

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>9</b>
<b>1 Erste Schritte: die eigene Präsenz im Social Web</b>	<b>11</b>
1.1 Auswählen und Anmelden eines Account-Namens	11
1.2 Wichtige Formalität: das Impressum	18
<b>2 Die Veröffentlichung eigener Inhalte</b>	<b>23</b>
2.1 Äußerungen im Social Web: Das ist erlaubt – Das ist verboten	23
2.2 Urheberrecht an eigenen Inhalten	29
2.3 Eigene Bilder, die fremde Personen zeigen	29
<b>3 Fremde Inhalte für die eigene Präsenz</b>	<b>31</b>
3.1 Urheberrechtliche Grundsätze	31
3.2 Die Creative Commons Lizenzen als Lösung?	34
3.3 Das Einbinden („Embedding“) von fremden Inhalten	37
3.4 Haftungsrisiken bei der Einbindung von fremden RSS-Feeds	44
<b>4 Content-Diebstahl: Wie sich Unternehmen wehren können</b>	<b>49</b>
4.1 So schützt das Urheberrecht die Inhalte	50
4.2 Die urheberrechtliche Abmahnung	52
4.3 Eigene Maßnahmen gegen Content-Diebe	57
4.4 Strategien im Fall von Content-Diebstahl	58
<b>5 (Ver-)Kauf eines Weblogs</b>	<b>61</b>
5.1 Was wird beim Blogverkauf eigentlich verkauft?	61
5.2 Wichtige Regelungen im Kaufvertrag	65
<b>6 Twitter im Unternehmenseinsatz: rechtssicher zwitschern</b>	<b>67</b>
6.1 Dos und Don'ts beim Einsatz von Twitter	67
6.2 Der Verkauf eines Twitter Accounts	75

<b>7</b>	<b>User Generated Content:</b>	
	<b>Wenn Internetnutzer zu Produzenten von Inhalten werden</b>	<b>83</b>
7.1	Wo droht Gefahr?	83
7.2	Haftet ein Plattformbetreiber für die Inhalte seiner User?	84
7.3	Muss ein Seitenanbieter neue Inhalte prüfen?	86
7.4	Wie man Haftungsrisiken verringern kann	87
<b>8</b>	<b>Datenschutz im Social Web</b>	<b>91</b>
8.1	Die Grundlagen	91
8.2	Social Media Monitoring: das „Durchsuchen“ des Social Web	94
8.3	Big Data: Umgang mit großen Datenmengen	99
<b>9</b>	<b>Social Media Marketing: das Web 2.0 als Plattform für Werbung</b>	<b>111</b>
9.1	Werben in Sozialen Netzwerken: die Grundsätze	111
9.2	Direktmarketing im und über das Social Web	135
9.3	Eigene Brand-Communities und Co: Gestaltung von Nutzungsbedingungen	138
9.4	Spam-Nachrichten im eigenen Netzwerk verhindern	141
9.5	Tell a Friend: Empfehlungsmarketing im Internet	142
<b>10</b>	<b>Facebook: der Social-Media-Gigant im Fokus</b>	<b>147</b>
10.1	Die Nutzungsbedingungen von Facebook	147
10.2	Facebook und der Datenschutz	152
10.3	Der Problemkreis um den Facebook Like-Buttons	160
10.4	Der weitergehende Problemkreis: Facebook Login auf der eigenen Internetpräsenz	167
10.5	Haftungsrisiko: Teilen von Inhalten über Facebook (sog. „Sharing“)	175
10.6	Social Media Sharing Policy	183
<b>11</b>	<b>Markenschutz im Social Web</b>	<b>189</b>
11.1	Die ganz eigenen Gesetze des Social Web	189
11.2	Risiken durch Mitarbeiter	192
11.3	Richtiger Umgang mit den Melde- und Löschverfahren der Plattformen	194
<b>12</b>	<b>Social Media im Unternehmen</b>	<b>197</b>
12.1	Warum Unternehmen Social Media Guidelines brauchen	197
12.2	Social Media Security – Richtlinien zur Reduzierung von Sicherheitsrisiken	221
12.3	Wer ist der „Eigentümer“ von Social Media Accounts?	225

<b>13</b>	<b>Social Media Recruiting: neue Mitarbeiter über XING, Facebook &amp; Co.</b>	<b>231</b>
<b>13.1</b>	<b>Arbeitnehmerdatenschutz: Wie weit darf die Internetrecherche über Mitarbeiter gehen?</b>	<b>231</b>
<b>13.2</b>	<b>Active Sourcing: Abwerbung von Mitarbeitern in Sozialen Netzwerken</b>	<b>238</b>
<b>14</b>	<b>Enterprise 2.0: neue Tools für Unternehmensnetzwerke</b>	<b>243</b>
<b>14.1</b>	<b>Was Blogs, Wikis &amp; Social Networks im Intranet leisten können</b>	<b>243</b>
<b>14.2</b>	<b>Rechtliche Probleme beim Einsatz der Werkzeuge</b>	<b>244</b>
<b>14.3</b>	<b>Strategien zur Einführung einer Enterprise 2.0-Lösung</b>	<b>260</b>
<b>15</b>	<b>Neue Geschäftsmodelle im Web 2.0</b>	<b>263</b>
<b>15.1</b>	<b>Screen Scraping: Sammeln und Aufbereiten fremder Daten</b>	<b>263</b>
<b>15.2</b>	<b>Crowdsourcing: die Kreativität der Massen nutzen</b>	<b>267</b>
<b>15.3</b>	<b>Bewertungsportale: zulässig oder verboten?</b>	<b>272</b>
<b>16</b>	<b>Ein Resümee</b>	<b>281</b>
<b>17</b>	<b>Checklisten</b>	<b>283</b>
<b>17.1</b>	<b>Social Media Präsenz eines Unternehmens</b>	<b>283</b>
<b>17.2</b>	<b>Social Media Guidelines</b>	<b>285</b>
	<b>Glossar</b>	<b>291</b>
	<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>300</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>301</b>