



GÖRG – WIR BERATEN UNTERNEHMER.

MÜNCHEN, 13. MAI 2009

INA L. J. DEPPRICH, DR. GESA GOSSE, DR. AXEL CZARNETZKI, LL.M.

eMarketing Ihre Homepage, YouTube & Co.



eMarketing
Ihre Homepage, YouTube & Co.



Rund um den Content - Anforderungen an den Inhalt

Ina L.J. Depprich



eMarketing

Ihre Homepage, YouTube & Co.



1. **Definition eMarketing**
2. **Urheberrechtliche Aspekte**
3. **Persönlichkeitsrechtliche Aspekte**
4. **Aspekte des Ehrschutzes**
5. **Äußerungsrechtliche Aspekte**
6. **(Inhaltliche) Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV)**
7. **Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend**
8. **Sonstiges**



Was ist eMarketing?

1.1 Definition:

Marketingmaßnahmen unter Einsatz des Internets

1.2 Beispiele:

- Kundenansprache durch eMails, Newsletters
- (Online) Advertising (z.B. Bannerwerbung, Pop-ups), Sponsoring
- Homepage (Webauftritt des Unternehmens)
- Virale Kampagnen im Internet
- IPTV-Kanal (Homeshopping)
- Online 3-D-Welten (z.B. „Second Life“)
- Social Networks (z.B. Xing, Facebook)
- Video Portale wie You Tube, My Video, Clip Fish (User Generated Content)
- Simulationen
- Suchmaschinen-Marketing (Search Engine Marketing, Search Engine Optimization)



Was ist zu beachten?

▶ bezogen auf (Wunsch-)Inhalt

◀▶ optische Umsetzung

◀▶ technische Umsetzung

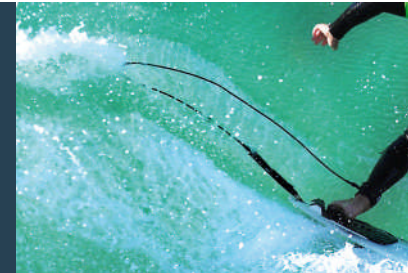
▶ am Beispiel der (Unternehmens-)Homepage



Was ist zu beachten?

Welcher (Wunsch-)Inhalt kommt in Frage?

- Texte
- Fotos
- Bilder, Grafiken, Karten (Landkarten, Stadtpläne)
- Logos
- Musik
- Ton
- Bewegtbilder mit/ohne Ton/Musik (Streaming, On Demand Videos)
- Verlinkung zu Angeboten Dritter



Was ist zu beachten?

2. Urheberrechtliche Gesichtspunkte:

2.1 Welcher Rechteumfang ist gewünscht? ==> **Kosten!** (angemessene Vergütung)

- Exklusiv/nicht-exklusiv?
- Übertragbar/nicht übertragbar?
- Sachlich beschränkt?
- Territorial beschränkt?
- Bearbeitung erlaubt?

==> Sind technische Schutzmaßnahmen erforderlich (z.B. Geoblocking)?



Was ist zu beachten?

2. Urheberrechtliche Gesichtspunkte:

2.2 Wer hat Rechte?

- **Urheber:**
z.B. Autoren, Illustratoren, Fotografen, Komponisten, Regisseure
- **Leistungsschutzberechtigte:**
 - ❖ Interpreten
 - ❖ Produzenten (Datenbankhersteller, Musikproduzent, Filmhersteller, Sender, Fotograf, Laufbilderhersteller)
 - ❖ Veranstalter
- **Inhaber von Nutzungsrechten/(abgeleiteten) Leistungsschutzrechten**
z.B. Verwertungsgesellschaften (z.B. GEMA, VG Wort)



Was ist zu beachten?

2. Urheberrechtliche Gesichtspunkte:

2.3 Verlinkung (= ledigl. elektron. Verknüpfung, keine urheberrechtl. Nutzungshandlung; BGH; „Paperboy“-Entscheidung)

- Surface-Links (vollständiger Wechsel auf Startseite eines Dritten)
- Inline-Links, Framing => ggf. Zustimmung des Berechtigten erforderlich

2.4 Nennungsrecht des Urhebers/ausübenden Künstlers



Was ist zu beachten?

3. Persönlichkeitsrechtliche Aspekte:

- Recht am eigenen Bild (in jeder Form, z.B. Fotografie, Zeichnung, Gemälde, Skulptur, sofern erkennbar)
- Grsl. Einwilligung der abgebildeten Person erforderlich (bis zum Ablauf von 10 Jahren nach dem Tod der abgebildeten Person Einwilligung der Angehörigen erforderlich)

4. Aspekte des Schutzes der Ehre (Beleidigungstatbestände des StGB):

- Beleidigung
- Üble Nachrede
- Verleumdung
- Üble Nachrede und Verleumdung gegen Personen des politischen Lebens
- Verunglimpfung des Andenkens Verstorbener
- Formalbeleidigung



Was ist zu beachten?

5. Äußerungsrechtliche Aspekte:

- Allgemeine Äußerungsfreiheit gem. Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG
- Tatsachenbehauptungen ◀▶ Meinungsäußerungen
- Schmähkritik



eMarketing
Ihre Homepage, YouTube & Co.



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.1 Abgrenzung

- zwischen Rundfunk,
- Telekommunikationsgestützten Diensten,
- Telekommunikationsdiensten (die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen) und
- Telemedien



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.1 Abgrenzung

Rundfunk

- gem. § 2 Abs. 1 Satz 1 RStV definiert als „für die Allgemeinheit bestimmte Veranstaltung und Verbreitung von Darbietungen aller Art in Wort, in Ton und in Bild unter Benutzung elektromagnetischer Schwingungen ohne Verbindungsleitung oder längs oder mittels eines Leiters“ (z.B. herkömmlicher Rundfunk, Live-Streaming, Web-Casting)
- Sog. lineare Dienste (nach festem Sendeplan ausgestrahlt)
- Meinungsbildungsrelevanz, Breitenwirkung
- Signifikante Reichweite: 500 zeitgleich mögliche Nutzungszugriffe (BLM)



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.1 Abgrenzung

Telekommunikationsgestützte Dienste

- definiert in § 3 Nr. 25 TKG als „Dienste, die keinen räumlich und zeitlich trennbaren Leistungsfluss auslösen, sondern bei denen die Inhaltsleistung noch während der Telekommunikationsverbindung erfüllt wird“
- Beispiel: sog. Mehrwertdienste



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.1 Abgrenzung

Telekommunikationsdienste, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen:

- keine inhaltliche Dienstleistung, sondern reine Telekommunikationsdienstleistung
- Beispiel: bloße Internet-Telefonie (Voice-Over-Internet-Protocol – VoIP)



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.1 Abgrenzung

Telemedien

- in § 2 Abs. 1 Satz 3 RStV definiert als „alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, soweit sie nicht Telekommunikationsdienste nach § 3 Nr. 24 des Telekommunikationsgesetzes sind, die ganz in der Übertragung von Signalen über Telekommunikationsnetze bestehen oder telekommunikationsgestützte Dienste nach § 3 Nr. 25 des Telekommunikationsgesetzes oder Rundfunk nach Satz 1 und 2 sind“
- Beispiele: Werbe-Mails, Internetzugang, Internetsuchmaschine, Homepage, Fernseh- und Radiotext, Online-Angebote von Waren/Dienstleistungen



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.2 Regelungen für Rundfunk

- Förmliches Regulierungs- und Zulassungsverfahren
- Umfassende rundfunkrechtliche Werbevorschriften



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.3 Regelungen für Telemedien

- Gem. § 54 Abs. 1 RStV gilt:

Telemedien sind im Rahmen der Gesetze zulassungs- und anmeldefrei.
Für die Angebote gilt die verfassungsmäßige Ordnung. Die Vorschriften der allgemeinen Gesetze und die gesetzlichen Bestimmungen zum Schutz der persönlichen Ehre sind einzuhalten.



Was ist zu beachten?

6. Inhaltliche Anforderungen nach Rundfunkstaatsvertrag (RStV):

6.3 Regelungen für Telemedien

- Bzgl. Meinungsumfragen
- Bzgl. Werbung, Sponsoring, Gewinnspielen
- Besondere Regelungen für Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten

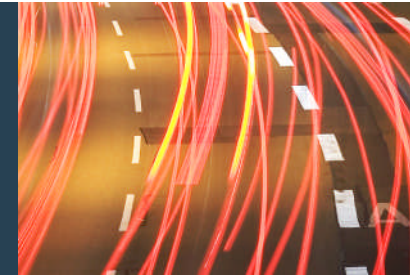


Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.1 Regelungen

- Bundesrecht: z.B. Jugendschutzgesetz (JuSchG)
- Gemeinsames Länderrecht: z.B. Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (Jugendmedienschutzstaatsvertrag – JMStV)
- Länderrecht



Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.2 Absolut unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 1 JMStV (Auswahl):

- Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen
- Aufstachelung zum Rassenhass
- Verharmlosung von Handlungen, die unter der Herrschaft des Nationalsozialismus begangen wurden
- Gewalt-, Tier und Kinderpornografie (gilt auch für virtuelle Darstellungen)
- Kriegsverherrlichung



Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.2 Absolut unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 1 JMStV (Auswahl):

- Darstellung von Kindern und Jugendlichen in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung (auch bei virtuellen Darstellungen)
- Verletzung der Menschenwürde, insbesondere durch die Darstellung von Menschen, die sterben oder schweren körperlichen oder seelischen Leiden ausgesetzt sind.



Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.3 Unzulässige Angebote nach § 4 Abs. 2 JMStV:

- Einfache Pornografie
- Durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien indizierte Angebote
- Offensichtlich schwer jugendgefährdenden Angebote



Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.4 Ausnahmeregelung für den Bereich Telemedien:

- Bei einfacher Pornografie
- Offensichtlich schwer jugendgefährdenden oder durch die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien indizierten Angeboten
- **Voraussetzung:** Verbreitung ins sog. geschlossenen Benutzergruppen zur Sicherstellung, dass nur Erwachsene Zugriff haben (Altersverifikationssysteme, siehe www.kjm-online.de)



Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.5 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote gemäß § 5 Abs. 1 JMStV

- „Sofern Anbieter Angebote, die geeignet sind, die Entwicklung von Kindern oder Jugendlichen zu einer eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeit zu beeinträchtigen, verbreiten oder zugänglich machen, haben sie dafür Sorge zu tragen, dass Kinder oder Jugendliche der betroffenen Altersstufen sie üblicherweise nicht wahrnehmen.“



Was ist zu beachten?

7. Inhaltliche Anforderungen nach den Gesetzen zum Schutz der Jugend

7.5 Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote gemäß § 5 Abs. 1 JMStV

- Entwicklungsbeeinträchtigende Angebote sind solche Inhalte, die zwar die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen beeinträchtigen können, aber noch nicht als jugendgefährdend bewertet werden.
- Beurteilungskriterien der Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten für die Einstufung als entwicklungsbeeinträchtigendes Angebot (Quelle : http://www.kjm-online.de/public/kjm/index.php?show_1=135,132,56)



Was ist zu beachten?

8 Sonstiges

8.1 Gewinnspiele: ► Glücksspiel?

- Das Veranstalten und Vermitteln öffentlicher Glücksspiele im Internet ist verboten (GlüStV).
- Werbung für öffentliches Glücksspiel ist im Internet verboten (GlüStV).
- Unerlaubte Veranstaltung eines Glücksspiels (§ 284 StGB):
„Wer ohne behördliche Erlaubnis öffentlich ein Glücksspiel veranstaltet oder hält oder die Einrichtungen hierzu bereitstellt, wird (. . .) bestraft.“
Wer für öffentliches Glücksspiel (. . .) wirbt, wird (. . .) bestraft.“



eMarketing
Ihre Homepage, YouTube & Co.



Was ist zu beachten?

8. Sonstiges

8.2 Referenzen



eMarketing
Ihre Homepage, YouTube & Co.



Marken und Design, Domains und Wettbewerbsrecht

Dr. Gesa Gosse



DOMAINS

Die richtige Top-Level-Domain (TLD)



- Ihre Homepage ist grundsätzlich weltweit abrufbar
 - Geo-Location / Geo-Blocking
- In welchen Ländern werden potentiell ältere Rechte Dritter verletzt?
 - Ältere Rechte eines Dritten in Großbritannien
 - Dann besser nicht TLD .co.uk
- Ausrichtung auf bestimmungsgemäßen Abruf der Internetseite
 - Stichwort: Sprachflaggen
 - Währung
 - Liefergebiet



DOMAINS

Domains und Marken / Namen



- Domain gewährt kein Ausschließlichkeitsrecht
- Daher kein Freihaltebedürfnis von Gattungsbezeichnungen („Mitwohnzentrale“)
- Ihre Domain als Marke?
 - Nicht eingetragen: www.cyberlaw.de, www.handy.com
 - Eingetragen: <http://www.fitforfun.de>, www.bigfood.de



DOMAINS

Domains und Marken / Namen II



- Domain Grabbing
 - Grundsatz: First come, first served
 - Ältere Marke geht jüngerer Domain vor

 - Bloße Registrierung ist i.d.R. keine Benutzung
 - Erstbegehungsgefahr

 - Gezielte Behinderung / missbräuchliche Registrierung
 - Zu welchem Zweck wird registriert oder aufrecht erhalten?



DOMAINS

Domains und Marken / Namen III



- Vertipper-Domains
 - www.tchibo.de und www.tschibo.de
 - www.mercedes.de, www.tojota.de, www.harypotter.de
- Sperrdomains



DOMAINS

Domains und Marken / Namen IV



- Unterlassungsanspruch
 - Einstellen der Verwendung der Domain
- Beseitigungsanspruch
 - Löschung der Domain
- Kein Anspruch auf Übertragung der Domain
 - Aber: Dispute-Verfahren der DENIC
 - Bei anderen TLDs: Alternative Streitbeilegungsverfahren (ADR)



MARKEN Markenschutz im Internet I

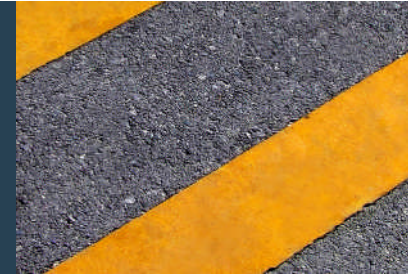


- Sie nutzen Ihre Marke selbst
- Ein Dritter nutzt Ihre Marke
- Sie nutzen die Marke eines Dritten



MARKEN

Markenschutz in Internet II



- Metatags / „Weiß-auf-weiß“-Text
 - Verwendung fremder Marke als Metatag unzulässig
- Optimierung von Suchmaschinen
 - Brückenseiten / Cloaking / Link Farms
- Referenzen
 - Reine Benennung der Referenz
 - Verwendung von Logos



MARKEN

Keyword Advertising / Google AdWords I



Google Suche [Erweiterte Suche](#) [Einstellungen](#)
 Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland


Web Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 3.200.000 für pcb

[Polychlorierte Biphenyle – Wikipedia](#)
 25. März 2009 ... Polychlorierte Biphenyle (PCB) sind giftige und krebserregende chemische ...
 In den Kondensatoren wurden teilweise PCB-haltige Isolierole ...
de.wikipedia.org/wiki/Polychlorierte_Biphenyle - 42k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) -

[PCB – Wikipedia](#)
 5. Jan. 2009 ... Kommunistische Partei Boliviens; ein Unterrichtsfach (Physik, Chemie, Biologie)
 in der bayerischen Hauptschule, siehe PCB (Schulfach) ...
de.wikipedia.org/wiki/PCB - 20k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) -

[PCB polychlorierten Biphenyle](#)
 Die allgemeine Summenformel der PCB ist C₁₂H_{10-n}Cl_n, wobei n > 2. ... Eine dauerhafte
 Belastung mit PCB-haltiger Atemluft – hier sind eher die etwas leichter ...
www.enius.de/schadstoffe/pcb.html - 51k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) -

News-Ergebnisse für pcb

 [GeForce GTX 295 mit nur einem PCB abgelichtet](#) - vor 56 Minuten gefunden
 Statt wie bisher mit je einem PCB pro GPU, also insgesamt mit zwei, setzt das neue
 Modell auf nur noch ein PCB. Mittlerweile sind nun auch die ersten Bilder ...
[Hard Tecs 4U](#) - [5 weitere Artikel »](#)

[Leiterplatten-Produktinformationen - PCB-POOL.COM](#)
 Alle Informationen zu unserem Leiterplatten-Angebot im Überblick.
www.pcb-pool.com/ppde/info.html - 20k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) -

[Leiterplatten und Prototypen von PCB-POOL.com - PCB-POOL.COM](#)
 Leiterplatten Prototypen - Kalkulieren Sie online den Preis für Prototypen und Kleinserien Ihrer
 einseitigen Leiterplatten, doppelseitigen Leiterplatten ...
www.pcb-pool.com/ppde/ - 17k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) -
[Weitere Ergebnisse von www.pcb-pool.com »](#)

[PCB Piezotronics, Inc.- Sensors that measure up!](#) - [[Diese Seite übersetzen](#)]
 PCB Piezotronics, Inc. manufactures accelerometers, force sensors, load cells, microphones,
 pressure transducers, pressure transmitters, strain sensors, ...
www.pcb.com/ - 19k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#) -

[Anzeigen](#)

[Leiterplatten Produktion](#)
 Günstig vom Prototyp zur Serie
 Fertigung mit erfahrener Beratung
www.leiterplatten-produktion.com

[PCBs bestellen](#)
 Serien o. Individualanfertigung
 Kosteneffiziente PCBs online
www.Q-print.de

[PCB Board Manufacturer](#)
 Export Low Cost & Int'l Quality
 Standard PCBs with Total Solution
www.globaltech-ind.com.hk

[Printed circuit board/PCB](#)
 Professional PCB manufacturer,
 SMT OEM and prototype service.
www.fm-true.com

[PCB supplier from China](#)
 Supply prototype, small volume PCB
 high quantity, low price, on time.
www.fast-pcb.com

[PCB-Messungen](#)
 in der Raumluft
 als Dienstleistung.
www.utm-info.de
 Bayern

[Leiterplatten -Prototypen](#)
 Topangebot ab 12,90 EUR
 incl. Einrichtekosten



MARKEN

Keyword Advertising / Google Adwords II

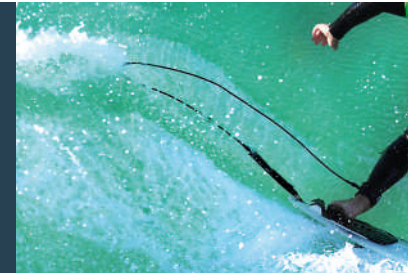


- Rein beschreibende Keywords
 - Zulässig
 - Der Internetnutzer hat bei der pauschalen Suche mit beschreibenden Begriffen keinen bestimmten Kennzeicheninhaber im Auge
- Marke / Name als Keyword
 - Anzeige als solche abgesetzt von den Suchergebnissen
 - Anzeige selbst enthält Keyword/Marke/Name nicht
 - Kein Hinweis auf Kennzeicheninhaber oder dessen Produkte
 - Vorlage an EuGH: Markenmäßige Benutzung?
- Streitig: Option „Weitestgehend passende Keywords“
 - Vorab Prüfungspflichten?
 - Löschung nur bei Hinweis durch Markeninhaber?



DESIGN

Schutz des Layouts



- Marken
 - Wort-/Bildmarken
- Geschmacksmuster
 - Schutz zweidimensionaler Muster wie Logos, Grafiken oder Icons
- Urheberrecht
 - Stichwort: Angemessene Vergütung
- Wettbewerbsrecht
 - ergänzender Leistungsschutz



WETTBEWERBSRECHT

Newsletter und Werbe-E-Mails



- Unerwünschte Zusendung von E-Mails, d.h. ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten, ist grds. wettbewerbswidrig
 - Opt out
 - Opt in
 - Double opt in
- Ausnahme gemäß § 7 Abs. 3 UWG
 - E-Mail-Adresse erhalten im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung
 - Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen
 - Kunde hat der Verwendung nicht widersprochen
 - Bei Erhebung und Verwendung jeweils deutlicher Hinweis, dass jederzeit ohne zusätzlich Kosten widersprochen werden kann



- Neu: „Schwarze Liste“ im UWG
 - Nr. 11: als Information getarnte Werbung
 - Nr. 17: unwahre Angabe / Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, der Verbraucher habe einen Preis gewonnen, wenn es diesen nicht gibt oder wenn er von einer Zahlung abhängig gemacht wird
 - Nr. 28: Aufforderung an Kinder, die beworbene Ware selbst zu erwerben oder ihre Eltern / andere Erwachsene dazu zu veranlassen

- Besonderheiten im Internet?
 - Unkontrollierbare Verbreitung, z.B. bei Werbung auf YouTube
 - Erfüllung eines Unterlassungsanspruchs



eMarketing
Ihre Homepage, YouTube & Co.



Umsetzung und Absicherung

Dr. Axel Czarnetzki, LL.M.



DAS INTERNET

Bedeutung und Wirklichkeit Teil 1



Die Geschichte des Internet

- 1969: ARPANET, Projekt der *Advanced Research Project Agency* ([ARPA](#)) des US-Verteidigungsministeriums zur Vernetzung von Universitäten und Forschungsreinrichtungen. Ziel: Bessere Nutzung knapper Rechnerkapazitäten
- 80er Jahre: Entwicklung von Mailboxnetzen
- 1989: Entwicklung des WWW durch Mitarbeiter des Cern
- 2008: 1,23 Mrd Nutzer im Internet, mehr als 51% aller EU-Bürger nutzen es
- 75% der deutsche Haushalte nutzen es
- Deutsche Männer im Schnitt 1,3 Stunden pro Tag online, Frauen 0,8 Stunden



DAS INTERNET

Bedeutung und Wirklichkeit Teil 2



Auswirkungen auf den Energiebedarf

- 2003: Stromverbrauch für den Betrieb des Internets allein in Deutschland: 6,8 Mrd KW/h
- 2005: weltweit 123 mrd kw/h
- 2010 werden es allein in D etwa 31 Mrd kw/h sein
- Zwischen 2000 und 2008 hat sich der Stromverbrauch in Rechenzentren in D verdoppelt
- Jede Suchanfrage in Google verbraucht soviel Strom, wie eine 100Watt Glühbirne in einer Stunde



DAS INTERNET Chancen



Chancen im Internet

- Der Begriff Internethandel bringt in 1 sec mehr als 1 Mio Treffer
- 2007: Umsatz allein im Onlinehandel in D mehr als 19,3 Mrd €
- 2007: mehr als 30 Mio Online Käufer
- 2008: 80 Mio € Umsatz mit Musicdownloads, inkl Spiele und Software
220 Mio €
- Allein die Spielebranche macht inzwischen weltweit einen Umsatz von mehr als 6 Mrd \$ aus



DAS INTERNET

Risiken



Risiken im Internet

- 2006: allein in D 165.720 Straftaten mit dem Merkmal Internet
- Davon 80 % Betrugsdelikte
- 2007: allein in D 179.026 IuK-Vergehen = +8%
- 2007: Waren- und Kreditbetrug im Internet: 292.809 Fälle
- 2007: Urheberrechtsverletzungen 32.274 Fälle
- Laut Bitkom waren bis 2008 bereits 4 Mio Deutsche schon einmal Opfer von Internetkriminalität (einschließlich Spyware, onlinebanking etc.)



eBusiness

Spektakuläre Fälle: Datenklau & Co



- Nach Recherchen der "Wirtschaftswoche" sind die Bankdaten von 21 Millionen Bundesbürgern im Umlauf.
- Nach Recherchen von [Report München](#) war in vielen deutschen Einwohnermeldeämtern der Zugriff auf sensible Daten problemlos möglich. Persönliche Daten konnten abgerufen, verschickt oder extern gespeichert werden, ohne dass die Betroffenen oder die zuständigen Ämter davon wussten.
- In Großbritannien ist bei dem Online-Auktionshaus eBay ein Computer versteigert worden, auf dem versehentlich noch vertrauliche Kontodaten von mehr als einer Million Briten gespeichert waren
- Nach dem Einbruch in eine US-Gesundheitsdatenbank hat der Erpresser verschlüsselte Kopien von über acht Millionen Datensätzen angefertigt und die Originale vernichtet. Die Gesundheitsbehörde hat bis 6. Mai Zeit, für das Passwort zu zahlen
- usw.



- Das Angebot zum kostenlosen SMS-Versand im T-Mobile-Netz wurde eifrig genutzt. 85 Millionen Kurznachrichten sind am gestrigen Sonntag verschickt worden.
- D.h. $85 \text{ Mio} \times 0,2 \text{ €} = 17 \text{ Mio €}$ theoretischer Schaden



Das neue T-Mobile G1 mit Google™.
Das Internet-Handy.

Nur Online:
15 Monate Grundpreis sparen,
kein Bereitstellungspreis
= bis zu **174,95 €** sparen.

1,- €⁵ In den Tarifen Combi Flat S, M und L.

Jetzt bestellen

Erleben, was verbindet.

T-Mobile



VERTRIEB ÜBER DAS INTERNET

Kann man auch selbst



Software, nach Mass gemacht.

Was ist Jego?

Jego GolfScorer

Zubehöre

Möchten Sie mehr wissen?

Bestellen Sie schon heute!

>> [Zurück](#)

>> [Home](#)

Die Demoversion laden

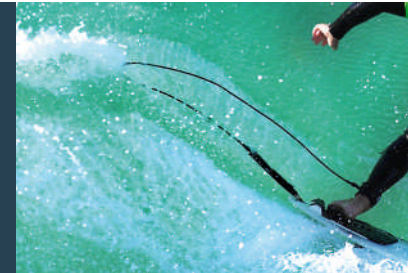
Die Verkettung unten führt zu einer Feile die ein selbstöffnendes Archiv ist. Nach Wahl dieser Verkettung suchen Sie eine passende Stelle auf der Festplatte für die Feile. Wenn die ganze Feile eingeführt ist (ca 2,5 MB, berechnete Zeit 25 Min. mit 28,8 Modem) doppelklicken Sie daran und folgen die Instruktionen.

Demo laden

© 1997 [Treagle AB](#)



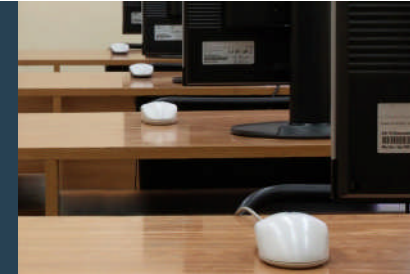
eMarketing Umsetzung Gesetzliche Anforderungen



- Vorüberlegungen zur Plattform
 - Domainname
 - Markenrecht
 - Wettbewerbsrecht
 - Urheberrecht
- Gesetzliche Genehmigungen erforderlich
 - z.B. bei der Verwendung von e-Geld: KWG-Genehmigung
 - z.B. Verkauf von Immobilien § 34c GewO
 - z.B. Finanzierungsangebote: Bankrechtliche Genehmigungen
 - Online-Casinos und Internetglücksspiele (Lotterien)
 - Internet-Apotheke
 - Brillen im Internet
- Anforderungen TelediensteG / TelemedienG
- Anforderungen MDStV



eMarketing als Teledienst



Teledienste im Sinne des Absatzes 1 sind insbesondere

1. Angebote im Bereich der Individualkommunikation (zum Beispiel Telebanking, Datenaustausch),
2. Angebote zur Information oder Kommunikation, soweit nicht die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht (Datendienste, zum Beispiel Verkehrs-, Wetter-, Umwelt- und Börsendaten, Verbreitung von Informationen über Waren und Dienstleistungsangebote),
3. Angebote zur Nutzung des Internets oder weiterer Netze,
4. Angebote zur Nutzung von Telespielen,
5. Angebote von Waren und Dienstleistungen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit.



Beck'sche Gesetze Digital - Windows Internet Explorer

http://127.0.0.1:81/

Beck'sche Gesetze Digital

beck-online beck-dienste beck-aktuell

Fundstelle: GO ?

beck-online DIE DATENBANK

TDG Teledienstegesetz Verkündungsstand:29.12.2008aK - galt bis: 28.2.2007 Bund

§ 6 ^[1] Allgemeine Informationspflichten

¹Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige Teledienste mindestens folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

- den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, den Vertretungsberechtigten und, sofern Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital sowie, wenn nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind, der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen,
- Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post,
- soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,
- das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,
- soweit der Teledienst in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der Richtlinie 89/48/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens 3-jährige Berufsausbildung abschließen (ABl. EG Nr. L 19 S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Richtlinie 92/51/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. EG Nr. L 209 S. 25), die zuletzt durch die Richtlinie 97/38/EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. L 184 S. 31) geändert worden ist, angeboten oder erbracht wird, Angaben über
 - die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören,
 - die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
 - die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind,
- in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer,
- bei Aktiengesellschaften, Kommanditgesellschaften auf Aktien und Gesellschaften mit beschränkter Haftung, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe hierüber.

²Weitergehende Informationspflichten insbesondere nach dem *Fernabsatzgesetz* ^[2], dem *Fernunterrichtsschutzgesetz*, dem *Teilzeit-Wohnrechtgesetz* ^[3] oder dem *Preisangaben- und Preisklauselgesetz* und der *Preisangabenverordnung*, dem *Versicherungsaufsichtsgesetz* sowie nach handelsrechtlichen Bestimmungen bleiben unberührt.

^[1] § 6 neu gef. mWv 21. 12. 2001 durch G v. 14. 12. 2001 (BGBl. I S. 3721); Satz 1 Nr. 1 u. 6 geänd., Nr. 7 angef. mWv 1. 1. 2007 durch G v. 10. 11. 2006 (BGBl. I S. 2553).

^[2] Aufgehoben mWv 1. 1. 2002 durch G v. 26. 11. 2001 (BGBl. I S. 3138).

^[3] Aufgehoben mWv 1. 1. 2002 durch G v. 26. 11. 2001 (BGBl. I S. 3138).



eMarketing

Mindestpflichten nicht beachtet



- Bußgelder nach dem TDG bis zu € 50.000.-
- Abmahnungen durch Dritte, Kammern, Wettbewerbsvereine
- Imageverlust
- ggf. Ansprüche auf Schadenersatz, Unterlassung



eMarketing Datenschutz und Datensicherheit



Gesetzliche Anforderungen

- Teledienstschutzgesetz
- BundesdatenschutzG
- LandesdatenschutzG
- AO
- Sondergesetze (z.B. kirchlicher Datenschutz, Regelungen für Krankenhäuser, Ärzte usw.)
- BSI Grundschutzhandbuch als Mindestanforderung zur Datensicherheit
- MaRisk (Mindestanforderungen an das Risikomanagement)
- Unterrichtungspflichten ggü. Verbraucher
- Anonymisierung / Pseudonymisierung
- Einwilligung zur Datenverarbeitung



eMarketing

Datenschutz und Datensicherheit



Angeklagt,
weil er sich Daten stehlen ließ.

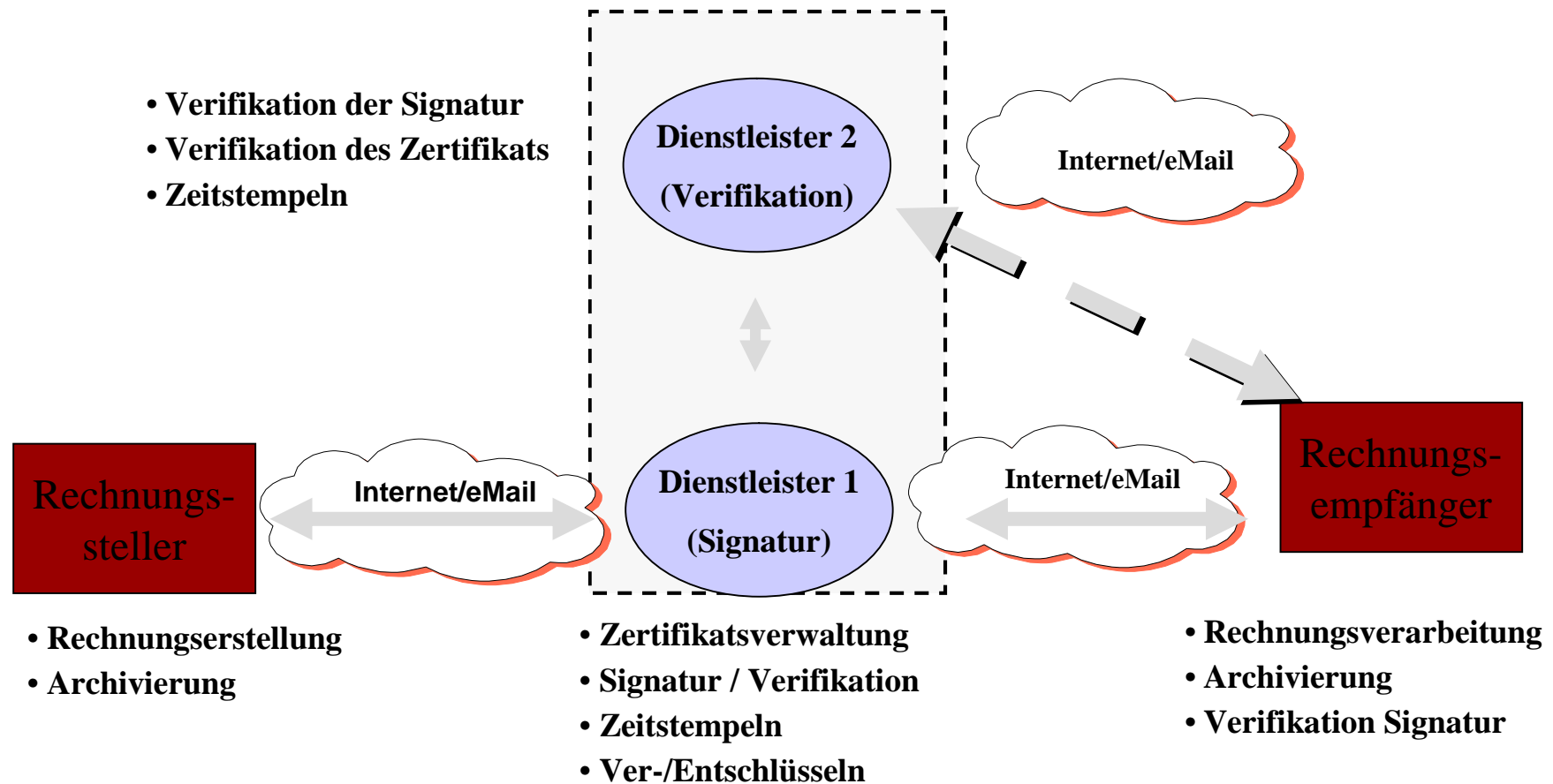


eMarketing Der erste Kunde



Gesetzliche Anforderung

- Fernabsatzvertrag § 312b BGB
- Unterrichtung von Verbrauchern § 312c BGB i.V.m. § 1 Abs. 1 BGB-Info VO
- Widerrufs- und Rückgaberechte § 312d BGB
- Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr § 312e BGB
- Vertragsschluss durch elektronische Form § 126a BGB





eMarketing Umsetzung

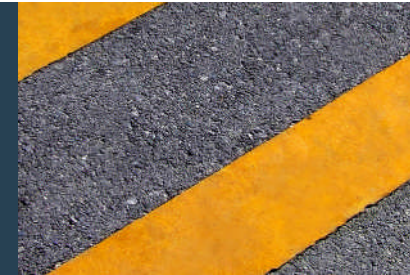


Es geht nicht ohne

- Umfassende Prüfung des einzelnen Vorhabens und Spezialkenntnisse der rechtlichen Anforderungen
- Standardanwendungen, die diese schon weitestgehend beinhalten
- Spezialisten, die langjährige Erfahrung mit allen Problembereichen haben
- Einer gründlichen Prüfung der vorgesehenen und umgesetzten Maßnahmen und Prozesse
- Providern, die ausreichend Seriösität und technische Kompetenz haben, diese Anforderungen auch umzusetzen
- Sicherstellung des Zugriffs auf die für Sie entwickelte / betriebene Plattform durch Quellcodeübergabe, unmittelbare Zugriffsrechte auf Server, Onlinedatensicherungen auf externe Systeme



IHRE RISIKEN Ihre Absicherung



Sie sind verantwortlich

- Für die Einhaltung aller anwendbarer Vorschriften
- Die Ordnungsmäßigkeit der Datenerhebung und Datenverarbeitung
- Die Speicherung und Absicherung der Daten
- Die Abwicklung des Bestell- und Liefervorgangs
- Zivil-, straf- und bußgeldrechtliche Vorschriften treffen Sie

Absicherung ist möglich durch

- Gute vertragliche Gestaltung mit dezidierten Regelungen zur Auftragsdatenverarbeitung
- Datenschutzhandbuch mit Prozess- und Ablaufbeschreibungen
- Regelmäßige Kontrollen auch durch Dritte (Audits durch Externen DSB)
- Vereinbarung strafbewehrter SLAs
- Haftungsverlagerung auf Dritte wie Agenturen, Provider
- Gut gestaltete Verträge mit den Kunden / AGBs



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Ina L.J. Depprich
Assoziierte Partnerin

+49-89-30 90 667-27
idepprich@goerg.de

Dr. Gesa Gosse
Associate

+49-89-30 90 667-85
ggosse@goerg.de

Dr. Axel Czarnetzki, LL.M.
Partner

+49-89-30 90 667-60
aczarnetzki@goerg.de

GÖRG

Prinzregentenstr. 22
D-80538 München

+49-89-30 90 667-0
+49-89-30 90 667-90

emarketing

GÖRG – WIR BERATEN UNTERNEHMER.

WWW.GOERG.DE

60