

# **Social Media für Vereine**

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

**Malte Jörg Uffeln**

**Rechtsanwalt Mediator Mentaltrainer Lehrbeauftragter**

**[www.uffeln.eu](http://www.uffeln.eu)**

**[ra-uffeln@t-online.de](mailto:ra-uffeln@t-online.de)**

# **I. Was ist Social Media ?**

**Quelle:**

**[http://de.wikipedia.org/wiki/Social\\_Media](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 einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten.

(Quelle: [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de))

**II.**

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

# **Auswahl möglicher Netzwerke im Internet:**

**[www.facebook.de](http://www.facebook.de)**

**[www.plus.google.com](http://www.plus.google.com)**

**[www.youtube.com](http://www.youtube.com)**

**[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)**

**[www.twitter.com](http://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](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](http://www.rettet-das-internet.de)**

**[www.dr-bahr.com](http://www.dr-bahr.com)**

**[www.abmahnwelle.de](http://www.abmahnwelle.de)**

**[www.abmahnungs-faq.de](http://www.abmahnungs-faq.de)**

**[www.abmahnung-internet.de](http://www.abmahnung-internet.de)**

**[www.internet-law.de](http://www.internet-law.de)**

**[www.abmahnung-internet.de](http://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](http://www.uffeln.eu)**  
**[ra-uffeln@t-online.de](mailto: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](http://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](http://www.uffeln.eu)**

**[ra-uffeln@t-online.de](mailto:ra-uffeln@t-online.de)**