

Pressemitteilung: April 2011

## **Infografik: Risiken für Social Media Marketer und Social Media Agenturen im weltweiten Netz**

**Klappern gehört zum Handwerk, hieß es früher. Heute heißt es: „Mitzwitschern“, „Gesicht zeigen“ und Videos auf YouTube präsentieren gehört zum Business. Wer in Zeiten von Web 2.0 alle Kanäle befeuert, erreicht mit seinen Inhalten auf kurzem Weg die Zielgruppe und weckt die Aufmerksamkeit. Doch wehe, wem es so ergeht, wie dem Zauberlehrling in Goethes berühmtem Gedicht – der die Geister, die er rief, nicht mehr aufhalten kann. Denn so schnell wie Inhalte im sozialen Netzwerk hochgeladen sind – so schnell können auch Urheber-, Persönlichkeits-, Namens-, Marken-, Wettbewerbs- und Lizenzrechte verletzt werden.**

Wenn sich fragwürdige Inhalte mit gefährlicher Eigendynamik unkontrolliert im Web verbreiten, haftet am Ende der Social Media Marketer, die Agentur – oder im schlimmsten Fall sogar der Auftraggeber. Imageschäden und Umsatzeinbußen sind dann vorprogrammiert.

Wer, wann, wo, wie, was darf, ist nicht immer klar: Im Haftungsdschungel von Facebook, YouTube und Twitter lauern viele rechtliche Grauzonen.

### **Risiken im Haftungsdschungel Facebook, Twitter, YouTube & Co**

Einige Beispiele: Wer Links auf Twitter oder Facebook postet, kann dafür haftbar gemacht werden. Denn: Mit der Weiterverbreitung hat er sich deren Inhalte zu Eigen gemacht – im schlimmsten Fall sogar unerwünschte, widerrechtliche Inhalte im weltweiten Netz gestreut und damit zusätzlich befeuert. Das gilt auch für Retweets bei Twitter.

Problematisch sind zudem Videos, die als zusätzliches optisches Highlight auf der Homepage eingebunden werden (durch die Embedding-Funktion): Auch hier gelten dieselben strengen Regelungen, wie für andere Verlinkungen.

Richtig teuer kann es werden, wenn der Social Media Marketer ein Video hochlädt, ohne davor entsprechende Nutzungsrechte eingeholt zu haben: Wenn Urheber- und Persönlichkeitsrechte verletzt werden, geht es an den Geldbeutel. Dann haftet der Social Media Marketer oder die Agentur – hohe Schadenersatzsummen inklusive.

Auch bei der beliebtesten Social Media Seite im weltweiten Netz können Marketer schnell in die Rechtsfalle tappen: Wer sich beispielsweise beim Schalten eines Gewinnspiels auf seiner Fan-Page bei Facebook nicht genau an die Nutzungsbedingungen hält, dem drohen rechtliche Konsequenzen oder die Sperrung des Kontos.

Wenn die User auf der Facebook-Fan-Page dann noch rechtswidrige Inhalte wie Beleidigungen oder urheberrechtlich geschützte Bilder posten, ist es am Ende auch der Seitenbetreiber, der dafür in Anspruch genommen werden kann – inklusive Kosten aus Abmahnungen und Unterlassungen.

### **Agieren, statt reagieren: Krisenkommunikation und eine Web 2.0 gerechte Absicherung**

Die Beispiele haben gezeigt, wie schnell das fröhliche Gezwitscher und Geposte im sozialen Netzwerk zum bitteren Ernst werden kann. Wenn eine Social Media-Kampagne schief läuft, hilft nur noch die Krisenkommunikation. Und damit Kommunikation auf allen Kanälen – vom Kunden bis hin zum User oder der gesamten Community. Ganz nach der Devise: Professionell und transparent bleiben.

Risikomanagement ist ein wichtiges Stichwort. Dazu gehört auch, sich von vornherein gegen alle Risiken abzusichern. Denn auch die beste Krisenkommunikation bietet keine Absicherung, wenn es ans Eingemachte, wenn es um Haftungsfragen geht.

Rundum-Schutz bietet eine Web 2.0 gerechte Berufshaftpflichtversicherung – auch Media-Haftpflicht genannt. Sie übernimmt die Kosten für die Abwehr ungerechtfertigter Schadenersatzansprüche, Abmahnungen, Unterlassungserklärungen oder Verfügungen sowie für die professionelle Schadenregulierung.

Damit der erfolgreichen B2B und B2C Kommunikation im weltweiten Netz nichts im Wege steht.

Zum Thema berufliche Risiken und Schadenfälle im Social Web haben wir auch eine übersichtliche Infografik erstellt. Diese Grafik sowie die Pressemitteilung finden Sie im Pressebereich unserer Homepage zum Download:

<http://www.exali.de/Ueber-exali/Pressebereich/Pressemeldungen,100393.php>

## **Pressekontakt:**

Flora Anna Graß  
exali GmbH  
Landsberger Straße 59a  
86179 Augsburg  
Tel: +49 (0)821-809946-14  
Fax: +49 (0)821-809946-29  
Mail: [presse@exali.de](mailto:presse@exali.de)  
[www.exali.de](http://www.exali.de)

---

**Über die exali GmbH:** [www.exali.de](http://www.exali.de) ist das Versicherungsportal für Freiberufler, Dienstleister und Agenturen in den Branchen IT, Medien und Consulting. exali ist insbesondere spezialisiert auf branchenspezifische Berufshaftpflichtversicherungen und Betriebshaftpflichtversicherungen. IT-Haftpflicht, Media-Haftpflicht, Media-Haftpflicht XL und Extra sowie Consulting-Haftpflicht bieten nach dem „All-Risk-Prinzip“ Versicherungsschutz für alle typischen Tätigkeiten in IT und Telekommunikation, Medien und Consulting. Mit dem Haftpflicht-Siegel hat exali zudem ein Instrument geschaffen, das Versicherungsnehmern erlaubt, ihre spezifische Berufshaftpflichtversicherung im Wettbewerb als wichtiges Alleinstellungsmerkmal offensiv zu vermarkten.

Wesentlicher Bestandteil von [www.exali.de/](http://www.exali.de/) ist eine Infobase mit News, Interviews und Fachartikeln rund um Recht & Gesetz.