Wirtschaftsdienst Versicherungsmakler

Courtage • Maklerrecht • Steuergestaltung
Unternehmensführung • Schadenregulierung

WVM

Ausgabe 10 | Oktober 2012

INHALT

Kurz informiert

1 Maklervollmacht zu alt – erste Entscheidung!
Wettbewerbsverbot und Karenzentschädigung
2 Ohne Nachweis kein Abzug von Bewirtungskosten
Einheitlicher Gewerbebetrieb – „Ja" oder „Nein"?
2 Wechsel zur Bilanzierung – keine Verteilung des Verlusts
3 Investitionsabzugsbetrag: Fahrtenbuch auf Dauer führen?
Investitionsabzugsbetrag bei geplanter Betriebsübergabe
Besteuerung der Privatnutzung eines Firmenwagens
4 Wechsel zur Fahrtenbuchmethode während des Jahres unzulässig
Prüfschema Rückkehr eines Arbeitnehmers in die GKV korrigieren!
Kapitalauszahlung nach Verkauf einer Direktversicherung

Haftung

5 Vorvertragliche Anzeigepflichten – Stolpersteine für Makler sicher umgehen

Personalmanagement

11 Kündigung von selbstständigen Vermittlern oder Angestellten – auf Formalien achten!

Versicherungsrecht

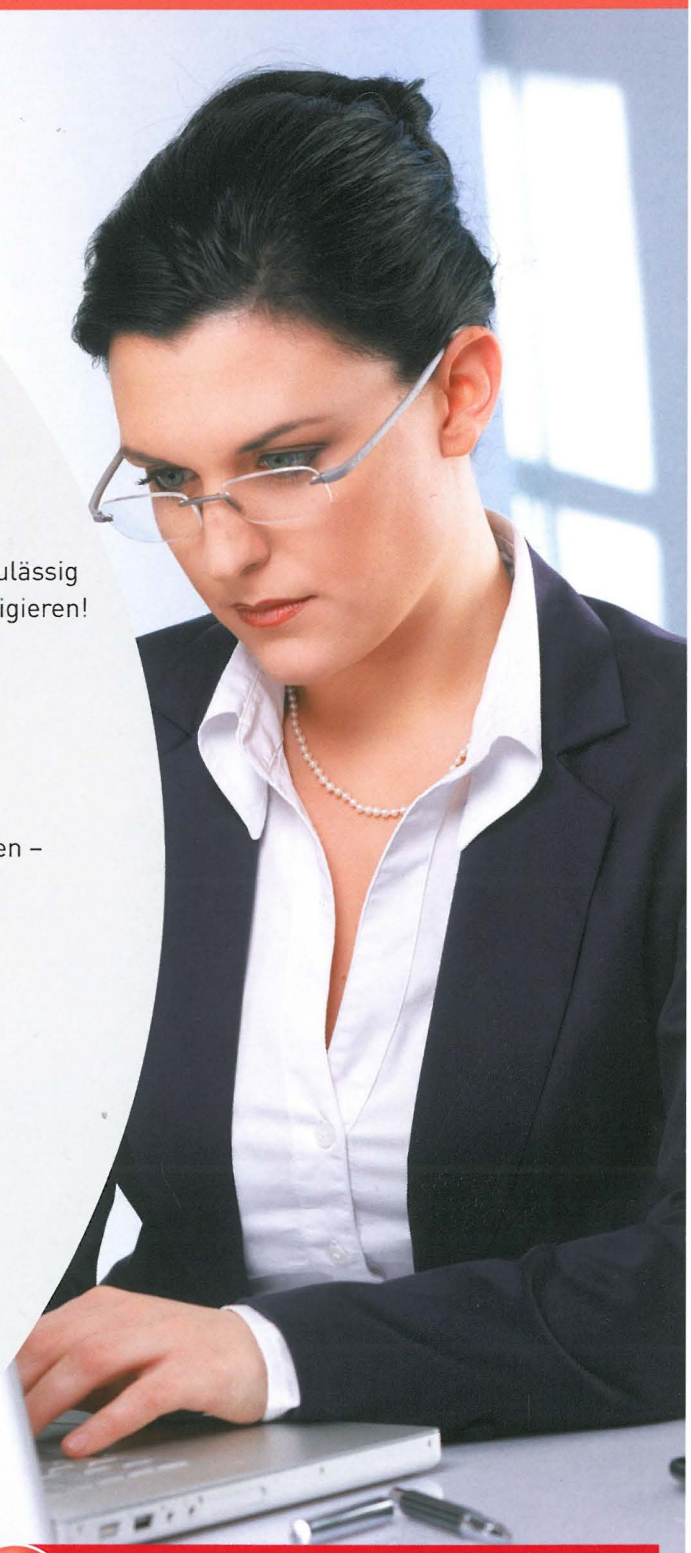
13 Aktuelles aus dem Versicherungsrecht von A bis Z

Altersversorgung

15 Verzicht eines GGf auf Pensionsanwartschaft – BMF sorgt endlich für Klarheit!

Social Media

18 Social Media in Versicherungsmaklerunternehmen: rechtliche Hürden nehmen und Chancen nutzen



IWW INSTITUT
Praxiswissen auf den Punkt gebracht

Ihr Plus im Netz: wvm.iww.de
ONLINE | MOBILE | SOCIAL MEDIA

SOCIAL MEDIA

Social Media in Versicherungsmaklerunternehmen: Rechtliche Hürden nehmen und Chancen nutzen

von Dr. Karsten Kinast, LL.M. Rechtsanwalt, Kinast & Partner Rechtsanwälte, Köln

Für Versicherungsmakler ist es heutzutage unverzichtbar, sich mit sozialen Netzwerken, auch Social Media genannt, zu beschäftigen und diese in Marketing- und Vertriebsaktivitäten einzubinden. Bei der Nutzung müssen Sie und Ihre Mitarbeiter allerdings – und das wird oft übersehen – bestimmte Rahmenbedingungen einhalten. Social Media Guidelines in Ihrem Unternehmen sind unverzichtbar, um die rechtlichen Risiken zu begrenzen.

Social Media auch für Maklerunternehmen ein Muss

Viele unschätzbare Vorteile für Makler

Für Sie als Versicherungsmakler bietet die Nutzung von Social Media insbesondere den Vorteil, kostengünstig Personalmarketing, Produktvertrieb oder Public Relations zu betreiben. Über soziale Netzwerke können Sie unmittelbarer und persönlicher als über klassische Kanäle mit Kunden und Bewerbern in Kontakt treten und flexibler auf neue Entwicklungen im Versicherungswesen hinweisen. Der Kunde ist in sozialen Netzwerken aktiver Mitgestalter. Positiv ist der damit verbundene Werbeeffekt für Ihr Maklerunternehmen.

Rechtliche Risiken bei der Nutzung von Social Media

Mit der Nutzung von Social Media gehen allerdings auch Risiken einher.

Urheberrechts-, Patent- und Persönlichkeitsrechtsverletzungen

Ihre Mitarbeiter treten in sozialen Netzwerken nicht nur als Privatpersonen auf. Sie agieren auch als „Angehörige" Ihres Maklerunternehmens, wenn sie beispielsweise berechtigt sind, für Sie zu posten oder zu twittern. Das macht die Sache für Sie riskant, weil Ihnen deren Rechtsverstöße zugerechnet werden.

Verbot der Verwendung von fremden Inhalten

- Fremde Inhalte sind, soweit sie nicht gemeinfrei sind, durch das Urheber-, Patent- und Markenrecht geschützt. Sie dürfen ohne Einwilligung des Rechteinhabers nicht verwendet werden. Daher dürfen Sie beispielsweise nicht einfach fremde Fotografien, Texte, Videos oder Grafiken auf Ihre Facebook-Seite stellen.

Verletzung von Persönlichkeitsrechten Dritter

- Der Schutz der Persönlichkeitsrechte Dritter geht sehr weit. Das Verwenden von Inhalten ist nur zulässig, wenn feststeht, dass diese genutzt werden dürfen. Eine Veröffentlichung von Details aus der Privat- oder Intimsphäre Dritter ohne Erlaubnis ist unzulässig.

Die Konsequenzen dieser Verstöße reichen von finanziellen Ausgleichszahlungen bis hin zu straf- und ordnungsrechtlichen Maßnahmen – negative Begleiterscheinungen für Ihr Unternehmen inbegriffen.

Problem Umgang mit Kritik

Wer in sozialen Netzwerken aktiv ist, wird nicht nur Lob ernten, sondern auch negative Kommentare und Kritik einstecken müssen. Doch wie mit Kritik umgehen, um die Reputation des Maklerunternehmens nicht zu gefährden?

PRAXISHINWEIS | Sie sollten Ihre Mitarbeiter dahingehend sensibilisieren, maßvoll und konstruktiv mit Kritik in sozialen Netzwerken umzugehen. Die Inhalte Dritter sollten nur bei offensichtlicher Diffamierung und Schmähkritik, also unverhältnismäßiger Kritik entfernt werden. Ansonsten ist davon abzuraten, negative Kommentare zu löschen.

Ernsthafter Umgang mit Kritik ist A und O

Problem Einbindung von Social-Plugins

Ein weiteres wichtiges (datenschutz-)rechtliches Problem ist die Zulässigkeit der Einbindung von Social-Plugins. Diese können Unternehmen in ihre Internetauftritte einbauen, damit ihre Kunden/Benutzer bei einem sozialen Netzwerk bekunden können, dass ihnen das Angebot gefällt. Infolge einer solchen Empfehlung, die aufgrund der persönlichen Beziehung des Empfängers zum Empfehlenden oftmals hohes Gewicht hat, versprechen sich die Unternehmen eine bessere Reputation und/oder mehr Besucher. Am weitesten verbreitet sind der Facebook-Like- und der Twitter-Tweet-Button.

Datenschutzrechtlich bedenklich ist hier insbesondere, dass der Social Media Dienstleister mit Einbindung von Social-Plugins bereits beim Laden der Website durch einen Nutzer personenbezogene Daten erfasst. Das tut er auch, ohne dass eine Mitgliedschaft bei dem sozialen Netzwerk besteht.

PRAXISHINWEIS | Wollen auch Sie Social-Plugins auf Ihrer Website einbinden, können Sie das Problem rechtssicher durch die Zwei-Klick-Lösung beheben. Ein erster Klick aktiviert die entsprechenden Buttons, sodass erst dann ein Datentransfer erfolgt. Ein zweiter Klick löst die entsprechende Aktion wie beispielsweise das „Empfehlen" aus. Ergänzend klären Sie den Nutzer mit einem Hinweis über die Funktion der Zwei-Klick-Lösung auf und informieren ihn, welche Daten erhoben und gespeichert werden. Damit stellen Sie eine wirksame Einwilligung der Nutzer sicher, wenn diese die Buttons aktivieren.

Zwei-Klick-Lösung auf der Website einbauen

Kommunikationsleitfaden Social Media Guidelines

Unternehmensinterne Regelungen für den Umgang und die Kommunikantion Ihrer Mitarbeiter in sozialen Netzwerken sind unverzichtbar. Führen Sie daher sogenannte Social Media Guidelines ein, mit denen Sie einen Verhaltenskodex für Ihr Unternehmen schaffen.

Verhaltenskodex für die Kommnunikation in sozialen Medien

Im Kern regeln Sie in Ihren Social Media Guidelines,

- ob und wer soziale Netzwerke beruflich und/oder privat während der Arbeitszeit nutzen darf,
- welche Ziele Sie mit Ihrer Präsenz in sozialen Netzwerken verfolgen und
- wie Ihre Mitarbeiter dort auftreten und kommunizieren, um rechtliche Probleme zu vermeiden und den Ruf Ihres Unternehmens nicht zu schädigen.

Leitfaden sollte nicht zu lang sein

PRAXISHINWEISE |

- Social Media Guidelines können den Charakter eines Leitfadens haben oder wie arbeitsrechtliche Vorschriften funktionieren. Wir bevorzugen die weniger verbindliche Variante des „Leitfadens". Diese Form schafft eine bessere Akzeptanz in der Belegschaft und sorgt eher dafür, dass die Guidelines auch „gelebt" werden. Ferner lässt sich so die mit Social Media immer wieder in Verbindung gebrachte Leichtigkeit eher transportieren. Als reine Leitlinien sollten die Guidelines allerdings nicht zu umfangreich sein.
- Stets sollte folgende Aussage enthalten sein: „Trenne berufliche von privaten Tätigkeiten oder mache sie kenntlich. Wenn das Veröffentlichen eines Beitrags dich selbst, einen Dritten oder das Unternehmen bloßstellen würde, veröffentliche es nicht."

Nachfolgend ein 10-Punkte-Vorschlag für einen Leitfaden, den Sie an Ihre Mitarbeiter im Maklerunternehmen ausgeben können.

MUSTERFORMULIERUNG / Social Media Guidelines im Maklerunternehmen

1. **Social Media-Kompetenz erweitern:** Das Maklerunternhemen ... begrüßt es, wenn sich Mitarbeiter im Bereich Social Media/Soziale Netzwerke engagieren und mit diesem Medium vertraut machen.
2. **Kontakte zu Kunden pflegen:** Betrachten Sie es als Chance, die Erreichung unserer Unternehmensziele mittels Social Media zu unterstützen und auch auf diesem Wege Ihre Kontakte zu Bestands- und potenziellen Kunden zu pflegen. Wenn möglich, integrieren Sie Social Media als Prozess in Ihren Arbeitsalltag.
3. **Kundenorientierung intensivieren:** Definieren Sie Ziele, die Sie mit Ihren Social-Media-Aktivitäten erreichen wollen. Fragen Sie sich vor jedem Beitrag, ob er dem User einen Mehrwert bietet und ob es eine Ziel führende Veröffentlichung ist. Das beinhaltet auch die Chance, neue Themen und neue Kundengruppen auf neue Weise anzusprechen.
4. **Zuhörer zum Dialogpartner machen:** Lernen Sie die Bedürfnisse unserer Bestands- und potenziellen Kunden noch besser kennen. Versuchen Sie, Fans und Follower vom passiven Zuhörer zum aktiven Dialogpartner (Mitmacher) zu machen.
5. **Kontinuität wahren:** Wenn Sie sich für Social Media entscheiden, bleiben Sie am Ball und pflegen Ihre Aktivitäten.
6. **Verantwortlich handeln:** Sollten Sie in Einzelfällen bezüglich Ihrer Veröffentlichung nicht sicher sein, stellen Sie sich die Frage, ob Sie die Inhalte Ihrem Arbeitskollegen, Vorgesetzten oder einem Kunden auch direkt mitteilen würden. Interna bleiben intern.
7. **Geltendes Recht beachten:** Halten Sie sich an geltendes Recht. Berücksichtigen Sie bei allen Veröffentlichungen insbesondere Urheber-, Persönlichkeits- und Markenrechte, Datenschutzbestimmungen und die entsprechenden Passagen in Ihrem Arbeitsvertrag.
8. **Eindeutig auftreten:** Machen Sie deutlich, ob Sie sich als Vertreter unseres Maklerunternehmens oder als Privatperson äußern.
9. **Positive Fehlerkultur pflegen:** Fehler sind menschlich und können jederzeit passieren. Gehen Sie offen und ehrlich damit um, kommentieren Sie proaktiv und konstruktiv. Versuchen Sie, Missverständnisse und Fehlinterpretationen auszuräumen.
10. **Business-Fokus beachten:** Die Nutzung von Social-Media-Angeboten sollte sich während der Arbeitszeit auf die beruflichen Aktivitäten beschränken. Die gelegentliche private Nutzung darf die Arbeitsabläufe nicht beeinträchtigen.

DOWNLOAD
Social Media Guidelines in wvm.iww.de

WEITERFÜHRENDER HINWEIS

- Musterformulierung „Social Media Guidelines im Maklerunternehmen" in wvm.iww.de unter dem Reiter Downloads in der Rubrik Musterschreiben unter dem Stichwort Personalmanagement.