

Lesetipp: Social Media Marketing & Recht

☒ Social Media gewinnt für Unternehmen immer mehr an Bedeutung. Von Twitter über Facebook bis zu eigenen Youtube-Kanälen. Dabei lassen viele die für die eigene Website bereits gelernten Grundlagen außer Betracht. Thomas Schwenke, Rechtsanwalt bei Schwenke & Dramburg und Autor zahlreicher Beiträge zu rechtlichen Herausforderungen im Social Web hat sich dieser Thematik mit seinem Buch „Social Media Marketing & Recht“ ausführlich gewidmet.

Das Buch darf in keiner Marketingabteilung fehlen.

Das Buch von *Schwenke* erschien im Frühjahr 2012 im O'REILLY Verlag und entstand aufgrund der überwältigenden Resonanz der Leser auf ein zuvor von ihm veröffentlichtes kostenloses e-Book.

Das Buch besteht aus insgesamt zehn Kapitel. Es ist verständlich aufgebaut, beginnt mit den wesentlichen Grundlagen und schließt mit Mustern und einem Glossar, in welchem die wichtigsten Begriffe für den juristischen Laien anschaulich noch einmal zusammengefasst erklärt werden.

Zum Inhalt

Im ersten Kapitel ruft *Schwenke* die rechtlichen Grundlagen für den Betrieb einer Präsenz im Internet in Erinnerung und klärt darüber auf, dass diese auch in Social Media zu beachten sind.

Anschließend beschreibt er in Kapitel zwei Basics, die bereits beim Anlegen eines eigenen Social Media Auftritt bedacht und beachtet werden müssen.

Urheberrecht und Lizenzen

Im dritten Kapitel geht *der Autor* ausführlich auf die rechtlichen Herausforderungen bei der Verwendung von Bildern, Texten und Videos ein. Er erklärt dabei die Grundlagen des Urheberrechts und geht sowohl auf die erlaubten wie auch auf die verbotenen Nutzungsmöglichkeiten fremder Inhalte ein. Außerdem - für manch Werbenden sehr wichtig - erklärt er die Möglichkeiten und Grenzen der satirischen Nutzung.

Darauf aufbauend deckt Kapitel 4 den Bereich der Lizenzen und Lizenzverträge ab. Es behandelt u.a. die besondere Problematik der Verwendung von Bildern, die man beispielsweise in Stockarchive kaufen kann.

Bei den gekauften Bildern ist immer ganz genau auf die jeweiligen Lizenzbedingungen zu achten, oftmals lassen diese nämlich die Verwendung bei Facebook nicht zu.

Das Bewusstsein für das Urheberrecht ist aktuell sehr wichtig für Unternehmer, da bereits erste Abmahnung zum Thema Urheberrechtsverletzungen auf Facebook ausgesprochen wurden.

Neben der sehr häufig abgemahnten Verletzung von Urheberrechten spielen Abmahnungen wegen Markenrechtsverletzungen auch im Internet eine große Rolle. *Schwenke* stellt in Kapitel fünf die Grundlagen des Marken- und Kennzeichenrechts dar.

Meinen und werben

Der Autor beschreibt in Kapitel 6 die Möglichkeiten und Grenzen der Meinungsäußerung. Dabei geht er sowohl auf die Äußerungsmöglichkeiten der Unternehmer selbst ein als auch auf das sog. „virtuelle Hausrecht“. Anschließend beschreibt er auch die eigenen Werbemöglichkeiten der Unternehmer.

In sozialen Netzwerken muss dabei besonders beachtet werden, dass schnell die Grenze zwischen kommerzieller Werbung und redaktionellem Inhalt überschritten ist. Das Trennungsgebot muss (auch hier) beachtet werden.

Außerdem fasst *Schwenke* die wichtigsten Grundlagen der Produktwerbung im Fernabsatz zusammen. Unternehmen müssen diese (natürlich) auch bei der Warenpräsentation im Social Web beachten.

Kostenlose Leseprobe als Download

Kapitel 7 beschäftigt sich dann mit Gewinnspielen und Direktmarketing. Plattformen wie Facebook sind hierfür besonders geeignet, da die Reichweite hoch ist und Streuverluste gering sind. Wer diese Vorteile nutzen will, muss sich aber nicht nur an die rechtlichen Rahmenbedingungen halten.

Darüber hinaus haben die Plattform eigene Regeln hierfür aufgestellt. *Schwenke* beschreibt die Rahmenbedingungen sehr detailliert. Dieses Kapitel kann übrigens zusammen mit dem Inhaltsverzeichnis als Leseprobe kostenlos heruntergeladen werden.

Im achten Kapitel begibt sich *der Autor* auf das schwierige Feld des Datenschutzes, des Nutzertrackings und des Social-Media-Monitorings. Gerade für den juristischen Laien ist der Bereich des Datenschutzrechts kaum zu durchdringen. *Schwenke* versteht es aber, auch diese Materie verständlich zu vermitteln.

Abmahnungen drohen

Bevor in Kapitel 10 die Möglichkeiten der Anspruchsdurchsetzung bei evtl. Rechtsverstößen und Verteidigungsmöglichkeiten gegen eine erhaltene Abmahnung dargestellt werden, geht Kapitel 9 noch auf die Haftung für Mitarbeiter, Agenturen, Nutzer und Links ein.

Dabei betont er auch noch einmal ausdrücklich dass Disclaimer, die die Haftung für Links ausschließen sollen, grundsätzlich wirkungslos sind.

Abschließend folgend dann die verschiedenen Muster und das umfangreiche Glossar.

Fazit

Schwenke wendet sich mit seinem Buch an Unternehmer und Marketing-Manager, die sich mit einem Unternehmensauftritt bei Facebook & Co befassen. Auch für Unternehmensjuristen ist es ein hilfreiches Nachschlagewerk, wenn sich Fragestellungen im Zusammenhang mit Werbekampagnen o.Ä. in Social Media ergeben.

Die schwierige Materie wird dem Leser durch zahlreiche Abbildungen, Checklisten und Fallbeispiele aus der Rechtsprechung anschaulich vermittelt.

Das Buch ist mir bei der täglichen Arbeit ein sehr nützliches Nachschlagewerk. Für jeden, der Social Media für sein Marketing bereits nutzt oder nutzen will, sollte das Buch zur Pflichtlektüre gehören und immer griffbereit im Regal stehen. (mr)

Über den Autor

 *Thomas Schwenke* ist Rechtsanwalt und Dipl-Finanzwirt (FH). Zusammen mit Rechtsanwalt Sebastian Dramburg betreibt er die Kanzlei Schenke & Dramburg in Berlin. Er schreibt regelmäßig in dem Kanzlei-Blog www.spreerecht.de über die rechtlichen Herausforderungen im Internet.