

# Social Media- eine (Gefahren) Quelle der Vermarktung

**Online-Plattformen wie Facebook, YouTube, Twitter und Instagram bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten der persönlichen, wie professionellen Vermarktung. Sportler, Sportvereine und Sportverbände nutzen die vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten der Social-Media-Plattformen insbesondere zu Marketingzwecken. Eine regelmäßige Verbindung mit den Usern wird zunehmend wichtiger, einerseits um sich den Werbe- und Sponsorpartnern vorzustellen, andererseits um sich einer möglichst breiten Masse innovativ zu präsentieren. Der Umgang mit Social Media Plattformen birgt jedoch auch jede Menge Risiken.**

online seit heute, 17:00 Uhr  
online seit gestern, 17:00 Uhr  
online seit 06.12.2018, 17:00 Uhr



Online-Plattformen wie Facebook, YouTube, Twitter und Instagram bieten eine Vielzahl an Möglichkeiten der persönlichen, wie professionellen Vermarktung. Sportler, Sportvereine und Sportverbände nutzen die vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten der Social-Media-Plattformen insbesondere zu Marketingzwecken. Eine regelmäßige Verbindung mit den Usern wird zunehmend wichtiger, einerseits um sich den Werbe- und Sponsorpartnern vorzustellen, andererseits um sich einer möglichst breiten Masse innovativ zu präsentieren. Der Umgang mit Social Media Plattformen birgt jedoch auch jede Menge Risiken.

## **Umsicht ist stets geboten!**

Social-Media-Plattformen und deren Tools werden oft dazu benutzt, um in regelmäßigen Abständen mit den Fans in Kontakt zu treten. Einfach und unkompliziert lassen sich aktuelle Nachrichten binnen kürzester Zeit im World Wide Web veröffentlichen und erreichen eine enorme Anzahl an Usern. Dafür empfiehlt es sich auf die

verschiedensten Gefahrenquellen zu achten. Wer unachtsam mit den Posts umgeht, kann sich schnell in einer rechtlich unangenehmen Situation befinden. Pflichten aus Sponsoringverträgen, Arbeitsverträge oder gar Athletenvereinbarungen können rasch verletzt werden. Ein Beispiel: Ein veröffentlichtes Foto, wo ein Sportler mit einem T-Shirt einer Konkurrenzmarke zu sehen ist, kann schnell zu Vertragsverletzungen führen. Klingt für den Laien erstmal logisch, wird aber schnell aus Unachtsamkeit außer Acht gelassen. Beschwerden über eine mangelnde Fachkompetenz des Trainers oder einen Mangel an Trainingsqualität tragen seines Gleichen bei. Auch in diesem Zusammenhang sind rechtliche Aspekte, wie Urheber- bzw. Nutzungsrechte von generierten Inhalten im Auge zu behalten. Als urheberrechtlich geschützt gilt ein Bild, welches von einer gewissen Individualität geprägt ist und sich vom allgemein Üblichen abhebt (BGE 130 III 714).

### **Wie geht man mit persönlichkeitsverletzenden Kommentaren und Hasspostings rechtlich um?**

Sportler, Sportvereine und Sportverbände mit einem Social-Media-Profil sind früher oder später mit unliebsamen Kritiken oder Beleidigungen konfrontiert. Die Ursache kann verschiedene Gründe haben. Ein recht bekanntes Beispiel ist die Auseinandersetzung der beiden Fußballprofis Neymar und Valon Behrami beim WM-Auftaktspiel Schweiz gegen Brasilien. Für ein Foul kassierte der Schweizer im Verlauf des Spiels die gelbe Karte. Kurz nach dem Abpfiff wurde Behramis Instagram-Account mit unzähligen Kommentaren, Drohungen und Beleidigungen seitens der Brasilien-Fans überhäuft. Auch Valon Behramis Ehefrau, die Schweizerin Lara Gut, wird zeitgleich im Netz öffentlich mehrmals attackiert.

Bei reinen Beleidigungen liegt stets eine Persönlichkeitsverletzung vor, die nicht gerechtfertigt werden kann. Eine Berufung dabei auf die Meinungsäußerungsfreiheit wird rechtlich scheitern. Sachliche Meinungsäußerungen hingegen wie „die 1. Kampfmannschaft hat die schlechteste Innenverteidigung der Liga“ sind allerdings über die Meinungsäußerungsfreiheit geschützt. Hierbei handelt es sich in der Regel nicht um widerrechtliche Persönlichkeitsverletzungen. Behauptungen, deren eine wahre Tatsache zu Grunde liegen, sind hinzunehmen. In der Praxis handelt es sich aber zumeist um Grenzfälle, die nur im Einzelfall genauer beurteilt werden können.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Social Media bietet Sportlern wie Vereinen und Sportunternehmen eine neue, vielschichtige Bandbreite an Chancen, es lauern aber auch jede Menge Gefahren, wenn man nicht richtig mit diesem vielschichtigen, komplexen Thema umgehen kann.

Textquelle: MySportMyStory/st