

Social Media Policy

Warum Unternehmen eine Social Media Policy benötigen und was sie dabei beachten sollten

Was ist das Problem?

- Früher:
 - Außendarstellung des Unternehmens Chefsache oder Sache der PR-Abteilung
 - Vorherige Prüfung der Inhalte durch Rechtsabteilungen oder externe Juristen
- Heute:
 - Mitarbeiter veröffentlichen was sie wollen – in ECHTZEIT – bei Twitter, Facebook, Flickr & Co.

Beispiel



„Was machst Du gerade?“

- „Bin gerade auf dem Weg zu einem Pitch bei XY, die nerven vielleicht! Die wollen bloß unsere Ideen abzocken...“

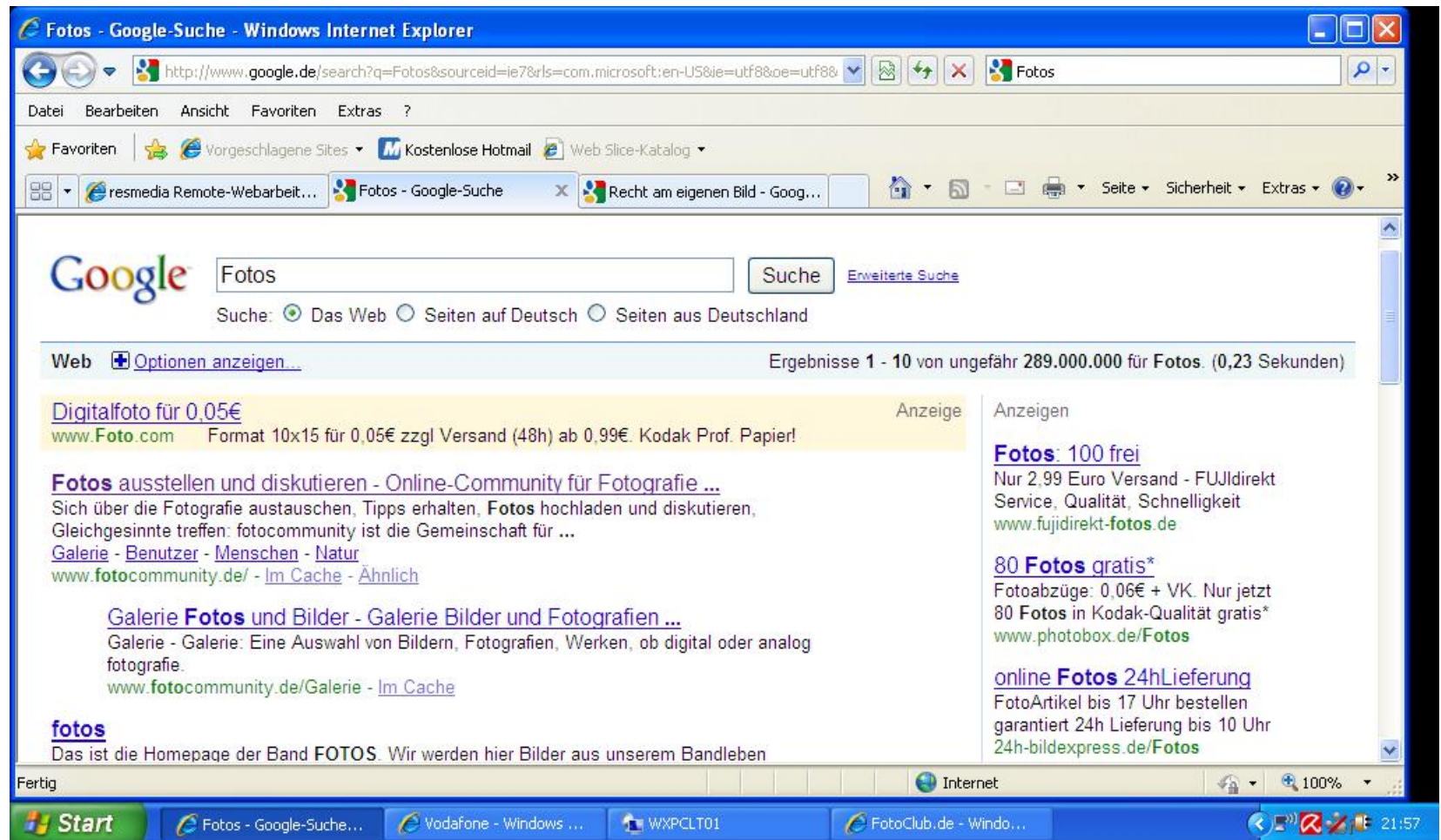
Tipp für die Social Media Policy

- Legen Sie fest, was NICHT (auch nicht im privaten Account) veröffentlicht werden darf:
 - Keine betriebsinternen Informationen
 - Keine geschäftsschädigenden Inhalte
 - Keine Schmähkritik, Beleidigungen

Beispiel

The screenshot shows a Twitpic post. At the top left is the Twitpic logo with the tagline "share photos on twitter". To the right is a login form with a "Twitter username" field, a password field, a "Remember me" checkbox, and a "Login" button. Below the login form are links for "Rotate photo" and "View full size". The main image is a stuffed pumpkin with orange and yellow stripes and a green stem, set against a red background with white polka dots. Below the image is the text "Erste herbstliche Ergebnisse des netz98 Nähtreffs:" and a "Login to leave a comment" button. On the right side of the post, there is a user profile for "netz98" with a post date of "October 19, 2009". Below the profile are two article teasers: "DON'T Let the Dentist Fool You" and "Do NOT BLEACH", each with a small image of teeth and a "Read How" link. Further down are "More photos by netz98" with three small thumbnail images, a "Put this photo on your website" button, and "Views 106" and "Tags". At the bottom right is a "Report Image" link. The footer contains copyright information "©2009 Twitpic Inc, All Rights Reserved" and navigation links: "Home Blog API FAQ Terms Privacy Contact".

Beispiel



„Bilder ohne Copyright darf ich nehmen!“

Frage: Richtig oder falsch?



Urheberrecht

Antwort: Falsch!

**Das Copyright ist keine Voraussetzung für das
Urheberrecht!**

Tipp für die Social Media Policy

- Legen Sie fest, aus welchem Pool Fotos für die Unternehmensaccounts genommen werden dürfen.
- Stellen Sie ggf. eine interne Medien-Datenbank für Social Media-Zwecke des Unternehmens zur Verfügung und verbieten die Nutzung aller anderen Fotos, Videos und Materialien

Beispiel

The screenshot shows a Flickr page for a photo album titled "Weihnachtsfeier 2008". The page header includes the Flickr logo, navigation links (Startseite, Die Tour, Registrieren, Entdecken), and a search bar. The album title is "Weihnachtsfeier 2008" with sub-links for "Thumbnails", "Detail", and "Kommentare". A large photo of a man and a woman is displayed on the left, with a grid of smaller photo thumbnails on the right. Below the main photo, there is a caption: "Menara Suite, KUZ", "53 Fotos | 574-mal angesehen", and "Elemente stammen aus dem Zeitraum zwischen 01. Jan 2007 & 02. Jan 2007".

Recht am eigenen Bild

*„Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt [...]“,
§ 22 Kunsturhebergesetz (KUG).*

§ 22 KUG

- Bei Erkennbarkeit: Vorherige Zustimmung erforderlich für Veröffentlichung im Internet
- Einschränkungen bei Personen der Zeitgeschichte

Tipp für die Social Media Policy

- Legen Sie fest, ob und wie das Einverständnis bei allen Personen auf Fotos eingeholt werden muss, wenn Fotos von Messen, Firmenfeiern, Mitarbeitern usw. ins Internet gestellt werden sollen.

Social Media Policy – Was gehört sonst rein?

- Umfang des „Netzwerkens“ während der Arbeitszeit
- Wer darf überhaupt für das Unternehmen twittern, bloggen...
- Welche Themen und Inhalte sollen überhaupt veröffentlicht werden und passt zur Unternehmenskultur und -strategie?
- Verhalten bei kritischen Kommentaren und negativen Kommentaren Dritter: Wer soll ggf. wie reagieren?

Social Media Policy – Wie vereinbaren?

- Schriftliche Arbeitsanweisung
- Arbeitsvertrag
- Betriebsrat?

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Sabine Heukrodt-Bauer

Res Media | Kanzlei für IT- und Medienrecht

Fon 06131.144 560

E-Mail: shb@res-media.net

Internet: www.res-media.net



Sabine Heukrodt-Bauer, LL.M.
Fachanwältin für Informationstechnologierecht