

Quellenverzeichnis

A. Literatur

- Ahrens, Hans-Jürgen (Hrsg.): Der Wettbewerbsprozess – Ein Praxishandbuch, 8., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Köln 2017 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Ahrens – Der Wettbewerbsprozess).
- Alpar, Andre/Koczy, Markus/Metzen, Maik: SEO - Strategie, Taktik und Technik: Online-Marketing mittels effektiver Suchmaschinenoptimierung, 1. Auflage, Wiesbaden 2015 (zitiert: *Alpar/Koczy/Metzen*, SEO – Strategie, Taktik und Technik).
- Bachmeier, Werner: Internetrecherche – Gerichtskenntnis und Beweisaufnahme, DAR 2012, S. 557-561.
- Beater, Axel: Entwicklungen des Wettbewerbsrechts durch die Rechtsprechung und die rechtsprechende Gewalt, in: von Ahrens, Hans Jürgen/Bornkamm, Joachim/Gloy, Wolfgang/Starck, Joachim/von Ungern-Sternberg, Joachim (Hrsg.), Festschrift für Willi Erdmann - Zum 65. Geburtstag, 1. Auflage, München 2002, S. 513-530 (zitiert: *Beater*, in: FS Erdmann).
- Ders.: Mitbewerber und sonstige unternehmerische Marktteilnehmer – Wandel, Bedeutung und Abgrenzung der unternehmensbezogenen Schutzzwecke des UWG, WRP 2009, S. 768-780.
- Ders.: Unlauterer Wettbewerb, 1. Auflage, Tübingen 2011 (zitiert: *Beater*, Unlauterer Wettbewerb).
- Bengez, Rainhard Z.: Schlüsselkonzept der Suchmaschinen, DuD 2013, S. 440-444.
- Bernreuther, Friedrich: Die suchmaschinenoptimierte Webseite – eine urheberrechtlich geschützte Unlauterkeit mit und ohne Markenverletzung. Zusammenhänge zwischen UWG einerseits und UrhG bzw. MarkenG andererseits, WRP 2008, S. 1057-1068.
- Bettinger, Thorsten: Handbuch des Domainrechts: Nationale Schutzsysteme und internationale Streitbeilegung, 2. Auflage, Köln 2017 (zitiert: *Bettinger*, Handbuch des Domainrechts).
- von Bischoffinck, Yvonne/Ceyp, Michael: Suchmaschinen-Marketing: Konzepte, Umsetzung und Controlling für SEO und SEM, 2. überarbeitete, erweiterte und aktualisierte Auflage, Berlin Heidelberg 2009 (zitiert: *von Bischoffinck/Ceyp*, Suchmaschinen-Marketing).
- Borck, Hans-Günther: Die Interessenabwägung bei irreführender Werbung, WRP 1985, S. 63-70.
- Bücking, Jens/Angster, Henrik: Domainrecht, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart 2010 (zitiert: *Bücking/Angster*, Domainrecht).

- Eberwein, Helgo*: Wettbewerbsrechtliche Aspekte von Domains und Suchmaschinen, 1. Auflage, Baden-Baden 2012 (zitiert: *Eberwein*, Wettbewerbsrechtliche Aspekte von Domains und Suchmaschinen).
- Engels, Thomas*: Rechtliche Grenzen der Suchmaschinenoptimierung, ITRB 2016, S. 260-263.
- Erl, Danilo*: SEO Backlinks - Der Backlink als Bestandteil der Suchmaschinenoptimierung und Online Marketing für ein besseres Ranking in den Suchmaschinen für dein Internet Business zum Online Geld verdienen, 1. Auflage, Reichelsheim 2018 (zitiert: *Erl*, SEO Backlinks).
- Erlhofer, Sebastian*: Suchmaschinen-Optimierung, 9., aktualisierte und erweiterte Auflage, Bonn 2018 (zitiert: *Erlhofer*, Suchmaschinen-Optimierung).
- Ernst, Stefan*: Suchmaschinenmarketing (Keyword-Advertising, Doorwaypages u.ä.) im Wettbewerbs- und Markenrecht, WRP 2004, S. 278-282.
- Eschbacher, Ines*: Content Marketing - Das Workbook: Schritt für Schritt zu erfolgreichem Content, 1. Auflage, Frechen 2017 (zitiert: *Eschbacher*, Content Marketing).
- Fezer, Karl-Heinz/Büscher, Wolfgang/Obergfell, Inés* (Hrsg.): Lauterkeitsrecht: UWG, Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Band 1: Internationales Lauterkeitsrecht, Lauterkeitsrechtliche Spezialthemen, Geschichte, Systematik, Grundlagen, §§ 1 bis 3 UWG, Band 2: §§ 3a bis 20 UWG, Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG, 3. Auflage, München 2016 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Fezer/Büscher/Obergfell).
- Ders.*: Modernisierung des deutschen Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb auf der Grundlage einer Europäisierung des Wettbewerbsrechts, WRP 2001, S. 989-1022.
- Ders.*: Objektive Theorie der Lauterkeit im Wettbewerb, in: Ohly, Ansgar/Bodewig, Theo/Dreier, Thomas/Götting, Horst-Peter/Haedicke, Maximilian W./Lehmann, Michael (Hrsg.), Perspektiven des Geistigen Eigentums und des Wettbewerbsrechts - Festschrift für Gerhard Schricker zum 70. Geburtstag, 1. Auflage, München 2005, S. 671-680 (zitiert: *Fezer*, in: FS Schricker).
- Ders.*: Plädoyer für eine offensive Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken in das deutsche UWG – Originärer Verbraucherschutz durch Lauterkeitsrecht als Paradigma der europäischen Rechtsharmonisierung, WRP 2006, S. 781-790.
- Gaulke, Martin*: Suchmaschinenkompetenz - Was wissen wir wirklich über Suchmaschinen?: Eine Untersuchung am Beispiel von Google, Auflage 1, München 2008 (zitiert: *Gaulke*, Suchmaschinenkompetenz).
- Geis, Norbert*, Das Lauterkeitsrecht in der rechtspolitischen Diskussion, in: Keller, Erhard/Plassmann, Clemens/von Falck, Alexander (Hrsg.), Festschrift für Winfried Tillmann – Zum 65. Geburtstag, 1. Auflage, Köln u.a. 2003, S. 121-134 (zitiert: *Geis*, in: FS Tillmann).
- Geiseler-Bonse, Sebastian*: Internet-Suchmaschinen als rechtliches Problemfeld – Die rechtliche Beurteilung von Meta-tags, Keyword Advertisement und Paid Listings, 1. Auflage, Frankfurt a. M. 2003 (zitiert: *Geiseler-Bonse*, Internet-Suchmaschinen als rechtliches Problemfeld).

- Geßner, Anja*: Marken- und lauterkeitsrechtliche Probleme der suchmaschinenbeeinflussenden Verwendung von Kennzeichen - Eine Untersuchung der Einflussnahme auf Trefferlisten unter besonderer Berücksichtigung der ebay-Suchmaschine, 1. Auflage, Bielefeld 2008 (zitiert: *Geßner*, Probleme der suchmaschinenbeeinflussenden Verwendung von Kennzeichen).
- Glöggler, Michael*: Suchmaschinen im Internet: Funktionsweisen, Ranking Methoden, Top Positionen, 1. Auflage, Berlin Heidelberg 2003 (zitiert: *Glöggler*, Suchmaschinen im Internet).
- Gloy, Wolfgang/Loschelder, Michael/Erdmann, Willi* (Hrsg.): Handbuch des Wettbewerbsrechts, 4., völlig neu bearbeitete Auflage, München 2010 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Gloy/Loschelder/Erdmann).
- Götting, Horst-Peter/Nordemann, Axel* (Hrsg.): UWG Handkommentar, 3. Auflage, München 2016 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Götting/Nordemann).
- Graf Lambsdorff, Hans Georg*: Handbuch des Wettbewerbsverfahrensrechts, 1. Auflage, Neuwied, Krißel 2000 (zitiert: *Graf Lambsdorff*, Handbuch des Wettbewerbsverfahrensrechts).
- Greger, Reinhard*: Der surfende Richter – Sachverhaltsaufklärung per Internet, in: Bruns, Alexander/Kern, Christoph/Münch, Joachim/Piekenbrock, Andreas/Stadler, Astrid/Tsikrikas, Dimitrios (Hrsg.), Festschrift für Rolf Stürner zum 70. Geburtstag, 1. Auflage, Tübingen 2013, S. 289-299 (zitiert: *Greger*, in: FS Stürner).
- Greifeneder, Horst*: Erfolgreiches Suchmaschinen-Marketing: Wie Sie Bei Google, Yahoo, MSN & Co. Ganz Nach Oben Kommen, 2., aktualisierte und ergänzte Auflage, Wiesbaden 2010 (zitiert: *Greifeneder*, Suchmaschinen-Marketing).
- Groner, Markus*: Der Rückgriff auf die Generalklausel des § 3 UWG zur Bestimmung der Unlauterkeit einer Wettbewerbshandlung, 1. Auflage, Baden-Baden 2008 (zitiert: *Groner*, Rückgriff auf die Generalklausel des § 3 UWG).
- Haczek, Thomas*: Die kennzeichen- und wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit der Beeinflussung von Suchmaschinen, insbesondere durch Metatags und Keywords, 1. Auflage, Hannover 2001 (zitiert: *Haczek*, Beeinflussung von Suchmaschinen).
- Harbich, Ronny*: WebCrawling – Die Erschließung des Webs, 1. Auflage, Magdeburg 2008 (zitiert: *Harbich*, WebCrawling).
- Harte-Bavendamm, Henning/Henning-Bodewig, Frauke* (Hrsg.): Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) mit Preisangabenverordnung, Kommentar, 4. Auflage, München 2016 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig).
- Hartl, Korbinian*: Suchmaschinen, Algorithmen und Meinungsmacht: Eine verfassungs- und einfachrechtliche Betrachtung, 1. Auflage, Wiesbaden 2017 (zitiert: *Hartl*, Suchmaschinen, Algorithmen und Meinungsmacht).
- Hasselblatt, Gordian N.* (Hrsg.): Münchener Anwalts Handbuch – Gewerblicher Rechtsschutz, 5., überarbeitete Auflage, München 2017 (zitiert: *Bearbeiter*, in: MAH Gewerblicher Rechtsschutz).

- Heermann, Peter W./Schlingloff, Jochen (Hrsg.): Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht (UWG), Band 1: Grundlagen des Lauterkeitsrechts, Internationales Wettbewerbs- und Wettbewerbsverfahrensrecht, das Unionsrecht und die UGP-Richtlinie, Vorabentscheidungsverfahren, §§ 1-4 UWG, sowie Band 2: §§ 5-20 UWG, 2. Auflage, München 2014 (zitiert: *Bearbeiter*, in: MüKoUWG).
- Heim, Andreas: Die Einflussnahme auf Trefferlisten von Internet-Suchdiensten aus marken- und wettbewerbsrechtlicher Sicht, 1. Auflage, Münster 2004 (zitiert: *Heim*, Einflussnahme auf Trefferlisten).
- Herzberger, Tomas/Jenny, Sandro: Growth Hacking: Mehr Wachstum, mehr Kunden, mehr Erfolg, 1. Auflage, Bonn 2018 (zitiert: *Herzberger/Jenny*, Growth Hacking).
- Helm, Horst: Der Abschied vom „verständigen“ Verbraucher, WRP 2005, S. 931-940.
- Henning-Bodewig, Frauke: Die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, GRUR Int 2005, S. 629-634.
- Dies.: Lauterkeit im B2B-Verhältnis – „anständige Marktgepflogenheiten“, nicht „fachliche Sorgfalt!“, GRUR Int 2015, S. 529-534.
- Dies.: Der "ehrbare Kaufmann", Corporate Social Responsibility und das Lauterkeitsrecht, WRP 2011, S. 1014-1023.
- Hetmank, Sven: „Wettbewerbsfunktionales Verständnis“ im Lauterkeitsrecht, GRUR 2014, S. 437-443.
- Hoeren, Thomas: Suchmaschinen, Navigationssysteme und das Wettbewerbsrecht, MMR 1999, S. 649-652.
- Höhne, Max: Kontextsensitive Internetwerbung aus marken- und wettbewerbsrechtlicher Sicht – Zur Haftung von Werbenden und Dienstbetreibern, 1. Auflage, Berlin 2013 (zitiert: *Höhne*, Kontextsensitive Internetwerbung).
- Holtkotte, Carolin: Marken- und wettbewerbsrechtliche Probleme bei Suchmaschinen, 1. Auflage, Berlin 2003 (zitiert: *Holtkotte*, Probleme bei Suchmaschinen).
- Horster, Eric: Suchmaschinenmarketing im Tourismus: Digitales Tourismusmanagement, 1. Auflage, Konstanz und München 2015 (zitiert: *Horster*, Suchmaschinenmarketing im Tourismus).
- Hösl, Friedrich Emanuel: Interessenabwägung und rechtliche Erheblichkeit der Irreführung bei § 3 UWG, 1. Auflage, Köln u.a. 1986 (zitiert: *Hösl*, Interessenabwägung und rechtliche Erheblichkeit der Irreführung bei § 3 UWG).
- Hübener, Markus: Suchmaschinenoptimierung kompakt, 1. Auflage, Berlin u.a. 2009 (zitiert: *Hübener*, Suchmaschinenoptimierung kompakt).
- Isele, Jan-Felix: Von der „Wettbewerbshandlung“ zur „geschäftlichen Handlung“: Hat die „Änderung der Voreinstellung“ ausgedient?, GRUR 2009, S. 727-730.
- Jacobsen, Jens/Meyer, Lorena: Praxisbuch Usability und UX: Was jeder wissen sollte, der Websites und Apps entwickelt - bewährte Methoden praxisnah erklärt, 1. Auflage, Bonn 2017 (zitiert: *Jacobsen/Meyer*, Praxisbuch Usability).
- Kaufmann, Noogie C.: Metatagging – Markenrecht oder reformiertes UWG?, MMR 2005, S. 348-352.

- Keller, Erhard*: Die „fachliche Sorgfalt“ – ein sich entwickelnder Zentralbegriff des Lauterkeitsrechts, in: Büscher, Wolfgang/Erdmann, Willi/Haedicke, Maximilian/Köhler, Helmut/Loschelder, Michael (Hrsg.), Festschrift für Joachim Bornkamm – Zum 65. Geburtstag, 1. Auflage, München 2014, S. 381-392 (zitiert: *Keller*, in: FS Bornkamm).
- Ders.*: Tradition und Moderne – Das UWG 2004 in der 23. Auflage des „Wettbewerbsrechts“ von Baumbach/Hefermehl, bearbeitet von Prof. Dr. Helmut Köhler und Prof. Dr. Joachim Bornkamm, WRP 2005, S. 68-77.
- Keßler, Esther/Rabsch, Stefan/Mandic, Mirko*: Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Kundenbindung, Usability, 3., aktualisierte und erweiterte Auflage, Bonn 2015 (zitiert: *Keßler/Rabsch/Mandic*, Erfolgreiche Websites).
- Knaak, Roland*: Metatags und Keywords als vergleichende Werbung – zum EuGH-Urteil Belgian Electronic Sorting Technology, GRUR Int. 2014, S. 209-215.
- Koch, Daniel*: Suchmaschinen-Optimierung, 1. Auflage, München 2007 (zitiert: *Koch*, Suchmaschinen-Optimierung).
- Köhler, Helmut/Bornkamm, Joachim/Feddersen, Jörn*: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb: UWG, mit PAngV, UKlaG, DL-InfoV, UWG Kommentar, 36., neu bearbeitete Auflage, München 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen).
- Ders.*: Das neue UWG 2015: Was ändert sich für die Praxis?, NJW 2016, S. 503-598.
- Ders.*: Der „Mitbewerber“ – Vom schwierigen Umgang mit einer Legaldefinition, WRP 2009, S. 499-508.
- Ders.*: Zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, GRUR 2005, S. 793-802.
- Kohnke, Boris*: SEO – Praxis der Suchmaschinenoptimierung, 1. Auflage 2017 (zitiert: *Kohnke*, Praxis der Suchmaschinenoptimierung).
- Kotthoff, Jost*: Fremde Kennzeichen in Metatags: Marken- und Wettbewerbsrecht, K&R 1999, S. 157-162.
- Krassnig, Harald*: Wettbewerbsrechtliche Probleme bei Domains, Links und dem Search Engine-Spamming, 1. Auflage, Graz 2002 (zitiert: *Krassnig*, Wettbewerbsrechtliche Probleme bei Domains, Links und dem Search Engine-Spamming).
- Kreutzer, Ralf T.*: Online-Marketing, 1. Auflage, Wiesbaden 2016 (zitiert: *Kreutzer*, Online-Marketing).
- Krüger, Wolfgang/Rauscher, Thomas* (Hrsg.): Münchener Kommentar zur Zivilprozessordnung: ZPO, mit Gerichtsverfassungsgesetz und Nebengesetzen, Band 1: §§ 1-354, 5. Auflage, München 2016 (zitiert: *Bearbeiter*, in: MüKoZPO).
- Lammenett, Erwin*: Praxiswissen Online-Marketing, 6. Auflage, Wiesbaden 2017 (zitiert: *Lammenett*, Online-Marketing).
- Larenz, Karl*: Methodenlehre der Rechtswissenschaft, 6., neu bearbeitete Auflage, Berlin/Heidelberg 1991 (zitiert: *Larenz*, Methodenlehre).
- Lenz, Björn*: Internet-Domains - Aufbau Namensfindung Bewertungsgrundlagen, 1. Auflage, Riga 2012 (zitiert: *Lenz*, Internet-Domains).

- Lewandowski, Dirk*: Suchmaschinen verstehen, 1. Auflage, Berlin u.a. 2015 (zitiert: *Lewandowski*, Suchmaschinen verstehen).
- von Linstow, Bernhard*: Montezuma, Himmelsscheiben und das System der Schutzrechte, in: Ahrens, Hans Jürgen/Bornkamm, Joachim/Kunz-Hallenstein, Hans Peter (Hrsg.), Festschrift für Eike Ullmann, 1. Auflage, Saarbrücken 2006, S. 297-310 (zitiert: *von Linstow*, in: FS Ullmann).
- Löffler, Miriam*: Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web, 1. Auflage, Bonn 2014 (zitiert: *Löffler*, Think Content!).
- Lux, Jochen*: Der Tatbestand der allgemeinen Marktbehinderung – Ein Beitrag zu den Grenzen des Lauterkeitsrechts, 1. Auflage, Tübingen 2006 (zitiert: *Lux*, Der Tatbestand der allgemeinen Marktbehinderung).
- Machill, Marcel/Welp, Carsten*: Wegweiser im Netz – Qualität und Nutzung von Suchmaschinen, 1. Auflage, Gütersloh 2003 (zitiert: *Machill/Welp*, Wegweiser im Netz – Qualität und Nutzung von Suchmaschinen).
- Menke, Burkhardt*: Die Verwendung fremder Kennzeichen in Meta-Tags: Ein Fall für das Kennzeichen- und/oder das Wettbewerbsrecht?, WRP 1999, S. 982-990.
- Meyer, Sebastian*: Aktuelle Rechtsentwicklungen bei Suchmaschinen im Jahre 2014, K&R 2015, S. 222-229.
- Miller, Jochen*: Die rechtliche Beurteilung der Irreführung von Internet-Suchmaschinen - Eine marken- und wettbewerbsrechtliche Untersuchung des Meta-Tagging, 1. Auflage, Baden-Baden 2002 (zitiert: *Miller*, Irreführung von Suchmaschinen).
- Mohr, Alexander*: Internetspezifische Wettbewerbsverstöße, 1. Auflage, Karlsruhe 2006 (zitiert: *Mohr*, Internetspezifische Wettbewerbsverstöße).
- Münker, Reiner/Kaestner, Jan*: Das reformierte UWG im Überblick – Die Sicht der Praxis, BB 2004, S. 1689-1700.
- Münz, Stefan/Nefzger, Wolfgang*: HTML Handbuch. Studienausgabe, 1. Auflage, Poing 2005 (zitiert: *Münz/Nefzger*, HTML Handbuch).
- Musielak, Hans-Joachim/Voit, Wolfgang* (Hrsg.): Zivilprozessordnung: ZPO - mit Gerichtsverfassungsgesetz, Kommentar, 15., neu bearbeitete Auflage, München 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Musielak/Voit).
- Nemeczek, Heinrich*: Wettbewerbsfunktionalität und unangemessene Rufausbeutung gem. § 4 Nr. 9 lit. b Alt. 1 UWG, WRP 2012, S. 1025-1034.
- Ohly, Ansgar/Sosnitza, Olaf*: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb: UWG, mit Preisangabenverordnung, UWG Kommentar, 7., neu bearbeitete Auflage, München 2016 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Ohly/Sosnitza).
- Ders.*: Das neue UWG – Mehr Freiheit für den Wettbewerb?, GRUR 2004, S. 889-900.
- Ders.*: Die Interessenabwägung im Rahmen des Irreführungsverbots und ihre Bedeutung für die Wertungseinheit von Lauterkeits- und Kennzeichenrecht, in: Büscher, Wolfgang/Erdmann, Willi/Haedicke, Maximilian/Köhler, Helmut/Loschelder, Michael (Hrsg.), Festschrift für Joachim Bornkamm – Zum 65. Geburtstag, 1. Auflage, München 2014, S. 423-442 (zitiert: *Ohly*, in: FS Bornkamm).

- Ders.*: Die lauterkeitsrechtliche Haftung für Hyperlinks, NJW 2016, S. 1417-1420.
- Ortlepp, Christiane*: Google AdWords: Das SEA-Praxisbuch 2018, 1. Auflage, Nürnberg 2017 (zitiert: *Ortlepp*, Google AdWords).
- Ott, Stephan*: Technische Grundlagen und rechtliche Konsequenzen der Suchmaschinenmanipulation im Zusammenhang mit fremden Marken, MMR 2008, S. 222-226.
- Paal, Boris P.*: Suchmaschinen, Marktmacht und Meinungsbildung, 1. Auflage, Baden-Baden 2012 (zitiert: *Paal*, Suchmaschinen, Marktmacht und Meinungsbildung).
- Pelzer, Guide/Gerigk, Dagmar*: Google AdWords: Das umfassende Handbuch, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Bonn 2018 (zitiert: *Pelzer/Gerigk*, Google AdWords).
- Plager, Anton*: Schutzzwecke des Lauterkeitsrechts: Entfaltung und Entwicklung zwischen 1909 und 2004, 1. Auflage, Frankfurt a.M. 2010 (zitiert: *Plager*, Schutzzwecke des Lauterkeitsrechts).
- Podszun, Rupperecht*: Der „more economic approach“ im Lauterkeitsrecht, WRP 2009, S. 509-518.
- Prütting, Hanns/Gehrlein, Markus* (Hrsg.): Zivilprozessordnung – Kommentar, 10. Auflage, Köln 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Prütting/Gehrlein).
- Quirnbach, Sonja Monika*: Suchmaschinen: User Experience, Usability und nutzerzentrierte Website-Gestaltung, 1. Auflage, Berlin Heidelberg 2012 (zitiert: *Quirnbach*, Suchmaschinen).
- Rakoczi, Gergely*: Eye Tracking in Forschung und Lehre. Möglichkeiten und Grenzen eines vielversprechenden Erkenntnismittels, in: Csanyi, Gottfried/Reichl, Franz/Steiner, Andreas (Hrsg.), Digitale Medien – Werkzeuge für exzellente Forschung und Lehre, 1. Auflage, Münster 2012, S. 87-98 (zitiert: *Rakoczi*, in: Csanyi/Reichl/Steiner (Hrsg.), Digitale Medien – Werkzeuge für exzellente Forschung und Lehre).
- Rath, Michael*: Das Recht der Internet-Suchmaschinen, 1. Auflage, Stuttgart 2005 (zitiert: *Rath*, Recht der Suchmaschinen).
- Rehbein, Christian*: Moderne DDoS-Attacken, 1. Auflage, München 2017 (zitiert: *Rehbein*, Moderne DDoS-Attacken).
- Röhle, Theo*: Der Google-Komplex - Über Macht im Zeitalter des Internets, 1. Auflage, Bielefeld 2010 (zitiert: *Röhle*, Der Google-Komplex).
- Rössel, Markus*: Der Wettlauf um Suchmaschinen – Wettbewerbswidrige Einflussnahme auf Trefferlisten, CR 2003, S. 349-353.
- Röttgen, Charlotte/Juelicher, Tim*: Der BOT, das unbekannte Wesen – Ein rechtlicher Überblick, DSRITB 2017, S. 227-238.
- Säcker, Franz Jürgen*: Das UWG zwischen den Mühlsteinen europäischer Harmonisierung und grundrechtsgebotener Liberalisierung, WRP 2004, S. 1199-1221.
- Saenger, Ingo* (Hrsg.): Zivilprozessordnung: ZPO, Familienverfahren - Gerichtsverfassung - Europäisches Verfahrensrecht, Handkommentar, 7. Auflage, Baden-Baden 2017 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Saenger, Hk-ZPO).

- Scherer, Inge*: Lauterkeitsrecht und Leistungsstörungenrecht – Veränderung des Verhältnisses durch § 2 I Nr. 1 UWG?, WRP 2009, S. 761-767.
- Schiller, Tobias*: Suchmaschinenmarketing mit SEM-Werkzeugen – Ein Vergleich marktrelevanter Anbieter, 1. Auflage, Hamburg 2015 (zitiert: *Schiller*, Suchmaschinenmarketing).
- Schirmbacher, Martin/Engelbrecht, Simon-Vincent*: Suchmaschinenoptimierung und (un)zulässige SEO-Maßnahmen, CR 2015, S. 659-664.
- Ders.*: Online-Marketing- und Social-Media-Recht - Das umfassende Praxis-Handbuch für alle rechtlichen Fragen im Marketing, 2., überarbeitete Auflage, Frechen 2017 (zitiert: *Schirmbacher*, Online-Marketing und Social-Media-Recht).
- Schmidl, Michael*: IT-Recht von A-Z, 2., vollständig überarbeitete Auflage, München 2014 (zitiert: *Schmidl*, IT-Recht von A-Z).
- Schneider, Thorsten*: SEO Praxisbuch 2018: Top Rankings in Google & Co. durch Suchmaschinenoptimierung, 7. Auflage, Nürnberg 2018 (zitiert: *Schneider*, SEO 2018).
- Shubert, Stefanie*: Das Verbraucherleitbild im Internet – Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Rechtsprechung und Kommunikationswissenschaft, 1. Auflage, Saarbrücken 2006 (zitiert: *Shubert*, Verbraucherleitbild im Internet).
- Schulz, Tilman*: Der Einsatz von Suchmaschinenmarketing als Instrument zur Neukundengewinnung bei internetbasierten Serviceleistungen am Beispiel FRESH Professional Services V.O.F., 1. Auflage, Hamburg 2010 (zitiert: *Schulz*, Einsatz von Suchmaschinenmarketing).
- Schünemann, Wolfgang B.*: Generalklausel und Regelbeispiele, JZ 2005, S. 271-279.
- Ders.*: „Unlauerkeit“ in den Generalklauseln und Interessenabwägung nach neuem UWG, WRP 2004, S. 925-936.
- Sens, Bastian*: Suchmaschinenoptimierung – Erste Schritte und Checklisten für bessere Google-Positionen, 1. Auflage, Leverkusen 2018 (zitiert: *Sens*, Suchmaschinenoptimierung).
- Siegmund, Julian*: Suchmaschinenalgorithmen im Kartellrecht der EU und der USA, 1. Auflage, Baden-Baden 2017 (zitiert: *Siegmund*, Suchmaschinenalgorithmen im Kartellrecht der EU und der USA).
- Solmecke, Christian/Kocatepe, Sibel*: Recht im Online-Marketing – So schützen Sie sich vor Fallstricken und Abmahnungen, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Bonn 2018 (zitiert: *Solmecke/Kocatepe*, Recht im Online-Marketing).
- Sosnitzer, Olaf*: Das Internet als Rahmenbedingung und neue Handlungsform im Marken- und Lauterkeitsrecht, GRUR-Beilage 2014, S. 93-100.
- Ders.*: Der Gesetzesentwurf zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, WRP 2008, S. 1014-1034.
- Spindler, Gerald/Schuster, Fabian* (Hrsg.): Recht der elektronischen Medien, Kommentar, 3. Auflage, München 2015 (zitiert: *Bearbeiter*, in: *Spindler/Schuster*).

- Stark, Birgit/Magin, Melanie/Jürgens, Pascal*: Navigieren im Netz – Befunde einer qualitativen und quantitativen Nutzerbefragung, in: Stark, Birgit/Dörr, Dieter/Aufenanger, Stefan (Hrsg.), *Die Googleisierung der Informationssuche - Suchmaschinen zwischen Nutzung und Regulierung*, 1. Auflage, Berlin u.a. 2014, S. 20-74 (zitiert: *Stark/Magin/Jürgens*, in: Stark/Dörr/Aufenanger (Hrsg.), *Die Googleisierung der Informationssuche*).
- Stein, Friedrich/Jonas, Martin* (Hrsg.): *Kommentar zur Zivilprozessordnung: ZPO Band 4: §§ 271-327*, 23. Auflage, Tübingen 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Stein/Jonas, ZPO).
- Steinmetz, Patrick*: *Apps im Lauterkeitsrecht - Eine Untersuchung ausgewählter rechtlicher Problemfälle im Zusammenhang mit dem Vertrieb von mobilen Anwendungen*, 1. Auflage, Baden-Baden 2018 (zitiert: *Steinmetz*, *Apps im Lauterkeitsrecht*).
- Tetzner, Heinrich*: Interessenabwägung bei irreführender Werbung, JZ 1965, S. 605-606.
- Treplitzky, Otto/Peifer, Karl-Nikolaus/Leistner, Matthias* (Hrsg.): *UWG, Großkommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb mit Nebengesetzen in 3 Bänden*, 2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Berlin 2013 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Treplitzky/Peifer/Leistner).
- Thomas, Heinz/Putzo, Hans*: *Zivilprozessordnung: ZPO, FamFG Verfahren in Familiensachen, EGZPO, GVG, EGGVG, EU-Zivilverfahrensrecht, ZPO Kommentar*, 39. Auflage, München 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Thomas/Putzo).
- Tilmann, Winfried*: Der „verständige Verbraucher“, in: Erdmann, Willi/Gloy, Wolfgang/Herber, Rolf (Hrsg.), *Festschrift für Henning Piper – Zum 65. Geburtstag*, 1. Auflage, München 1996, S. 481-494 (zitiert: *Tilmann*, in: FS Piper).
- Traub, Fritz*: Probleme der Interessenabwägung bei Anwendung des § 3 UWG, in: Bruchhausen, Karl/Hefermehl, Wolfgang/Hommelhoff, Peter/Messer, Herbert (Hrsg.), *Festschrift für Rudolf Nirk – Zum 70. Geburtstag*, 1. Auflage, München 1992, S. 1017-1032 (zitiert: *Traub*, in: FS Nirk).
- Ullmann, Eike* (Hrsg.): *juris Praxiskommentar UWG – Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*, 4. Auflage, Saarbrücken 2016 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Ullmann, *juris-PK-UWG*).
- Ders.*: Das Koordinatensystem des Rechts des unlauteren Wettbewerbs im Spannungsfeld von Europa und Deutschland, GRUR 2003, S. 817-825.
- Varadinek, Brigitta*: Trefferlisten von Suchmaschinen im Internet als Werbeplatz für Wettbewerber, GRUR 2000, S. 279-285.
- Vieffhues, Martin*: Internet und Kennzeichenrecht: Meta-Tags, MMR 1999, S. 336-341.
- Vorwerk, Volkert/Wolf, Christian* (Hrsg.): *Beck'scher Online-Kommentar ZPO*, 30. Edition, München 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: BeckOK ZPO).
- Weber, Jan Markus*: Zugang zu den Softwarekomponenten der Suchmaschine Google nach Art. 102 AEUV, 1. Auflage, Baden-Baden 2017 (zitiert: *Weber*, Zugang zu den Softwarekomponenten der Suchmaschine Google nach Art. 102 AEUV).

- Weinand, Kim: Top-Rankings bei Google und Co.: Erfolgreiche Suchmaschinen-Optimierung, 2. aktualisierte Auflage, Bonn 2014 (zitiert: *Weinand*, Top-Rankings).
- Wendlandt, Bettina: Cybersquatting, Metatags und Spam – Gemeinsamkeiten und Gegensätze im amerikanischen und deutschen Wettbewerbs- und Markenrecht, 1. Auflage, München 2002 (zitiert: *Wendlandt*, Cybersquatting, Metatags und Spam).
- Wiebe, Andreas: Das Leid des Verbrauchers mit dem Verbraucherleitbild, in: Alexander, Christian/Bornkamm, Joachim/Buchner, Benedikt/Fritzsche, Jörg/Lettl, Tobias (Hrsg.), Festschrift für Helmut Köhler – Zum 70. Geburtstag, 1. Auflage, München 2014, S. 799-812 (zitiert: *Wiebe*, in: FS Köhler).
- Wiedmaier, Philipp: Suchmaschinenoptimierung am Beispiel von Google, 1. Auflage, Hamburg 2006 (zitiert: *Wiedmaier*, Suchmaschinenoptimierung).
- Windau, Benedikt: Das googelnde Gericht – Ist der Beibringungsgrundsatz noch zeitgemäß?, NJOZ 2018, S. 761-763.
- Wolf, Jürgen: HTML5 und CSS3: Das umfassende Handbuch, 2., aktualisierte und erweiterte Auflage, Bonn 2016 (zitiert: *Wolf*, HTML5).
- Worm, Ulrich: Die Verletzung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten durch das Setzen von Hyperlinks, Inline-Frames und Meta-Tags, 1. Auflage, Frankfurt a.M. 2002 (zitiert: *Worm*, Hyperlinks, Inline-Frames und Meta-Tags).
- Wuttke, Tobias: Die Bedeutung der Schutzzwecke für ein liberales Wettbewerbsrecht (UWG) – Zugleich eine Anmerkung zu BGH I ZR 234/03 – Warnhinweis II, WRP 2007, S. 119-127.
- Ders.: Die Konvergenz des nationalen und des europäischen Irreführungsbegriffs, WRP 2004, S. 820-828.
- Zöller, Richard: ZPO – Zivilprozessordnung, Kommentar, 32., neu bearbeitete Auflage, Köln 2018 (zitiert: *Bearbeiter*, in: Zöller ZPO).

B. Internetquellen

- Berichterstattung auf www.golem.de über die Suchmaschine MetaGer, abrufbar unter <https://www.golem.de/specials/metager/>
- Berichterstattung der Axel Springer SE über Bots im Internet, abrufbar unter <https://www.welt.de/wirtschaft/article135853295/Das-Internet-ist-in-der-Hand-boesarti-ger-Bots.html>
- Berichterstattung der Heise Medien GmbH & Co. KG zum AMP-Format von Google, abrufbar unter <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Kommentar-zu-Google-AMP-Der-goldene-Kaefig-3657037.html>
- Berichterstattung der OnlineMarketing.de GmbH zu Bots im Internet und speziell hinsichtlich Onlinemarketing, abrufbar unter <https://onlinemarketing.de/news/traffik-betrug-wie-bots-den-ruf-der-online-advertising-industrie-zerstoeren>

- Berichterstattung der OnlineMarketing.de GmbH zum Verkauf der Domain www.whisky.com, Abrufbar unter <https://onlinemarketing.de/news/teuersten-domains-aller-zeiten-millionendeal-whisky-com>
- Berichterstattung der SPIEGEL ONLINE GmbH & Co. KG zur Website www.kino.to, abrufbar unter <http://www.spiegel.de/thema/kinoto/>
- Berichterstattung der Website www.searchengineland.com zum Jobangebot von Google hinsichtlich Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://searchengineland.com/google-is-hiring-an-seo-to-improve-their-ranking-in-google-225320>
- Berichterstattung des Magazins [t3n](http://t3n.de) zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://t3n.de/tag/seo>
- Blogbeitrag der Johannes Gutenberg Universität Mainz zur Publikation von „Die Googleisierung der Informationssuche: Band 10 der Buchreihe Medienkonvergenz“, abrufbar unter <https://www.blogs.uni-mainz.de/ifp-mediaconvergence/forschung/googleisierung-der-informationssuche/>
- Erläuterung der SISTRIX GmbH zur Sitemap bei Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://www.sistrix.de/frag-sistrix/sitemaps/wie-wichtig-ist-eine-site-map-fuer-die-indexierung-meiner-seite/>
- Erläuterungen der Mittwald CM Service GmbH & Co. KG zur Historie der .org-Domains, abrufbar unter <https://www.mittwald.de/hosting/domains/top-level-domains/org-domains>
- Erläuterungen der Moz Inc. zum Klickverhalten von Suchmaschinennutzern in den Trefferlisten von Suchmaschinen, abrufbar unter <https://moz.com/blog/google-organic-click-through-rates-in-2014>
- Erläuterungen der Suchmaschine Google zum eigenen, suchmaschinenimmanenten Cache, abrufbar unter <https://support.google.com/websearch/answer/1687222?hl=de>
- Gaulke, Martin*: Suchmaschinenkompetenz - Was wissen wir wirklich über Suchmaschinen? - Eine Untersuchung am Beispiel von Google, abrufbar unter www.suchmaschinenkompetenz.de
- Hinweise und Guidelines von der Suchmaschine Bing für Betreiber von Websites, abrufbar unter <https://www.bing.com/webmaster/help/webmaster-Guidelines-30fba23a>
- Hinweise und Guidelines von Google für Betreiber von Websites, abrufbar unter www.support.google.com/webmasters
- Informationen zum Darknet der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz gemeinsam mit der Landesanstalt für Medien NRW im Rahmen eines EU-Programms für mehr Sicherheit im Internet, abrufbar unter <https://www.klicksafe.de/themen/datenschutz/darknet/>
- Onlinestudie des ARD und ZDF zum Internetverhalten, abrufbar unter www.ard-zdf-onlinestudie.de
- Pressemitteilung der Johannes Gutenberg Universität Mainz vom 15.08.2013 zum Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz, abrufbar unter <http://www.uni-mainz.de/presse/57274.php>

- Seminarangebot der Akademie IHK München und Oberbayern zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://akademie.muenchen.ihk.de/online-marketing/professionelle-suchmaschinenoptimierung/>
- Seminarangebot der eMBIS GmbH zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://www.embis.de/seminare/seo-seminar.html>
- Seminarangebot der Haufe Akademie GmbH & Co. KG zum Suchmaschinenmarketing, abrufbar unter <https://www.haufe-akademie.de/56.25>
- Seminarangebot der IHK Frankfurt a.M. zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://www.frankfurt-main.ihk.de/veranstaltungen/8/49768/index.html>
- Seminarangebot der IHK Hannover zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://www.hannover.ihk.de/veranstaltungen/detailseite/veranstaltung/3825.html>
- Seminarangebot von *Felix Beilharz* zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://www.seo-seminar.de>
- Steiner, Josef*: Wahrnehmung der SERPs und Suchverhalten bei der Suchmaschine Google, abrufbar unter https://evolutionarts.at/files/wahrnehmung_serps_suchverhalten_google.pdf
- Studie der Agentur Aufgesang zum Onlinemarketing bei deutschen Onlineshops, abrufbar unter <http://www.sem-deutschland.de/studie-online-marketing-bei-deutschen-online-shops/>
- Studie von Advanced Web Ranking zum Klickverhalten von Suchmaschinennutzern in den Trefferlisten von Suchmaschinen, abrufbar unter <https://www.advancedwebranking.com/google-ctr-study-2014.html>
- Studie von *Johannes Beus* zur Klickwahrscheinlichkeit in den Trefferlisten von Google, abrufbar unter <https://www.sistrix.de/news/klickwahrscheinlichkeiten-in-den-google-serps/>
- Umfrage der Statista GmbH zur Suchmaschinennutzung in Deutschland, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/183133/umfrage/nachrichten-und-informationen-internetnutzung/>
- Webangebot der Maik Wildemann & Sebastian Schöne 2.0 Promotion GbR zur Analyse von Linkprofilen, abrufbar unter www.backlinktest.com
- Webangebot der sog. Wayback-Machine von The Internet Archive, abrufbar unter <https://web.archive.org>
- Webangebot des Googledienstes „Google AdSense“, abrufbar unter www.google.de/adsense/start
- Webangebot des Googledienstes „Google Alerts“, abrufbar unter <https://www.google.de/alerts>
- Webangebot des Googledienstes „Google Analytics“, abrufbar unter <https://marketingplatform.google.com/about/>
- Webangebot und Erläuterung des Googledienstes „Disavow Tool“, abrufbar unter <https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main>
- Webangebot von Martin von der Hocht zur Analyse von Linkprofilen, abrufbar unter www.backlink-tool.org

Website der Seokratie GmbH mit vertieften Inhalten und News zur Suchmaschinenoptimierung, abrufbar unter <https://www.seokratie.de/allgemein>

Website der SISTRIX GmbH, abrufbar unter <https://www.sistrix.de>

C. Gerichtsentscheidungen

EuGH C-112/99 = GRUR 2002, 354 – Toshiba/Katun.

EuGH C-44/01 = GRUR 2003, 533 – Pippig Augenoptik/Hartlauer.

EuGH C-657/11 = GRUR Int. 2013, 937 – Belgian Electronic Sorting Technology.

EuGH C-59/12 = WRP 2013, 1454 – BKK Mobil Oil.

EuGH C-281/12 = WRP 2014, 161 – Trento Sviluppo.

BGH GRUR 1955, 37 – Cupresa.

BGH GRUR 1955, 409 – Vampyrette/AEG.

BGH GRUR 1958, 97 – Gartensessel.

BGH GRUR 1959, 240 – Nelkenstecklinge.

BGH GRUR 1966, 445 – Glutamal.

BGH GRUR 1966, 503 – Apfel-Madonna (m. Anm. *Ulmer*).

BGH GRUR 1972, 553 – Statt Blumen ONKO-Kaffee.

BGH GRUR 1973, 534 – Mehrwert II.

BGH GRUR 1976, 370 – Lohnsteuerhilfvereine I.

BGH GRUR 1983, 512 – Heilpraktikerkolleg.

BGH GRUR 1983, 651 – Feingoldgehalt.

BGH GRUR 1984, 453 – Hemdblusenkleid.

BGH GRUR 1985, 876 – Tchibo/Rolex I.

BGH GRUR 1988, 614 – Btx-Werbung.

BGH GRUR 1988, 690 – Kristallfiguren.

BGH GRUR 1989, 609 – Fotoapparate.

BGH GRUR 1991, 552 – TÜV-Prüfzeichen.

BGH GRUR 1991, 852 – Aquavit.

BGH GRUR 1992, 70 – 40% weniger Fett.

BGH GRUR 1992, 448 – Pullovermuster.

BGH GRUR 1992, 523 – Betonmischer.

BGH GRUR 1993, 675 – Kooperationspartner.

BGH GRUR 1994, 220 – PS-Werbung II.

BGH GRUR 1995, 592 – Busengrapscher.

BGH GRUR 1995, 610 – Neues Informationssystem.

BGH GRUR 1995, 612 – Sauerstoff-Mehrschritt-Therapie.

BGH GRUR 1998, 949 – D-Netz-Handtelefon.

- BGH GRUR 1998, 951 – Die große deutsche Tages- und Wirtschaftszeitung.
BGH GRUR 1999, 923 – Tele-Info-CD.
BGH GRUR 1999, 1122 – EG-Neuwagen I.
BGH GRUR 1999, 1125 – EG-Neuwagen II.
BGH GRUR 2000, 337 – Preisknaller.
BGH GRUR 2000, 619 – Orient-Teppichmuster.
BGH GRUR 2000, 911 – Computerwerbung I.
BGH GRUR 2001, 73 – Stich den Buben.
BGH GRUR 2001, 260 – Vielfachabmahner.
BGH GRUR 2001, 1061 – mitwohnzentrale.de.
BGH GRUR 2001, 1181 – Telefonwerbung für Blindenwaren.
BGH GRUR 2002, 902 – Vanity-Nummer.
BGH GRUR 2003, 631 – L. Glutamin.
BGH GRUR 2004, 162 – Mindestverzinsung.
BGH GRUR 2004, 244 – Marktführerschaft.
BGH GRUR 2004, 605 – Dauertiefpreise.
BGH GRUR 2004, 696 – Direktansprache am Arbeitsplatz.
BGH GRUR 2004, 877 – Werbeblocker.
BGH GRUR 2005, 166 – Puppenausstattungen.
BGH GRUR 2005, 442 – Direkt ab Werk.
BGH GRUR 2005, 438 – Epson-Tinte.
BGH GRUR 2005, 877 – Werbung mit Testergebnis.
BGH GRUR 2006, 1042 – Kontaktanzeigen.
BGH GRUR 2007, 98 – Gartenliege
BGH GRUR 2007, 339 – Stufenleitern.
BGH GRUR 2007, 795 – Handtaschen.
BGH GRUR 2007, 800 – Außendienstmitarbeiter.
BGH GRUR 2007, 978 – Rechtsberatung durch Haftpflichtversicherer.
BGH GRUR 2007, 1079 – Bundesdruckerei.
BGH GRUR 2008, 443 – Saugeinlagen.
BGH GRUR 2008, 621 – AKADEMIKS.
BGH GRUR 2009, 500 – Beta Layout.
BGH GRUR 2009 685 – ahd.de.
BGH GRUR 2009, 980 – E-Mail-Werbung II.
BGH GRUR 2009, 1069 – Knoblauchwürste.
BGH GRUR 2009, 1073 – Ausbeinmesser.
BGH GRUR 2010, 161 – Gib mal Zeitung.
BGH GRUR 2010, 536 – Modulgerüst II.
BGH GRUR 2010, 654 – Zweckbetrieb.

BGH GRUR 2010, 1024 – Master of Science Kieferorthopädie.
BGH GRUR 2010, 1125 – Femur-Teil.
BGH GRUR 2011, 79 – Markenheftchen.
BGH GRUR 2011, 436 – hartplatzhelden.de (m. Anm. *Obhy*).
BGH GRUR 2011, 828 – Bananabay II.
BGH GRUR 2011, 1050 – Ford-Vertragspartner.
BGH GRUR 2012, 58 – Seilzirkus.
BGH GRUR 2012, 184 – Branchenbuch Berg.
BGH GRUR 2012, 201 – Poker im Internet.
BGH GRUR 2012, 215 – Zertifizierter Testamentsvollstrecker.
BGH GRUR 2012, 645 – Mietwagenwerbung.
BGH GRUR 2012, 1053 – Marktführer Sport.
BGH GRUR 2012, 1155 – Sandmalkasten.
BGH GRUR 2012, 1279 – Das große Rätselheft.
BGH GRUR 2013, 125 – Matratzen Factory Outlet.
BGH GRUR 2013, 644 – Preisrätselgewinnauslobung V.
BGH GRUR 2013, 945 – Standardisierte Mandatsbearbeitung.
BGH GRUR 2013, 1052 – Einkaufswagen III.
BGH GRUR 2014, 573 – Werbung für Fremdprodukte.
BGH GRUR 2014, 785 – Flugvermittlung im Internet.
BGH GRUR 2016, 209 – Haftung für Hyperlinks.
BGH GRUR 2015, 607 – Uhrenankauf im Internet.
BGH GRUR 2015, 694 – Bezugsquellen für Bachblüten.
BGH GRUR 2016, 399 – MeinPaket.de.
BGH GRUR 2016, 1073 – Geo-Targeting.
BGH GRUR–RR 2011, 7 – steuerberater-suedniedersachsen.de.
BGH NJW 2003, 504 – rechtsanwaelte-notar.de.
BGH WRP 1999, 517 – Orbital-Handy.
BGH WRP 2006, 1513 – Impuls.
BGH WRP 2009, 1001 – Internet-Videorecorder.
BGH WRP 2010, 764 – WM-Marken.
BGH WRP 2011, 194 – Branchenbuch Berg.
BGH WRP 2011, 1469 – Automobil-Onlinebörse.
BGH WRP 2013, 1189 – Regalsystem.
BGH WRP 2014, 424 – wetteronline.de.
BGH WRP 2014, 1307 – Nickelfrei.
BGH WRP 2015, 851 – Schlafzimmer komplett.
BGH WRP 2015, 1090 – Exzenterzähne.
BGH WRP 2015, 1477 – Goldbären.

- KG GRUR 2007, 254.
KG GRUR-RR 2013, 223.
OLG Köln CR 2011, 538.
OLG Nürnberg GRUR 2002, 460.
OLG Hamburg GRUR 2003, 1058.
OLG Hamm GRUR 2014, 208.
OLG Hamburg GRUR 2014, 490.
OLG Düsseldorf GRUR-RR 2003, 48.
OLG Düsseldorf GRUR-RR 2004, 353.
OLG Hamburg GRUR-RR 2005, 27.
OLG Hamm GRUR-RR 2005, 73.
OLG Hamm GRUR-RR 2007, 282.
OLG Rostock GRUR-RR, 2008, 1.
OLG Hamburg GRUR-RR 2010, 476.
OLG Frankfurt a.M. GRUR-RR 2014, 245.
OLG Düsseldorf GRUR-RR 2015, 217.
OLG München MMR 2001, 615.
OLG Hamburg MMR 2007, 315.
OLG Hamm MMR 2010, 36.
OLG München NJW 2002, 2113.
OLG Hamburg NJW-RR 2002, 1582.
OLG München WRP 2002, 111.
LG Hamburg CR 2004, 143 (m. Anm. *Stögmüller*).
LG Frankfurt a.M. GRUR-RR 2002, 81.
LG Hamburg GRUR-RR 2015, 27.
LG Düsseldorf MMR 2002, 557.
LG Berlin MMR 2003, 490.
LG Hamburg MMR 2003, 796.
LG Köln MMR 2008, 64.
LG Rottweil, Beschluss vom 2.1.2009 - Az. 4 O 89/08.
LG Bielefeld, Beschluss vom 14.1.2009 – Az. 16 O 210/08.
LG Köln, Urteil vom 30.9.2010 – Az. 31 O 203/10.
LG Rostock, Urteil vom 29.2.2012 – Az. 5 HK O 3/12.
LG Hamburg, Beschluss vom 28.2.2013 - Az. 327 O 97/13.
LG Wuppertal, Beschluss vom 5.6.2014 - Az. 9 S 40/14.
LG Krefeld, Beschluss vom 15.11.2015 - Az. 12 O 111/12.