

Social Media und Recht

Rechtliche Rahmenbedingungen rund um Facebook & Co.



Facebook, Instagram, YouTube & Co. sind mittlerweile fester Bestandteil im Marketing- und Kommunikationsmix: Kampagnen, Gewinnspiele, Bilder, Texte, Videoclips und auch Musik werden dort von Unternehmen und Usern eingestellt und verlinkt, Nachrichten gepostet und Daten gesammelt. Umso wichtiger ist es, sich mit den rechtlichen Rahmenbedingungen für soziale Netzwerke und Communities zu beschäftigen. Denn aus den neuen technologischen Entwicklungen ergibt sich eine Reihe zusätzlicher Rechtsfragen – im direkten Umgang mit den Betreibern der Angebote, bei der Vertragsgestaltung mit Lizenzgebern und Kooperationspartnern sowie der Verwertung von User Generated Content. Erfahren Sie, welche rechtlichen Fallstricke beim Einsatz von Social Media zu beachten sind und wie Sie sich mit Ihrem Unternehmen rechtssicher in den sozialen Medien bewegen.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen umfassenden Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen rund um die sozialen Kommunikationsplattformen und Technologien im (mobilen) Online-Bereich und zeigt auf, wie Sie rechtliche Risiken vermeiden. Anhand von Beispielen und aktuellen Fällen werden die rechtlichen Besonderheiten und Entwicklungen dargestellt und für die Praxis aufbereitet, so dass Sie sie auf Ihr Unternehmen übertragen und die verschiedenen digitalen Kanäle rechtssicher verwenden können.

THEMEN

- Nutzungsbedingungen der Plattformen – von Facebook über Instagram bis YouTube
- Einrichtung einer rechtlich sicheren Facebook-Seite
 - Bedingungen für die gewerbliche Nutzung
 - Account- oder Seiten-Name
 - Impressum
- Urheber- und Lizenzrecht
 - Schutz von Content
 - Rechteeinräumung und Rechteerwerb
 - Creative-Commons-Lizenzen
 - Teilen von Inhalten und andere Nutzungsformen
- Nutzung von User Generated Content aus Social Media-Plattformen
- Persönlichkeitsrecht/Recht am eigenen Bild in den sozialen Netzwerken
- Werbe- und wettbewerbsrechtliche Aspekte
 - Schleichwerbung
 - Gewinnspiele
 - Crowdsourcing
- Haftung für Inhalte
 - Verantwortlichkeiten für Rechtsverletzungen
 - Abgrenzung eigener vs. fremder Content
- Datenschutz und Social Plug-Ins
 - Einwilligung und Informationspflicht
 - Facebook-Regeln zum Datenschutz
 - Besonderheiten des Trackings/Nutzung von Cookies

METHODEN

Referat, Diskussion, Analyse, Fallbeispiele.

ZIELGRUPPE

Verantwortliche und Mitarbeiter von Unternehmen, Agenturen und Portalen, vor allem aus den Bereichen (Online-)Marketing, PR, Unternehmenskommunikation und (Online-)Redaktion, die sich für ihre Social Media-Aktivitäten rechtlich absichern möchten und bereits über Vorkenntnisse im Bereich Lizenzen verfügen. Für Einsteiger ins Lizenzrecht empfiehlt sich zunächst der Besuch des Seminars „Urheberrecht – Grundlagen“. Nähere Informationen finden Sie auf der Seite 232.



Seminarleitung:

Bernhard Buchner, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Fachanwalt für IT-Recht, Lausen Rechtsanwälte

Termin 1: 30.01.2020 (München)

Termin 2: 16.07.2020 (Hamburg)

Termin 3: 30.09.2020 (Köln)

Termin 4: 11.11.2020 (München)

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15

Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 190091 (Termin 1, München), 190092 (Termin 2, Hamburg), 190094 (Termin 3, Köln) bzw. 190093 (Termin 4, München)

Dieses Seminar ist Bestandteil des Zertifikatsprogramms „Digital Marketing Manager“. Nähere Informationen finden Sie auf den Seiten 24 – 26.