

Checkliste rechtliche Grundlagen für Internetpublikationen

Beim Publizieren auf verschiedenen Online-Medien (Websites, Facebook, Blogs etc.), gelten folgende rechtlichen Grundlagen:

Grundsätzliches

- Schweizer Recht gilt auch im Internet, im Wesentlichen wichtig sind dies:
 - Das Urheberrecht
 - Persönlichkeitsrechte (bspw. das Recht am eigenen Bild)
 - Das Markenrecht
 - Das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
 - Das Strafgesetzbuch
- Online-Medien bringen neue Dimensionen: grössere Reichweite, höhere Verbreitungsgeschwindigkeit.
- Rechtsverstösse im Internet sind für alle sichtbar.
- Einzelne Plattformen haben eigene Regeln. Deshalb ist es wichtig, die Nutzerbedingungen von Plattformen genau zu studieren ([Bsp. Facebook](#)).

Publizieren von Fotos, Filmen, Grafiken etc.

Werke wie Fotos, Filme, Grafiken, Sprachwerke und auch Computerprogramme, sind urheberrechtlich geschützt. Vor der Publikation muss deshalb grundsätzlich die Erlaubnis des Urhebers eingeholt werden. (Ausnahmen bestätigen die Regel, würden den Rahmen hier aber sprengen. Beispielhaft sei das Zitatrecht und das Recht auf Privatgebrauch genannt.)

- **Bilddatenbanken (Stockfotos):** Die Lizenzen können variieren. Deshalb gilt es, die Nutzungsbedingungen bei jedem Bildkauf genau zu studieren.
- **Creative Commons-Lizenzen (CC-Lizenzen):** Die verschiedenen Lizenzen werden durch Symbole visualisiert. [Übersicht über die Standard-Lizenzen](#). Bilder mit CC-Lizenzen findet man beispielsweise auf flickr oder Wikimedia Commons.
- **Das Recht am eigenen Bild:** Fotos von Personen dürfen nur mit deren Einwilligung veröffentlicht werden. Bei Stockfotos darauf achten, dass die abgebildeten Personen ihre Einwilligung gegeben haben (Bezeichnungen «model release» oder «Modellfreigabe»). Auch spezielle Bedingungen werden in den Lizenzangaben geregelt.

Werbung im Internet und den sozialen Medien

Rechtlich gesehen ist jede kommerzielle Kommunikation Werbung. Werbendes muss so dargestellt sein, dass es als bezahlte Werbung erkennbar ist. Dies stärkt auch die eigene Glaubwürdigkeit.

- **Werbeanzeigen:** Bei Werbeanzeigen auf Social Media gelten die gleichen rechtlichen Bestimmungen wie bei jeder anderen Werbung. Dazu kommen Vorgaben der entsprechenden Plattformen, die jeweils in den AGB festgehalten sind.
- **Native Advertising, Publireportage und Advertorial:** Obwohl sich diese Werbeformen bewusst in das redaktionelle Umfeld einbetten oder sich daran anlehnen, müssen sie klar als kommerzielle Werbung erkennbar sein.
- **Werbung mit User Generated Content:** Bei der Weiterverwendung von User Generated Content gilt es Verschiedenes zu beachten:
 - Der Urheber muss sein Einverständnis gegeben haben.
 - Die abgebildeten Personen müssen mit der Weiterverwendung einverstanden sein.
 - Hat der User keine Rechte von Dritten verletzt (z. B. ein Foto eingereicht, das er gar nicht selber aufgenommen hat)?
 - Das Risiko einer Urheberrechtsverletzung wird am besten mit klar formulierten Teilnahmebedingungen minimiert.
- **Positive Nennungen in Blogs:** Erhält ein Blogger für positive Äusserungen eine Gegenleistung, muss dies transparent gemacht werden. Dies stärkt die eigene Glaubwürdigkeit und schliesst den Vorwurf der Schleichwerbung aus. Eine einfache Lösung ist ein Hinweis in den allgemeinen Informationen des Blogs und natürlich im betreffenden Blogbeitrag.
- **Buttons zur Social-Media-Vernetzung:** Buttons für die Vernetzung mit den eigenen Social-Media-Auftritten, werden meist im Footer der Website eingebunden. Die meisten Social-Media-Plattformen erlauben die Verwendung ihrer Marke unter bestimmten Bedingungen. Diese sind in den AGB festgehalten und umfassen zum Beispiel die CI-Vorgaben.

Social-Media-Richtlinien

Social-Media-Richtlinien sind hilfreich, um den Personen, die im Namen des Unternehmens publizieren, Leitlinien zu geben.

- Bestandteile von Social-Media-Richtlinien:
 - Verantwortlichkeiten
 - Vorgaben für Inhalte und Stil
 - Rechtliche Aspekte
- Damit die Richtlinien auch gelebt werden, erstellt man diese am besten gemeinsam mit dem Social-Media-Team.