
Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhalt	VII
Abkürzungsverzeichnis	XI
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XV
1 Cyberspace als öffentlicher Raum	1
1.1 Entwicklung und Begrifflichkeit	3
1.2 Systembedingte Rechtsprobleme im Cyberspace	9
1.3 Zwischen Publikation und Kommunikation	24
1.4 Der Gerichtsstand im Cyberspace	33
1.5 Deutsche Unternehmen im Internet	39
2 Domain-Namen	45
2.1 Domain-Name-System	46
2.2 Schutz von Kennzeichen, Marken und Namen	53
2.2.1 Marken-Recherche	54
2.2.2 Kollisionsfall: Konkurrenzunternehmen	55
2.2.3 Kollisionsfall: branchenfremdes Unternehmen	57
2.2.4 Kollisionsfall: bekannte Marken und bekannte Kennzeichen ...	57
2.2.5 Kollisionsfall: Benutzung durch Privatpersonen	59
2.2.6 Schutz des Namens	60
2.3 Markenschutz für Domain-Namen	62
2.3.1 E-Branding	64
3 Gestaltung der Webseiten	67
3.1 Abruf von Informationsseiten	68
3.2 Gestaltungselemente von Webseiten	68
3.2.1 Verantwortung für Hyperlinks	74
3.2.2 Inline Linking	81
3.2.3 Frames	82
3.2.4 Meta-Tags, Kommentare und Blindschrift	87

3.3	Urheberrechtliche Aspekte	92
3.3.1	Urheberpersönlichkeitsrechte	94
3.3.2	Verwertungsrechte	95
3.3.3	Entstehung und Inhaberschaft	97
3.3.4	Die Verwertungsgesellschaften	100
3.4	Haftung bei verteilter Redaktion	102
4	Vom Link zur Abmahnung	103
4.1	Die Abmahnung	106
4.1.1	Alternative Verfahren	107
4.1.2	Prüfung der eingegangenen Abmahnung	108
4.1.3	Unterlassungserklärung und Vertragsstrafe	110
4.1.4	Einstweilige Verfügung und Schlußschreiben	113
4.1.5	Abwehr einer unberechtigten Abmahnung	116
4.2	Markenrechtsstreitigkeiten im Internet	118
4.2.1	Streitwert	119
4.2.2	„Webspace“	120
4.2.3	„FTP-Explorer“ vs. „SelfHTML“	123
4.2.4	Gegenreaktionen im Internet	129
4.2.5	„Big Brother läßt Dich nicht allein“	130
4.3	Notice and take down	133
5	Inhalte von Webseiten	137
5.1	Werbung im World Wide Web	138
5.1.1	Vergleichende Werbung	139
5.1.2	Sittenwidrige und irreführende Werbung	141
5.1.3	Werbung per E-Mail	142
5.2	Veröffentlichung von Personenlisten	146
6	Verkaufen im World Wide Web	147
6.1	Preise im World Wide Web	149
6.2	Schutzpflichten des Anbieters	151
6.3	Elektronische Kaufverträge	152
6.3.1	Wirksamkeit	157
6.3.2	Beweisbarkeit	159
6.3.3	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)	160
7	Datenschutz im Internet	165
7.1	E-Mail	170
7.2	MIME – Multipurpose Internet Mail Extension	174
7.3	Standard-Web-Technologien	175
7.4	Java	176

8 Marktforschung und Datenerhebung	179
8.1 Riskante Kekse: Cookies	179
8.2 Die Online-Einwilligung	183
8.3 Leistung nur nach Einwilligung	185
8.4 Bestands-, Nutzungs- und Abrechnungsdaten	185
8.5 Schadenersatz und strafrechtliche Folgen	187
9 Schlußbetrachtung	189
Internet-Quellen zum Online-Recht	193
Rechtsprechungsverzeichnis	197
Literaturverzeichnis	203
Index	217

Schutz vor Rechtsproblemen im Internet
Handbuch für Unternehmen
Zimmerling, J.; Werner, U.
2001, XV, 224 S., Hardcover
ISBN: 978-3-540-65366-0