

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

es erfüllt mich mit großer Freude und Stolz, Ihnen das Praxishandbuch Marketingrecht präsentieren zu dürfen. In einer Welt, die von ständigem Wandel und technologischem Fortschritt geprägt ist, wird die Bedeutung des Marketingrechts für Unternehmen, aber auch für Privatpersonen immer größer. Die erfolgreiche Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen erfordert nicht nur kreative Strategien, sondern auch ein tiefgreifendes Verständnis der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Das vorliegende Praxishandbuch soll Ihnen dabei helfen, die komplexen Zusammenhänge des Marketingrechts zu verstehen und Ihre Marketingaktivitäten auf sicheren rechtlichen Grundlagen aufzubauen bzw zu erweitern. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Ihnen einen umfassenden Überblick über die relevanten Rechtsbereiche zu geben und praxisnahe Lösungen für häufig auftretende rechtliche Fragen im Marketing zu bieten.

Zu Beginn führen wir Sie in die Grundlagen und die Relevanz des Marketingrechts ein. Wir erläutern die Grundlagen des Zivilrechts und des E-Commerce-Rechts, die für den rechtssicheren Betrieb einer Website bzw eines Webshops unerlässlich sind.

Danach werden jene spezifischen Rechtsgebiete behandelt, die allesamt für das Marketing und den Betrieb von Websites, Webshops und Social-Media-Profilen relevant sind – von den Vorteilen einer registrierten Marke über die (rechtlichen) Grenzen der Bildverwendung bis hin zu lauterkeitsrechtlichen Fragestellungen wie Kundenfang und vergleichender Werbung. Ein weiterer Fokus liegt auf den Vorgaben zur Kundenkommunikation (Cold Calling, Spam etc) sowie dem Umgang bzw Schutz personenbezogener Daten. Aufgrund der Praxisrelevanz und stetiger Neuerungen bzw Entwicklungen enthält das Praxishandbuch zudem Kapitel zu den Themen Gewinnspiele, Influencer Marketing, dem Digital Services Act und zu Gutscheinen.

Besonderes Augenmerk legen wir zudem auf Praxisbeispiele, rechtliche Stolperfallen und damit einhergehende Lösungsansätze und Checklisten, um Ihre tägliche Arbeit zu erleichtern. Wir sind nämlich der festen Überzeugung, dass das Marketingrecht nicht nur ein theoretisches Gebiet ist, sondern auch eng mit konkreten Fragestellungen und Herausforderungen verknüpft ist, denen Sie tagtäglich begegnen.

Abschließend hoffen wir, dass dieses Praxishandbuch Ihnen dabei hilft, Ihre Marketingaktivitäten rechtssicher zu gestalten und Ihre Ziele zu erreichen. Wir

sind davon überzeugt, dass eine fundierte Kenntnis des Marketingrechts nicht nur vor rechtlichen Konsequenzen schützt, sondern auch das Vertrauen Ihrer Kund:innen stärkt und Ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschafft.

Ich möchte mich an dieser Stelle bei all denjenigen bedanken, die voller Taten-
drang an der Entstehung dieses Praxishandbuchs mitgewirkt haben. Mein Dank
gilt insbesondere den Autor:innen, die ihr umfangreiches Wissen, ihre Erfahrun-
gen sowie viel Zeit aufgebracht haben, um dieses praxisnahe Werk zu schaffen.
Besten Dank auch an *Patrick Stummer* und den Verlag für die tolle Möglichkeit
und das Vertrauen sowie für das großartige Lektorat von *Angelika Glaser*. Ein
ganz großes Dankeschön geht auch an meine Eltern und meinen Partner, die
mich stets unermüdlich unterstützen und mir mit viel Rat und Zuspruch zur Seite
gestanden sind und immer stehen.

Trotz höchster Sorgfalt können kleine Fehler nicht ganz ausgeschlossen werden.
Ich freue mich über Hinweise, Feedback und Verbesserungsvorschläge an
jb@sv.law.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und viel Erfolg bei der Umsetzung!

Wien, im Dezember 2023

Jacqueline Bichler