

Lesetipp: Social Media Marketing & Recht - Die zweite Auflage

Twitter, Google+, Facebook, Youtube...Social Media ist aus vielen Unternehmen als Marketing-Kanal nicht mehr wegzudenken. Aber auch in diesem Bereich gibt es zahlreiche rechtliche Herausforderungen, die auf die Marketing-Abteilung warten. Thomas Schwenke, Rechtsanwalt, Social-Media-Profi und Autor zahlreicher Beiträge zu rechtlichen Herausforderungen im Social Web hat sein Standard-Werk zu dem Thema aktualisiert und die zweite Auflage veröffentlicht.

Auch die zweite Auflage darf in keiner Marketing-Abteilung fehlen.

Nachdem das Buch Social Media Marketing & Recht im Frühjahr 2012 im O'REILLY Verlag in erster Auflage erschien, folgte im März 2014 die zweite Auflage. Es entstand aufgrund der überwältigenden Resonanz der Leser auf ein zuvor von ihm veröffentlichtes kostenloses e-Book. Auch der Erfolg dieser ersten Auflage war überwältigend, sodass es nahe lag, gerade in einem so von rasanter Entwicklung geprägten Gebiet, eine zweite Auflage zu veröffentlichen.

Auch die zweite Auflage besteht aus insgesamt zehn Kapiteln. Sie 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

Schon die Kapitel-Überschriften zeigen auf, welche die Themenvielfalt, die mit dem Buch behandelt werden. Hier eine Übersicht:

Rechtliche Anforderungen beim Social Media-Marketing
Social Media-Präsenzen einrichten
Verwendung von Bildern, Videos und Texten
Lizenzen, Stockarchive und Creative Commons
Marken, Logos und Markenprodukte
Meinungen, Tatsachen und Werbeaussagen
Gewinnspiele und Direktmarketing
Datenschutz, Nutzertracking und Social Media-Monitoring
Haftung für Mitarbeiter, Agenturen, Nutzer und Links
Abmahnung, Abwehr und Durchsetzung von Ansprüchen
Anschließend stellt *Schwenke* noch Muster für Teilnahmebedingungen für Gewinnspiele sowie Muster für Social Media Guidelines zur Verfügung. Abschließend gibt es noch ein sehr hilfreiches Glossar und natürlich ein Stichwortverzeichnis.

Rechtliche Basics

Im ersten Kapitel sollen die rechtlichen Grundlagen für den Betrieb einer Präsenz im Internet in Erinnerung gerufen werden. Aufgezeigt werden die typischen rechtlichen Stolperfallen. Wie es sich für ein Handbuch gehört, werden diese aber nicht nur aufgezeigt. Vielmehr wird bereits hier auf die einzelnen Kapitel des Buches verwiesen, in denen dann erklärt wird, wie man als Betreiber eines Social Media Auftritts nicht in solche Fallen tappt, sodass man bereits einen guten Überblick über die im Einzelnen behandelten Themen des Buches erhält.

In Kapitel zwei folgen dann wichtige rechtliche Tipps, die man bereits beim Einrichten einer Social Media-Präsenz beachten muss. Denn hier wird der Grundstein für den eigenen künftigen Marketing-Kanal gelegt. Daher ist es besonders wichtig, von Anfang an, korrekt zu starten.

Urheberrecht und Lizenzen

Die Kapitel 3, 4 und 5 beschäftigen sich mit dem großen Komplex des geistigen Eigentums. Dabei werden die verschiedenen Rechte erklärt, wie z.B. Urheber- und Markenrechte oder das Recht am eigenen Bild. Anschließend werden die Herausforderungen bei der Verwendung von Bildern, Texten, Videos aufgezeigt. Im vierten Kapitel geht es speziell um die besondere Problematik der Verwendung von Bildern, die man beispielsweise in Stockarchive kaufen kann.

Gerade im Social Media, wo oftmals bedenkenlos fremde Fotos verwendet werden, sind diese Kapitel besonders wichtig. Abmahnungen wegen der Verletzung geistigen Eigentums werden zahlreich verschickt und sind meist sehr teuer.

Schwenke stellt in Kapitel fünf die Grundlagen des Marken- und Kennzeichenrechts dar, wobei es nicht nur um die Verletzung fremder Marken geht, sondern auch um den Schutz eigener.

Meinungen, Tatsachen und Werbeaussagen

Kapitel 6 beschäftigt sich mit den Möglichkeiten und den Grenzen von Meinungsäußerungen im Internet. Durch die immer stärkere Vernetzung der User werden auch Unternehmer immer häufiger im Netz bewertet, ob gewollt oder ungewollt. Das Kapitel beschreibt eingangs die Grundlagen, um anschließend Möglichkeiten der Unternehmer aufzuzeigen, sich z.B. gegen Beleidigungen oder falsche Tatsachenbehauptungen zu wehren.

Besonders in Social Media-Kanälen wird die Grenze zwischen redaktionellem Inhalt und kommerzieller Werbung schnell überschritten. Der Abschnitt "Werbeaussagen" des sechsten Kapitels widmet sich speziell diesem Problem, wobei auch die wichtigsten Grundlagen der Produktwerbung im Fernabsatz zusammengefasst werden.

Gewinnspiele

So langsam beginnt auch online das Weihnachtsgeschäft und die ersten Gewinnspiele werden intensiv beworben. Das sollte man aber erst machen, nachdem man dieses Handbuch und speziell Kapitel 7 gelesen hat.

Eine bessere Darstellung der Regeln für Gewinnspiele und Direktmarketing im Social Media habe ich bisher noch nicht gelesen.

Gleiches gilt für das Thema des achten Kapitels: Der Datenschutz. Auch für Juristen ist dies oft eine schwierige Materie, aber *Thomas Schwenke* schafft es, auch diese selbst für den juristischen Laien verständlich darzustellen und die wichtigsten Probleme und Lösungen darzustellen.

Haftung und Abmahnungen

Die Kapitel neun und zehn beschäftigen sich dann mit dem Thema Haftung und Abmahnungen. Hier werden die Risiken aufgezeigt, die man bei Fehlern eingeht – und zwar nicht nur bei eigenen Fehlern, sondern auch bei Fehlern von Mitarbeitern oder Agenturen, die man mit der Betreuung des eigenen Social Media-Auftritts beauftragt hat.

Fazit: Ein Muss für Online-Unternehmer

Auch für die zweite Auflage ist mein Fazit, dass das Buch ein Muss in jedem Unternehmen ist, welches Online-Marketing (speziell in Social Media) betreibt. *Schwenke* schafft es erneut, eine schwierige Materie verständlich, anschaulich und praxistauglich darzustellen. Besonders hilfreich sind dabei die zahlreichen Hinweise, Abbildungen, Checklisten und Beispiele. Das Buch ist genau richtig für Unternehmer, Marketing-Abteilungen und Unternehmensjuristen, die ein Nachschlagewerk für rechtliche Fragen im Bereich Social Media benötigen. Die zweite Auflage ist mir wie die erste bei der täglichen Arbeit ein sehr nützliches

Nachschlagewerk und steht immer griffbereit auf dem Schreibtisch. Gleiches sollte für jeden gelten, der Social Media für sein Marketing bereits nutzt oder nutzen will. (mr)

Das Buch kann hier direkt beim O'REILLY Verlag bestellt werden (34,90 Euro inkl. MwSt., innerhalb Deutschlands versandkostenfrei).

Über den Autor

Thomas Schwenke ist Rechtsanwalt und zertifizierter Datenschutzbeauftragter in Berlin. Seine Schwerpunkte liegen in der Beratung von Unternehmen in Rechtsfragen zum Social-Media-Marketing, Datenschutz und gewerblichen Rechtsschutz, er gehört zu den bekanntesten Social-Media-Anwälten Deutschlands, ist ein beliebter Redner sowie Interviewpartner in Radio und TV. Besonders beliebt ist ein Podcast "Rechtsbelehrung". Seinen Blog findet man hier: <http://rechtsanwalt-schwenke.de/blog>.

Bildquelle: Unuchko Veronika/shutterstock.com