

# Buchtipp: Online-Marketing & Recht

☒ Online-Marketing beinhaltet nicht nur viele Chancen im Web, sondern auch rechtliche Tücken, die häufig von Nicht-Juristen kaum voraussehbar sind. In diesem umfassenden und praktischen Handbuch von Dr. Martin Schirnbacher werden alle Themen behandelt, die im Web zu rechtlichen Schwierigkeiten führen können.

**Lesen Sie, warum dieses Buch empfehlenswert ist.**

☒ Martin Schirnbacher, Gastautor im Shopbetreiber-Blog, hat sich in den letzten Jahren bereits als Autor wissenschaftlicher Werke, praktischer Leitfäden und Anwalt zahlreicher E-Commerce-Unternehmen einen Namen gemacht. Nun hat Martin ein neues tolles Werk vorgelegt, das sich an Nicht-Juristen wendet, die sich mit rechtlichen Themen rund um rechtssicheres Online-Marketing befassen wollen.

## Liste häufigster Fehler

Der praktische Nutzen des Buches wird bereits im ersten Kapitel deutlich: Dort werden die häufigsten rechtlichen Fehler bei der Online-Werbung kurz dargestellt. Darüber hinaus findet der Leser leicht eine ausführliche Darstellung der einzelnen Probleme mittels der Verweise auf die nachfolgenden Kapitel.

## Von der Domainwahl bis zur Rechtsdurchsetzung

Die Kapitel decken alle Aspekte des Online-Marketings ab: Von Domainfragen über den Inhalt der Website, den Online-Shop und das Website-Tracking bis zur Werbung auf anderen Websites, Suchmaschinen- und E-Mail-Werbung sowie Affiliate-Marketing. Nicht vergessen wurde die Erörterung der Verträge zwischen Dienstleistern und Kunden sowie die in der Praxis sehr relevante Durchsetzung und Abwehr von Ansprüchen.

Der Autor stellt die rechtlichen Herausforderungen in jedem Kapitel umfassend dar. So enthält das Kapitel über den Online-Shop alle relevanten Ausführungen zum Widerrufsrecht, den vor- und nachvertraglichen Informationen sowie der Rückabwicklung des Vertrags. Sehr hilfreich sind die Übersichten und die kurze Darstellung wichtiger Spezialgesetze, die zusätzliche Anforderungen an den Vertrieb stellen, z.B. Arzneimittel, Bücher, Elektroartikel oder Textilien.

## Grenzüberschreitender Handel

Besonders erfreulich ist, dass auch die Erörterungen zu dem grenzüberschreitenden Handel einen Weg in das Buch gefunden haben. Geklärt wird nicht nur die Frage nach dem anwendbaren Recht und der internationalen Zuständigkeit der Gerichte, sondern auch die aus praktischer Sicht wichtige Frage nach der Anpassung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

## Website-Tracking

Als Beispiel für die Praxisorientierung des Buchs kann weiterhin das fünfte Kapitel über das Website-Tracking genannt werden. Hier werden zunächst die unterschiedlichen Handlungsoptionen für den Verwender von Tracking-Software (z.B. die Verwendung gekürzter IP-Adressen, die Widerspruchsmöglichkeiten, die Erweiterung der Datenschutzerklärung, der Einsatz von Google Analytics) detailliert behandelt. Erst dann geht der Autor auf die rechtlichen Hintergründe, insbesondere auf die Diskussion um die Personenbezogenheit von IP-Adressen ein. Kurz dargelegt wird auch der Beschluss des Düsseldorfer Kreises.

# Social Media

Eine der ersten detaillierten Erörterungen überhaupt erfährt die Werbung durch Einsatz von Social Media in dem sechsten Kapitel des Handbuchs.

## Rechtsprechungsübersicht

Im Annex des Werks findet der Leser eine ausführliche, nach den vorausgegangenen Kapiteln aufgeteilte Rechtsprechungsübersicht. Die Auswertung der Urteile bildet die Grundlage für sämtliche Ausführungen. Die angegebene Stichworte und Leitsätze ermöglichen eine schnelle Orientierung. Die Zitierung der Gerichtsentscheidungen nach Aktenzeichen erleichtert die Suche nach dem Volltext im Internet und in den elektronischen Datenbanken.

## Leserfreundliche Darstellung

Die Leserfreundlichkeit der optischen Darstellungen ist ein großer Vorteil des Buchs. Der Stil zeichnet sich durch seine Verständlichkeit aus und eignet sich somit optimal für den juristischen Laien. Aber auch für Juristen bietet das Werk einen guten Einstieg in diese komplexe Materie.

So werden im Kapitel 9 (E-Mail-Werbung) zunächst grundsätzliche Fragen geklärt und Definitionen, z.B. für elektronische Post und Werbung, eingeführt, was das Verständnis der nachfolgenden Ausführungen unterstützt.

Der Stoff ist weiterhin im Rahmen jedes Kapitels mittels Untertitel und Überschriften aufgeteilt, was sie schnelle Orientierung fördert. Die zahlreichen Check-Boxen und Tabellen heben die wichtigsten Informationen hervor. Der Autor hat Wert auf einprägsame Handlungsanweisungen gelegt. „Klare Ratschläge“ lautet das Motto, wie Martin selbst in der Einleitung schreibt.

## Beispiele, Tipps und Mustertexte

Vergeblich sucht man nach trockener Darstellung juristischer Meinungsstreitigkeiten. Die praktische Umsetzung der Handlungshinweise fördert der Autor durch die Integration zahlreicher Beispiele, Tipps und Mustertexte, z.B. einer Musterwiderrufsbelehrung und Musterdatenschutzerklärung für Tracking.

So wird der Unternehmer durch einen „Tipp“ aufgefordert, bei E-Mail-Werbung immer das „Doble-Opt-In“ einzusetzen und sich die Einwilligung des Verbrauchers gleich bei Erhebung der E-Mail-Adresse einzuholen, um organisatorischen Aufwand zu sparen (vgl. Kapitel 9, S. 321 und 324).

## Dynamisches Rechtsgebiet

Das Online-Marketing ist in letzter Zeit nicht nur durch zahlreiche Gesetzesinitiativen auf nationaler und europäischer Ebene, sondern auch durch intensive Gesetzesauslegung der deutschen Gerichte geprägt. Vor diesem Hintergrund ist verständlich, dass durch die lange Publikationszeit einige Aspekte durch diese ständige Entwicklung überholt werden.

So hat sich insbesondere im Rahmen des Cross-Border-Vertriebs durch das Inkrafttreten der Rom I- und der Rom II-Verordnungen und das Wegfallen der Art. 27 ff. EGBGB die Rechtsgrundlage bereits wieder geändert. Inhaltlich ergeben sich für die Rechtsanwendung daraus aber wohl kaum Unterschiede, so dass die rechtlichen Darstellungen weiterhin Geltung beanspruchen dürfen.

## Aktualität

Diese Gefahr hat aber selbst der Autor vorausgesehen und für Aktualität gesorgt. In der Einleitung wird der Leser auf die Webseite [www.online-marketing-recht.de](http://www.online-marketing-recht.de) verwiesen, wo er aktuelle Hinweise zu den behandelten Problemen sowie weitere Checklisten und Vertragsmuster findet.

# Fazit

Das Werk ist jedem Onlineshop-Betreiber uneingeschränkt zu empfehlen und eine tolle **Ergänzung zum Trusted Shops Praxishandbuch**. Ich freue mich schon jetzt auf die zweite Auflage und weitere Bücher von Dr. Martin Schirnbacher. (cf)

# Über den Autor

 RA *Dr. Martin Schirnbacher*

Martin Schirnbacher ist Fachanwalt für IT-Recht und seit Jahren in der auf Medien und Technologie spezialisierten Rechtsanwaltskanzlei HÄRTING Rechtsanwälte ([www.haerting.de](http://www.haerting.de)) tätig. Er prüft dort unter anderem Online-Geschäftskonzepte seiner Mandanten und zeigt Wege zur rechtssicheren Ausgestaltung der Geschäftsidee.