

chefsache

Lösungen für Unternehmer

**Fernsehen für
Unternehmen:**

So einfach geht hochwertig

Interview mit Christoph Göbel,
Business Media Art, FFM Seite 16-17

ERFOLGSFAKTOR SOCIAL MEDIA

**Netzwerke: Soziale, private und berufliche
Perspektiven aufbauen** Seite 8-9

**Social-Media-Tipps für KMU:
Facebook, Twitter und Co. –
die richtige Anwendung macht's** Seite 12-13

D&O: Schutz für Chef und Firmenleitung Seite 14-15

Mein Roland hat dafür

gekämpft,

dass mein guter Ruf und meine Existenz gesichert bleiben.

Manager RS 03/12 RR



ROLAND RECHTSSCHUTZ

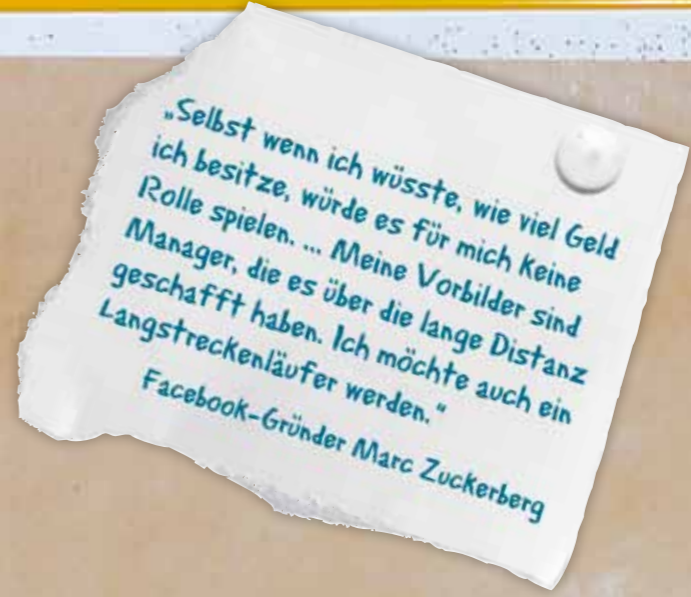
Als Manager tragen Sie eine große Verantwortung auf Ihren Schultern. Jederzeit stehen Sie für all Ihre Mitarbeiter, aber auch für Ihre eigenen Fehler ein. Aber wer kämpft im Ernstfall für Sie? Mit dem ROLAND Manager Rechtsschutz sind Sie gegen rechtliche Konsequenzen vermeintlicher Pflichtverletzungen bestens gewappnet. Denn egal was kommt, wir kämpfen mit Ihnen für Ihr gutes Recht. RECHTSSCHUTZ | PROZESSFINANZ | SCHUTZBRIEF | ASSISTANCE



WIR KÄMPFEN FÜR IHR GUTES RECHT.

Alles, was Sie wissen müssen, unter:
0221 8277-4343 oder www.roland-rechtsschutz.de

VORWORT



„Selbst wenn ich wüsste, wie viel Geld ich besitze, würde es für mich keine Rolle spielen. ... Meine Vorbilder sind Manager, die es über die lange Distanz geschafft haben. Ich möchte auch ein Langstreckenläufer werden.“
Facebook-Gründer Marc Zuckerberg

Liebe Leserin, lieber Leser,

können Sie sich eigentlich noch daran erinnern, wie es war – damals, als es noch keine Handys gab? Das ist gar nicht so lange her: höchstens 20 Jahre.

In Jahren rechnet aber, wenn es um Innovationen in der digitalen Kommunikation geht, heute niemand mehr, wir sprechen eher von Monaten oder Wochen. Der Preis für die absolute Hochgeschwindigkeit jedoch geht derzeit eindeutig an die digitalen sozialen Netzwerke: Facebook, Twitter und Co. sind Weltmeister nicht nur im Vernetzen von Menschen innerhalb kürzester Zeit, sondern auch in der Beeinflussung von Lebensgewohnheiten einer ganzen Generation.

Heute wissen wir, dass soziale Netzwerke – richtig eingesetzt – enorme Chancen gerade für kleine und mittlere Unternehmen bieten. Daher haben wir uns entschlossen, den Themenschwerpunkt dieser Ausgabe der chefsache den neuen sozialen Netzwerken zu widmen. Unser Hauptartikel beschäftigt sich mit den vielfältigen Angeboten und Chancen dieser Networks im Berufsleben. Auf den Seiten 10–11 sehen Sie eine Gegenüberstellung digitaler und nicht-digitaler Netzwerke.

Überall wo Menschen in verantwortlicher Position arbeiten, können auch Fehler pas-

sieren – niemand ist perfekt. Doch was passiert, wenn beispielsweise ein Unternehmer für einen solchen Fehler persönlich haften soll? Erfahren Sie auf den Seiten 14–15 mehr darüber, was eine D&O Absicherung in diesem Fall für Sie tun kann.

Unsere neue Rubrik „Marketing-Tipp“ befasst sich – ganz im Sinne unseres Themen-Schwerpunktes „digitale Medien“ – mit einer neuartigen Idee für den web-Auftritt von Unternehmen: Es geht um Unternehmensfilme im Internet, die helfen, Ihre Firma ins rechte Licht zu rücken. Christoph Göbel, ein erfahrener Filmprofi, berichtet im Gastbeitrag auf den Seiten 16–17, wie es geht. Daneben finden Sie wieder die gewohnten Rubriken wie Steuer-Tipp (Seite 7) und Rechts-Tipp (Seite 19).

Wir hoffen, dass Ihnen die Artikel in dieser Ausgabe gefallen und Sie, um in der Sprache der neuen Netzwerke zu bleiben, den „I like“-Button für uns drücken.

Viel Spaß beim Lesen,
Ihr Redaktions-Team

INHALTSVERZEICHNIS

Die Themen dieser Ausgabe:

| | |
|--|-------------|
| Nützliche Apps | Seite 4 |
| Zitate | Seite 5 |
| Social Networks und Computer | |
| Steuer-Tipp | Seite 7 |
| Fördern wird gefördert | |
| Safe-IT | Seite 7 |
| Wenn die Software den Betrieb lahmlegt | |
| Netzwerke | Seite 8–9 |
| Soziale, private und berufliche Perspektiven aufbauen | |
| Social-Networks-Übersicht | Seite 10–11 |
| Tradition versus New Media | |
| Social Media Tipps für KMU | Seite 12–13 |
| Facebook, Twitter und Co. – die richtige Anwendung macht's | |
| D&O | Seite 14–15 |
| Schutz für Chef und Firmenleitung | |
| Internet Video Portraits | Seite 16–17 |
| Fernsehen für Unternehmen: So einfach geht hochwertig | |
| Berufsunfähigkeitsversicherung | Seite 18 |
| Mit Netz und doppeltem Boden | |
| Rechts-Tipp | Seite 19 |
| Sicher im Netz – Rechts-Tipps zur Firmenwebsite | |
| Wissenswertes über... | Seite 20 |
| ... Social Networks | |
| Lese-Tipps | Seite 21 |
| Auf eine Tasse Kaffee mit ... | Seite 22 |

IMPRESSUM
Herausgeber/Verantwortlich für den Herausgeber:
Gothaer Versicherungsbank VVaG
Arnoldplatz 1, 50969 Köln
Gerd Lindenburger
Redaktionsleitung: Astrid Hemmersbach-Mathen
Layout und Gestaltung: rosenfeld.cc
Druck: Warlich Druckerei Meckenheim GmbH
Bildnachweis: Corbis, Gothaer, Privat

Nützliche Apps – Die sollten Sie haben



Weather Pro
Sehr detaillierte Wettervorhersage mit Anzeige im 3-Stunden-Rhythmus für mehrere Tage im Voraus.



Google Translate
Wenn man mal schnell ein paar Worte ins Finnische übersetzen muss ...



Steak Master
Nichts für Vegetarier: das ultimative Tool für jeden Freund eines perfekt gebratenen Steaks. Schritt für Schritt wird man zum idealen Steak-Ergebnis geführt.



finanzen.net
Alle wichtigen Wirtschaftsdaten auf einen Blick. Der Clou: Die aktuellen Kurse kommen per Push-Modus quasi in Echtzeit!



Diabolical Sudoku
Nichts lässt die Zeit so schnell vergehen wie ein teuflisch schweres Sudoku.

Social Networks und Computer

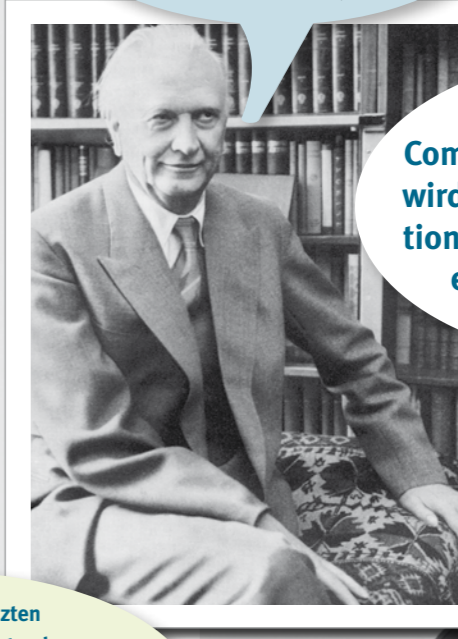
Irren ist menschlich. Die Prüfer des Reichspatentamtes, die Mitte der 30er Jahre die Erfindung eines jungen Bauingenieurs beurteilten, hatten nach jahrelangem Hin und Her wenig Weitsicht bewiesen. Der junge Mann hieß Konrad Zuse, und die Erfindung, die als „nicht patentwürdig“ abgelehnt wurde, hieß Z1. Es war die erste programmgesteuerte Rechenmaschine der Welt, der erste Computer.

„Die einzigen Gegner, die nicht immer eine Ausrede auf Lager haben, wenn sie gegen mich verlieren, sind Computer.“
Robert James „Bobby“ Fischer (*1943), amerikanischer Schachspieler



„Wenn Facebook ein Land wäre, wäre es das viertgrößte Land der Welt.“
unbekannt

„Dass wir miteinander reden können, macht uns zu Menschen.“
Karl Jaspers (1883–1969), deutscher Philosoph



„Ohne einen Computer bedienen zu können, wird man in der neuen Informationsgesellschaft dastehen wie ein zufälliger Besucher.“
unbekannt

„Wir Ägypter nutzen Facebook, um den Präsidenten loszuwerden, und die Deutschen, um ihren Verteidigungsminister zu behalten. Das macht den Unterschied aus.“
Hamed Abdel-Samad (*1972), deutsch-ägyptischer Politologe & Autor



„Ich glaube, dass es auf der Welt einen Bedarf von vielleicht fünf Computern geben wird.“
Thomas J. Watson, IBM Gründer



UNSER GEHEIMNIS? QUALITÄT! SEIT 50 JAHREN.



FRANKFURTER FINANZPLATZUHR IN ROSÉGOLD

Innovative Technik im klassischen Design – mit diesen Werten steht das Modell 6000 der Finanzplatz-Serie von SINN bei Uhrenfreunden hoch im Kurs. Von der DIAPAL-Technologie (schmierstofffreie Ankerhemmung) bis zur Anzeige von 3 Zeitzonen und doppelt abgedichteten Kronen und Drückern: Der ausdrucksstarke Chronograph überzeugt durch seine Zuverlässigkeit und hohe Ganggenauigkeit. Mit galvanisch geschwärztem Zifferblatt und einem Gehäuse aus 18 Karat Roségold. Der passende Begleiter für alle, die das Außergewöhnliche zu schätzen wissen.

WWW.SINN.DE • WERKSVERKAUF: MONTAG BIS FREITAG 8-18 UHR UND JEDEN 1. SAMSTAG IM MONAT 9-16 UHR
VERTRIEB@SINN.DE • TEL. +49 (0) 69 978414-200 • FAX -201 • IM FÜLDCHEN 5-7 • 60489 FRANKFURT/MAIN

Sinn

SPEZIALUHREN ZU FRANKFURT AM MAIN

50 Jahre 1961-2011



STEUER-TIPP

Fördern wird gefördert:

Spenden und Mitgliedsbeiträge für „gesellige Vereine“

Wer in einem wohltätigen Netzwerk wie z. B. Lions oder Rotary Mitglied ist, tut dies aus vielfältigen Motiven: um Kontakte zu knüpfen, gesellschaftlichen Status auszu-drücken, aber nicht zuletzt natürlich auch, um etwas Gutes zu tun.

Die oben genannten Organisationen verein-nahmen nämlich einen nicht unbeträcht-lichen Teil ihrer Gelder durch Spenden der eigenen Mitglieder. Diese sind nach § 10b EStG voll abzugsfähig und kommen quasi der eigenen Sache, also dem gemeinnüt-zigen Zweck des Heimat-Clubs, zu Gute.

Absetzbar, wenn betrieblicher Zusammenhang besteht

Etwas komplexer sieht die Sache aus, wenn es um die Absetzbarkeit des Mitgliedsbei-trages geht: Da Rotary und Co. im Amts-

deutsch als „gesellige Vereine“ bezeichnet werden – und damit auf einer Stufe mit Männergesangsvereinen und Schachclubs stehen –, können Mitgliedsbeiträge nur dann abgesetzt werden, wenn ein enger und nachweisbarer betrieblicher Zusam-menhang besteht (Oberfinanzdirektion Düsseldorf, Mai 1975, AZ: S 2144/5). Dies ist in der Regel nicht gegeben. So z. B. auch bei Golfclubs, weil davon ausgegangen wird, dass der „Spender“ selbst die Vorzüge des Vereins nutzt. Etwas anderes kann gelten, wenn es sich um reines „Sponso-ring“ handelt. Dann ist mit der Unterstüt-zung eine Gegenleistung (z. B. Werbung) verbunden, und die Kosten sind als Be-triebsausgabe abzugsfähig.

Bei Spenden ist auf jeden Fall darauf zu ach-ten, dass die Spendenbescheinigung zu-



Wolfgang Bormann

ist Steuerberater und vereidigter Buch-prüfer mit einem eigenen Steuerbüro in Mainz. Neben seiner Arbeit als Steuer-fachberater tritt er als Gutachter und als Referent bei Fachveranstaltungen auf. (www.bormann-stb.de)

sätzlich zum Vermerk „Spende nach § 10b Abs. 1 Satz 2 EStG“ im Text ausdrücklich den Spendenzweck d. h., die Verwendung, beinhaltet. Beispiel: „Spende für die Reno-rierung Kindergarten ›Freche Zwerge‹“. □

Safe-IT

Wenn die Software den Betrieb lahmlegt

Keine andere Branche entwickelt so viele Innovationen wie die IT-Branche. Doch wer regelmäßig Neues schafft, ist auch ständig mit neuen Risiken konfrontiert. Und die können schnell teuer werden. Hersteller und Händler von Computer-Software, Er-steller von Web-Seiten, Provider, IT-Dienst-leister und Telekommunikationsdienstleis-ter müssen für Schäden, die durch ihre Produkte entstehen, haften.

Führt beispielsweise ein von einer IT-Firma verursachter Fehler zum Stillstand des Be-triebs seines Kunden, so muss er gegeb-enfalls auch die Umsatz- und Gewinnaus-fälle des Kunden ersetzen. Auch wenn durch eine Software Viren in das System des Kunden eingeschleust werden, die Da-ten beschädigen, kann es für den Software-

Hersteller teuer werden. Die übliche Be-triebshaftpflichtversicherung reicht hierfür nicht mehr aus.

Mit der Safe-IT-Haftpflichtversicherung bie-tet die Gothaer eine spezielle Absicherung für die IT-Branche an. Sie ersetzt nicht nur Personen- und Sachschäden, sondern auch Vermögensschäden Dritter, für die das Unternehmen auf Grund seiner IT-Tä-tigkeiten und Beratung in Anspruch ge-nommen wird. Versichert sind beispie-lsweise auch Kosten für Unterlassungsklagen oder einstweilige Verfügungen, wenn ein Webseiten-Ersteller auf der Internet-Seite seines Kunden Bilder verwendet und da-durch Persönlichkeits- oder Markenrechte verletzt hat. Auch das Abhandenkommen oder die Löschung fremder Daten sind

durch die Safe-IT-Versicherung abgedeckt. Der Versicherungsschutz gilt nicht nur für den Firmeninhaber und seine Betriebsan-gehörigen, sondern auch für freie Mitar-beiter seines Betriebs. □

Führt beispielsweise ein von einer IT-Firma verursach-ter Fehler zum Stillstand des Betriebs seines Kunden, so muss er gegebenenfalls auch die Umsatz- und Gewinn-ausfälle des Kunden ersetzen.

Netzwerke

Soziale, private und berufliche Perspektiven aufbauen

Social Media ist in aller Munde, und viele Unternehmer fragen sich, ob und wie sie die neuen Medien für ihren Betrieb nutzen können. Ob Facebook, Twitter oder Xing – die Beliebtheit dieser Netzwerke nimmt zu. Und sie bieten längst nicht mehr nur Privatpersonen ein Forum.

Spricht oder hört man von Social Networks, ist meistens von sozialen Netzwerkseiten wie Facebook, der VZ-Gruppe oder XING die Rede. Zahlreiche Unternehmen haben Social Media bereits für sich entdeckt und nutzen die Vorteile, die sie ihnen bieten. Die Beliebtheit der sozialen Medien nimmt zudem stetig zu. Nach Angaben des Internet-Marktforschungsunternehmens comScore stieg die Zahl der User von Juli 2009 bis Juli 2010 global von 770 auf 945 Millionen an.

Präsenz auf sozialen Netzwerkseiten

Facebook und Co. werden zunehmend auch von Unternehmen genutzt, um sich einem breiten Publikum zu präsentieren. Die jeweiligen Unternehmensseiten geben beispielsweise über freie Mitarbeiterstellen, neue Produkte oder auch branchenspezifische Neuigkeiten Auskunft. Der Austausch von Informationen ergibt sowohl für das Unternehmen als auch für den Interessenten einen Mehrwert. So erreicht man einerseits interessierte Personen, mit denen man sonst nicht in Kontakt gekommen wäre, insbesondere eine junge Zielgruppe bis zum Alter von 45 Jahren. Und zum andern dienen diese Personen als Multiplikator. „Studien zeigen, dass man beim Kauf von technischen Geräten vor allem Freunde als Ratgeber heranzieht. Die Personen, mit denen die Unter-

nehmen über die sozialen Netzwerkseiten bereits in Kontakt getreten sind, können genau diese Position einnehmen. Sie dienen wiederum als Informationsträger, denen häufig mehr Vertrauen entgegengebracht wird“, weiß Dr. Markus Gamper vom Forschungscluster „Gesellschaftliche Abhängigkeiten und soziale Netzwerke“ an der Universität Trier.

Umsatzzuwachs durch Facebook

Eine von Facebook in Auftrag gegebene Umfrage des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) unter deutschen Mittelständlern zeigt, dass die Facebook-Präsenz eines Unternehmens zu dessen wirtschaftlichem Erfolg beiträgt. 38 Prozent der auf Facebook aktiven Unternehmen gaben an, dass sie ein klares Umsatzwachstum aufgrund ihrer Präsenz auf dieser Plattform verzeichnen konnten. 56 Prozent erklärten, auf diesem Wege

neue Kunden gewonnen zu haben, und 69 Prozent konnten nach eigenen Angaben ihren Bekanntheitsgrad deutlich steigern. 11 Prozent gaben schließlich an, über Facebook neue Mitarbeiter eingestellt zu haben. Vor allem die Bereiche PR/Kommunikation, Marketing und Kundenbindung sowie der Vertrieb profitieren von einem Facebook-Auftritt.

Serviceclubs – Netzwerke mit Vereinscharakter

Social Networks sind jedoch nicht die einzigen Wege, über die ein unternehmensdienlicher Austausch stattfinden kann. Auch „klassische“ Netzwerke wie traditionelle Serviceclubs (Rotary oder Lions Club) bieten ihren Mitgliedern die Möglichkeit des direkten Austausches. „Bei Rotary und Lions Club handelt es sich um das, was wir als ‚networking‘ bezeichnet haben, also das Auseinandersetzen mit anderen, das Beziehungen knüpfen, all das, was einem natürlich auch bei professionellen Auseinandersetzungen, durchaus auch bei Aufträgen, einen entsprechenden Vorteil verschaffen kann“, erklärt Prof. Hendrik Speck von der FH Kaiserslautern.

Bei den Wirtschaftsjunioren, dem größten Verband junger Unternehmer und Führungskräfte in Deutschland, spielt Networking eine ebenso wichtige Rolle wie die Weiterbildung der Mitglieder. „Beginnend mit dem ersten Tag ihrer Mitgliedschaft

erschließt sich den Wirtschaftsjunioren eine Gemeinschaft aus Gleichgesinnten, die vor allem für junge Unternehmer unglaublich wichtig ist, um sich auszutauschen, geschäftliche Kontakte zu knüpfen und neue Ideen zu entwickeln. Außerdem bieten wir unseren Mitgliedern ein eigenes Weiterbildungsprogramm, das ihnen hilft, ihr Unternehmen erfolgreich zu führen“, sagt Dirk Binding, Bundesgeschäftsführer der Wirtschaftsjunioren.

Ein interessantes Konzept verfolgt auch das Unternehmensnetzwerk InCento. Hier organisieren sich regionale Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen mit dem Ziel, mittels „Empfehlungsmarketing“ serviceorientierte Mitgliedsunternehmen bei anspruchsvollen Privatkunden bekannt zu machen. Kundeninformation, -kontakt und -bindung stehen dabei im Fokus der Netzwerkarbeit. Das erste InCento-Netzwerk wurde 2006 in der Region Wuppertal gegründet – und der Erfolg hat sich weitgesprochen. Seither haben sich in Nordrhein-Westfalen auch in anderen Städten ähnliche Netzwerke gegründet.

Klassische Netzwerke verlieren nicht an Bedeutung

Ob Kontaktpflege mit Kunden oder Informationsaustausch mit Branchenkenner – Netzwerke

spielen eine immer wichtigere Rolle im Berufsleben.

Das World Wide Web bietet zahlreiche soziale Netzwerkseiten mit unterschiedlichen Kommunikationsschwerpunkten. Das Spektrum reicht dabei vom Austausch bis hin zur Darstellung von Unternehmens- und Mitarbeiterprofilen oder Mitarbeiterrekrutierung. Aber auch klassische Netzwerke wie etwa traditionsreiche Serviceclubs verlieren nicht an Bedeutung. Auch sie verbuchen steigende Mitgliederzahlen und belegen damit, wie wichtig gut ausgebaute Netzwerke tatsächlich sind. □

56 Prozent erklärten, auf diesem Wege neue Kunden gewonnen zu haben, und 69 Prozent konnten nach eigenen Angaben ihren Bekanntheitsgrad deutlich steigern.



Tradition versus New Media



| | Rotary Club | Round Table | Lions Club | Wirtschaftsjunioren | InCento | Facebook | XING | Twitter | LinkedIn | google plus |
|--------------------------------|--|---|--|--|--|---|---|---|--|---|
| Mitglieder | 1,2 Mio. in über 34.000 Rotary Clubs | 3.500 | 1,3 Mio. in 45.000 Clubs | mehr als 10.000 Mitglieder | 30 Mitgliedsunternehmen | ca. 845 Mio. (Dez. 2012) | ca. 10,8 Mio. | ca. 100 Mio. aktive | ca. 100 Mio. | mehr als 100 Mio. |
| Verbreitung | weltweit | Deutschland | weltweit | Deutschland | Deutschland | weltweit | Deutschland, Österreich, Schweiz | weltweit | weltweit | weltweit |
| Beschreibung | Rotary International ist die Dachorganisation der Rotary Clubs. Dabei handelt es sich um international verbreitete Service-Clubs, zu denen sich Angehörige verschiedener Berufe unabhängig von politischen und religiösen Richtungen zusammenschlossen haben. Als Ziele nennt Rotary humanitäre Dienste, Einsatz für Frieden und Völkerverständigung sowie „Dienstbereitschaft im täglichen Leben“. Im deutschsprachigen Raum nennen sich die Mitglieder Rotarier. | Round Table (RT) zählt zu den Service-Clubs und ist eine parteipolitisch und konfessionell neutrale Vereinigung junger Männer im Alter von 18 bis 40 Jahren. Die Idee und die Organisationsform von Round Table haben ihren Ursprung in der Tradition des englischen Clublebens: Örtlich selbständige „Tische“ führen jeweils etwa 15 bis 25 junge Männer unterschiedlicher Berufe und Wirkungsbereiche zusammen. | Alle Lions Clubs haben das Ziel, im freundschaftlichen Miteinander Gutes zu tun. Daher wird Wert auf eine altruistische, weltoffene Einstellung gelegt. Im Gegensatz zu Businessclubs sollte nicht der persönliche Erfolg der Mitglieder, sondern die Einsatzbereitschaft für das Gemeinwohl im Vordergrund stehen. Die offensive Nutzung des Lions-Netzwerks zu Geschäftszwecken ist daher verpönt. | Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD) ist der größte Verband von jungen Unternehmern und Führungskräften in Deutschland. Die Mitglieder kommen aus allen Bereichen der Wirtschaft und streben an, durch ihren Einsatz die Akzeptanz für unternehmerisches Handeln in Deutschland zu erhöhen. | Alle Aktivitäten des Netzwerks „InCento – Die Unternehmer im Bergischen Land e.V.“ sind an der Grundidee ausgerichtet, dass die qualitativ hochwertigen Leistungen der Mitglieder „mit gutem Gewissen“ weiterempfohlen werden können. Mittlerweile werden auch Mitglieder von außerhalb des Bergischen Landes aufgenommen. | Online-Community zum Erstellen, Betreiben und Pflegen sozialer Netzwerke. Facebook ist quasi der Erfinder der Social Networks und mit großem Abstand das größte Social Network im Web. Facebook ermöglicht es sehr einfach, Beziehungen mit anderen Leuten aufrechtzuerhalten, die man kennt. Neben dem „Posten“ von Nachrichten, die alle Freunde im Netzwerk lesen können, hat man auch die Möglichkeit, Fotos und Videos zu laden. | XING (bis Ende 2006: openBC) ist eine webbasierte Plattform, in der natürliche Personen vorrangig ihre geschäftlichen (aber auch privaten) Kontakte zu anderen Personen verwalten können. Kernfunktion ist das Sichtbarmachen des Kontakt-netzes; dabei wird das sogenannte Kleine-Welt-Phänomen sichtbar. Daneben bietet das System Interessensgebiete, Benutzerforen und über 26.000 Fachgruppen. Die Basisfunktionen sind kostenlos, eine Premiummitgliedschaft mit erweiterten Suchfunktionen kostet 6,35 Euro/Monat. | Privatpersonen, Organisationen, Unternehmen und Massenmedien nutzen Twitter als Plattform zur Verbreitung von kurzen Textnachrichten im Internet. Angemeldete Benutzer können eigene Textnachrichten mit maximal 140 Zeichen eingeben. Die Tätigkeit des Schreibens auf Twitter wird umgangssprachlich als „twittern“ bezeichnet. | LinkedIn ist ein webbasiertes soziales Netzwerk zur Pflege bestehender Geschäftskontakte und zum Knüpfen von neuen Verbindungen. Es wird häufig von Personaldienstleistern zu Recherchezwecken eingesetzt. Die Basismitgliedschaft mit einfachen Grundfunktionen ist für den Nutzer kostenlos. | Google+ ist ein soziales Netzwerk und ist im Juni 2011, also sieben Jahre nach dem dominierenden Anbieter Facebook, von Google Inc auf den Markt gebracht worden. Google+ wird vielfach als Versuch von Google gesehen, sich im Bereich der sozialen Netzwerke zu etablieren und durch individuellere Angebote Kunden von Facebook zu gewinnen. |
| Vorteile für Teilnehmer | Als Mitglied von Rotary ist man Teil einer weltweiten Organisation von Gleichgesinnten. Der Verein legt großen Wert darauf, dass die wöchentlich stattfindenden Sitzungen für die Teilnehmer einen wirklichen Gewinn bringen: Regelmäßig gibt es interessante Vorträge von Mitgliedern und Gastrednern. Die Verbundenheit unter rotarischen Freunden ist fester Bestandteil des Gemeinschaftsverständnisses. | Ein wesentlicher Teil des Clublebens ist der Information über die Ursachen und Auswirkungen aktueller Entwicklungen und dem Austausch von Berufs- und Lebenserfahrungen der Tischmitglieder untereinander gewidmet. Der Einzelne kann auf diese Weise Standpunkte und Meinungen anderer kennenlernen und seinen Horizont über den eigenen Erfahrungsbereich hinaus erweitern. | Es gibt in Deutschland ca. 1.500 Lions Clubs, also in jedem größeren Ort einen. Für Mitglieder gibt es diverse Vergünstigungen zum Beispiel bei Autovermietungen, Kreditkarten, Golfaktivitäten etc. | Gerade in der Unterstützung von Projekten und der Durchführung von zahlreichen Networking-Veranstaltungen liegt die Stärke der Wirtschaftsjunioren. Es gibt eine Reihe von Projektgruppen zu aktuellen und gesellschaftlichen Themen. Die Wirtschaftsjunioren legen einen großen Wert auf Weiterbildung ihrer Mitglieder und bieten daher ein interessantes und vielfältiges Programm an. | Durch die hohen Standards bei der Aufnahme und die strengen Statuten des Vereins gilt die Mitgliedschaft bei InCento als Qualitätssiegel für Leistungsfähigkeit und Service. Dadurch dass jeweils nur ein Unternehmen aus einer Berufsgruppe vertreten sein darf, sind Konkurrenzsituationen ausgeschlossen. | Arbeits- und Schulkollegen lassen sich über eingebaute Suchfunktionen leicht finden. Über gemeinsame Freunde lassen sich neue Freundschaften oder bekannte Freunde entdecken und das Netzwerk rasch erweitern. Vor allem aber lässt sich durch Facebook die Reichweite einer Werbemaßnahme extrem steigern. Wenn einem User etwas gefällt und er den „Gefällt mir“-Button auf seiner Facebook-Seite drückt, wird das allen seinen Kontakten mitgeteilt. Last but not least: Facebook ist (und bleibt – wie das Unternehmen immer betont) kostenlos. | Angemeldete Benutzer können sowohl berufliche als auch private Daten in ein Profil eintragen. Es ist möglich, Studium, Ausbildung und beruflichen Werdegang in tabellarischer Form darzustellen, eingescannte Zeugnisse und Referenzen hochzuladen sowie ein Profilbild (z. B. Passfoto) einzustellen. Der Benutzer entscheidet selbst, wer welche Informationen (z. B. Rufnummer, E-Mail-Adresse, Geburtsdatum) aus seinem Profil sehen kann. | Das Mikro-Blog ist ein einfach zu handhabendes Echtzeit-Medium zur Versendung von Nachrichten an eine große Zahl von Empfängern (Follower). Durch seinen Kurznachrichten-Charakter sind Hinweise auf aktuelle Ereignisse bei Twitter oft schneller zu finden als bei redaktionell bearbeiteten Medien wie Internetseiten. | Befindet sich unter den Empfehlenden ein Kontakt des LinkedIn-Mitgliedes, so soll das besondere Glaubwürdigkeit unterstreichen. Es ist jedoch anzumerken, dass ein LinkedIn-Account sehr einfach einzurichten ist, aber nur schwer gelöscht werden kann, da die Information dazu auf der LinkedIn-Site nicht leicht zu finden ist. | Bei Google+ muss man nicht alles teilen: Was den Geschäftsfreund oder die „beste Freundin“ etwas angeht, brauchen der Chef oder andere noch längst nicht zu wissen. Es ist alles sehr übersichtlich und bequem in den Circles geregelt. |
| Besonderheiten | Es besteht „Präsenzpflicht“, d. h. die wöchentlich stattfindenden Clubtreffen sind für alle Mitglieder verbindlich. | Die örtlichen Tische von Round Table treffen sich alle zwei Wochen zu einem „Tischabend“. Eine Besonderheit ist der „Drei-Minuten-Vortrag“ eines Tischmitgliedes zu einem tagesaktuellen Thema während der Sitzungen. | In den allermeisten Clubs kann nur Mitglied werden, wer dazu eine explizite Einladung (Kooptation) des Clubs erhalten hat. Die Prozeduren können geringfügig von Club zu Club variieren. | Mitglied der WJD kann jeder werden, der selbständig ist oder in einer Führungsposition arbeitet und unter 40 Jahre alt ist. | Die aktiven Mitglieder des Vereins entscheiden gemeinsam, ob ein neuer Interessent für eine Mitgliedschaft bei InCento geeignet ist. Der Gesamtheit der Vereinsmitglieder obliegt diese Entscheidung, es kann von jedem Mitglied ein „Veto“ gegen die Aufnahme eines Interessenten eingelegt werden. | Mit Facebook Connect bietet das Unternehmen eine Lösung zur Einmalanmeldung an. Registrierte Nutzer können über diese Funktion ihre Anmelde-daten auf anderen Websites verwenden, ohne sich dort registrieren zu müssen. In bestimmten Fällen ist es zudem möglich, Inhalte wie das Profil, Fotos, Kontaktlisten und Kommentare mitzunehmen. | Ergänzend zum Online-Angebot gibt es zahlreiche Regionalgruppen, die lokale Treffen veranstalten, auf denen persönliche Kontakte geknüpft werden können. So veranstalteten Mitglieder im Jahr 2010 mehr als 180.000 Events. | Die „Hashtags“ bei Twitter erleichtern die automatische Suche nach Inhalten. Die Bezeichnung stammt vom Doppelkreuz „#“ (englisch „hash“), mit dem ein solches Tag eingeleitet wird. Nach dem Tag steht kein Leerzeichen. Beispiel: „#wikipedia“. | Premiumaccounts kosten um die 20 Euro im Monat (= 29,95 Dollar, es wird in Dollar abgerechnet) und bieten erweiterte Funktionen, bei denen man Zugriff auf größere Informationsbereiche hat. Unabhängig davon gibt es Recruiterlösungen. Diese kosten um die 400 Euro im Monat. Hierbei handelt es sich um kollaborative Lösungen für die Personalsuche mit CRM-Tools. | Ein essenzieller Unterschied zu den meisten anderen sozialen Netzwerken ist die Tatsache, dass Freundschaftsbeziehungen bei Google+ einseitig sein und in sogenannte Circles (Kreise) eingeteilt werden können. Mit den Kreisen (Circles) kann der Nutzer seine Kontakte in Gruppen aufteilen und somit verschiedene Informationen mit bestimmten Kreisen teilen. |
| Internet | www.rotary.de | www.round-table.de | www.lions.de | www.wjd.de | www.incento-bergisch.de | www.facebook.com | www.xing.de | twitter.com | de.linkedin.com | plus.google.com |

Facebook, Twitter und Co. – die richtige Anwendung macht's

Soziale Medien können eine sinnvolle Ergänzung der Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeit eines Unternehmens sein. Aber worauf muss man achten? Kann ein Engagement in der täglichen Arbeit unterstützen? Sollte man als Unternehmer dabei sein? Und wenn ja, wie macht man das, und wie viel Zeit benötigt man dafür? Die folgenden Tipps und Ratschläge sollen Ihnen bei der richtigen Anwendung von Social Media behilflich sein.

selektieren, was Sie leisten wollen und was nicht.

1. Selbstüberprüfung: Die eigenen Netzwerkseiten sollten regelmäßig aktualisiert, geändert oder erweitert werden, um die User zu weiteren Besuchen zu animieren. Bei einer Facebook-Präsenz etwa sollten Kommentare, Posts oder Anmerkungen nicht unbeantwortet bleiben. Vorgefertigte Standardantworten oder Textbausteine gilt es aber zu vermeiden, damit die User nicht das Gefühl haben, dass ihrer Äußerung oder ihrem Kommentar nicht die entsprechende Wertschätzung entgegengebracht wird oder das Unternehmen kein Interesse an einem weiteren Austausch hat.

2. Kurze Reaktionszeiten: Antworten Sie möglichst schnell auf einen User-Kommentar. Die Verwendung von Social Media und die Attraktivität digitaler Medien basieren nicht zuletzt auf der Möglichkeit, in kurzen zeitlichen Abständen auf Posts, Kommentare oder Mitteilungen einzugehen.

3. Diskussionsfreudig: Auch Diskussionen können sich positiv auf das Bild des Unternehmens auswirken, da hierbei beispiels-

weise Ihr Expertenwissen mit einfließen kann. Dies schafft für Interessenten einen Mehrwert an Informationen und führt zu einer positiven Resonanz.

4. Respektvoller Umgang: Social-Media-Nutzung sollte langfristig angelegt sein und den Aufbau einer Online-Reputation zum Ziel haben. Der Umgang mit Kommentaren und somit mit anderen Usern spielt eine entscheidende Rolle. Bereits die Ansprache ist entscheidend und forenabhängig. Während bei Facebook oftmals das „Du“ gebraucht wird, pflegt man bei XING in der Regel eine formale Ansprache. Darüber hinaus gilt die alte Redensart „Der Ton macht die Musik“. Ein belehrender Ton – Marke „Oberlehrer“ – wirkt oftmals abschreckend. Auch lange Monologe oder immer wiederkehrende Kommentare sollten vermieden werden – es gilt, dem User zuzuhören. Aus diesen Gründen sollte die Online-Präsentation stets authentisch und ehrlich wirken. Dazu gehört selbstverständlich auch der respektvolle Umgang mit Wettbewerbern – negative Äußerungen über die Konkurrenz werfen auch auf denjenigen, der sie ausspricht, ein schlechtes Licht.

5. Informationsreichweite: Durch die Vernetzung der User untereinander können sich Nachrichten sehr schnell verbreiten. Zwar erreicht man auf diesem Wege eine breite Informationsstreuung – allerdings gilt das sowohl für positive als auch für negative Meldungen. Bedenken Sie: Je weiter

die Informationen gestreut werden, desto schwieriger wird es, die Kontrolle darüber zu behalten.

6. Seriosität: Auch wenn auf sozialen Netzwerkseiten häufig lockere Umgangsformen herrschen, sollte man darauf achten, sowohl inhaltliche als auch Rechtschreibfehler in den Kommentaren oder Posts zu vermeiden. Gleiches gilt für lizenzpflichtige Inhalte wie Bilder, Grafiken oder Videos – eine Missachtung der Urheberrechte kann rechtliche Schritte nach sich ziehen und einen nicht unerheblichen finanziellen Schaden für denjenigen bedeuten, der gegen das Copyright verstoßen hat.

7. Datenschutz: Soziale Netzwerke – wie etwa Facebook – stehen immer wieder in

der Kritik, gegen geltende Datenschutzgesetze zu verstoßen oder diese zumindest stark zu dehnen, denn der Verkauf von Informationen gehört zu den profitablen Einnahmequellen von Betreibern sozialer Netzwerkseiten. Aus diesem Grund sollten Nutzer immer reflektieren, welche Informationen tatsächlich veröffentlicht und geteilt werden sollen und wie man über Netzwerktopplattformen kommunizieren möchte, da jedes Wort protokolliert wird. Insbesondere

Während bei facebook oftmals das „Du“ gebraucht wird, pflegt man bei XING in der Regel eine formale Ansprache.

Unternehmensinterna sollten daher sehr sensibel behandelt werden. Dies gilt auch für die Implementierung von Social-Media-Tools – wie beispielsweise dem „Gefällt mir“-Button von Facebook – auf Homepages. Schon durch die bloße Darstellung oder spätestens beim Klick auf den Button werden Daten an das Netzwerk übertragen, ohne dass der Anwender davon etwas mitbekommt. Eine datenschutzkonforme Einbindung dieser Dienste ist auf den Webseiten also kaum zu leisten. □

SOCIAL MEDIA:

Unter Social Media versteht man Plattformen im Internet, in denen User Informationen, Meinungen, Erfahrungen oder Eindrücke untereinander austauschen. Mediale Inhalte können von der einzelnen Person oder gemeinsam in der User-Gemeinschaft gestaltet werden. Unter den Begriff Social Media fallen soziale Netzwerke, Foren, Blogs, Wikis, Social-Bookmark-Portale, Bewertungs- und Auskunftsportale, Foto- und Videoportale. Bekannte Internetseiten sind unter anderem: facebook, XING, Twitter, Youtube, Flickr, Wikipedia oder Qype.

Vorweg sei gesagt: Sie müssen kein EDV-Profi sein, um erfolgreich zu netzwerken. Vielleicht findet sich unter Ihren Mitarbeitern auch jemand, der sich bereits bestens damit auskennt? Auf jeden Fall kann Ihr Zeitaufwand überschaubar bleiben, wenn Sie zielgerichtet arbeiten und

Schutz für Chef und Firmenleitung

Unberechtigte Schadenersatzforderungen abwehren

Seit einigen Jahren wird die persönliche Haftung von Geschäftsführern oder Vorständen in der Rechtsprechung und Gesetzgebung verschärft. Immer wieder liest man in den Medien über Fälle, bei denen die Unternehmensleitung wegen behaupteter Pflichtverletzungen in Regress ge-

nommen wurde. Wer sich davor schützen will, sollte eine entsprechende Police abschließen.

Roland K., Geschäftsführer einer Messebau-firma, witterte ein schönes Zusatzgeschäft, als er den Auftrag zur Renovierung eines englischen Schlosses annahm. Doch nach Abschluss der Arbeiten stellte sich heraus, dass der Schlossherr insolvent war und die Rechnung in Höhe von zwei Millionen Euro nicht bezahlen konnte.

Die Mitgesellschafter von Roland K. warfen ihm nun vor, dass er bei der Auftragsannahme nicht geprüft hatte, wie es um die Bonität des englischen Auftraggebers bestellt ist. Auch hatte er mit dem Auftrag von Renovierungsarbeiten das ursprüngliche Geschäftsfeld der Messebau-firma verlassen und damit gegen die Satzung verstoßen.

Seine Partner forder-ten von ihm in voller Höhe Schadenser-satz, für den Roland K. als Ge-schäftsführer mit seinem persön-lichen Vermö-gen haftet.

Haftung mit Privatvermögen

Dieses Beispiel ist kein Ein-zelfall. Geschäftsführer von mittelständischen GmbHs sehen sich immer häufiger Schadenser-satzforderungen wegen behaupteter Pflichtverletzungen gegen-über. Sie sind einer besonderen Haftungssituation ausgesetzt und dem Unternehmen gegen-über zum Schadenersatz ver-pflichtet, sofern sie „die Sorgfalt eines ordentlichen, gewissen-haften Geschäftsführers“ ver-

missen lassen und dem Unternehmen da-durch ein Vermögensschaden entsteht. Obwohl diese Generalklausel im Juristen-deutsch sehr nach Formalismus klingt, hat sie dennoch eine recht hohe Brisanz für die tägliche Praxis. Denn Geschäftsführer haf-ten grundsätzlich mit ihrem Privatvermögen in unbegrenzter Höhe. Und zwar nicht nur für eigene Fehler, sondern – auf Grundlage einer gesamtschuldnerischen Haftung – auch für das Fehlverhalten anderer Organ-mitglieder. Auf diese Art können beruflich begangene Pflichtverletzungen sehr schnell in den privaten Ruin führen.

Die D&O-Police erfüllt eine Rechtsschutzfunktion, wenn der Entlastungsbe-weis angetreten werden muss, und setzt besonders qualifizierte Anwälte zur Prüfung der Ansprüche ein.

Entgegen landläufiger Meinung ist die Haf-tung von Geschäftsführern summenmäßig nicht beschränkt. Die einer GmbH entspre-chende Haftungsbeschränkung bezieht sich ausschließlich auf die Gesellschaft selbst, nicht aber auf ihre Organpersonen. Gleiches gilt auch für Unternehmensleiter von ande-ren Gesellschaftsformen wie Aktiengesell-schaften oder Vereinen und Verbänden. Besonders brisant wird die Angelegenheit durch die Umkehr der Beweislast, die



gerade bei der Innenhaftung gilt. So kann sich das Unternehmen auf die Behauptung einer Pflichtverletzung eines seiner Manager beschränken – der Beschuldigte muss dann die Beweisführung zu seiner Entlastung füh-ren.

Zahlungs- und Rechtsschutzfunktion

Um sich vor diesen Haftpflichtansprüchen zu schützen, können Firmeninhaber für sich

und ihre Manager eine sogenannte Directors & Officers Liability-Versicherung (D&O) abschließen. Diese schützt nicht nur das Pri-vatvermögen der Manager, sondern auch gleichzeitig das Firmenvermögen. Denn durch Manager verursachte Vermögensschä-den können realisiert werden, wenn eine D&O-Versicherung für den Ausgleich sorgt. Darüber hinaus erfüllt die D&O-Police eine Rechtsschutzfunktion, wenn der Entlas-tungsbeweis angetreten werden muss, und setzt besonders qualifizierte Anwälte zur Prüfung der Ansprüche ein. Diese streben in

aller Regel eine außergerichtliche Einigung an, um einen Imageschaden für die Firma oder ihre Manager abzuwenden.

Die Motive für den Abschluss einer D&O-Versicherung sind vielfältig. Es können pers-önliche Interessen im Vordergrund stehen, wenn das Privatvermögen geschützt werden soll. Oder es gilt, Unternehmensinteressen zu wahren, wie beim Bilanzschutz oder dem Abwenden eines Imageschadens. □

WER BENÖTIGT EINE MANAGERHAFTPFLICHTVERSICHERUNG (D&O)?

Eine Directors & Officers Liability-Police (D&O) schützt Unternehmensleiter und Aufsichtsorgane wie Vorstände, Geschäftsführer, Verwaltungs-, Bei- und Auf-sichtsräte von folgenden Firmen:

- Mittelständische Unternehmen (GmbH, AG, GmbH & Co. KG etc.)
- Vereine (e. V.)
- Verbände
- Stiftungen

WOGEGEN SCHÜTZT EINE MANAGERHAFTPFLICHTVERSICHERUNG (D&O)?

Innenhaftung = gegenüber dem eigenen Unternehmen
Beispiele:

- Mangelhafte Überwachung von Mitarbeitern
- Verjährenlassen berechtigter Forderungen
- Unterlassene Bonitätsprüfung bei neuen Kunden
- Übernahme anderer Gesellschaften zu überhöhtem Preis
- Beibehaltung umweltgefährdender Produktionsanlagen
- Werbematerial verstößt gegen Wettbewerbsrecht

Außenhaftung = gegenüber Dritten wie Insolvenzverwalter, Kunden, Lieferanten, Anteilseigner, Behörden
Beispiele:

- Verspäteter Insolvenzantrag
- Nichtabführen von Steuern



Haben Sie Interesse oder Fragen? Dann sprechen Sie uns gerne an:

Uwe Hillen ist Rechtsanwalt und Senior Underwriter für die D&O-Versicherung (Directors & Officers Liability), auch Managerhaftpflichtversicherung genannt, bei der Gothaer.

Telefon: 0221 308-31265,
E-Mail: uwe_hillen@gothaer.de



Fernsehen für Unternehmen: So einfach geht hochwertig

Immer mehr kleine und mittlere Unternehmen tun's – und die Gothaer schon lange: Sie informieren ihre Mitarbeiter und Kunden mit Internetvideos, sozusagen mit TV im Internet. Business-TV, Corporate-TV, Unternehmens-TV, Corporate-Web-TV – das Format trägt viele Bezeichnungen und birgt noch mehr Möglichkeiten.

Ein neues Produkt in 100 Sekunden verstehen, die Schulungen im Vertrieb mit Schulungsmagazinen und Fallbeispielen unterstützen, wichtige News präsentieren, ein Thema mit einem Kurz-Magazin vertiefen – all das leisten Internetvideos von Unternehmen. Und noch mehr: Interviews mit Führungskräften geben Einblick in den Geschäftsalltag eines Unternehmens, Experten erklären den Kunden und Verbrauchern Produkte oder Sachverhalte.

Bezahlbarer Mehrwert für Unternehmen

Tolle Bilder, wichtige Themen, nützliche Informationen, glaubwürdige Gesprächspartner und eine hochwertige Umsetzung – all das macht Internetvideos aus. Und ist Voraussetzung, damit das Medium in der Un-



Cornelius Pfannkuch (li.) und Christoph Göbel (Mi.) sind ein eingespieltes Team und können auf Erfahrung aus mehreren hundert Filmproduktionen zurückgreifen.

ternehmenskommunikation akzeptiert wird. Da sind sie auf gutem Weg: Ansgar Zerfaß, Professor für Kommunikationsmanagement, sieht Internetvideos bzw. Web-TV als das zentrale Medium der künftigen Unternehmenskommunikation!

Es sei zu teuer, schwierig umzusetzen, zeit- und personalaufwändig, behaupten hingegen Zweifler. Doch die Praxis zeigt: Heute bieten Internetvideos attraktiven, bezahlbaren Mehrwert für Unternehmen und Kunden.

Content ist King

Und genau dieser Mehrwert ist der Schlüssel zum Erfolg. Denn wie man ein solches Projekt auch angeht, ob als Filmclip, Sendekonzept, Mitarbeiter-Information oder Kunden-Projekt, immer gilt: Werbung statt Information, Langeweile statt Aha-Effekt, Wackel-Dackel-Bilder à la Home-Video und „heiße Luft“ funktionieren nicht. Content is king! Will ein Unternehmen mit Internetvideos „Fernsehen machen“, dann braucht es ein Konzept, eine Strategie, nutzenbringende Inhalte und Informationen, ein „Programm“ – und einen Produzenten.

Für die Gothaer produziert unter anderem die Firma Business Media Art in Frankfurt unter der Leitung von Christoph Göbel Videoclips. Christoph Göbel, gelernter Fotograf und Medien-Designer, ist seit 20 Jahren im Filmgeschäft. „Wir haben uns

von Anfang an auf hochwertige Unternehmensfilme spezialisiert. Dazu gehören Image-Trailer, Produkt-Videos, Veranstaltungsdokumentationen und vieles mehr. Im Prinzip können das ja viele Unternehmen umsetzen. Uns zeichnet die Liebe zum Hochwertigen, der Blick fürs Wesentliche aus – und der Spaß, den wir an unserer Arbeit haben.“

Unternehmen wie die Gothaer schätzen die Expertise von Christoph Göbel und seinem Team: „Wir produzieren seit mehre-

ren Jahren sowohl für die interne wie die externe Kommunikation Internetvideos“, sagt Theo Rosenfeld, Geschäftsführer der Agentur Rosenfeld CC GmbH in Frankfurt, die die Unternehmensvideo-Projekte für die Gothaer fachlich betreut.

„Unsere Erfahrung zeigt, dass zum Beispiel eine filmische Präsentation unserer Berater sehr gut bei den Kunden ankommt.“

„Die persönliche Ansprache des Zuschauers bzw. Kunden, die Glaubwürdigkeit, die ein Berater im Film idealerweise herüberbringt, Ausschnitte aus seiner Arbeit, die er im Video präsentiert, die Produkte, deren Qualität er kennt und sein individuelles Know-how – all das macht einen Gesamteindruck aus, liefert ein umfassendes Bild des Beraters, der dabei im wahrsten Sinne für die Gothaer steht. Das schafft Vertrauen bei den Kunden.“ Und Vertrauen ist schließlich die beste Werbung für ein Unternehmen. □

Information steht im Mittelpunkt, nicht Werbung

Interview mit Christoph Göbel, Business Media Art, FFM

chefsache: Was können Internetvideos leisten?

C. Göbel: Internetvideos – auch Web-TV – genannt – transportieren schon mit überschaubarem Budget wichtige Informationen schnell und gezielt für den Zuschauer – sei es der Mitarbeiter oder der Kunde.

Wie können Unternehmen Internetvideos einsetzen?

Wer seine Produkte und Leistungen verständlich erklärt und handwerklich gut umgesetzte Internetvideos macht, schafft bei seinen Kunden Vertrauen und erhöht seine Verkaufschancen. Das können Filme, Interviews oder ganze Sendungsformate sein. Zum anderen eignet sich Web-TV über den Einsatz im Intranet auch für die Mitarbeiter-Kommunikation. So können die Mitarbeiter zeitlich flexibel wichtige Informationen abrufen und in Schulungskonzepten Neues lernen oder Gelerntes auffrischen.

Worauf muss ein Unternehmen achten, wenn es Unternehmensvideos produzieren lassen möchte?

Information steht im Mittelpunkt – nicht Werbung. Der Content ist das Wichtigste. Wir setzen zugleich auf eine besonders hochwertige Umsetzung. Die grundsätzlichen Regeln im TV gelten auch für Internetvideos: Egal ob Film, Interview oder Sendung – eine schlüssige Erzählstruktur,

professionelle Kameraführung, Ton, Licht, Synchronisation, Musik – all das ist für ein professionelles Ergebnis unerlässlich. Außerdem gibt es eine Menge juristischer Fragestellungen zu berücksichtigen, von Persönlichkeitsrechten über Urheber- bis hin zu Bildrechten oder Musikkonzessen. Darum kümmert sich in der Regel eine Produktionsfirma.

Wie findet ein Unternehmen einen soliden Anbieter für so ein Projekt?

Wenn ein Anbieter ein didaktisches Konzept hat und attraktive Inhalte liefert, dann ist das die beste Empfehlung. Man findet einen guten Partner am besten durch Weiterempfehlung. Denn der Markt ist unübersichtlich: Filmproduktionsfirmen, Freelancer, Agenturen – hier ist von Trash bis Hochglanz alles zu finden. Wichtig ist, erst die eigenen Bedürfnisse genau zu ermitteln, um dann den passenden Partner zu finden.

Welche Fragen sind bei der Auswahl einer Produktionsfirma zu beachten?

Ich würde nach folgender Checkliste gehen: Hat die Produktionsfirma eine Strategie für den Einsatz von Internetvideos? Berücksichtigt sie die individuellen Ansprüche des potentiellen Auftraggebers? Verfügt sie über das fachliche, technische und geschäftliche Know-how?



Christoph Göbel

ist ausgebildeter Fotograf und Medien-Designer. Seit 20 Jahren hat er Erfahrung mit der Leitung großer Studios sowie der Produktion von Internet-, Unternehmens- und Image-Filmen. Seit 2011 leitet Christoph Göbel die Filmproduktionsfirma Business Media Art in Frankfurt. c.gobel@business-media-art.de

Mit wie vielen Zulieferern arbeitet die Firma, oder bietet sie alle Lösungen aus einer Hand an?

Kann die Produktionsfirma mit dem vorgegebenen Budget ein schlüssiges Konzept und schließlich praktikable, sinnvolle, kundenorientierte Filmprojekte umsetzen? Hat die Produktionsfirma entsprechende Referenzen?

Herr Göbel, vielen Dank für das Gespräch!



Zur Aufgabe des Aufnahmeteam gehört es oft, die Nervosität bei den gefilmten Personen abzubauen, denn viele stehen das erste Mal in ihrem Leben vor einer Kamera.

Mit Netz und doppeltem Boden

Die meisten Menschen unterschätzen das Risiko, berufs- oder erwerbsunfähig zu werden. Doch was passiert, wenn man plötzlich seinen Beruf aus gesundheitlichen Gründen nicht mehr ausüben kann? Wer dann nicht von seinem Vermögen oder von seiner Berufsunfähigkeitsversicherung leben kann, steht vor dem finanziellen Absturz.

Jeder Vierte scheidet vor Erreichen des regulären Rentenalters vorzeitig aus dem Arbeitsleben aus. Die häufigsten Ursachen sind psychische Erkrankungen, Rückenleiden, Krebs und Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Für die Betroffenen bedeutet dies neben den gesundheitlichen Beeinträchtigungen auch gravierende finanzielle Einbußen.

Wie geht es nun weiter? Auf eine staatliche Unterstützung kann man in einem solchen Fall in der Regel nicht hoffen. Die gesetzliche Rentenversicherung sieht zwar eine Erwerbsminderungsrente vor. Doch die volle Erwerbsminderungsrente beträgt nur etwa ein Drittel des bisherigen Einkommens und wird nur

gezahlt, wenn man nicht mehr drei Stunden am Tag arbeiten kann. Zudem sind die meisten Selbstständigen nicht Mitglied der gesetzlichen Rentenversicherung.

In dieser scheinbar ausweglosen Situation fängt eine private Berufsunfähigkeitsversicherung sicher auf. Denn sie bietet in dieser schweren Zeit den Ausgleich, den man für den Ausfall des Einkommens benötigt. Das macht die Bedeutung einer privaten Berufsunfähigkeitsversicherung klar und einen Abschluss dringend empfehlenswert.

Dennoch haben einer aktuellen Umfrage zufolge nur 22,3 Prozent aller Bundesbürger eine solche private Absicherung abgeschlossen. Für die Zeitschrift „Stern“ ist es daher paradox: „In einem Volk, das seine Sorgen so sehr pflegt, dass die ‚German Angst‘ weltweit als geflügeltes Wort umgeht, wird ausgerechnet eine der größten Gefahren – plötzlich kein Geld mehr verdienen zu können – vom Großteil der Bevölkerung unterschätzt.“ Denn laut Statistik kann etwa jeder Vierte vor Eintritt des Rentenalters aus gesundheitlichen Gründen

seinen Beruf nicht mehr ausüben. Bei der Wahl der richtigen privaten Berufsunfähigkeitsversicherung sollten einige Faktoren berücksichtigt werden. Das Absicherungskonzept sollte unbedingt den Verzicht auf die sogenannte abstrakte Verweisung enthalten, bei dem man auf einen anderen Beruf verwiesen werden kann als den, den man bisher ausgeübt hat.

Wichtig ist zudem, dass die Höhe der vereinbarten Leistung mit steigendem Einkommen „mitwachsen“ kann, das heißt, es sollte eine Nachversicherungsoption zur Erhöhung der Leistung bestehen. Dies ist insbesondere für junge Menschen relevant, deren Einkommen in der Regel zu Berufsbeginn eher niedrig ist und mit der Zeit steigt. Der Einschluss einer Dynamik gleicht zudem Kaufkraftverluste durch Inflation aus – und das ohne erneute Gesundheitsprüfung.

Experten empfehlen generell einen möglichst frühen Abschluss. Dann sind die Beiträge noch besonders günstig und der in der Regel noch gute Gesundheitszustand wird gesichert. □

Sicher im Netz – Rechts-Tipps zur Firmenwebsite

Zu einem guten Unternehmen gehört heute auch eine professionelle Website. Was bei der Erstellung einer Homepage beachtet werden muss, um allen rechtlichen Anforderungen gerecht zu werden, erklärt Rechtsanwalt Dr. Dirk Lindloff.

Grundsätzlich gilt: keine Unternehmenswebseite ohne Impressum und Erklärung zum Datenschutz. Beim Impressum ist in § 5 Telemediengesetz sowie in § 55 Rundfunkstaatsvertrag genau festgelegt, was angegeben werden muss. Das Impressum kann auch auf einer verlinkten Seite abgebildet werden, zum Beispiel unter „Kontakt“. Die Datenschutzerklärung hingegen muss auf jeder Seite und Unterseite erreichbar sein. Wichtig ist auch, dass die Erklärung individuell auf die Webseite zugeschnitten ist. Hier sollte man sich professionell beraten lassen.

Auch Webseiten-Analyse-Dienste wie beispielsweise Google Analytics, die statistische Informationen über die Webseitenutzung sammeln, sollten mit Bedacht ausgewählt werden. Hier gilt es, sich vorab zu informieren, wie sich diese Dienste datenschutzkonform nutzen lassen. Denn stellt man den Dienst später um, können frühere Statistikdaten verloren gehen.

Egal ob Fotos, Illustrationen oder Landkarten – sie alle unterliegen dem Urheberrechtsschutz und dürfen nicht einfach von anderen Webseiten entnommen werden. Die Rechteinhaber spüren derartige Urheberrechtsverstöße mit speziellen Suchalgorithmen allerdings häufig auf. Und das kann teuer werden. Die Lizenzzahlungen und Abmahnkosten sind durchaus vierstellig. Bilder sollten also selbst erstellt oder bei Rechteagenturen gekauft werden. □



Dr. Dirk Lindloff

ist Anwalt in der Kanzlei Dr. Caspers, Mock & Partner. Er ist Spezialist für gewerblichen Rechtsschutz und für IT-Recht. Dr. Dirk Lindloff ist Partneranwalt der ROLAND Rechtsschutz-Versicherung.

DIE NEUE GOTHAER BERUFSUNFÄHIGKEITSVERSICHERUNG

Die neue Gothaer Berufsunfähigkeitsversicherung wurde individuell auf die verschiedenen Kundenbedürfnisse konzipiert. Der Premiumschutz zeichnet sich durch ein umfassendes Leistungsspektrum aus. Neben der Berufsunfähigkeitsrente werden zahlreiche Unterstützungsleistungen geboten, die in der Summe bei keiner anderen Berufsunfähigkeitsversicherung am Markt geboten werden. So gibt es beispielsweise finanzielle Unterstützung, wenn eine Umorganisation im Betrieb notwendig wird, um weiterhin beruflich tätig sein zu können. Der Basisschutz bietet eine Absicherung zu sehr günstigen Beiträgen. Ideal für junge Existenzgründer ist der Einsteigerschutz. Hier fällt in den ersten Jahren ein reduzierter Anfangsbeitrag an – und das bei vollem Schutz von Beginn an.

Der Premiumschutz bietet folgende Highlights:

- Voller Schutz ab dem ersten Beitrag, weltweit
- Erhöhung der Berufsunfähigkeitsrente innerhalb der ersten fünf Jahre jederzeit ohne erneute Gesundheitsprüfung möglich
- Umorganisationshilfe
- Verzicht auf die abstrakte Verweisung
- Keine Meldefrist der Berufsunfähigkeit – die Leistung erfolgt immer ab Eintritt der Berufsunfähigkeit, auch rückwirkend.
- Ab Mai gibt es die Berufsunfähigkeitsversicherung auch als Direktversicherung in der betrieblichen Altersversorgung.

Der tägliche Irrsinn im Büro Aufgespießt von Kai Felmy

Wer von Zeit zu Zeit den Wirtschaftsteil der FAZ liest, kommt an den Knollennasen von Karikaturist Kai Felmy nicht vorbei: Keiner versteht es so gut wie er, dem abgründigen Büro-Wahnsinn eine lustige Seite abzugewinnen. Fast wie im richtigen Leben: Vielleicht erkennen Sie ja die eine oder andere Situation wieder ...



WISSENSWERTES ÜBER Social Networks

Soziale Netzwerke im Internet sind Netzgemeinschaften bzw. Webanwendungen, die Netzgemeinschaften beherbergen. Handelt es sich um Netzwerke, bei denen die Benutzer gemeinsam eigene Inhalte erstellen (User Generated Content), bezeichnet man diese auch als soziale Medien. Soziale Netzwerke sind das Mega-Thema unserer Zeit. Sie verändern unsere Lebensgewohnheiten und vor allem die Art und Weise, wie wir miteinander kommunizieren.



850.000 Facebook-Nutzer, die den Dienst per Mobiltelefon in Anspruch nehmen.

Erfolgreichstes soziales Netzwerk ist mit mehr als 800 Millionen aktiven Nutzern das am 4.2.2004 gestartete Facebook. Es ist mittlerweile in 74 Sprachversionen benutzbar.

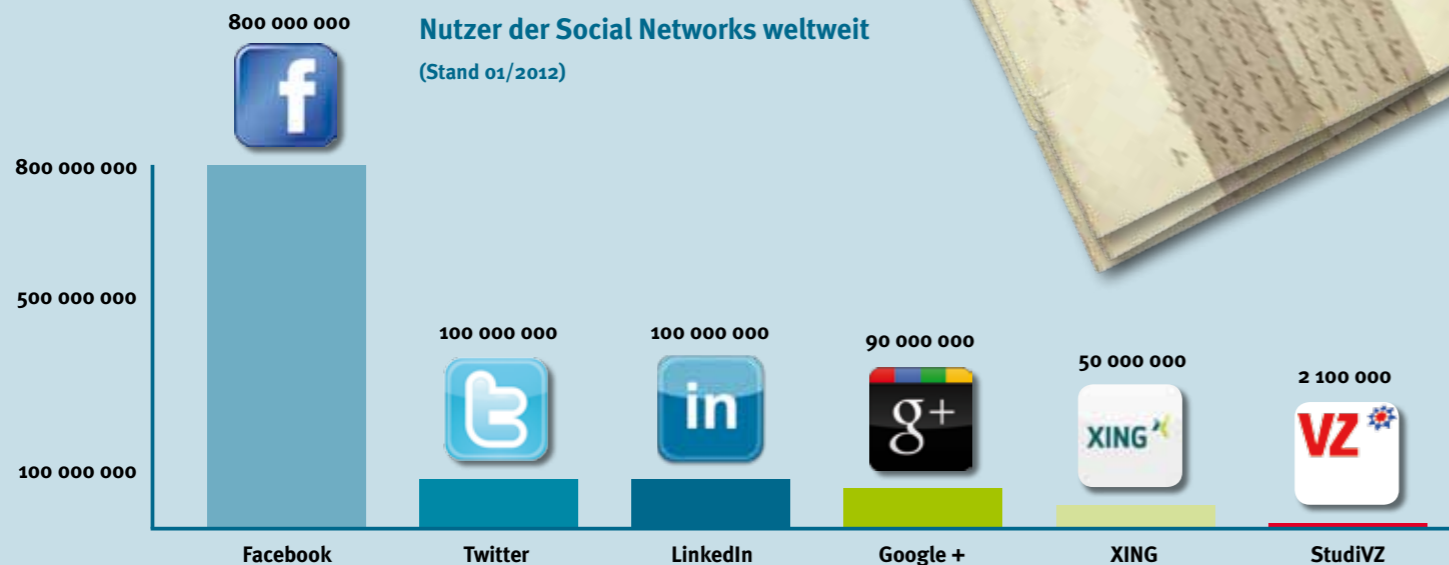


1980er

Soziale Netzwerke, deren Funktionen über die von reinen Internetforen und Chats hinausgehen, existieren seit Mitte der 1990er Jahre. Als Vorform können Mailboxnetze sowie das Usenet betrachtet werden, die seit Mitte bzw. Ende der 1980er Jahre existieren. Die Usenets hatten als „Schwarze Bretter“ die Funktion, eine Information möglichst vielen Teilnehmern schnell zugänglich zu machen.



Die sozialen Netze des Internets weisen Parallelen zu Briefformen auf, wie sie im 16. Jahrhundert in Europa üblich wurden: „Um seine Mitteilungen gleich größeren Kreisen zukommen zu lassen, richtete der Briefschreiber sein Schreiben gar bald nicht mehr nur an einen Einzelnen, sondern in der Hauptsache gleich an eine größere Anzahl von Gesinnungsgenossen“, notierte der Zeitungschonist Ludwig Salomon 1906.



Gothaer Perikon

Bessere Absicherung gegen schwere Krankheiten

Die Gothaer hat die Bedingungen für ihre Police „Perikon“ gegen schwere Krankheiten weiter verbessert. Gerade bei einer unerwarteten schweren Erkrankung können auf den Patienten und seine Familie hohe Ausgaben zukommen, sei es durch Pflege oder Umbauten im Haus.

Mit einer Perikon-Versicherung sind diese Mehrausgaben finanziell abgesichert. Bei Eintritt einer versicherten schweren Erkrankung zahlt die Gothaer die vereinbarte Summe. Die definierten schweren Krankheiten wurden aktuell auf über 50 erweitert und schließen neben Krebs, Schlaganfall, Herzinfarkt und Alzheimer jetzt auch den schweren Unfall, die Aplastische Anämie und die rheumatische Arthritis ein. Die Fachzeitschrift „Das Investment“ würdigte in ihrer Ausgabe 12/2011 besonders die Absicherung bei Krebs, da Gothaer Perikon im Gegensatz zu Wettbewerbern (abgesehen von Vorstufen und Frühformen, die ohne belastende Behandlungen geheilt werden können), in allen Krankheitsfällen leistet. Für Kinder wurde außerdem die Absicherung über Gothaer Perikon Junior auf maximal 150.000 Euro erhöht. Die Gothaer ist übrigens der einzige deutsche Anbieter einer fondsgebundenen Absicherung gegen schwere Krankheiten.

Gothaer vertreibt Sorgen

Wir Deutschen machen uns ständig Sorgen – um den Arbeitsplatz, die Rente, das Auto, die Gesundheit. Und sind damit Weltmeister im Sorgenmachen. Die neue Werbekampagne der Gothaer, die in diesem Frühjahr gestartet ist, greift diese Eigenart auf und spielt auf humorvolle und einprägsame Weise auf die Sorgen der Menschen hierzulande an.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen personalisierte Sorgen. Auf humorvolle und einprägsame Art und Weise verkörpern sie klassische Alltagssorgen, die jeder Mensch hat – mal schrullig, mal witzig, aber immer sympathisch. Sie lauern überall: in der Wohnung, auf der Straße, im Urlaub, Sorgen um die Sicherheit, Sorgen um den eigenen Besitz, Sorgen um die Gesundheit. Die Gothaer befreit ihre Kunden von ihren Alltagssorgen. Im aktuellen Fernsehspot lösen sich die Sorgen dann auch im wahrsten Sinne des Wortes in Luft auf.



LESE-TIPPS:



Die Gründung von Facebook – The social network
– Ben Mezrich,
riva Verlag

Die Gründung von Facebook lieferte die Vorlage für den erfolgreichen Film The social network, der gleich mehrfach bei den Golden Globes (u.a. als Bester Film) abräumte und für acht Oscars nominiert ist. Spannend zu lesen, denn jede große Erfindung ruft auch immer Widersacher auf den Plan. Zitat: „Man kann nicht 500 Millionen Freunde haben und keine Feinde.“



Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter, XING und Co.
– Reto Stuber
Data Becker Verlag

Dieses umfassende Profi-Handbuch präsentiert auf fast 500 Seiten praxiserprobtes Know-how für erfolgreiches Social Media Marketing. Beschleunigen Sie jetzt Ihr Lerntempo, realisieren Sie professionelle Präsenzen auf Facebook, Twitter, YouTube, XING und LinkedIn, und optimieren Sie Ihren Marketing-Mix nach einer individuell auf Ihr Unternehmen abgestimmten Strategie!



Scharfe Kurven in der Chefetage
– Kai Felmy
NWB Verlag

Kai Felmy wagt einen satirischen und humorvollen Blick hinter die Kulissen der Unternehmen, etwa Ihres eigenen, des Ihres Partners, Ihres Nachbarn oder Bekannten. Mit den Cartoons kann sich ein jeder identifizieren, der gerne Alltägliches und nicht Alltägliches aus dem Arbeitsleben mit einer gewissen Leichtigkeit verfolgen möchte.

Ihr Partner auf dem Weg des Erfolgs

Auf eine Tasse Kaffee mit...

... Thomas Speck

1. Tee oder Kaffee? Bis vor einigen Jahren nur Kaffee. Jetzt morgens eine leckere Tasse GEPA-Kaffee, dann GEPA-Kräutertee.

2. Ein guter Arbeitstag beginnt mit ...

einer guten Idee und einem Lächeln.

3. Erfolg ist ...

wenn richtige Entscheidungen gut umgesetzt werden.

4. Ihre Mitarbeiter halten Sie für ...

authentisch und kompetent.

5. Unverzichtbarer Gegenstand in Ihrem Büro ...

Mein Moleskin® (Notizbuch)

6. Ihr Unternehmen steht für ...

soziale und ökologische Qualität

7. Welche berufliche Erfahrung möchten Sie am wenigsten missen?

22 Jahre eines Tätigkeits nachzugehen, die eines Erfolgs von Wirtschaftsläden Erfolg geprägt ist u. andererseits sinnvolle und nachhaltige Ziele verfolgt.

8. Was macht Ihnen in Ihrem Job am meisten Spaß?

Auf Reisen zu unseren Handelspartnern hautnah erleben, wie viel Fairer Handel bewirken kann.

9. Was würden Sie einem jungen Existenzgründer raten?

Einerseits für die Geschäftsidee „brennen“, andererseits einen kühlen Kopf bewahren für Planung und realistische Kalkulationen.

10. In schwierigen Zeiten muss man ...

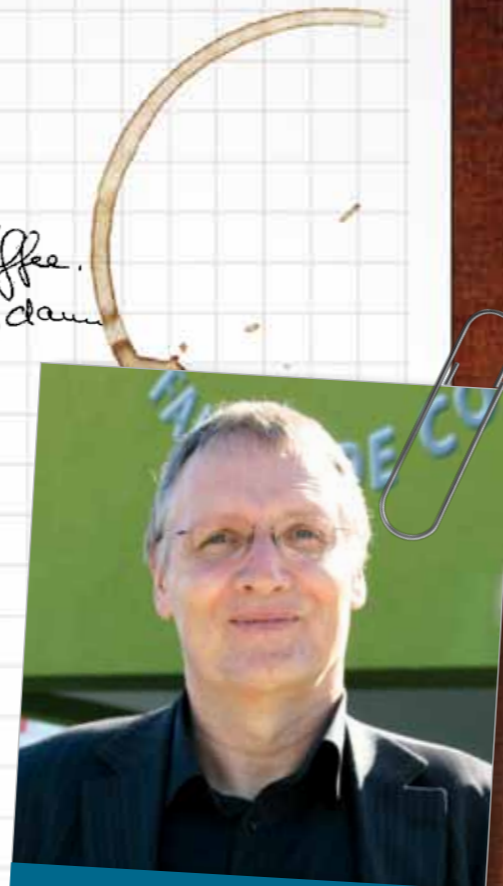
trotzdem das Ziel nicht aus den Augen verlieren.

11. Freizeit bedeutet ...

selbstbestimmte Aktivität und Entspannung.

12. Mit welcher bekannten Persönlichkeit würden Sie gerne einmal einen Kaffee trinken?

Mit Nelson Mandela



Thomas Speck

Geschäftsführer bei GEPA – The Fair Trade Company, engagiert sich seit 1990 im Unternehmen. Neben seiner Aufgabe als Sprecher der Geschäftsführung konzentriert er sich auf das Thema Vertrieb. Die GEPA bezieht Lebensmittel, Handwerksartikel und Heimtextilien zu fairen Preisen und Konditionen von Produzenten in Afrika, Asien und Lateinamerika. Ihre Produkte sind bundesweit in ca. 800 Weltläden, vielen Supermärkten, Bio- und Naturkostläden sowie im GEPA-Onlineshop erhältlich. www.gepa.de

Mit J.P. Morgan Asset Management haben Sie einen dynamischen und erfahrenen Partner an Ihrer Seite, der an den globalen Kapitalmärkten zu Hause ist. Unsere zahlreichen Experten sind direkt vor Ort und sammeln umfassende Informationen an den spannendsten und attraktivsten Anlagemärkten. So eröffnen wir Ihnen weltweite Chancen, denn globaler Anlageerfolg beginnt mit lokaler Expertise.

Mehr Informationen erhalten Sie unter
069 7124 2199
oder www.jpmmam.de

Insight + Process = Results

J.P.Morgan
Asset Management

Wichtige Hinweise:

Die Informationen im vorliegenden Dokument dienen lediglich der Information und stellen keine Aufforderung oder Empfehlung eine Anlageentscheidung zu treffen dar. Herausgeber: JPMorgan Asset Management (Europe) S.à r.l., Frankfurt Branch, Junghofstraße 14, D-60311 Frankfurt.



Lassen Sie Ihre Sorgen vor der Firmentür: Mit der Gothaer Betriebshaftpflicht.

- Umfassende Absicherung branchentypischer Haftungsrisiken
- Professionelle Risikoanalyse und Beratung
- Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

Weitere Informationen bei Ihrem Gothaer Berater oder auf www.gothaer.de

Gothaer