

***Online-Recht für Designer, Developer und Agenturen
IT, Wettbewerb, Marken & Verträge von @peterhense***

Contao Konferenz, Berlin, 16.05.2014



Contao
KONFERENZ

2014

Vorstellung

Spezialisierung, Branchen & Netzwerk



Spirit Legal LLP Rechtsanwälte

- *Sozietät für
IT- und
Wirtschaftsrecht*

Themen & Branchen:

- *Handel &
Dienstleistungen*
- *Vertrieb*
- *Marketing*
- *Tourismuswirtschaft*

Spezialisierung

- *IT & Datenschutz*
- *Onlinevertrieb &
Payment*
- *Wettbewerbsrecht*
- *Marken & Domains*



#Start-ups



#Webdesigner



#Reiseunternehmen

Vorstellung

Core Team IT & E-Commerce Law // Spirit Legal LLP



Struktur des Workshops

Was euch erwartet



Agenturalltag & Vertragsrecht

- Kluge Vertragsgestaltung trotz Leistungsdruck



Legal Basic

- Standardprobleme und Lösungen



Bilder, Texte & Urheber

- Vom richtigen Umgang mit geistigem Eigentum anderer



Werberecht & Markenschutz

- Preise und Marken in SEM & SEO



Datenschutz

- Backend, Cloud, IT-Sicherheitsrecht

A woman with blonde hair, wearing a black blazer over a light blue button-down shirt, is looking down at a tablet computer. She is in a professional setting, possibly an office. In the foreground, the back of a man's head and shoulder is visible, out of focus. The background is bright and slightly blurred, suggesting a window or a well-lit office space.

#Agenturalltag

Agenturalltag



Anruf zum Freitagnachmittag: Eilt nicht, reicht bis Montag!

- **Neuer Kunde**
 - Wünscht neues Shopsystem
 - Nur das Beste vom Besten
 - Große Erwartungen
- **Spezielle Anforderungen**
 - Muss schnell gehen
 - Darf nichts kosten
 - Muss auf Platz 1 „bei Google“
 - Inhalte unbekannt, werden nachgeliefert



Agenturalltag

Wozu braucht man heute noch Verträge?



- **Dienstvertrag oder Werkvertrag?**
 - Unterschied: Leistungspflicht, Gewährleistung, Abnahme, Fälligkeit von Forderungen
 - Agenturen: Vermeidet konkrete Festlegungen, seid präzise nur bei den Zahlungsterminen
 - Auftraggeber: Seid präzise bei den Anforderungen, steckt konkrete Ziele
- **Welche Leistung, welcher Vertragstyp?**
 - Webdesign & Programmierung: In der Regel Werkvertrag, wenn konkretes Ziel erreicht werden soll – Webseite, rechtzeitig & mangelfrei
 - Agenturvertrag: Überwiegend Dienstvertrag
 - Hosting: Dienstvertrag
 - Marketing: Dienstvertrag, Ausnahme Werkvertrag bei konkreter Zielvereinbarung – „Platz 1 bei Google“
 - Bilder, Texte etc. besorgen: Kaufvertrag oder Auftrag



Agenturalltag



Gute Verträge sind wie guter Code – sorgfältig geschrieben

- **Anforderungen Programmierung/Webdesign-Vertrag**
 - Rechtzeitige und mangelfreie Leistung
 - Leistung muss geeignet sein für den Zweck „Webshop“, „Mobil“, „App“ etc.
 - Anerkannter Stand der Technik – Neues Release, Ladezeiten, „responsive“?
 - Tipp: „Bedenkenanzeige“ an Auftraggeber bei Nachträgen und Änderungswünschen
- **Rechtmäßigkeit des Produkts oder der Werbung ist Hauptpflicht einer Agentur**
 - Was geht nicht:
 - Falsche Disclaimer, geklaute Bilder, Open-Source-Lizenzverletzungen
 - Markenverletzende Quelltexte, Logos, Banner
 - Je teurer, desto strafferes Pflichtenprogramm
 - Achtung: Hier hilft auch kein Haftungsausschluss in AGB („Kardinalspflicht“)
 - Bitte keine Musterverträge „aus dem Internet“, das hasst ihr doch bei euren Kunden auch
 - Agentur/Freelancer ist letztes Glied in der Nahrungskette



```
(C) 1982 DRAGON DATA LTD  
16K BASIC INTERPRETER 1.0  
(C) 1982 BY MICROSOFT
```

```
OK
```

```
10 PRINT "HELLO!"  
20 GOTO 10
```

#basic_legal

Gesetzliche Pflichtinformationen

Angaben zum Diensteanbieter einer Webseite



- **Dauerbrenner: Wer braucht ein Impressum?**
 - Faustformel: Jeder, außer bei „ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken“
 - Auch Nutzer bei Twitter/Facebook, wenn zu Marketingzwecken benutzt
- **Wie muss ein Impressum aussehen?**
 - Abhängig von Rechtsform und Tätigkeit
 - Name, Anschrift, Rechtsform, Vertretungsberechtigter, Email, Telefon (umstritten), Aufsichtsbehörde, Register, UStID, nicht: Steuernummer
 - Journalistisch-redaktionell gestaltete Angebote zusätzlich Angabe eines Verantwortlichen mit Name und Anschrift.
- **Was sollte nicht im Impressum stehen?**
 - Zweigniederlassungen, Holding-Gesellschaften, „Fulfillment-Partner“
 - Agenturanschrift plus: „Realisierung:“, „Webseite erstellt von:“, „Verantwortlich für Webauftritt“, „Inhalte erstellt von“



Gesetzliche Pflichtinformationen

Social Media & Impressumspflicht



- **Social Media**

- Auch Fanpages/Accounts sind Impressumspflichtig
- OLG Düsseldorf, Urteil v. 13.08.2013: „Impressumslink unter „Info“ genügt nicht.
- Eigene Impressumsapp? Facebook Relaunch? Alles nicht ausreichend, vor allem mobil
- Ergo: Restrisiko bleibt.

- **Professional Business Networks**

- XING-Abmahnwelle wegen beruflicher Profile ohne Impressum
- Ist zwar rechtlich Quatsch, aber alle sind geschockt
- XING bietet nun Impressumslink an



Gesetzliche Pflichtinformationen

Informationen zur Datennutzung



- **Dauerbrenner: Datenschutzerklärung**
 - Faustformel: Wer ein Impressum braucht, braucht auch eine Datenschutzerklärung
 - Grundsatz: § 13 TMG: Der „Diensteanbieter“
- **Was muss in der Datenschutzerklärung stehen?**
 - Unterrichtung über „Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten“
 - Begriff des „personenbezogenen Datums“ problematisch (IP-Adressen, Order Ids, Cookie-Inhalte, Browser Fingerprint)
 - Welche Daten werden erhoben (Google Analytics, Piwick, Cookies etc.)
 - Cookie-Richtlinie beachten international: NL, FR, PL, SE
- **Risiko: Abmahnungen wg. Datenschutzverstößen als Wettbewerbsverstoß nach § 4 Nr. 11 UWG**



Nutzungsbedingungen, Haftungsklauseln, Disclaimer



Was Ihr getrost weglassen könnt...

- **„Nutzungsbedingungen“ einfacher Webseiten**
 - Kaum wirksam einzubeziehen, müssen dennoch rechtskonform sein – hoher Aufwand, „Anwalts Liebling“
- **„Disclaimer“ sind meist wirkungslos und wirken als Bumerang**
 - Beispiel: „Keine Abmahnung ohne vorherigen Kontakt“
Wer diesen Disclaimer verwendet, ist auch umgekehrt daran gebunden (OLG Hamm, Urteil vom 31.01.2012, AZ. I-4U 169/11).
 - „LG Hamburg (1998)“-Disclaimer ist grober Unfug



Links auf unseren Seiten:

Mit Urteil vom 12.Mai 1998 - 312 O 85/98 „Haftung für Links“ hat das Landgericht Hamburg entschieden, dass man durch die Ausbringung eines Links die Inhalte der gelinkten Seite ggf. mitverantworten hat. Dies kann - so das LG - nur dadurch verhindert werden, dass man sich ausdrücklich von diesem Inhalten distanziert.

Hiermit distanzieren wir uns deshalb ausdrücklich von allen Inhalten sämtlicher gelinkten Seiten auf unserer Homepage. Diese Erklärung gilt für alle auf unseren Internetseiten angebrachten Links.

Gesetzliche Pflichtinformationen

Was Ihr getrost weglassen könnt...



- **Warum sind „Disclaimer“ in DE meist unbeachtlich?**

- Wenn ich jemand anderem eine Beule in sein Auto trete, muss ich die Reparatur auch dann bezahlen, wenn ich vorher ankündige, dass ich nicht zahlen will
- Gibt es sogar auf Latein: „*protestatio facto contraria non valet*“
- Beispiele für rechtswidrige Disclaimer:
 - „*Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte externer Links. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich.*“
 - „*XYZ übernimmt deshalb keinerlei Garantie und Haftung für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen.*“



Gesetzliche Pflichtinformationen

Angabe des Vertragspartners in Werbung



- **Seit 2012 Dauerbrenner: Pflichtangabe des Vertragspartners, § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG**
 - Voraussetzungen: Sobald Waren/Dienstleistungen angeboten werden, so dass durchschnittlicher Verbraucher das Angebot annehmen kann
 - „Kleines Impressum“ zu Vertragspartner und Rechtsform
 - Betrifft Zeitungsanzeigen, Flyer, Gutscheine, Displaywerbung
 - Egal, wie wenig Platz in der Anzeige für diese Angaben ist
 - Betriebsgesellschaft, Managementgesellschaft, Muttergesellschaft, inkl. Vertretungszusätze
- **Hunderte Abmahnungen in ganz Deutschland allein 2013**
- **Massive Folgerisiken, keine Unterlassungserklärung abgeben**



Haftung für Inhalte

Wer wird Vertragspartner des Kunden?



- **Jeder macht Fehler, häufig: Verletzung von**
 - Urheberrechten (Bilder, Texte, Software)
 - Kennzeichenrechten
 - Persönlichkeitsrechten
- **Unterschied, ob eigene oder fremde Inhalte**
- **Eigene Inhalte (§ 7 TMG)**
 - Selbst veröffentlicht, Fremde Inhalte, die ich mir „zu Eigen“ gemacht habe
 - Volle Haftung bei Rechtsverstößen
- **Fremde Inhalte (§ 10 TMG)**
 - „Störerhaftung“, ich hafte erst ab Kenntnis vom rechtsverletzenden Inhalt
- **Schwierige Abgrenzung**
 - Blogs, Produktbewertungen, Social Media
- **Ich hafte, wenn ich fremde Inhalte selbst einbinde**
 - RSS-Feeds, Kartenmaterial, Produktfeeds, AdSense, Bewertungen



den: -s, -s (amerik.) (amerik.)
50er-Jahre)
Coolness, dies =

Cop, der: -s, -s (amerik.) (amerik.)
ugs. Bez. für Polizist)

Co|pilot vgl. Kopilot

Co|py|right [...pirait], das; -s, -s
(engl.) (Urheberrecht; Zeichen

©); **Co|py|shop** ['kɒpiʃɒp]
(engl.) (Geschäft, in dem man
Bilder vervielfacht)

#copyright

Was ist dieses Copyright?

Zankapfel Urheberrecht

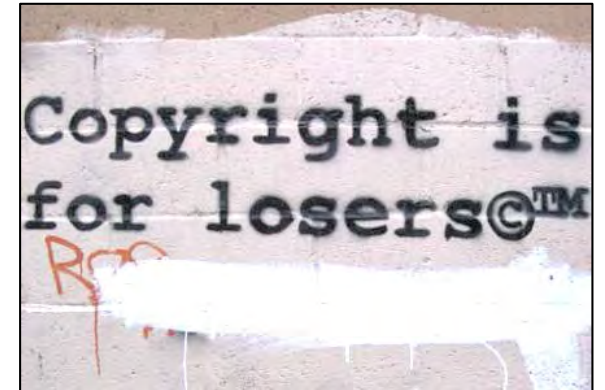


- **Urheberrecht**

- Schützt „alle kreativen Ergebnisse geistiger Arbeit“
- Bilder, Texte, Videos, Gebäude - automatischer Schutz ab einem gewissem Niveau

- **Kernfrage: Nutzungsberechtigung & Urheberbenennung**

- Vermutung der Urheber- oder Rechtsinhaberschaft: ©-Zeichen,
§ 10 Abs. 1 UrhG
- Entfernung ist strafbar, § § 106, 107 UrhG
- Viele Seiten schert das nicht: „© 2014
Onlinechecker247.net“
- **Content-Klau?: Überprüfen auf www.copyscape.com**



Negative Skalierungseffekte

Lehrgeld

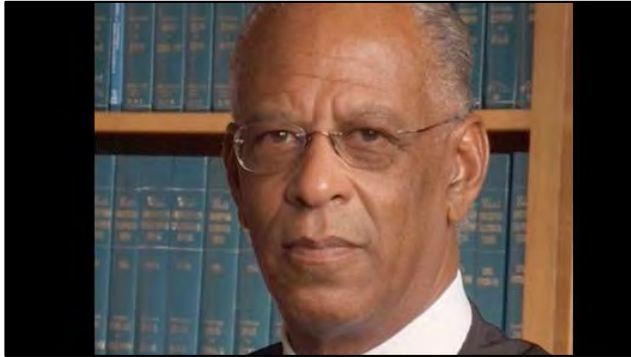


- **Ein Top-Fotograf für Top-Bilder:**
 - Hoteldirektor (5-Sterne) engagiert Fotograf
 - Kosten ca. EUR 500,00/Bild, 20 Aufnahmen
 - Bild geht an Werbeagentur, die liefert es an Webseiten, Directories, Reiseveranstalter, Magazine etc.
- **Ein anderes Bild: 4 Jahre später**
 - Anwalt mahnt ab wegen fehlender Urheberbenennung
- **Das Unglück nimmt seinen Lauf**
 - Ca. 80 Nutzer der Bilder abgemahnt
 - jeweils ca. EUR 1000,00 für Anwalt plus mind. EUR 800,00/Bild
 - Gesamtkosten geschätzt EUR 160.000,00 (04/2014)
 - Regress bei Agentur
 - Ob Agentur Ansprüche gegen Hotel hat, hängt am Vertrag
- **Fazit: 30 min Gespräch mit Anwalt hätte dieses Desaster vermeiden können**



Copyright als Wirtschaftsfaktor

Word!



Federal Judge Otis D. Wright II.

US Federal Court for the
Central District of California

*„Das Urheberrecht, ursprünglich zum Ausgleich für
darbende Künstler entworfen, erlaubt in diesem
Zeitalter elektronischer Medien darbenden Anwälten,
die Bürgerschaft auszuplündern.“*

Haftung für Urheberrechtsverletzungen

Embedded Links von YouTube per iFrame



- **Bloßer Link ist unschädlich**
 - Aber „Web 2.0“ lässt Grenzen fremder und eigener Inhalte verschwimmen
- **Einbetten von YouTube-Videos per iFrame**
 - Rechtswidrige Nutzungshandlung iSv § 19 a UrhG?
 - OLG Düsseldorf sagt „ja“, OLG Köln sagt „nein“
 - BGH legt dem EuGH vor, Entscheidung steht aus
 - Im Gegensatz zum HTML-Frame ist bei iFrame erkennbar, dass es Inhalte Dritter sind.
- **Praxistipp: Zumindest deutlichmachen, dass fremder Inhalt**
- **Treppenwitz: Embedded Videos sollen GEMA-pflichtig sein. Sagt die GEBTMA.**



Agenturalltag



Wenn der Kunde nicht zahlt, woran habe ich Rechte?

- **Eigene Bilder & Texte**
 - Geschützt, wenn „Schöpfungshöhe“ besteht
- **Schutz für Quellcode**
 - Besondere kreative Leistungen, nicht: Standard-Templates
 - Nicht: Gestaltungen im Bereich des handwerklichen Könnens des durchschnittlichen Webgestalters, sondern deutliche Abhebung vom rein Handwerklichen und Alltäglichen (LG Düsseldorf, 2013)
 - Hochkomplexe Seiten sind bereits eine Datenbank
 - Besonders schicke/künstlerische Seiten sind „Werke der angewandten Kunst“
 - Je außergewöhnlicher, desto eher Schutz
- **Schriftarten**
 - Mythos Schriftlizenz – Schriften werden gekauft, nur selten urheberrechtlich geschützt
 - Einmal gekauft, kann ich damit machen, was ich will
 - Andere Ansicht: Schriftenindustrie; Aber: BGH bereits 1958: Urheberrechtsschutz nur bei besonders künstlerischer Schrift



Superscharfe 8 Megapixel Kamera
mit 360° Panoramafunktion und HD-Video

Dünnstes und leichtestes
iPhone aller Zeiten

579,- je

inkl. MwSt.

APPLE iPhone 5 16 GB

#Werberecht



Gültig bis
04.02.2013

Urlaubsgeld-Gutscheine für traumhafte Flug-Pauschalreisen

Gültig für alle Veranstalter auf Ab-in-den-urlaub.de

90% gespart
statt ~~€ 100,-~~
€ 9,90

ab-in-den-urlaub.de
Wir schicken **Urlaubsgeld** in den Urlaub.

**20%
RABATT
AUF ALLES**



Wettbewerbs- und Werberecht

Preiswahrheit und Preisklarheit



- **Preisangaben online oft fehlerhaft: HRS vs. Booking.com vs. Comvel**
 - Anfangspreis: Gegenüber Letztverbrauchern inklusive Umsatzsteuer und sonstigen Preisbestandteilen anzugeben, § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV
 - Endpreis: Vor Kauf muss Gesamtpreis gesondert ausgewiesen werden
 - Auch in Preisübersichten immer incl. MWSt., wenn an Letztverbraucher
- **Seit 2012: „Buttonlösung“, § 312g Abs. 2 BGB**
 - Button („Zahlungspflichtig bestellen“, „Kaufen“)
 - Gesamtpreis und Aufschlüsselung der Preisbestandteile und Einzelleistungen
 - Direkt über dem „Kaufen“-Button
 - Riesenprobleme bei Mobilgeräten und Apps
- **Konsequenzen bei Verstößen**
 - Nichtigkeit des Vertrags, Abmahnungen von Schutzverbänden



Wettbewerbs- und Werberecht

Conversion Boosting mit AdWords



- **Unzulässige Werbung mit Spitzenstellungsbehauptungen, Irrführungen, Testsiegen und Fantasierabatten ohne Bezugspreis**

Videorekorder Preis

videorekorder-preis.kaufen.com/ ▼

Videorekorder Preis Superbillig:

-82%, -65%, -38% Bestpreis finden !

Webhosting Testsieger - Alfahosting.de

Anzeige www.alfahosting.de/ ▼ 0800 25324678

0,00 € Setup, 0800 Support, 24/7 Support, Traffic-Flatrate uvm.

Ihre Website auf Seite 1

www.25net.de/ ▼

Suchmaschinenoptimierung seit 14 Jahren, viele Referenzen, Festpreis

Werbeagentur Lingner GmbH - lingner.de

Anzeige www.lingner.de/+Werbeagentur+München ▼

Die führende Werbeagentur + On + Offline » Jetzt starten!

Erfolgsgeschichten

Was wir machen

Kostenlose Lookbook

Jetzt kennenlernen



#Markenschutz_sem_seo

Brand Term Bidding

Strategisches Onlinemarketing



- **Was ist “Brand (Term) Bidding”**
 - Schalten von Anzeigen auf bestimmte Marken, mit oder ohne Verwendung des Markenbegriffs im Anzeigentext
- **„Conversion“, „CPC“ und „ROMI“**
 - Klickrate ist mit Abstand der wichtigste Faktor für den Qualitätsfaktor einer Anzeige
 - Generische Keywords, z.B. “Billigflug Mallorca”, “Hotel Köln” etc. performen schlecht für alle Werbetreibenden, d.h. der QF der Anzeigen (und Landingpages) ist für alle vergleichsweise niedrig
 - Das Bieten auf eigene und fremde Marken ist einfach lukrativ



Markenrecht Basics für Online und Offline

Warum Marken- und Kennzeichenrecht



- **Was schützen Marken?**

- Herkunftsfunktion garantiert die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren/Dienstleistungen: „BMW ist BMW“.
- Verbraucher kann Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren und Dienstleistungen anderer Herkunft unterscheiden: „BMW ist nicht OPEL“.

- **Wem nützen Marken?**

- Markeninhaber bekommt Investitionssicherheit
- Marken stehen stellvertretend für ein Produkt, Qualität, Preis etc. und sind Verkaufsargument #1

- **Was ist noch geschützt?**

- Unternehmenskennzeichen, z.B. „Werbeagentur Sonnenschein Berlin“
- Firma eines Unternehmens, ggf. auch Domain



Brand Term Bidding

AdWords Legal Basics



- **SEM „Brandbidding“ – Bieten auf fremde Marken**
 - Markenverletzung, denn Anzeige birgt Gefahr der Täuschung über den Anbieter
- **Was ist zulässig, was verboten?**
 - BGH „Bananabay II“ und „Most Pralinen“
 - Buchen eigener Anzeigen auf fremde Marken-Keywords ist zulässig, solange nicht der Name des Wettbewerbers in der Anzeige auftaucht
 - Härtere Tendenz seit 2013: Entscheidungen „Beate Uhse“ und „Fleurop“
- **Tipp: Im Zweifel die Kampagne kurz prüfen lassen oder SEM-Legal-Coaching**



Sichtbarkeit durch SEO

SEO, Linkkauf & Linkbait



- **SEO vs. SEA**
 - SEO-Traffic ist nicht kostenlos, SEO kostet viel Geld
 - Ringen mit Google-Updates, Black & White Hat
- **Wie hilft sich die Praxis**
 - Fremde Marken in „Metatags“ (<description>, <keywords>)
 - SEO-freundliche URLs
 - Sonstiger Quellcode (<alt>, <title> etc.)
 - Linkbuilding, Linkbait, Linkkauf
 - „Advertorials“
- **Risiko**
 - Bei Linkkauf Verstoß gegen Google-Policies & UWG wegen unlauterer Werbung
 - Verstoß gegen redaktionelles Trennungsgebot (Schleichwerbung), Kennzeichnungspflicht von Affiliate-Links



Markenrecht und SEO

Tags, Titles und URLs



- **Marken- und Kennzeichenverletzung in SEO**
 - Verwendung fremder Marke “als Metatag im HTML-Code” ist rechtswidrig
 - Grund: “Beeinflussung der Suchmaschinenergebnisse”
- **Rechtslage zu:**
 - “<title>” (BGH, 2010 – Powerball)
 - “<alt>” (OLG Düsseldorf, 2011 – alt-tag)
 - “URL” (OLG Hamburg, 2010 – GmbH)
 - “<keywords>, <description>” (BGH 2007- AIDOL)
 - Rechtliche Herausforderung: HTML 5
- **EuGH 2013: Metatags sind „Irreführende und unzulässige vergleichende Werbung“, also wettbewerbswidrig**
- **Konsequenzen**
 - Haftung nach UWG, MarkenG auf Unterlassung, Schadensersatz
 - Wer sein Haus auf Sünde baut: Gerichtliche Verbote führen zu Verschwinden aus den organischen Suchergebnissen



Agenturalltag



Was muss ich regeln bei Marketingverträgen?

- **Einhaltung der Google-Richtlinien**
 - Vertragliche Vereinbarung von SEO- und SEM-Methoden (Exkulpation)
 - Handeln auf eigene Gefahr: Dynamic Content Ads, Volle Haftung für Beauftragte)
- **Wer liefert Content?**
 - Freizeichnung bei fremder Accountnutzung
 - Rechtemanagement bei Content (Social Media!)
- **Wer haftet, wenn etwas schiefgeht?**
 - Verstoß gegen Gesetze, Verstoß gegen Google-Richtlinien
 - Abmahnung wegen rechtswidriger Werbung
- **Was ist eine mangelhafte Leistung?**
 - Gesteckte Ziele verfehlt, Abstrafung durch Google (Index penalties)
- **Verschwiegenheitsvereinbarung bei Linkkauf**



#Datenschutz



IT-Sicherheit und Datenschutz

Aktuell: Verlust von Kunden- und Zahlungsdaten



Seite gehackt - Joomla CMS Support Forum

www.joomlaportal.de > Forum > Joomla 3.x > Joomla 3.x Sicherheit ▾

09.09.2013 - 4 Beiträge - 4 Autoren

Leider musste ich dann nach 4 Monaten feststellen, dass Mein lokaler Virens scanner Gdata eine Virus auf meiner **Webseite** festgestellt hatte.

- [Website gehackt - Strategie?](#) 9 Beiträge 30. Jan. 2013
- [Website gehackt?](#) 10 Beiträge 18. Apr. 2012
- [gehackte joomla-seite retten](#) 10 Beiträge 18. März 2011
- [Joomla Seite gehackt](#) 10 Beiträge 26. Jan. 2010

Weitere Ergebnisse von www.joomlaportal.de

Massenweise osCommerce-Shops gehackt

vorlesen / MP3-Download

Unbekannte haben einem [Bericht](#) von Amorize zufolge zahlreiche Onlineshops mit einer veralteten Version von [osCommerce](#) zur Verbreitung von Schadcode missbraucht. Die Angreifer nutzten mindestens drei bekannte Schwachstellen in der Version 2.2. des quelloffenen Shopsystems aus, um sich Zugriff auf die Konfigurationsoberflächen der Shops zu verschaffen. Dadurch konnten die Unbekannten zunächst ein iFrame und später JavaScript-Code auf den Seiten platzieren, der die Besucher des Onlineshops mit Schadcode infizieren sollte.

Nach Beobachtungen von Armorize gelang es den Angreifern, die Anzahl der infizierten



News

Hintergrund

Erste Hilfe

Security > News > 7-Tage-News > 2014 > KW 12 > Hunderte Typo3-Webseiten gehackt

17.03.2014 15:16

« Vorige | Nächste »

Alert! Hunderte Typo3-Webseiten gehackt UPDATE

vorlesen / MP3-Download

Die betroffenen Webseiten, viele davon aus Deutschland, liefern Online-Casino-Spam an Besucher aus, die von Suchmaschinen kommen und fungieren so als Linkfarmen. Welche Sicherheitslücke ausgenutzt wird, ist noch unklar.

Eine große Anzahl von Webseiten, die das Content Management System (CMS) Typo3 einsetzen, ist offenbar Opfer eines Hackerangriffs geworden. Der Angriff scheint vor allem Seiten zu betreffen, welche die Long-Term-Support-Version (4.5.x) des CMS

Backend

Risiko Formulare und Datenbanken

- **Backend gehackt mit SQL-Injection – Sensible Kundendaten gestohlen**
 - Adressdaten, Zahlungsdaten, History geklaut



- **Unmittelbare Konsequenzen?**
 - Erpressung durch Hacker, Imageschaden

Datenschutz & Datensicherheit

Gesetzliche und vertragliche Anforderungen

- **EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO-E), ab ca. 2015**
 - Neu: „Privacy by Design“ (Art. 23) und Sicherheit der Datenverarbeitung (Art. 30)
- **Geplante gesetzliche Rechtsfolgen bei Missachtung**
 - Geldbuße bis EUR 100 Mio. oder 5% des Umsatzes (Art. 79 VI (e) DSGVO-E)
- **Wann brauche ich einen betrieblichen Datenschutzbeauftragten?**
 - Erfassung sensibler Daten, z.B. im Rahmen von Kundenbindungsprogrammen
 - Bei Auftragsdatenverarbeitung als vertragliche Verpflichtung
 - Bisher (DE): Mindestens 10 Personen mit DV beschäftigt
 - Künftig (EU): ab 5000 Datensätzen im Jahr, d.h. auch du „bist dran“
- **Datenschutz ist aktive Haftungsvermeidung für Unternehmer**



Agenturalltag

Wann brauche ich wirklich einen Anwalt?



- **IT- & Datenschutzverträge**
 - Bestellung Datenschutzbeauftragte
 - Auftragsdatenverarbeitung
 - Dienstverträge mit IT-Dienstleistern und Hostern (International)
 - Vertragliche Updateverpflichtung, IT-Sicherheit als Hauptleistungspflicht
 - Sichere Hosters, Verpflichtung zu Maßnahmen bei DDoS-Angriffen
 - Versicherungspflicht für Dienstleister
- **Versicherungsrecht**
 - Gestaltung der Obliegenheitsverpflichtungen
- **Arbeitsverträge**
 - Verschwiegenheitsverpflichtungen
 - Datenschutzrichtlinien & Social Media Guidelines
- **E-Payment-Verträge**
 - Gerechte Verteilung des Haftungsrisikos



Online-Marketing & Recht

Veranstaltungsempfehlung am 22.5.2014, Hamburg



[Home](#) [Programm](#) [Sessions](#) [Speaker](#) [Anmeldung](#) [Location](#) [Sponsoren](#) [Medien](#) [News](#) [English](#)



Meet the Experts:

1 Tag

16 internationale Top Speaker

2 Tracks für Einsteiger und Professionals

Zu den [Speakern](#)





Peter Hense

Rechtsanwalt / Partner

peter.hense@spiritlegal.com

@peterhense

Spirit Legal LLP

GERMANY

Anwaltshaus im Messehof /// Petersstraße 15 /// D-04109 Leipzig

UNITED KINGDOM

Hamilton House, Mabledon Place /// Bloomsbury | London, WC1H 9BB

www.spiritlegal.com