

Storytelling und Content ohne Abmahnung: eine Checkliste für die Praxis

Vorsicht beim Texten!

Ein Gastbeitrag von Yvonne Bachmann, Rechtsanwältin des Händlerbunds

Ein Satz, den kein Marketing-Experte mehr hören kann, ist das Bill Gates-Zitat „Content is king“. Aus rechtlicher Sicht viel entscheidender ist folgender Satz: „**Good content isn't about storytelling. It's about telling a story well**“ – and correct.



Mit Storytelling kann man viele Ziele erreichen – wenn man es richtig macht.

Es gibt Tausende Möglichkeiten, sich über die eigene Webseite oder soziale Medien interessant zu machen und Internetnutzer zu regelmäßigen Besuchern und langfristigen Kunden zu machen. Aber ohne Grundkenntnisse im rechtlichen Bereich nützt der beste Werbeclou nicht – dann sind die viele Mühe und gesteigerten Umsätze schnell für die nächste Abmahnung ausgegeben. Und auch bei Google kann eine Abstrafung drohen.

- **SEO-Strategien können nicht nur Ärger mit Google bringen**

Behalten Sie daher stets im Hinterkopf, dass die goldene Grundregel des Wettbewerbs Vorrang vor jeglichen Marketing-Regeln haben muss: Jegliche irreführende Werbung ist unzulässig. Das bedeutet, dass jede werbliche Aussage wahr und im Streitfall auch beweisbar sein muss. Jedes Optimierung- und Content-Projekt sollte daher auch durch das prüfende Auge eines Juristen abgenommen werden.

- **On-Page-Optimierung und Content-Maßnahmen**

Von den zehn goldenen SEO-Regeln bis hin zu ausgefuchsten Strategien gibt es viele Möglichkeiten für eine erfolgreiche und nachhaltige Optimierung. Kommt der Content von einem Dritten, beispielsweise Produktbeschreibungen direkt vom Lieferanten, sind sie zum einen nicht einzigartig. Zum anderen müssen vorher alle Rechte geklärt sein. Stellen Sie sicher, dass/wie lange/wo Sie die Texte verwenden dürfen. Außerdem ist zu bedenken, dass der Webseitenbetreiber dafür die volle Verantwortung trägt.

- **Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte**

Auch Bilder und Videos können dem Leser einen Mehrwert bieten. Webseitenbetreiber, die sich die Mühe der Erstellung eigener Fotos nicht machen wollen oder können, greifen natürlich auf andere Quellen wie dem Fundus von Hersteller oder Lieferant zurück. Den Verwender eines Fotos trifft jedoch eine Prüf- und Erkundigungspflicht, ob er die Fotos auch wirklich legal verwenden darf. Die großen Fotoarchive wie Fotolia & Co. stehen ebenfalls hoch im Kurs.



Bei der legalen Verwendung fremder Fotos aus Stockarchiven ist die genaue Angabe eines Urheberrechts-Hinweises meist ausdrücklich in den Nutzungsbedingungen oder AGB beschrieben. Youtube-Videos können mittels Framing legal auf der Webseite eingebunden werden.

- **Nur Untermieter? Spielregeln der Plattform kennenlernen**

Wer nicht im eigenen Feld spielen will oder kann, nutzt die Bekanntheit und Reichweite sozialer Netzwerke. Hier muss ein Blick in die Vorschriften der Hausherren geworfen werden. Neben den diversen gesetzlichen Vorschriften (z. B. Wettbewerbsrecht, Urheber- und Markenrecht) haben Facebook & Co. zahlreiche eigene Nutzungsbedingungen und Datenschutzrichtlinien aufgestellt, die Nutzer und Account-Inhaber befolgen müssen. Alle Mühe nützt nichts, wenn der Account sanktioniert wurde, weil Verstöße gegen deren Nutzungsbedingungen vorliegen.

- **Vorsicht vor FAQs und Hilfeseiten**

FAQs – Sie sind für den Kunden ein beliebter Anlaufpunkt, um sich schnell über wichtige Fragen zum Online-Shop, zum Produkt oder zum Webseitenbetreiber zu informieren und so für den Kunden einen Mehrwert zu bieten.



Zuerst die richtigen Fragen identifizieren und dann die richtigen Antworten geben.

Was aus einen Service- und Transparenz-Gedanken entspringt, kann jedoch schnell nach hinten losgehen, wenn sich rechtliche Ausführungen doppeln oder – schlimmer noch – in einigen Punkten widersprechen. Dann wird der Verbraucher nicht mehr informiert, sondern schlicht und ergreifend in die Irre geführt.

Noch mehr Tipps gewünscht? [Hier](#) geht es zum Hinweisblatt des Händlerbundes mit den zehn wichtigsten Fehlern.

Der Händlerbund hilft!

Die rechtliche Absicherung ihrer Internetpräsenzen verursacht vielen Website-Betreibern schlaflose Nächte. Der Händlerbund steht Ihnen bei juristischen Fragen als kompetenter Partner zur Seite. Wenn Sie sich als Leser unserer Seite jetzt für die umfangreichen Rechtsdienstleistungen des Händlerbundes entscheiden, erhalten Sie mit dem Rabattcode **P822#2015** einen Nachlass von **2 Monaten** auf das

Mitgliedschaftspaket Ihrer Wahl im ersten Jahr. [Jetzt informieren!](#)

Über die Autorin



Yvonne Bachmann ist als Rechtsanwältin für den Händlerbund tätig. Dort berät sie Online-Händler in Rechtsfragen und berichtet auf dem Infoportal OnlinehändlerNews regelmäßig zu Rechtsthemen, welche die E-Commerce-Branche bewegen. Weiterhin ist sie eine bundesweit tätige Referentin, Interviewpartnerin und Gastautorin.

Titelbild © psdesign1 / Fotolia

Bild © Trueffelpix / Fotolia

Bild © IQconcept / Fotolia

Bild © animaflora / Fotolia