

Literaturverzeichnis

- Abrahamsen, Jon T.*: Adblockers, Convenience or Trespass? Click here to find out!, Journal of Law, Technology & Policy Vol. 2017, 477.
- Ahlberg, Hartwig/Götting, Horst-Peter (Hrsg.)*: BeckOK Urheberrecht, 22. Edition (Stand 15.10.2018), München, 2018 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: BeckOK UrhR, § x, Rn. x).
- Abrens, Hans-Jürgen*: Influencer Marketing – Regulierungsrahmen und Konsequenzen seiner Anwendung (Teil 1), GRUR 2018, 1211.
- Alexander, Christian*: Anmerkung zu OLG Köln, Urteil vom 24.6.2016 – 6 U 149/15, GRUR 2016, 1089.
- Alexander, Christian*: Anmerkung zu OLG München, Urteil vom 17.8.2017 – U 2225/15 Kart, GRUR 2017, 1156.
- Alexander, Christian*: Werblocker und Medienfinanzierung, NJW 2018, 3620.
- Auer-Reinsdorff, Astrid/Conrad, Isabell (Hrsg.)*: Handbuch IT- und Datenschutzrecht, 2. Auflage, München, 2016 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Auer-Reinsdorff/Conrad, § x, Rn. x).
- Bamberger, Heinz Georg; Roth, Herbert; Hau, Wolfgang; Poseck, Roman (Hrsg.)*: BeckOK BGB, 50. Edition (Stand 1.5.2019), München 2019 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: BeckOK BGB, § x, Rn. x).
- Barbacovi, Tyler*: Blocking Ad Blockers, 16th John Marshall Review of Intellectual Property Law, 2017, 272.
- Barth, Günter*: Wettbewerbsrechtliche Abmahnung von Verstößen gegen das neue Datenschutzrecht, WRP 2018, 790.
- Barth, Günter*: Kommentar zu BGH, Urteil vom 8.10.2019 – KZR 73/17, WRP 2019, 1578.
- Baumgartner, Ulrich/Sitte, Konstantin*: Abmahnungen von DS-GVO-Verstößen – Angekündigte Abmahnwelle wird wohl ausbleiben, ZD 2018, 555.
- Beater, Axel*: Die Finanzierung von Print- und privaten Telemedien aus rechtlicher Sicht, AfP 2017, 277.
- Bechtold, Rainer/Bosch, Wolfgang*: Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Kommentar, 9. Auflage, München, 2018.
- Bechtolf, Hans Leo/Vogt, Niklas*: Zur Zulässigkeit von Adblock-Detektoren vor dem Hintergrund der E-Privacy-Richtlinie, K&R 2016, 445.
- Becker, Maximilian/Becker, Felix*: Zur rechtlichen Zulässigkeit von Adblockern, GRURPrax, 2015, 245.
- Bettinger, Torsten/Leistner, Matthias (Hrsg.)*: Werbung und Vertrieb im Internet, Köln, 2003.
- Boehme-Neßler, Volker*: Das Ende der Anonymität – Wie Big Data das Datenschutzrecht verändert, DuD 2016, 419.

- Bornkamm, Joachim/Seichter, Dirk*: Das Internet im Spiegel des UWG – Grenzwerte für die lautere Nutzung eines neuen Mediums, CR 2005, 747.
- Brüggemann, Christina Julia*: Die rechtliche Zulässigkeit von OnlineWerbeblockern unter besonderer Berücksichtigung der Pressefreiheit, Münster, Univ., Diss., 2018.
- Burmeister, Julian*: Belästigung als Wettbewerbsverstoß, München, Univ., Diss., 2006.
- Büscher, Wolfgang*: Neuere Entwicklungen im wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz, GRUR 2018, 1.
- Czernik Ilja*: Anmerkung zu KG, Urteil vom 18.10.2013 – 5 U 138/12, MMR 2014, 45.
- Deutsch, Askan*: Kein Wettbewerbsverstoß durch Werbeblocker, GRURPrax 2015, 357.
- Dreier, Thomas/Schulze, Gernot/Specht, Louisa*: Urheberrechtsgesetz – Verwertungsgesellschaftengesetz – Kunsturhebergesetz – Kommentar, 6. Auflage, München, 2018 (abgekürzt: Dreier/Schulze, UrhG, § x, Rn. x).
- Dreyer, Gunda/Kotthoff, Jost/Meckel, Astrid/Hentsch, Christian-Henner*: Urheberrecht – Urheberrechtsgesetz, Verwaltungsgesellschaftengesetz, Kunsturhebergesetz, 4. Auflage, Heidelberg, 2018 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Dreyer/Kotthoff/Meckel/Hentsch, UrhG, § x, Rn. x).
- Engels, Stefan*: AdBlocker auf dem Prüfstand, GRURPrax 2015, 338.
- di Fabio, Udo*: Werbeblocker im Lichte des Verfassungsrechts – Kollidierende Privatrechtsinteressen bei der Verwendung digitaler Werbeblocker, MMR-Beilage 2016, 1.
- Fezer, Karl-Heinz/Büscher, Wolfgang/Obergfell, Eva Inés*: Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 3. Auflage, München, 2016 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Fezer/Büscher/Obergfell, UWG, § x, Rn. x).
- Fritzsche, Jörg*: Kommentar zu OLG Köln, Urteil vom 24.6.2016 – 6 U 149/15, WRP 2016, 1036.
- Fritzsche, Jörg*: Aggressive Geschäftspraktiken nach dem neuen § 4a UWG, WRP 2016, 1.
- Fritzsche, Jörg*: Überlegungen zum Referentenentwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des UWG, WRP 2014, 1392.
- Fritzsche, Jörg*: Anmerkung zu BGH, Urteil vom 24.6.2004 – I ZR 26/02, LMK 2004, 193.
- Frosch-Wilke, Dirk/Raith, Christian (Hrsg.)*: Marketing-Kommunikation im Internet – Theorie, Methoden und Praxisbeispiele vom One-to-One bis zum Viral-Marketing, Braunschweig/Wiesbaden, 2002.
- Fuchs, Thomas/Hahn, Caroline*: Erkennbarkeit und Kennzeichnung von Werbung im Internet - Rechtliche Einordnung und Vorschläge für Werbefragen in sozialen Medien, MMR 2016, 503.
- Gerecke, Martin*: Kennzeichnung von werblichen Beiträgen im Online-Marketing, GRUR 2018, 153.

- Gersdorf, Hubertus/Paal, Boris (Hrsg.): BeckOK Informations- und Medienrecht, 23. Edition, Stand: 1.2.2019, München (abgekürzt: BeckOK InfoMedienR/Bearbeiter, Gesetz, § x Rn. x).
- Gierschmann, Sibylle: Positionsbestimmung der DSK zur Anwendbarkeit des TMG – Ist ein deutscher Sonderweg wirklich die Lösung?, ZD 2018, 297.
- Glöckner, Jochen: Lauterkeitsrechtlicher Schutz von Geschäftsmodellen auf mehrseitigen Märkten – zugleich Anmerkung zu BGH, Urt. v. 19.4.2018 – I ZR 154/16 – Werbeblocker II, ZUM 2018, 844.
- Gola, Peter (Hrsg.): Datenschutzgrundverordnung VO (EU) 2016/679 – Kommentar, München, 2017 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Gola, DSGVO, Art. x, Rn. x).
- Gomille, Christian: Die Verteidigung gegen unerwünschte Werbung, GRUR 2017, 241.
- Götting, Horst-Peter/Nordemann, Axel (Hrsg.): UWG – Handkommentar, 3. Auflage, Baden-Baden, 2016 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Götting/Nordemann, UWG, § x, Rn. x).
- Grünig, Karla-Maria: Die Urheberrechtliche Einordnung von Websites unter Berücksichtigung der französischen Diskussion von Multimediawerken, Hamburg, Univ., Diss., 2008.
- Grünwald, Andreas/Nüßing, Christoph: Machine To Machine (M2M)-Kommunikation – Regulatorische Fragen bei der Kommunikation im Internet der Dinge, MMR 2015, 378.
- Hansen, Hauke: Werbeblocker mit kostenpflichtiger „Whitelist“-Funktion ist wettbewerbswidrig, GRUR-Prax 2016, 338.
- Harte-Bavendamm, Henning/Henning-Bodewig, Frauke (Hrsg.): Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Kommentar, 4. Auflage, München, 2016 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, § x, Rn. x).
- Härting, Niko: Internetrecht, 6. Auflage, Köln, 2017.
- Härting, Niko: Datenschutz-Grundverordnung, 1. Auflage, Köln, 2016.
- Hass, Berthold/Willbrandt, Klaus: Targeting von Online-Werbung – Grundlagen, Formen und Herausforderungen, Medienwirtschaft 2011, 12.
- Hauck, Ronny: „Erzwungene“ Lizenzverträge – Kartellrechtliche Grenzen der Durchsetzung standardessenzieller Patente, NJW 2015, 2767.
- Heermann, Peter W./Schlingloff, Jochen (Hrsg.): Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 2. Auflage, München, 2014 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: MüKo Lauterkeitsrecht, § x, Rn. x).
- Herrmann, Volker/Lautoutoumai, Sebastian: Wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit von Internet-Werbeblockern, IPRB 2014, 272.
- Herrmann, Volker/Schwarz, Christian: Riegel vor: Im Internet ohne Werbung surfen?, K&R 2015, 622.
- Henning-Bodewig, Frauke: Influencer-Marketing – der „Wilde Westen des Werbens“?, WRP 2017, 1415.
- Hoche, Angelika/Polly, Julia: Werbeblocker auf dem Prüfstand – "Adblock Plus": Legitimes Geschäftsmodell oder "Schutzgelderpressung", IPRB 2015, 231.

- Hoene, Verena: Neue Werbeformen – Native Advertising, IPRB 2016, 59.
- Hoeren, Thomas/Sieber, Ulrich/Holznapel, Bernd (Hrsg.): Handbuch Multimedia-Recht – Rechtsfragen des elektronischen Geschäftsverkehrs, Loseblattsammlung Stand: Juli 2017, München (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Hoeren/Sieber/Holznapel, Multimedia-Recht, Teil x, Rn. x).
- Hoeren, Thomas: Virenscreening und Spamfilter – Rechtliche Möglichkeiten im Kampf gegen Viren, Spams & Co., NJW 2004, 3513.
- Hoeren, Thomas: Kurzkommentar zu BGH, Urteil vom 24.6.2004 – I ZR 26/02, EWiR 2004, 1193.
- Hoeren, Thomas: Werberechtliche Grenzen des Einsatzes von Adblockern – am Beispiel von "Adblock Plus", K&R 2013, 757.
- Hoeren, Thomas/Brandenburg, Jan: Anmerkung zu BGH, Urteil vom 19.4.2018 – I ZR 154/16, MMR 2018, 821.
- Holland, Heinrich: Dialogmarketing – Offline- und Online-Marketing, Mobile- und Social Media-Marketing, 4. Auflage, München, 2016.
- Jandt, Silke: Spezifischer Datenschutz für Telemedien und die DS-GVO – Zwischen Rechtssetzung und Rechtsanwendung, ZD 2018, 405.
- Immenga, Ulrich/Mestmäcker, Ernst-Joachim/Körber, Torsten (Hrsg.): Wettbewerbsrecht, 5. Auflage, München, 2014 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Immenga/Mestmäcker, Wettbewerbsrecht, § x, Rn. x).
- Ingerl, Reinhard/Rohnke, Christian: Markengesetz, 3. Aufl., München, 2010.
- Jacob, Michael: Integriertes Online-Marketing – Strategie, Taktik und Implementierung, Wiesbaden, 2015.
- Kaiser, Mathias: Briefkastenwerbung durch Postwurfsendungen trotz Sperrvermerks, NJW 1991, 2870.
- Kammerzelt, Helmut/ Wimmer, Harald (Hrsg.): Online Marketing; Grundlagen – Planung – Durchführung – Messung, Baden-Baden, 2016.
- Kellenter, Wolfgang/Verhauwen, Axel: Systematik und Anwendung des kartellrechtlichen Zwangslizenzinwands nach „Huawei/ZTE“ und „Orange-Book“, GRUR 2018, 761.
- Kiersch, Philipp/ Kassel, Patrik: Anti-Adblock-Sperren als wirksame technische Maßnahmen gem. § 95a UrhG, CR 2017, 242.
- Kiersch, Philipp: Adblocking im Internet und seine lauterkeitsrechtliche Bewertung, Köln, Univ., Diss., 2018.
- Kiersch, Philipp: Disruptive Geschäftsmodelle im Internet nach der BGH-Entscheidung „Werbeblocker II“, GRUR-Prax 2018, 487.
- Keßler, Esther/ Rabsch, Stefan/ Mandic, Mirko: Erfolgreiche Websites – SEO, SEM, Online-Marketing, Usability, 3. Auflage, Bonn, 2015.
- Köhler, Helmut/Bornkamm, Joachim/ Feddersen, Jörn: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 37. Auflage, München, 2019 (abgekürzt Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, § x, Rn. x)..
- Köhler, Helmut: Internet-Werbeblocker als Geschäftsmodell, WRP 2014, 1017.

- Köhler, Helmut*: Der Regierungsentwurf zur UWG-Novelle 2015: Nur Klarstellungen oder doch tiefgreifende Änderungen?, WRP 2015, 275.
- Köhler, Helmut*: Funktion und Anwendungsbereich des Mitbewerberbegriffs im UWG – Zugleich Besprechung der Entscheidung „Werbeblocker II“ des BGH, GRUR 2019, 123.
- Köhler, Helmut*: Die DS-GVO – eine neue Einnahmequelle für gewerbsmäßige Abmahner?, ZD 2018, 337.
- Köhler, Helmut*: Durchsetzung der DS-GVO mittels UWG und UKlaG?, WRP 2018, 1269.
- Köhler, Markus*: Der Schutz von Websites gemäß §§ 87 a ff. UrhG, ZUM 1999, 548.
- Kreutz, Oliver*: Online-Angebote und Werbeblockersoftware – Eine lauterkeits- und zivilrechtliche Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der rechtlich zulässigen und technisch möglichen Handlungsalternativen der Webseitenbetreiber, Göttingen, Univ., Diss., 2017.
- Kreutz, Oliver*: Technische Umgehung von Werbeblocker-Software durch Webseitenbetreiber – Rechtlich zulässige Abwehrreaktion oder wettbewerbsrechtlich bedenkliche Nutzerbevormundung?, MMR 2016, 364.
- Kreutz, Oliver*: Kommentar zu OLG Hamburg, Urteil vom 15.3.2018 – 5 U 152/15, WRP 2018, 621.
- Kreutzer, Till*: Werbeblocker und Urheberrecht – Urheberrechtliche Zulässigkeit der Verwendung und des Vertriebs von Adblockern, MMR 2018, 639.
- Krüger, Christof*: Adblock Plus – ein "Verleger-Sargnagel"?, GRUR-Prax 2016, 322.
- Kuhlmann, Simone*: Regulierungspflicht von Adblockern?, AfP 2016, 318.
- Lammenet, Erwin*: Praxiswissen Online Marketing – Affiliate- und E-Mail-Marketing, Suchmaschinenmarketing, Online-Werbung, Social Media, Facebook-Werbung, 6. Auflage, Wiesbaden, 2017.
- Laoutoumai, Sebastian/Dahmen, Anna*: Influencer Marketing – Neue Stars, alte Pflichten?!, K&R 2017, 29.
- Laoutoumai, Sebastian/Hoppe, Adrian*: Setzt die DSGVO das UWG Schachmatt? – Können Datenschutzverstöße auch weiterhin über das Recht des unlauteren Wettbewerbs verfolgt werden?, K&R 2018, 533.
- Lehmann, Philipp*: Lauterkeitsrechtliche Risiken beim Influencer Marketing, WRP 2017, 772.
- Leible, Stefan*: Internet-Werbung (Online-Werbung), Festschrift für Helmut Köhler zum 70. Geburtstag, München, 2014 (abgekürzt: Leible, in: FS Köhler, S. x).
- Leupe, Markus*: Der Konflikt zwischen dem Vertrieb von Werbeblockern und der Werbefinanzierung elektronischer Medien, unter besonderer Berücksichtigung der Rundfunkordnung, des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und der negativen Informationsfreiheit, Baden-Baden, 2006; zugl. Chemnitz, Univ., Diss., 2005.
- Leupold, Andreas/Bräutigam, Peter/Pfeiffer, Markus*: Von der Werbung zur kommerziellen Kommunikation – die Vermarktung von Waren und Dienstleistungen im Internet, WRP 2000, 575.

- Lettmann, Sabine*: Schleichwerbung durch Influencer Marketing – Das Erscheinungsbild der Influencer; GRUR 2018, 1206.
- Libertus, Michael*: Rechtliche Aspekte des Einsatzes von Social Bots de lege lata und de lege ferenda, ZUM 2018, 20.
- Lichtnecker, Florian*: Die Werbung in sozialen Netzwerken und mögliche hierbei auftretende Probleme, GRUR 2013, 135.
- Lober, Andreas*: Spielend werben: Rechtliche Rahmenbedingungen des Ingame-Advertising, MMR 2006, 643.
- Loschelder, Michael/Erdmann, Willi (Hrsg.)*: Handbuch des Wettbewerbsrechts, 4. Auflage, München, 2010 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Gloy/Loschelder/Erdmann, § x, Rn. x).
- Loewenheim, Ulrich/Leistner, Matthias/Ohly, Ansgar (Hrsg.)*: Urheberrecht, 5. Auflage, München, 2017 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Schricker/Loewenheim, UrhG, § x, Rn. x).
- Luckhaus, Ulrich*: Keine Werbung bitte – zur Zulässigkeit von Werbeblockern, K&R 2016, 313.
- Luckhaus, Ulrich*: Anmerkung zu LG Berlin v. 8.12.2015 – 16 O 449/15, IPRB 2016, 103.
- Luckhaus, Ulrich*: Anmerkung zu OLG München, Urteil vom 17.8.2017 – U 2225/15 Kart, MMR 2017, 756.
- Mallick, Rani/Weller, David*: Aktuelle Entwicklungen im Influencer Marketing – Ein Blick aus der Praxis, WRP 2018, 155.
- Marly, Jochen*: Der Schutzgegenstand des urheberrechtlichen Softwareschutzes – Zugleich Besprechung zu EuGH, Urt. v. 2. 5. 2012 – C-406/10 – SAS Institute, GRUR 2012, 773.
- Marly, Jochen*: Bildschirmkopien, Cache-Kopien und Streaming als urheberrechtliche Herausforderungen, EuZW 2014, 616.
- Miller, Russell J.*: Liberation, Not Extortion: The Fate of Internet Ad-Blocking in German and American Law, Washington & Lee Public Legal Studies Research Paper Series, Accepted Paper No. 2017 – 15, 2017.
- Mülleijans, Gabi*: Werbeblocker sind weiterhin zulässig, GWR 2015, 281.
- Musielak, Hans-Joachim/Voit, Wolfgang (Hrsg.)*: Zivilprozessordnung mit Gerichtsverfassungsgesetz – Kommentar, 16. Auflage, München, 2019.
- Nink, Judith*: Werbeblocker – Geschäftsmodelle, Detektoren und das Recht; Rechtliche Aspekte aus Anbieterperspektive, CR 2017, 103.
- Ohly, Ansgar/Sosnitzer, Olaf*: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb mit Preisangabenverordnung, Kommentar, 7. Auflage, München, 2016 (abgekürzt: *Ohly/Sosnitzer*, UWG, § x, Rn. x).
- Paal, Boris P./Pauly, Daniel A. (Hrsg.)*: Datenschutzgrundverordnung, 2017, München (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Paal/Pauly, DSGVO, Art. x, Rn. x).
- Palme, Inga*: Facebook-Marketing, Bonn, 2015.
- Peifer, Karl-Nikolaus*: Wer ist Herr im Haus? – Adblocker, Framing, Linking und Signalintegritätsschutz, AfP 2016, 5.

- Peifer, Karl-Nikolaus*: Influencer Marketing – Rechtlicher Rahmen und Regulierungsbedürfnis (Teil 2), GRUR 2018, 1218.
- Podszun, Rupperecht/de Toma, Michael*: Die Durchsetzung des Datenschutzes durch Verbraucherrecht, Lauterkeitsrecht und Kartellrecht, NJW 2016, 2987.
- Podszun, Rupperecht/Schwalbe, Ulrich*: Digitale Plattformen und GWB-Novelle: Überzeugende Regeln für die Internetökonomie?, NZKart 2017, 98.
- Raithel, Stephanie*: Werblocker im Internet, 1. Auflage, Berlin, 2017.
- Raue, Benjamin*: Kommentar zu OLG München, Urteil vom 17.8.2017 – U 2225/15 Kart, WRP 2017, 1363.
- Rehart, Nikolaus Konstantin*: Anmerkung zu BGH – I ZR 23/15, MMR 2016, 683.
- Reinholz, Fabian/Schirmbacher, Martin*: Anforderungen an die Kennzeichnung von Influencer-Werbung – Zugleich Kommentar zu OLG Celle, Urteil vom 8. 6. 2017 – 13 U 53/17, K&R 2017, 753.
- Runkel, Kai*: Neue Werbeformen – Adblocking; Der Kampf um die Werbeeinahmen im Internet, IPRB 2016, 81.
- Säcker, Franz Jürgen/Rixecker, Roland/Oetker, Hartmut/Limperg, Bettina (Hrsg.)*: Münchener Kommentar zum Bürgerlichen Gesetzbuch, Band 6, 8. Auflage, München 2019 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: MüKo/BGB, § x, Rn. x).
- Sahni, Diksha*: The Ultimate Guide To Mobile Programmatic Media Buying, eBook, verfügbar unter: <https://go.applift.com/mobile-programmatic-media-buying-guide>.
- Schapiro, Leo/Żdanowiecki, Konrad*: Screen Scraping – Rechtlicher Status quo in Zeiten von Big Data, MMR 2015, 497.
- Schantz, Peter/Wolff, Heinrich Amadeus*: Das neue Datenschutzrecht – Datenschutz-Grundverordnung und Bundesdatenschutzgesetz in der Praxis, 2017, München.
- Scherer, Inge*: Verbraucherentscheidung für Werblocker – eine aggressive geschäftliche Handlung der Anbieter?, WRP 2019, 1.
- Scherer, Inge*: Das Chamäleon der Belästigung – Unterschiedliche Bedeutungen eines Zentralbegriffs des UWG, WRP 2017, 891.
- Scherer, Inge*: Die Neuregelung der aggressiven geschäftlichen Handlungen in § 4a UWG, GRUR 2016, 233.
- Scherer, Inge*: Wohin mit der “Insolvenzmasse”? – Grundsätzliches zum geplanten Wegfall von § 4 Nr. 1, Nr. 2 UWG § 4 a UWG-RefE, WRP 2015, 148.
- Scherer, Inge*: Rezeption kommerzieller Kommunikation in sozialen Netzwerken durch minderjährige Nutzer, WRP 2019, 277.
- Scheurle, Klaus-Dieter/Mayen, Thomas*: Telekommunikationsgesetz – Kommentar, 3. Auflage, München, 2018 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Scheurle/Mayen, TKG, § x, Rn. x).
- Schleipfer, Stefan*: Datenschutzkonformes Webtracking nach Wegfall des TMG – Was bringen die DS-GVO und die ePrivacy-Verordnung?, ZD 2017, 460.
- Schirmbacher, Martin*: Online-Marketing- und Social-Media-Recht – Das umfassende Praxis-Handbuch für alle rechtlichen Fragen im Marketing, 2. Auflage, Frechen, 2017.

- Schirmbacher, Martin*: Unzumutbare Belästigung durch Display-Werbung – wann ist nervig auch wettbewerbswidrig? – Zugleich Kommentar zu OLG Nürnberg, Urteil vom 15. 1. 2019 – 3 U 724/18, K&R 2019, 229.
- Schirmbacher, Martin*: Online-Marketing nach der DSGVO – ein Annäherungsversuch – Datenschutzrechtliche Anforderungen an E-Mail-Marketing, Tracking und Targeting, ITRB 2016, 274.
- Schippel, Robert*: Zulässigkeit digitaler Werbeblocker – Zur Sachstandsdiskussion, AfP 2017, 185.
- Schreiber, Marlene*: Wettbewerbsrechtliche Abmahnung von Konkurrenten wegen Verstößen gegen DS-GVO, GRUR-Prax 2018, 371.
- Smith, Thomas M./ Smith, Robert L.*: Ökologie, 6. Auflage, München, 2009.
- Sobottka, Corinna/Czernik, Ilja*: Anmerkung zu OLG Celle – 13 U 53/17, MMR 2017, 769.
- Solmecke, Christian/ Kocatepe, Sibel*: Recht im Online Marketing – So schützen Sie sich vor Fallstricken und Abmahnungen, Bonn, 2016.
- Sosnitza, Olaf*: Lauterkeitsrecht gestern, heute und morgen, GRUR 2018, 255.
- Spindler, Gerald/Schuster, Fabian (Hrsg.)*: Recht der elektronischen Medien – Kommentar, 3. Auflage, München, 2015 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Spindler/Schuster, § x, Rn. x).
- Steinmetz, Patrick*: Apps im Lauterkeitsrecht – Eine Untersuchung ausgewählter rechtlicher Problemfälle im Zusammenhang mit dem Vertrieb von mobilen Anwendungen, Freiburg, Univ., Diss., 2017.
- Suwelack, Felix*: Schleichwerbung als Boombranche?, MMR 2017, 661.
- Teplitzky, Otto/Peifer, Karl-Nikolaus/Leistner, Matthias (Hrsg.)*: Großkommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb mit Nebengesetzen, 2. Auflage, Berlin, 2013 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Teplitzky/Peifer/Leistner, UWG, § x, Rn. x).
- Thomale, Philipp-Christian*: Adblocker – und kein Ende?, MMR 2017, 789.
- Troge, Thorsten*: Herausforderung: Influencer-Marketing, GRUR-Prax 2018, 87.
- Ullmann, Eike (Hrsg.)*: juris Praxis Kommentar UWG – Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 3. Auflage, Saarbrücken, 2013 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: juris-PK-UWG, § x, Rn. x).
- Ullmann, Eike*: Anmerkung zu LG Hamburg, Urteil vom 21.4.2015 – 416 HKO 159/14, jurisPR-WettbR 11/2015 Anm. 4,
- Ulmer-Eilfort, Constanze/Obergfell, Eva Ines (Hrsg.)*: Verlagsrecht – Kommentar, München, 2013 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Ulmer-Eilfort/Obergfell, Verlagsrecht, Rn. x).
- Vonau, Eva*: Unzulässige Influencer-Werbung auf Instagram – Anmerkung zu LG Hagen – 23 O 30/17, GRUR-Prax 2017, 541.
- Wandtke, Artur-Axel/Bullinger, Winfried*: Praxiskommentar zum Urheberrecht, 4. Auflage, München, 2014 (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: Wandtke/Bullinger, UrhG, § x, Rn. x)
- Weidert, Stefan/Klar, Manuel*: Datenschutz und Werbung – gegenwärtige Rechtslage und Änderungen durch die Datenschutz-Grundverordnung, BB 2017, 1858.

- Weingarten, Paul: Werbeformen im Internet – eine wettbewerbsrechtliche Analyse, Wien, 2003; zugl. Wien, Univ., Diss., 2003.
- Wiebe, Andreas/Kreutz, Oliver: Native Advertising – Alter Wein in neuen Schläuchen? (Teil 1), WRP 2015, 1053 und (Teil 2), WRP 2015, 1179.
- Witte, Andreas: Der Kampf um die Zulässigkeit von Werbeblockern – Eine Bestandsaufnahme mit Ausblick, ITRB 2018, 34.
- Wolff, Heinrich Amadeus/Brink, Stefan (Hrsg.): BeckOK Datenschutzrecht, 27. Edition, Stand: 1.2.2019, München (abgekürzt: *Bearbeiter*, in: BeckOK Datenschutzrecht, Art. x, Rn. x).
- Wolff, Heinrich Amadeus: UWG und DS-GVO: Zwei separate Kreise? Qualifizierung von Datenschutzbestimmungen der DS-GVO als Marktverhaltensregelungen i.S.v. § 3a UWG, ZD 2018, 248.
- Zenker, Stefan: Werbeblocker "Adblock Plus" keine wettbewerbswidrige Behinderung, GWR 2016, 81.
- Ziebarth, Wolfgang: Nutzer von Werbeblockern als Adressaten gezielter Werbung? Eine Untersuchung unter Berücksichtigung von TMG, UWG und dem Entwurf einer e-Privacy Verordnung, VuR 2018, 257.
- Zieglmayer, David: Adblocking – Ein Zankapfel auf dem Weg zum BGH, CR 2017, 668.
- Zimprich, Stephan/Jeschke, Fabian: Ad Injections – Zulässiges Geschäftsmodell oder unlauterer Wettbewerb? Rechtliche Überlegungen zur Überblendung oder Ersetzung von Werbeflächen auf Webseiten durch Dritte, MMR 2016, 300.

