

Social Media für Vereine

**„ Ab ins Netz oder net
ins Net ? “**

Malte Jörg Uffeln

Rechtsanwalt Mediator Mentaltrainer Lehrbeauftragter

www.uffeln.eu

ra-uffeln@t-online.de

I. **Was ist Social Media ?**

Quelle:

http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media

Social Media (auch Soziale Medien[1])
bezeichnen digitale Medien und Technologien
(vgl. Social Software), die es Nutzern
ermöglichen, sich untereinander
auszutauschen und mediale Inhalte
einzelnen oder in Gemeinschaft zu
gestalten.

(Quelle: www.wikipedia.de)

II.

**Aktuelle Netzwerke , die für Vereine
interessant in können ?**

Auswahl möglicher Netzwerke im Internet:

www.facebook.de

www.plus.google.com

www.youtube.com

www.wikipedia.de

www.twitter.com

III.

**Warum Social Media, wir haben doch
unsere Vereinshomepage... ?**

Das ist doch noch mehr Arbeit...

**Wer soll dass denn alles im Verein noch
machen ?**

Einige Argumente PRO

- * Werbung durch und für den Verein**
 - * Schnellere Kommunikation**
(bspw. bei Terminen, Terminabsprache und Terminabsetzungen)
- * Trends unter den Mitgliedern können erkannt**
 - * Etablierung eines Riskmanagements im Verein**
 - * Die „sonst Stillen“, die nicht zur MGV kommen „ sprechen non verbal“**
- * Mitglieder werden „mündiger“ (Trau DICH...)**
 - * Informations- und Wissensmanagement**
 - * WIR gewinnen besser neue Ehrenamtler**
 - * Vereinshomepage reicht nicht aus....**

Einige Argumente CONTRA:

- * Mehraufwand: „ Darum muss sich einer immer kümmern“
- * Haftung: „ Da kann doch so viel passieren, was ich nicht kontrollieren kann !“
 - * Datenschutz und Datenklau
- „ Da bin ich ganz gläsern. Da mache ich nicht mit“
- * Golden – Generation: „ Dafür bin ich zu alt“
- * Vereinshomepage reicht doch . Wir wollen uns nur darstellen, wir sprechen lieber live miteinander

FAKT ist:

**Eine Entscheidung muss
bei !!!**

Von wem ?

**MITGLIEDERVERSAMMLUNG oder
VORSTAND**

JA oder NEIN , klipp und klar !

Entscheidung über

1. das OB (Ja oder Nein) ?

2. das WIE ?

2.1. Wer betreut den Auftritt ?

**2.2. Wer kontrolliert den Social-Media -
Betreuer ?**

2.3. Wer ist wem gegenüber weisungsbefugt ?

2.4. Wer haftet wem gegenüber ?

**2.5. Wer kontrolliert die „ schwarzen Schafe,
die „ Gülle- Poster“ ?**

**3. Wer entwickelt und vollstreckt die Social
Media Guide – Lines !**

IV.

Jetzt geht es los.....

Arbeitshilfe:

Praxisleitfaden der IHK Düsseldorf

http://www.duesseldorf.ihk.de/Industrie_Innovation_Umweltschutz/Innovation/1819404/Broschuere_Social_media_fuer_den_Mittelstand.html

Bevor wir „ON“ gehen... I

RICHTLINIEN beachten !!!

**Allgemeine Geschäftsbedingungen,
Werberichtlinien,
Marketingrichtlinien und... und..
und des Netzwerkbetreibers lesen,
lesen und noch einmal lesen und
lesen...
und
dokumentieren !!!**

Bevor wir „ON“ gehen... II

**Anbieterkennzeichnung muss
überhaupt existieren und
stimmen!**

Rechtliches dazu :

Das Landgericht (LG) Aschaffenburg hat nun (Urteil vom 19.08.2011, Az: 2 HK O 54/11) entschieden, dass auch bei der Unternehmenspräsentation auf Facebook gemäß § 5 Telemediengesetz (TMG) ein Impressum einzustellen ist. Fehlt dieses, verhält sich der Anbieter wettbewerbswidrig.

(Quelle:<http://www.onlinehaendler-news.de/2011/11/02/lg-aschaffenburg-impressum-ist-pflicht-bei-geschäftsartigem-facebook-auftritt/>)

Bevor wir „ON“ gehen... III

- * klare Aufbau- und Ablauforganisation im Verein**
- * Webmaster/Datenschutzbeauftragter**
- * Informations- und Berichtspflichten**
 - * Kontrolle**
- * Haftungsfragen müssen geklärt sein (Versicherungsscheck)**
 - * Social Media Guide Lines**

V.
Wenn wir „ON „ sind....

*** (kontrolliert) Kommunizieren
Kommunikation kontrollieren**

*** Kontrollieren und Eliminieren
(Haftung, Abmahnungen vermeiden)**

*** Informieren und Optimieren
(Best Practice)**

*** Werben und Profitieren**

Was geht nicht ?

Bad Cases....

Werbung

- *unwahre Angaben über Leistungen**
- * Verwendung von Gütezeichen ohne
Autorisierung**
- * Werbung mit Selbstverständlichkeiten**
 - * getarnte Kundenaussagen**
- * Verwendung von nicht nachprüfbaren
Superlativen**
- * psychischer Druck auf Kinder und
Jugendliche**

Kommunikation

- * **falsche Tatsachenbehauptungen**
 - ***üble Nachrede (§ 180 StGB)**
 - ***Verleumdung (§ 187 StGB)**
 - ***Beleidigung (§ 185 StGB)**
- ***Schmähungen (§ 823 I BGB, Art. 2 I GG)**
- * **Herabsetzung und Verunglimpfung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 7 UWG)**
- * **Kreditschädigung von Unternehmern (§ 4 Nr. 8 UWG)**
- * **Irreführende Werbung und falsche Vergleiche (§ 6 UWG)**

**Vor dem
„Posten/Senden“
HIRN
einschalten
!!!**

LOGIK der Kommunikation

- 1. Denken**
- 2. Planen**
- 3. Formulieren „ Schreiben“**
- 4. Korrigieren, Umformulieren**
- 5. Senden „ Posten“**

Wenn es knallt ?

Die Abmahnung kommt

Und nun ?

ZUERST INFORMIEREN:

Hilfen im Netz:

www.rettet-das-internet.de

www.dr-bahr.com

www.abmahnwelle.de

www.abmahnungs-faq.de

www.abmahnung-internet.de

www.internet-law.de

www.abmahnung-internet.de

INFORMATIONEN VERDICHTEN und VERIFIZIEREN

**Verbraucherschutzverband
Fachverband**

TIPP:

**Nie selbst mit Rechtsanwälten verhandeln ,
weder fernmündlich (mp3 Aufzeichnung !!!)
noch schriftlich !!!**

RECHTSRAT EINHOLEN

Rechtsanwalt Uffeln



www.uffeln.eu
ra-uffeln@t-online.de

VI.

Wenn wir „OFF“ sind

Der Dynamik des Social Media – Auftritts Rechnung tragen...

Ständig (immer wieder und immer wieder)...

- * kritisch evaluieren**
 - * optimieren**
- * Kommunikationsprozesse analysieren**
 - * QM**
- * Externe und interne Strukturen optimieren**

Annex:

TIPPS für die gelungene Internetkommunikation...

**(Quelle: Social Media Leitfaden der
Daimler AG**

www.daimler.com/.../1895106_Social_Media_Leitfaden_Final.pdf)

- * klare schriftliche Absprachen mit dem Webmaster**
- * download von Dateien nur, wenn die Rechtefrage geklärt ist**
- * Stets Bilder kontrollieren, eigene Bilder einstellen**
 - * Computer absichern**
 - * Inhalte des Auftrittes und Links kontinuierlich prüfen**

*** In der Kommunikation „ Meinen statt behaupten“**

(Meinungen und Fakten präzise trennen)

*** klar und präzise kommunizieren**

SENDEN und EMPFANGEN

*** „Botschaften“ erst nach Prüfung und Korrektur „ posten“ nicht „ rausrotzen“ und dann korrigieren**

*** FAKE – Verbot: Ehrlich währt am Längsten**

*** respektvoll „ höflich“ kommunizieren**

- * Authentizität „ ECHT sein im HIER und JETZT“**
- * Verschwiegenheit und Vertraulichkeit wahren**
- * Rechte wahren (UrhG, UWG, GG, StGB, BGB und und und ...)**
 - * „ Schwarze Schafe“ melden**

Vielen

**Dank für ihr Interesse, ihre
aktive Mitarbeit und ihre
Aufmerksamkeit**

Ihr

Malte Jörg Uffeln

www.uffeln.eu

ra-uffeln@t-online.de