.1.4	Langer Vertrag oder Auftragsformular mit AGB?	612
11.1.5	Einbeziehung von AGB	613
11.2	Das A&O: Die Leistungsbeschreibung	614
11.3	Vertragstypen im Online-Bereich	615
11.4	Standardinhalte in Online-Verträgen	619
11.4.1	Pflichten des Anbieters	620
11.4.2	Fristen	620
11.4.3	Pflichten des Kunden	620
11.4.4	Nutzungsrechte	623
11.4.5	Gewährleistung und Haftung	624
11.4.6	Laufzeit und Kündigung	625
11.4.7	Standardinhalte aus Sicht von Anbieter und Kunden	625
11.5	Typische Regelungen in Online-Verträgen	626
11.5.1	Domain-Verträge	627
11.5.2	Webdesign-Verträge	628
11.5.3	Content-Lieferungsverträge	638
11.5.4	Verträge mit Shop-System-Anbietern	642
11.5.5	Verträge mit Tracking-Dienstleistern	648
11.5.6	Verträge über Online-Werbung	651
11.5.7	SEO-Verträge	655
11.5.8	SEA-Verträge	660
11.5.9	Affiliate-Verträge	663
11.5.10	Verträge mit E-Mail-Marketing-Dienstleistern	667
12	Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen	675
12.1	Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen	675
12.1.1	Rechtsverletzung festgestellt, was nun?	677
12.1.2	Abmahnung	679
12.1.3	Unterlassungserklärung	681
12.1.4	Gerichtlicher Rechtsschutz	684
12.2	Kostenerstattung	687
12.2.1	Höhe der Abmahnkosten	687
12.2.2	Wer vor Gericht verliert, zahlt	688
12.3	Konsequenzen von Rechtsverletzungen für den Verletzer	688
12.3.1	Strafrechtliche Sanktionen	689
12.3.2	Ordnungswidrigkeiten	689
12.3.3	Zivilrechtliche Folgen	690

12.4	Abwehr von Ansprüchen	690
12.4.1	Abmahnung erhalten, was nun?	691
12.4.2	Ist die Abmahnung berechtigt?	693
12.4.3	Abgabe einer Unterlassungserklärung	696
12.4.4	Unterlassungserklärung oder einstweilige Verfügung	699
12.4.5	Gegenabmahnung	700
12.4.6	Erstattung von Anwaltskosten	700
A	Rechtsprechungsübersicht	701
A.1	Kapitel 2: Website des Unternehmens	701
A.2	Kapitel 3: Social Media	708
A.3	Kapitel 4: Content der Website.	712
A.4	Kapitel 5: Online-Shop	718
A.5	Kapitel 6: Website-Tracking	729
A.6	Kapitel 7: Werbung auf anderen Websites	729
A.7	Kapitel 8: Suchmaschinen-Werbung	733
A.8	Kapitel 9: Affiliate-Marketing	741
A.9	Kapitel 10: E-Mail-Werbung	743
A.10	Kapitel 11: Verträge zwischen Dienstleistern und Kunden	749
A.11	Kapitel 12: Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen.	753
B	Mustertexte	757
B.1	Datenschutzerklärung.	757
B.2	Teilnahmebedingungen für Facebook-Gewinnspiel	764
B.3	Nutzungsbedingungen für Online-Plattform	767
B.4	Kaufvertrag über Blog.	770
B.5	Vertrag mit Texter über Content-Lieferung.	773
B.6	Erklärung von Event-Fotograf über Fotonutzung.	775
B.7	Online-Shop-AGB für Textilien	775
B.8	Gesetzliche Standard-Widerrufsbelehrung	780
B.9	AGB von Online-Plattform für Download von E-Books	782
B.10	AGB von B2B-Online-Shop	785
B.11	ADV-Vereinbarung	788
B.12	SEO-Vertrag.	796
B.13	Teilnahmebedingungen des Advertisers für Affiliate-Partnerprogramm.	801
	Checklisten	809
	Stichwortverzeichnis	813