



Online-Marketing & Recht

Gesetzlicher Rahmen und Gestaltungsmöglichkeiten



REFERENTEN



Dr. Ulrich Baumgartner, LL.M.
Rechtsanwalt, Partner, Osborne Clarke, München



Dr. Tina Gausling, LL.M.
Rechtsanwältin, Osborne Clarke, München

THEMEN

■ Vertragsrecht

- Überblick über das Online Advertising Ökosystem
- Agenturverträge
- SEO-Verträge und ähnliche Vertragstypen
- Beratungsverträge
- Verträge mit sonstigen Dritt-Providern

■ Datenschutzrecht

- DS-GVO – was ändert sich, was bleibt gleich?
- Wie können sich Unternehmen heute schon vorbereiten?
- Lead-Generierung aus datenschutzrechtlicher Sicht
- Profiling als Grundlage für verhaltensbasiertes Online-Marketing
- Tracking durch Cookies, Fingerprinting, etc.
- Real-Time-Advertising / Programmatic Marketing
- Targeting und Re-Targeting
- Mobile Advertising
- Location-Based-Advertising, Beacons
- Social-Media-Marketing, Social Plugins, Sharing/Tell a Friend
- Social-Media-Monitoring
- Verbindung von Online- und Offline-Daten

■ Wettbewerbsrecht

- Anforderungen an Social-Media-Präsenzen
- E-Mail-Werbung
- Gewinnspiele
- Verschleierte Werbung

■ Urheberrecht und gewerbliche Schutzrechte

- Verwendung von Bildern, Texten, Marken und Logos
- SEO/SEA und Markenrecht

■ Haftung für Rechtsverstöße

- Wer haftet wofür?
- Haftungsrisiken und Tipps zur Haftungsvermeidung
- Richtiges Verhalten bei Abmahnungen oder behördlichen Ermittlungen

TEILNEHMER

Unternehmens- und Verbandsjuristen, Geschäftsführer sowie Fach- und Führungskräfte der Bereiche Marketing, Vertrieb, Kundenberatung und Technik von werbetreibenden Unternehmen und Dienstleistern für Online-Marketing, Rechtsanwälte

INHALT

Die rechtlichen Anforderungen an Online-Marketing sind unübersichtlich, sie verändern sich so rasant wie die dafür eingesetzten Technologien. Insbesondere rund um verhaltensbasierte Werbung und die dafür erforderliche Profilbildung sind viele elementare Fragen ungeklärt. Mit der EU Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) kommen zusätzliche Herausforderungen auf die Unternehmen zu. Umso wichtiger ist es für Ihre Berufspraxis, die rechtlichen „Spielregeln“ zu kennen, die für digitale Marketingmaßnahmen relevant sind. Spezielle Tipps, wie sich diese Regeln in der Praxis umsetzen lassen, erhalten Sie auf diesem Seminar. Nur so können rechtliche Risiken oder Sanktionen vermieden werden, und im Extremfall wissen Sie, damit richtig umzugehen.

TERMEINE I ORTE

- FR 08.12.17 Frankfurt** | QGREENHOTEL by Melia
- MI 18.04.18 Hamburg** | Novotel Hamburg Alster
- DI 04.12.18 Berlin** | relexa hotel Stuttgarter Hof

ZEIT

09:00 – 17:00 Uhr | 6,5 Zeitstunden nach § 15 FAO



9h FAO-Pluspaket:
Seminar + 2,5h e-Learning „Die neue EU-DSGVO“
nach § 15 Abs. 4 FAO

PREIS

549,- € zzgl. gesetzl. MwSt.

ANMELDUNG

Teilnehmer (Vor-, Zuname)

Position/Beruf

Firma (Rechnungsadresse)

Straße

PLZ/Ort

Telefon / Fax

E-Mail

Datum/Unterschrift

BECKAKADEMIE SEMINARE | Verlag C.H.BECK oHG

Unser gesamtes Programm & unsere AGB finden Sie unter www.beck-seminare.de

SEM

Hiermit melde ich mich verbindlich zu oben angekreuztem Seminar an.

Anmeldung:

Shop: www.beck-seminare.de/0431

Fax: (089) 381 89-547

E-Mail: seminare@beck.de

Weitere Auskünfte erhalten Sie unter: **Telefon** (089) 381 89-503