

facebook – law 4.0.

Bearbeitungsstand 01.01.2016

**Rechtssicher und erfolgreich auf
facebook**

Malte Jörg Uffeln

**Bürgermeister der Brüder-Grimm-Stadt Steinau an
der Straße**

**Magister der Verwaltungswissenschaften
(Rechtsanwalt) Mediator(DAA) Lehrbeauftragter**

buergemeister@steinau.de

www.maltejoerguffeln.de

www.uffeln.eu

Lernen im lebhaften Dialog...

**"Wer's nicht einfach und klar
sagen kann, der soll schweigen
und weiterarbeiten, bis er's klar
sagen kann."**

Karl R. Popper, Die Zeit, 24.9.1971

**Bitte fragen Sie mich , bremsen Sie mich in
meinem Redeschwall !**

I.

Unser Thema

**Facebook zwischen „OB“ und
„WIE“ ?**

Generation Praktikum = Generation facebook ?

(Quelle:www.m.faz.net/aktuell)

**„Die Jugend folgt völlig unterschiedlichen
Verhaltensmodellen“**

- * Instabilität der Aktivitäten**
- * Wille zum Erlebnis**

„Die Jugend kommuniziert anders“

**(Man kann kommunizieren, ohne auf die Klärung von
Terminen, Organisationsmöglichkeiten und verlässlichen
Tagesplänen angewiesen zu sein“)**

**Die Anzahl der „ facebook-user“ wird
weiter zunehmen
(aktuell $\frac{3}{4}$ – Milliarde User; je Tag 1 Milliarde
Postings)**

**Über „ Virusmarketing“ (virales
Marketing) im Rahmen eines facebook –
Auftrittes kann der Verein seine „ Zukunft“
sichern**

**Die eigene Homepage ist nicht mehr
primärer Werbeträger!
(Grundsatzproblem: Gefunden werden im Netz!
Generation facebook geht nicht mehr / eher selten
auf Homepages.**

**Die „ Kommunikationsstrukturen“
in der Gesellschaft **verändern sich**
entsprechend dem „Generationenwandel“**

Es wird
*** schneller**
*** einfacher (abgehackter ?)**
*** non verbaler**
***“unüberlegter“**
kommuniziert !

**Das „gesprochene
Wort“**

vs.

**das „geschriebene
Wort“**

Aktueller Fall 2016

**„ Sie sind ein
Arschloch “**

(MdB Dr. P. T. Am 2.1.2016 10:50 Uhr auf facebook
<http://sciencefiles.org/2016/01/03/werturteil-sie-sind-ein-arschloch>)

Kritik an facebook

- * Datenschutz**

- * „fiktive Identitäten“ möglich**

- * Mehrfachprofile werden geduldet**

- * keine sofortige Prüfung von e-mail-Adressen bei Anmeldung**

- * Terms of service (AGB)**

- * Minor Monitor ermöglicht Eltern Profile der Kinder zu überwachen**

- * Gesichtserkennungssoftware**

- * Auslesen des Like – Buttons „Gefällt mir“**

- * möglichst viele Standardeinstellungen der Privatsphäre sind seit 2009 öffentlich sichtbar**
 - * Speicherung von Daten und Nicht-Mitgliedern**
- * Datenauswertung durch Nachrichtendienste der Polizei(CIA)**
- * Erschwertes Löschen des eigenen Kontos**
 - * Extremistische Einträge**
 - * facebook Partys (Fehlbedienungsfälle Veranstaltung „öffentlich/privat“)-unbeabsichtigte Massenparty**
 - *Steuerflucht durch facebook**

**Unser facebook- Auftritt / Social Media
muss
schnell , direkt und
authentisch sein , sonst bleibt der Erfolg
aus !!!**

**Das „ Recht“ des Social Media hinkt der
technischen Entwicklung
„ stets weit hinterher“**

**Viele „ Rechtsfragen“ sind
nicht geklärt, unklar, offen !!!..**

Unser Ziel:

**Der „ rechtssichere“ facebook-
Auftritt**

- * keine Abmahnungen**
 - * keine Klagen**
 - * keine Bußgelder**
- * keine Seitensperrung durch facebook.de**

Der Weg zum Ziel:

- * **Beachtung von Recht und Gesetz
(Urheberrechte, Markenrechte,
Wettbewerbsrecht, Datenschutz,
Persönlichkeits- und Fotorechte)**
- * **Beachtung der vielfältigen facebook- Regeln
und facebook- Richtlinien**

Das Ideal:

**Der „sichere“ facebook-Auftritt mit
einem eigenen Controlling-System
(individual social-media guide-
lines)**

II.

**Was passiert, wenn es
„knallt“, wenn es zu einer
Rechteeverletzung kommt?**

FOLGEN von Rechtsverletzungen I

Zivilrecht

Abmahnung, Schadenersatz

(Markensachen/Urhebersachen > Regelstreitwert € 50.000,00
Rechtsanwaltskosten € 1.300,00 bis ca. € 3.000,00 + Lizenzgebühren+
Schadenersatz)

Strafrecht

Bestrafung

(Geldstrafe oder Freiheitsstrafe)

FOLGEN von Rechtsverletzungen II

KICK OFF !!!

Facebook sperrt die Seite

**Haftpflichtversicherung zahlt
fast immer nicht !**

FOLGEN von Rechtsverletzungen III

**Webmaster „flüchtet“/
„kündigt die Freundschaft“**

**facebook-Usern drohen
Schadenersatzansprüche**

Folgen von Rechtsverletzungen IV

**„ Auch“ facebook könnte
Schadenersatz von Usern
verlangen !!!**

III.

**Die Grundregeln der
facebook-Kommunikation**

*** Kommunikation über facebook muss
erkennbar sein, darf nicht verschleiert werden**
(§ 6 I 1 TMG, § 4 Nr. 3 UWG)

*** Inhalte und Informationen, die gepostet
werden gehören dem fb-Seiteninhaber**
(2.1. der facebook-Nutzungsbedingungen)

*** „ Persönliche Profile“ dürfen nicht
kommerziell verwendet werden**
(4.4. facebook-Nutzungsbedingungen)

*** auf „ Seiten“ kann geworben werden**
(1.0. facebook-Nutzungsbedingungen)

***Einstellung „ öffentlich“ des Profils
ermöglicht Zugriff „ aller Menschen“
(2.4. facebook-Nutzungsbedingungen)**

*** Sicherheitsbestimmungen sind einzuhalten
(3.1. bis 3.12. der facebook-Nutzungsbedingungen)**

**kein Spam-posting; keine Werbung für Schneballsyste me; kein
Hochladen von Viren, kein tyrannisieren, einschüchtern,
schikanieren; keine Hassreden ; keine diskriminierende,
irreführende, böartige Handlungen**

Konsequenzen für die Praxis

- 1. Eigene Homepage und facebook-Auftritt „vor“ ONLINE-Gang auf „ Rechtssicherheit“ checken !!!**
- 2. Wenn eine „ gewerbliche Tätigkeit beabsichtigt ist“, (Stichwort Shop !!!!) muss die Homepage, deren Inhalte und auch der facebook- Auftritt „ haftungsrechtlich“ gecheckt werden !!!**

Standards für die facebook- Kommunikation

**Denken - Vorformulieren –
Korrigieren - Posten**

- * Selbst Agieren, Zuhören und Agieren**
 - * Schnell handeln !**
 - * Denken- Planen- Handeln**
 - * Mehrwerte bieten durch facebook**
- * kein Spam (max. vier Posts am Tag)**
- * JETZT- Kommunikation: Authentizität**
 - * Vielfalt abbilden, Pics, kurze Posts**
- * Positiv kommunizieren, helfen lassen**
 - *Werbung steuern**
- * klare Zuständigkeiten „ Social Media Guide Lines“**

IV.

facebook- Registrierung

Variante 1 Privatkonto

Variante 2 Unternehmenskonto

Variante 1

Privatkonto

**persönliches Konto ausschliesslich zur
persönlichen Kommunikation
(„ als Freund hinzufügen“)**

**„Seiten“- Anlage
(„ Gefällt mir“)**

für kommerzielle Kommunikation möglich

**Keine Verwendung von Privatkonten für
persönlichen Profit!**

**Korrekte, aktuelle und authentische
Kommunikation**

Keine Weitergabe des Passwortes

**Kommt bei juristischen Personen in der Regel
nicht in Betracht**

Variante 2

Unternehmenskonto

**„ kann“ optional angelegt werden für
kommerzielle Kommunikation**

**„Ein weniger“ als ein Privatkonto
„ kein persönliches Profil“**

TIPPS für juristische Personen

- * Unternehmerkonto anlegen**
 - * Mitglieder sollten/ können ihrerseits private Konten anlegen**
 - * Werbung (bspw. für einen Shop) vermeiden, für Veranstaltungen etc. sorgsam werben**
 - * keine Schleichwerbung**
 - * keine Konkurrenten „dissen“**
- (Problemfeld: Spielberichte, Kommentare zu Wettbewerben)**

V.

„ Der Name des Kontos “

- * Registrierung der Domain auf die jur. Person
nicht auf den Webmaster**
- * keine Marken- oder Unternehmensnamen**
 - * keine Prominentennamen**
- * keine Namen von Printmedien, weitere Medien**
 - * keine Gemeinde- / Städtenamen**
 - * keine TIPP- Fehler**

TIPP: Markenrecherche unter www.dpma.de

facebook fordert zum Namen

- * nicht nur aus Großbuchstaben**
 - *keine Sonderzeichen**
 - * keine Slogans**
- * nicht nur aus Gattungs- oder
Kategoriebezeichnungen**

TIPP:

Name der juristischen Person verwenden !

„Anbieterkennzeichnung“ auch bei facebook-Konto

**§ 6 TMG umfassende Offenlegung der
Anbieterdaten**

TIPP:

**Praktische Hilfe zur Erstellung :
www.digi-info.de**

Rechtsfolgen bei Verstoß:

Abmahnung / Bußgeld bis € 50.000,00

Konkrete Umsetzung der Anbieterkennzeichnung

*** leicht erkennbar**

***unmittelbar erreichbar
(2-Klick- Regel des BGH, Urteil vom
20.07.2006, Az.: I ZR 228/03)**

*** ständig verfügbar**

Unterbringung der Anbieterkennzeichnung Wie ?

- * Variante 1: Unterseite „ Info“ (Kontakt/Impressum)**
 - * Variante 2 Feld „ Info“
(Kontakt/Impressum)**
- * Variante 3 eigene Unterseite mit dem Titel
Anbieterkennzeichnung**

Rechtliches dazu :

Das Landgericht (LG) Aschaffenburg hat nun (Urteil vom 19.08.2011, Az: 2 HK O 54/11) entschieden, dass auch bei der Unternehmenspräsentation auf Facebook gemäß § 5 Telemediengesetz (TMG) ein Impressum einzustellen ist. Fehlt dieses, verhält sich der Anbieter wettbewerbswidrig.

(Quelle:<http://www.onlinehaendler-news.de/2011/11/02/lg-aschaffenburg-impressum-ist-pflicht-bei-geschäftsartigem-facebook-auftritt/>)

Facebook-Impressum

OLG Düsseldorf, Urteil vom 13.08.2013 - I-20 U 75/13

Die Verlinkung einer Anbieterkennzeichnung nach § 5 TMG unter dem Button "Info" einer gewerbsmäßig betriebenen Facebook-Seite ist unzureichend.

OLG Düsseldorf, Az. I-20 U 75/13

Sobald Facebook-Accounts oder andere Social Media-Accounts zu Marketingzwecken und nicht rein privat genutzt werden, muss der Nutzer über Identität, Anschrift, Vertretungsberechtigten und Handelsregistereintragung des Anbieters informiert werden. Zweck dieser Informationspflichten ist es, dass der Unternehmer den Verbraucher klar und unmissverständlich darauf hinweist, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt.

Sofern sich solche Informationen nicht bereits auf der Startseite finden ließen, müsse der Anbieter für weiterführende Links Bezeichnungen wählen, die verständlich sind und sich dem Nutzer ohne Weiteres erschließen, so das OLG. Auf den konkret zur Entscheidung vorliegenden Fall bezogen führte das OLG aus, dass jedenfalls eine unter dem Button „Info“ enthaltene Verlinkung zu einem Internetauftritt diesen Anforderungen nicht genüge.

Die Bezeichnung „Info“ verdeutliche dem durchschnittlichen Nutzer nicht ausreichend, dass hierüber – auch – Anbieterinformationen abgerufen werden können. Demgegenüber seien die Begriffe **„Kontakt“** und **„Impressum“** für weiterführende Links zulässig, so das OLG mit Hinweis auf die Rechtsprechung des BGH.

Weiterhin merkte das OLG an, dass der BGH ebenfalls entschieden habe, dass eine unmittelbare Erreichbarkeit des Impressums auch noch bei zwei hierfür erforderlichen Klicks gegeben sei. Ob drei Klicks genügten, sei hingegen zweifelhaft.

VI.

„ Urheberrechte“

Beachtung der Rechte Dritter, der Rechte von Urhebern von Werken.

§ 1 Abs. 2 UrhG schützt alle Werke, die eine „ **geistige Schöpfung** “ darstellen.

ruhende Bilder
(Logos, Grafiken, Cliparts, Layouts)

bewegte Bilder
(Animationen, Filme), Musik.

Linksammlungen
Web-Seiten in der Gesamtheit.

VII.

„Bilder von Menschen“ auf facebook

Kollisionsfälle

**Rechte des Urhebers am Bild kollidieren ggf.
mit den Persönlichkeitsrechten (Art. 2 I GG)
der fotografierten Personen**

Die Dimension des Themas:

1. Jede Minute werden ca. 3000 neue
Bilder ins Internet hochgeladen!!!
2. In Deutschland gibt es zum 1.1.2013
160.800 Rechtsanwälte

Der Fall: **Quitescheentchen auf facebook-Seite**

**Freund postet Foto auf Seite eines Freundes
„Quiteschentschen“ – Abmahnung wegen
Bildrechten**

**Quellen: www.abendblatt.de ;
www.chip.de/news/Face**

**Ein Facebook-Nutzer wurde wegen eines Fotos einer Gummiente abgemahnt. Sein Freund hatte das Bild zuvor auf seiner Pinnwand gepostet.
(Arg. Verstoss gegen § 19 UrhG)**

Rechtliche Probleme:

1. Rechtslage ist unklar !!!
2. „ facebook “ hält sich hier heraus

TIPP:

**Facebook- Account so einstellen,
dass nur Sie Bilder hochladen
können**

Weitere Fälle aus der Praxis

- * „Dritter“ fotografiert: Bild-/Lizenzrechte schriftlich sichern !!!**
 - * Mitglieder / Mitarbeiter: Einwilligung von Veröffentlichung (ideal:schriftlich) einholen; Bildrechte-/Datenschutzklausel in der Satzung**
 - * „freie Lizenzen“: Lizenzbedingungen einhalten**
- (TIPP: Piktogramme sind nicht frei !)**

VIII.

**Die Rechtsprobleme bei
Bildern....**

.... auch auf facebook...

Das Recht am eigenen Bild

Das Recht am eigenen Bild oder Bildnisrecht ist eine besondere Ausprägung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Es besagt, dass jeder Mensch grundsätzlich selbst darüber bestimmen darf, ob überhaupt und in welchem Zusammenhang Bilder von ihm veröffentlicht werden

§ 22 KunstUrhG

„Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt. Nach dem Tode des Abgebildeten bedarf es bis zum Ablaufe von zehn Jahren der Einwilligung der Angehörigen des Abgebildeten. Angehörige im Sinne dieses Gesetzes sind der überlebende Ehegatte oder Lebenspartner und die Kinder des Abgebildeten und, wenn weder ein Ehegatte oder Lebenspartner noch Kinder vorhanden sind, die Eltern des Abgebildeten.“

Konkretisierung

**1. Individuelle Erkennbarkeit:
Stets Einwilligung erforderlich!**

2. „Menschenmenge“ als Beiwerk
(bspw. Demonstration, Stadion, Volksfest):
Keine Zustimmung

3. „Panoramafreiheit“:
**Öffentlich sehbare Gebäude, Kunstwerke,
Sehenswürdigkeiten**
(Fall Google Streetview!)
Keine Zustimmung

Grundsätzliches zur Einwilligung

(§ 183 BGB)

1. „Vorher“, vor dem Shot

2. Gegenstand der Einwilligung

2.1. „Zweck“ des Bildes (Zweckübertragungslehre)

2.2. „Art“ des Bildes

**2.3. „Umfang der Rechte“ der geplanten
Veröffentlichung (Medium ? , einmalig,
mehrfach ?)**

Formen der Einwilligung

1. „ausdrückliche“ Einwilligung

1.1. „ schriftlich“

1.2. „ e-mail“

1.3. „ SMS“

1.4. „ mündlich“ (Beweisproblem!)

1.5. „ Negativ-Testat-Fall“ (Aushang bei
Veranstaltung)

2. „stillschweigende“ Einwilligung

2.1. „ Duldung ohne Gegenwehr“ (-)

2.2. „ Hineindrücken in das Bild“ bei öff. VA

2.3. „ einwilligungslose“ Veröffentlichung

Reichweite der Einwilligung

1. „Zweckübertragungslehre“
(ggf. Auslegung)
2. Problem der „ Mehrfachverwertung“
3. „ aktuelle Berichterstattung“, nicht
„künftige Berichterstattung“ (Turnierfall!)
4. „ Künstler während Engagement“, nicht
danach!

Widerruf der Einwilligung

1. Bindungswirkung; *venire contra factum proprium!*
 2. gewichtige Gründe: unzumutbare Beeinträchtigungen
 - 2.1. einzelfallbezogene Güterabwägung
 - 2.2. Informationsinteressen der Öffentlichkeit
 - 2.3. Persönlichkeitsrecht des Abgebildeten
 3. Realakt (§ 242 BGB)

Prüfungspflichten vor Veröffentlichung I

(BGH NJW 1985, 1617,1619)

**„ Jeder, der das Personenbild
eines anderen verbreiten will, ist
von sich aus der Prüfung
gehalten, wie weit seine
Veröffentlichungsbefugnis reicht“**

Prüfungspflichten vor Veröffentlichung II

(BGH NJW 1996, 1131, 1134)

**Die Medien müssen die Gefahr
etwas Falsches zu berichten,
stets nach Kräften auszuschalten
versuchen“**

„Gleitender Sorgfaltsmaßstab“

§ 23 KunstUrhG

„ AUSNAHMEN “

1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

**Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.**

(2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

TIPPS
bei der Verwendung von
Bildern

TIPP I : Bilder grundsätzlich!

- * Stets eigene Bilder verwenden !**
- * Bilder aus Stock- Archiven meiden, oder
Lizenz besorgen**

Bilddatenbanken nutzen

www.flickr.com

www.photocase.com

www.fotolia.de

TIPP II : Stockfotos

* lizenzpflichtige Bilder

rights managed(RM)

www.gettyimages.com; www.corbis.com; www.pixelio.de,
www.istockphoto.com; www.fotolia.com

* lizenzfreie Bilder

royalty free (RF)

Nutzung mit korrektem Zitat fast immer erlaubt!!!

(Autor, Fotograf korrekt unter Bild / Anbieterkennzeichnung)

* gemeinfreie Bilder

unter www.pixabay.de

TIPP III:

Stadt- und Gemeindewappen

=

Hoheitszeichen !

Nutzung qua Satzung regeln!
Beispiel Hirzenhain:

LINK:

<http://www.hirzenhain.de/downloads/satzungen/Schutz%20des%20Gemeindewappens.pdf>

TIPP IV: Archivbilder

**Verwendung „ohne“ Einwilligung
möglich im Falle eines „Porträtfotos
zur Bebilderung eines
zeitgeschichtlich relevanten
Ereignisses“**

**(BVerfG NJW 2001, 1912, 1924)
(sogen. Neutrales Archivfoto ohne Anlassbezug)**

ACHTUNG: Bilder aus der Zeit 1933 bis 1945

Konkretisierung der Bildproblematik

**Grundfragen, die vor dem
„posten/veröffentlichen der Bilder“
stets geklärt werden müssen**

- 1. Stimmt Urheber des Bildes der Nutzung zu ?**
- 2. Stimmt die abgebildete Person dem Fotografieren und der Nutzung des Bildes zu ?**
- 3. Kollidiert der Inhalt des Bildes mit den Social-Media Nutzungsbedingungen ?**

IP-Lizenz

...“ 2.1. facebook-Nutzungsbedingungen..

**Du gibst uns eine nicht – exklusive,
übertragbare, unterlizensierbare,
unentgeltliche, weltweite Lizenz für die
Nutzung aller IP-Inhalte, die du auf oder im
Zusammenhang mit facebook postest
(IP-Lizenz)**

**... Wir können deine Werbeanzeigen und die
damit verbundenen Inhalte und Informationen
zu Marketing- und Werbezwecken verwenden“**

VIII.

Texte

„fremde Texte, Videos und Musik“

**3.7. facebook-Nutzungsbedingungen
... Du wirst keine Inhalte posten, die;
verabscheuungswürdig, bedrohlich oder
pornographisch sind, zur Gewalt auffordern
oder Nacktheit oder Gewalt enthalten“**

fremde Texte

**„ individuelle Schöpfungshöhe“ ist
maßgebend
(im Zweifel immer UrhG- Schutz !)**

TIPP:

Variante 1 : Korrekt zitieren „ “

**Variante 2 : Text in eigene Worte fassen –
Sinngesamt referieren – und verlinken auf
Fundstelle**

Videos

**ähnliche Rechtslage wie bei Fotos
(Video: Abfolge von Fotos)**

**Abmahnungen eher weniger realistisch wegen
der schnellen Abfolge der Bilder**

**Nutzung von Funktionen der Anbieter
Sevenload, Myvideo, Clipfish. Youtube führt
regelmäßig dazu, dass diese abmahnen und
nicht erlaubte Inhalte entfernen**

Musik

facebook music player erlaubt
Musikeinbindung

regelmäßig sind hier Urheberrechte tangiert,
auch wenn nur sekundenweise Musik
abgespielt wird

Tangierte Rechte

1. Rechte des Urhebers / der GEMA
2. Schutzrecht des Produzenten
3. Schutzrecht des Interpreten
4. Schutzrecht des Autors am Songtext

Alternativen bei der Musiknutzung:

**Creative-Common-Linzenz
www.jamendo.com**

(NC- Zusatz beachten: Non Commercial)

IX.

Kommunikation auf facebook

**Befolgung der Gesetze nach Ziff.5.1. bis 5.9.
Ddr facebook-Nutzungsbedingungen**

kommunikatives Grundsatzproblem

**„ Man *schreibt und postet*
manchmal „ zu schnell“ was
einem durch den Kopf geht“**

Der „Pisser – Fall“

**Daniel Rousta, Büroleiter des Baden –
Württembergischen Wirtschaftsministers Nils
Schmid (Ministerialdirektor) beleidigte u.a.
auf seiner facebookseite FDP-Mitglieder als**

„Pisser“

Quelle: www.stuttgarter-zeitung

Was geht nicht ?

- * falsche Tatsachenbehauptungen
 - *üble Nachrede (§ 180 StGB)
 - *Verleumdung (§ 187 StGB)
 - *Beleidigung (§ 185 StGB)
- *Schmähungen (§ 823 I BGB, Art. 2 I GG)
- * Herabsetzung und Verunglimpfung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 7 UWG)
- * Kreditschädigung von Unternehmern (§ 4 Nr. 8 UWG)
- * Irreführende Werbung und falsche Vergleiche (§ 6 UWG)

TIPP:

Meinen statt behaupten!

KEINE Tatsachenbehauptungen, sondern
Meinungen artikulieren !!!

**„ ... Ich meine.... Ich bin der Meinung, dass.....,
Man könnte meinen....., Ich denke....., Ich bin
der Auffassung, dass....., Ich glaube, dass.....“**

**HIRN
einschalten**

!!!

**DENKEN – PLANEN –
SCHREIBEN- KORRIGIEREN
ERST DANN POSTEN !!!!**

X.

**Haftungsstrukturen bei
facebook**

**Haftung
für „eigene“ Inhalte
facebook haftet nie !!!**

**Das meint facebook....
Rechtsprechung
(auch des BVerfG) wird
kommen**

*** § 7 I TMG „Anbieterhaftung“ für eigene Inhalte, nicht für „Andere“**

*** § 7 II TMG „keine Prüfpflichten“; Gerichte: DOCH !**

*** 15.2. facebook – Nutzungsbedingungen**

... Mitglieder müssen facebook alle Kosten, Schäden und Verluste ersetzen, die facebook auf Grund einer Handlung eines Mitglieds entstehen

Haftungsstrukturen bei facebook

www.facebook.com/terms.php

Kurz und knapp....

*** facebook haftet nie !**

*** Mitglieder haften für eigene Inhalte !**

*** Mitglieder haften für Mitarbeiter, Erfüllungs-
und Verrichtungsgehilfen !**

*** Unternehmen haften für Agenturen**

*** Agenturen haften gegenüber Kunden**

*** Agenturen haften für die Kunden**

*** Seitenbetreiber haften für eingestellte Inhalte
der Fans**

*** Betreiber von facebook-Seiten können keine
gesonderten Nutzungsbedingungen erlassen**

*** Haftung für Links nur bei Inbezugnahme**

XI.

**Werbung auf der eigenen
facebook- Seite**

Werbung auf Unternehmensseiten ist erlaubt !

Beachte stets:

facebook- Werberichtlinien

Kritische Bereiche:

- * „ Schwarze Liste“ (Anhang zu § 3 III UWG)**
 - * korrekte Preisangaben nach PAngV**
(inkl. MwSt, zzgl. MwSt. zzgl. Versandkosten)

Was generell nicht geht !

- *unwahre Angaben über Leistungen**
- * Verwendung von Gütezeichen ohne
Autorisierung**
- * Werbung mit Selbstverständlichkeiten**
 - * getarnte Kundenaussagen**
- * Verwendung von nicht nachprüfbaren
Superlativen**
- * psychischer Druck auf Kinder und
Jugendliche**

facebook- Werberichtlinien

(www.facebook.com/terms.php)

**gelten im Prinzip für alle
Seiteninhalte, die Fans Werbebotschaften
vermitteln wollen....**

Kurz, knapp, kompakt:.

- 1. „ nur“ ein Konto !**
- 2. keine weiteren Umleitungen bei verlinkten Werbeanzeigen**
- 3. „Besuchen Sie unsere facebook-Seite“, aber keine Werbeaussagen mit facebook**
- 4. klare Sprache bei Werbung und Bildern**
- 5. keine Lockangebote, Beleidigungen, Bedrohungen**
- 6. Verbote (Tabakwaren, Waffen, Glücksspiele)**

- 7. Daten, Privatsphäre nicht ausserhalb von facebook verwendbar (GRAUZONE!!!)**
- 8. Zuschnitt der Werbung auf Zielgruppen**
- 9. keine irreführenden Preisangaben**
- 10. keine Abo- Fallen- Seiten (klare Darstellung !)**
- 11. Wahrung fremder Marken und Urheberrechte**
- 12. Spamverbot (keine belästigende Werbung)**
- 13. keine Belohnungen bei Werbeanzeigen (GRAUZONE !!! für Angebote ausserhalb der Anzeige)**

**14. keine Verlinkung zu download von
Software, die Nutzercomputer ausspioniert
(Maleware)**

**15. Grammatik und Rechtschreibung müssen
beachtet werden**

Sonderfall:

**„ Kauf von facebook- Fans“
(0,4 – 0,10 €/Stück)**

=

**Irreführende geschäftliche
wettbewerbswidrige Handlung (§ 5 UWG)**

**Schadenersatz
Herausgabe von Gewinnen**

Fanbindung durch Gewinnspiele/Wettbewerbe

**facebook- Richtlinien für Promotions werden
Stern kontrolliert**

(www.facebook.com/promotions_guidelines.php)

**Gewinnspiele gegen Entgelt ohne staatliche
Genehmigung sind strafbar
(§ 284 StGB)**

Regeln für Promotions auf facebook

- 1. Promotion nur innerhalb der Applikation,
nicht auf der Pinwand**
- 2. Eine Gewinnspielaktion auf Fans der Seite**
- 3. Beachtung der Regeln für Gewinnspiele**

Direktmarketing SPAMVERBOT

(www.facebook.com/terms.php)

Wann ist Direktmarketing zulässig ?

- * ausdrückliche Einwilligung nach vorheriger Aufklärung
(§ 7 II3 UWG, § 4 a BDSG)**
- * Belehrung über Widerrufsmöglichkeit der Einwilligung**
- * Einhaltung der Nutzungsbedingungen von facebook**

Konkret

- * **Nachrichten an andere facebook-Mitglieder über das persönliche Profil („ Gefällt mir“/ Bestätigen einer Freundschaftsanfrage)**
- * **keine Pinwandeinträge mit Werbung erlaubt**
 - * **Kommunikation über Pinnwände nur im Rahmen von Gesprächsteilnahmen und Reaktionen**
 - * **keine Benachrichtigungen über Gewinnspiele**
 - * **Kontaktimporter (Einladungen zur facebookseite. durch e-mail-Adressen aus eigener Datenbank) BEDENKLICH !!!**

Arten

- * ungewöhnliche Aktionen**
- * verdecktes Marketing
(fake, fiktive Individuen)**

Rechtlich sehr bedenklich

**... Verschleierungsverbot
(§§ 6 I1 TMG, § 4 Nr. 3 UWG)**

..

...4.1. ff. facebook-Nutzungsbedingungen...

**... Du wirst keine falschen persönlichen
Informationen auf facebook bereitstellen....**

**.... Du wird dein persönliches Profil nicht zu
deinen kommerziellen Zwecken verwenden...**

**... Du wirst nur ein persönliches Profil
erstellen...**

XII.

**Werbung mit der Marke
facebook**

www.facebookmarketing.de

*** Verbot des § 14 II MarkenG**

*** Logo- Schutz gem. § 2 I Nr. 4 UrhG**

*** 5.6. facebook- Nutzungsbedingungen
Verbot der Verwendung von Urheberrechten
und ähnlichen Markenzeichen**

Erlaubnis aber möglich.....

F-Logos, FB, Face,...

facebook geht vor gegen...

... facebonk ...

... lamebook...

...teachbook...

...faceporn...

...placebook...

TIPP:

**Verzicht auf die Verwendung von
„book“ oder „face“**

Eigene Regeln von facebook

www.facebook.com/brandpermissions

Rechtlich: „Wünsche“

- * Ohne Genehmigung verboten ist die Verwendung des ausgeschriebenen facebooklogos**
 - * Einsatz des f – Logos ist erlaubt**
- * LIKE – Button kann verwendet werden**
- * „Gefällt mir“ nur nach Vorgaben von facebook**

- * Screenshots grundsätzlich unzulässig (Problem: Beweiserhebungsverbot ?)**

**Datenschutz, Social
Plugins
„Like-Button“
„ Gefällt mir“**

- * LIKE – IT Button möglicherweise datenschutzrechtlich bedenklich**
- * Datenschutzrichtlinien facebook erfüllen nicht ganz europäische Gesetze**

SICHERHEIT

*** Social Media Guidelines
(eigene Richtlinien entwickeln)**

*** Krisenplan (wenn – dann)**

XIII.

**Worst Case / Pearl
Harbour**

**Die Abmahnung kommt mit der
Post**

**Reaktionsvarianten/
Kriseninterventionsplan**

ZUERST INFORMIEREN:

Hilfen im Netz:

www.rettet-das-internet.de

www.dr-bahr.com

www.abmahnwelle.de

www.abmahnungs-faq.de

www.abmahnung-internet.de

www.internet-law.de

www.abmahnung-internet.de

INFORMATIONEN VERDICHTEN und VERIFIZIEREN

**Verbraucherschutzverband
Fachverband**

TIPP:

**Nie selbst mit Rechtsanwälten verhandeln ,
weder fernmündlich (mp3 Aufzeichnung !!!)
noch schriftlich !!!**

Rechtliche Probleme bei Abmahnungen:

- 1. Rechtsanwälte „treiben“ meist
Streitwerte und Gebühren in die Höhe**
- 2. Haftpflichtversicherung deckt i.d.R.
nicht**
- 3. Rechtsschutzversicherung gewährt
keine Kostendeckung zur
Forderungsabwehr**

Reaktionsvarianten in der Praxis

Basisfall 1

**Abmahnung ist ganz oder
teilweise berechtigt**

„Verletzter“ kann verlangen

- * strafbewehrte
Unterlassungserklärung**
- * Lizenzgebühren
(als Schadenersatz)**
- * Vertragsstrafe (als „ Pönal“)**
- * Kosten der Rechtsverfolgung**

Wo besteht Spielraum „... zum Verhandeln...“? „...zum Vergleichen...“?

- * möglicherweise bei einem „streitigem Sachverhalt“**
- * beim „Gegenstandswert“ der „Erklärung“**
- * beim „Gegenstandswert der anwaltlichen Gebühren“**

TIPPS

- * Nicht einschüchtern lassen von einem sehr langen Brief mit vielen Fundstellennachweisen (Meist „ droht“ und „ pusht“ der Anwalt)**
- * Vorformulierte strafbewehrte Unterlassungserklärung nur in „ modifizierter Form“ unterschreiben!!!**

Basisfall 2

Abmahnung ist unberechtigt

„Vermeintlich Verletzter“ kann verlangen

*** eigentlich nichts**

Strategien

- * Gegenvorstellung: „ Ansprüche werden dem Grunde und der Höhe nach abgewehrt“**
 - * Androhung einer negativen Feststellungsklage gem. § 256 ZPO**
 - * Gegenabmahnung**

TIPP:

**Hinterlegung einer
Schutzschrift**

(Info dazu:

<http://www.einstweilige-verfuegung.de/schutzschrift.html>

**beim dann zuständigen
„ Abmahn-Gericht“**

**Womit man als Verein / Verband
wohl nicht argumentieren kann !!!**

**§ 97 a Abs. 1 UrhG
(sogen. € 100,00 – Abmahnung)**

**Quelle:[http://www.it-recht-kanzlei.de/100-euro-
abmahnung.html](http://www.it-recht-kanzlei.de/100-euro-abmahnung.html)**

§ 97a UrhG Abmahnung

(1) Der Verletzte soll den Verletzer vor Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens auf Unterlassung abmahnen und ihm Gelegenheit geben, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten

Unterlassungsverpflichtung beizulegen. Soweit die Abmahnung berechtigt ist, kann der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen verlangt werden.

(2) Der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen für die Inanspruchnahme anwaltlicher Dienstleistungen für die erstmalige Abmahnung beschränkt sich in einfach gelagerten Fällen mit einer nur unerheblichen Rechtsverletzung außerhalb des geschäftlichen Verkehrs auf 100 Euro.

Probleme der forensischen Praxis

**Was ist ein einfach gelagerter Fall ?
Was ist eine nicht unerhebliche
Rechtsverletzung ?**

**Dazu meine Kollegin Verena Eckert
[http://www.it-recht-kanzlei.de/100-euro-
abmahnung.html](http://www.it-recht-kanzlei.de/100-euro-abmahnung.html)**

**In Betracht kommt eine Anwendung des § 97a
Abs. 2 UrhG insbesondere bei
Urheberrechtsverletzungen durch die Nutzung
von Musiktaschbörsen, bei der Verwendung
von fremden Fotografien im Internet und bei
der Veröffentlichung von urheberrechtlich
geschützten Straßenkartenausschnitten auf
privaten Homepages.**

XIV.

**TIPPS für einen rechtssicheren
facebook- Auftritt /
rechtssichere Homepage**

Aus der Praxis.... für die Praxis

TIPP 1

Webmaster

- * klare schriftliche Absprachen
Aufwendersatz/Vergütung/Urheberrechte
- * Haftpflichtversicherung klären

Wer haftet, wenn es kritisch wird ?

TIPP 2

Download

**Nur Daten aus dem www.
herunterladen, wenn die
Kostenfrage geklärt ist oder klar ist,
dass der Anbieter Rechte hat, die er
bspw. freigegeben hat**

**Download dokumentieren
(schriftlich / Datei)**

TIPP 3

Bilder, Texte, Videos

**Bilder, Videos und Texte nur dann in das Internet stellen, wenn die Frage der Rechte und Lizenzen geklärt ist
(Kauf oder eigene Urheberschaft)**

TIPP 4

Bilder von Menschen

„Eigene“ Bilder einstellen

**Zustimmung der Betroffenen
einholen bei Bildern im Internet !!!**

Persönlichkeitsrechte wahren !!!

TIPP 5

Sicherheit

**Den eigenen Computer
absichern**

***Basisschutz !!**

***Virenschutz !!**

TIPP 6

Änderungen der Inhalte

- * Inhalte kontinuierlich prüfen**
- * Inhalte haftungsrechtlich immer prüfen lassen und fortentwickeln**
- * neben Webmaster „Homepage-/facebookredakteur“ bestellen**

XV.

**Rechtsmeinungen und
Rechtsprechung zu
facebook**

**Urteil des LG Berlin vom
06.03.2012**

Az.: 16 O 551/10

**Die Werbep Praxis von Facebook und die
verwendeten **Klauseln** sind mit
wettbewerbsrechtlichen Grundsätzen sowie
den Regeln über Allgemeine
Geschäftsbedingungen nicht vereinbar.**

Quelle: Pressemitteilung Nr. 11/2012 des LG Berlin vom 06.03.2012

**Beschluss des KG Berlin vom
29.04.2011
Az.: 5 W 88/11**

Die Verwendung des **LIKE-IT
Buttons** ohne ausdrücklichen Hinweis
auf diese Wirkungen des Facebook-Plugins sei
jedoch nicht als Wettbewerbsverstoß
einzustufen.

Quelle: Pressemitteilung Nr. 61/2011 des KG Berlin vom 05.05.2011

AG Reutlingen, 31.10.2011, 5 Ds 43 Js 18155/10 jug.

Facebook – Nutzerkonten können beschlagnahmt werden

Ist damit zu rechnen, dass ein hinreichend der Mitwirkung an einer Straftat Verdächtiger im Zusammenhang mit der ihm zur Last gelegten Tat über Facebook Kontakt zu anderen Tatbeteiligten oder Zeugen aufgenommen hat und dass die insoweit gesendeten Nachrichten noch beim Provider vorgehalten werden, kann das Benutzerkonto des Tatverdächtigen in entsprechender Anwendung des § 99 StPO beim Provider beschlagnahmt werden.

**AG Bergisch Gladbach,
16.06.2011, 60 C 37/11**

Beleidigung durch Äußerung
"3.500,00 ? für so ne blöde Scheidung. Frage
mich, ob ein Auftragskiller nicht preiswerter
wäre..." auf Facebook - Ersatz für entstandene
Rechtsanwaltskosten wegen Äußerungen auf
der Social Media Plattform Facebook

**VG Düsseldorf, 11.05.2011, 18 L
669/11**

Ein Schulverweis wegen des Filmens
einer Schlägerei zwischen Mitschülern und
Veröffentlichung des Videos auf einem
Facebook-Konto ist zulässig

Facebook- Partys

Reine **Spaßveranstaltungen** sind

daher vom Versammlungsbegriff nicht erfasst; hier fehlt es in aller Regel am gemeinsamen Ziel der Teilhabe an der öffentlichen Meinungsbildung.

Im nächsten Abschnitt untersuchen die Autoren eine etwaige Störereigenschaft der Einladenden im Sinne des Polizei- und Ordnungsrechts. Sie zeigen auf, dass dann, wenn die Partys auf öffentlichem Gelände stattfinden, eine Heranziehung des Veranstalters als Zweckveranlasser bei einer Gefährdung der öffentlichen Sicherheit oder Ordnung resp. bei einer über dem Normalmaß liegenden Verschmutzung in Betracht kommt. Wird indes nur zu einer "Veranstaltung in einer Veranstaltung" eingeladen, scheidet eine Haftung des Einladenden grundsätzlich aus.

Quelle: Haftung des Einladenden" von RA Benedikt Klas und RRef Carina Bauer, original erschienen in: K&R 2011 Heft 9, 533 - 537.

Private Postings genießen Persönlichkeitsrechtsschutz

Beschluss des Oberlandesgerichts Hamburg (Beschluss vom
04.02.2013 – Az. 7 W 5/13)

Bei einer **Mitteilung via
Facebook** handelt es sich um eine
sprachliche Festlegung eines bestimmten
Gedankeninhalts Die Veröffentlichung einer
solchen Festlegung gegen oder ohne den
Willen des Verfassers verletzt dabei das
allgemeine Persönlichkeitsrecht desselben.

Facebook-Gruppe keine GbR

Amtsgericht Menden (Urteil vom 09.01.2013 – 4 C 409/12)

**Administratoren einer Facebook-Gruppe sind
keine Gesellschaft bürgerlichen Rechts sind.**

Unternehmen haften nicht für datenschutzrechtliche Verstöße ihrer Fanpages bei Facebook

Verwaltungsgericht Schleswig

(Urteil vom 9.10.2013 – 8 A 218/11, 8 A 14/12, 8 A 37/12) betrachten,

**Unternehmen sind nicht für datenschutzrechtliche Verstöße ihrer
Fanpages bei Facebook verantwortlich.**

Literaturhinweis:

**Leah Pearlman/
Carloyn Abram**

„ Facebook für Dummies“

**Hamburg, 1.Auflage 2011
ISBN 978-3-527-70680-8**

XVI.

Vom Umgang mit Narzissten, Pöblern und Psychopathen auf facebook

*** Kritiker**

***Kritikaster**

***Rabulisten**

Grundregeln

- * Zuhören, lesen, nachdenken**
- * Ruhe bewahren, sich nicht aus der Ruhe (aus der Reserve) bringen lassen**
 - * Gedanken- / Formulierungscontrolling**
 - * Immer „meinen“ statt „behaupten“**
- * Im Zweifel „schweigen“, „sperrn“, „melden“
„Ich muss nicht mit jedem kommunizieren!“**

Über den Umgang mit den Nörglern. Pöblern

- * viel und genau zuhören, „schweigen“**
- * konkret(er) kommunizieren, auf Plattitüden verzichten**
 - * den eigenen Fokus behalten**
- * das Ego des Narzissten ggf. stärken, auch mit Ironie und/oder Satire**
- * Nichts erbitten, kein feed back erwarten:
Senden, senden, senden, nicht unbedingt
senden und empfangen**

- * den „eigenen Stand“ wahren: geduldig lächeln**
- * unfreiwillige Zugeständnisse machen, auf die des ihnen nicht ankommt**
- * systemisch denken und argumentieren: vom Ende/Ziel her**
 - * Schwarz auf weiss- Dokumentation um Wortverdrehungen abzuwehren**
- * Opferhaltung der Narzissten nicht bestärken**
 - * SCHWEIGEN, NICHT in die verbale Eskalationsspirale kommunizieren**

XVII.

FAQ

**Fragen aus der „facebook-
Praxis“**

(Wiederholung)

Hinweis zu den Fragen und Antworten:

Der „Jurist“ hat stets den rechtssichersten Weg zu empfehlen. Die nachfolgenden Antworten sind die Meinung des Verfassers, gebildet auf der Grundlage der Literatur und ihm bekannten Rechtsprechung. Der „konkrete Einzelfall“ in der Praxis kann vielfach von einer einfachen Frage abweichen und „Sachverhaltsverästelungen“ aufweisen, die eine andere rechtliche Würdigung durchaus gestatten. Jeder Fall ist anders.

TIPP:

Anlaufstellen für freie Bilder im Netz

<https://irights.info/artikel/nicht-nur-kostenlos-sondern-frei-zehn-anlaufstellen-fuer-bilder-im-netz/22457>

1.

Verwendung von Bildern

Frage:

Warum darf ich Bilder nicht einfach so weiterverwenden ? Warum sind stets Rechte damit verbunden?

Antwort:

Es können Urheberrechte des Fotografen und Persönlichkeitsrechte der Fotografierten „beeinträchtigt“ sein. Stichwort: Zweckübertragungslehre. Es muss klar sein, für was das Bild verwendet werden darf !

Frage:

Wo bekomme ich rechtssichere Bilder in einer guten Qualität ?

Antwort:

- 1. selbst fotografieren (eigene Rechte!)**
- 2. Nutzung von Fotoshops im Internet
(Lizenzfrage klären!)**

Frage:

Wie kann ich sicherstellen, dass Bilder rechtssicher sind ? Was ist bei Bildern aus dem Internet zu beachten ? Wo erhalte ich freinutzbare Bilder ?

Antwort:

Stets „nur“ eigene Bilder verwenden. Urheberrechte klären (Nachfragen beim Urheber, wenn nicht verifizierbar ist, verzichten).

<http://www.bildersuche.org/kostenlose-bilder-lizenzfreie-fotos.php>

Frage:

Wann darf ich als Mitarbeiter einer juristischen Person Bilder verwenden, sie an Dritte weiterleiten, auf facebook hochladen oder in Publikationen verwenden?

Antwort:

Wenn Urheber und Abgebildeter das „erlaubt“ haben (Einwilligung muss vorliegen – mündlich, schriftlich - stillschweigend).

Frage:

**Welche Bilder darf ich überhaupt verwenden,
selber posten ?**

Antwort:

**Grundsätzlich eigene Bilder, bei denen die
Einwilligung der Abgebildeten vorliegt
(Persönlichkeitsrechte!!!)**

Frage:

**Wann müssen Bilder freigegeben werden ?
Besteht ein generelles Nutzungsverbot?**

Antwort:

**Der „Urheber“ / „Inhaber der
Persönlichkeitsrechte“ kann über eine Rechte
disponieren. Urheber können den Umfang der
Rechteübertragung eingrenzen.**

Frage:

**Was ist bei der Fotofreigabe zu beachten ?
Muss diese schriftlich erfolgen ? Wenn ja, was
soll in einer Freigabe festgehalten und durch
die abgebildete Person bzw. die
Fotografin/den Fotografen durch deren
Unterschrift bestätigt werden ?**

Antwort:

1. ggf.schriftliche Einwilligung(Freigabe).
Das ist aber nicht immer machbar.
2. Umfang der Verwendung muss klar sein.
Stichwort: Zweckübertragungslehre

Muster einer Einwilligungserklärung „Daten“

<https://www.bwv-net.de/downloads/musterfuereinwilligungserklaerung.pdf>

Muster einer Einwilligungserklärung „Bilder“

<https://www.activemind.de/datenschutz/dokumentente/einwilligung-mitarbeiterfotos/>

Frage:

Welche Einverständniserklärungen müssen im Vorfeld eingeholt werden ? Müssen diese gesondert gegliedert sein, je nach Nutzungszweck, z.B. Print, Social Media, Internet ?

Gibt es dazu Vorlagen ?

Antwort:
Hier eine MUSTERFORMULIERUNG

Gegenstand:

Fotografische Aufnahmen der/des Fotografierten am <Datum>

Verwendungszweck:

Veröffentlichung im Internet zur <nähere Beschreibung der Maßnahme, z.B. bildlichen Darstellung des Ansprechpartners für die Dauer des Arbeitsverhältnisses / dekorativen Ausgestaltung der Webpräsenz der Firma XXXFirmennameXXX.>

Erklärung:

Der Unterzeichner erklärt sein Einverständnis mit der (unentgeltlichen) Verwendung der fotografischen Aufnahmen seiner Person für die oben beschriebenen Zwecke. Eine Verwendung der fotografischen Aufnahmen für andere als die beschriebenen Zwecke oder ein Inverkehrbringen durch Überlassung der Aufnahmen an Dritte ist unzulässig.

Frage:

Kann eine Einverständniserklärung später wieder zurückgezogen werden ? Und wenn ja, was ist dann zu beachten?

Antwort:

Grundsätzlich ist das möglich. Es gilt aber der Grundsatz des Verbots widersprüchlichen Verhaltens (venire contra factum proprium). Ugs: „Nicht rein in die Kartoffeln und raus aus den Kartoffeln)

Frage:

Wie kann ich bei einer Veranstaltung sicherstellen, dass ich Bilder machen und auch später verwenden darf ? Muss ich hierzu Hinweisschilder im Veranstaltungsraum aufhängen, darüber schon in der Einladung informieren ? Oder ist das alles noch immer nicht rechtssicher ?

Antwort:

Kommunikation ist stets gut. Mündlich (Ansage/Durchsage), wie auch schriftlich (Aushang „Hinweisschild“, Kartenaufdruck). Der „Sorgfaltsbogen“ darf aber auch nicht überspannt werden. Wer auf eine öffentliche Veranstaltung geht muss damit rechnen , dass bei Auftreten der Presse(Lokalpresse) er fotografiert werden kann. Will ein Mensch das nicht, muss er es artikulieren durch Worte, Gesten, Taten (Weggehen)

Frage:

Wann ist eine Veranstaltung öffentlich und kann ich dort Bilder machen und nutzen ohne Einverständniserklärung ?

§ 23 KunstUrhG

„ AUSNAHMEN“

1) Ohne die nach § 22 erforderliche Einwilligung dürfen verbreitet und zur Schau gestellt werden:

**Bildnisse aus dem Bereiche der Zeitgeschichte;
Bilder, auf denen die Personen nur als Beiwerk neben einer Landschaft oder sonstigen Örtlichkeit erscheinen;
Bilder von Versammlungen, Aufzügen und ähnlichen Vorgängen, an denen die dargestellten Personen teilgenommen haben;
Bildnisse, die nicht auf Bestellung angefertigt sind, sofern die Verbreitung oder Schaustellung einem höheren Interesse der Kunst dient.**

(2) Die Befugnis erstreckt sich jedoch nicht auf eine Verbreitung und Schaustellung, durch die ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten oder, falls dieser verstorben ist, seiner Angehörigen verletzt wird.

Frage:

Sind Bilder, auf denen viele Personen zu sehen sind, frei nutzbar? Gibt es bspw. eine Anzahl von Personen, ab denen Bilder frei verwendet werden dürfen ?

Antwort:

Der „Volksmund“ behauptet, es gebe einen solchen Grundsatz. Rechtlich ist er nirgends formuliert. Es gelten die hier definierten Bestimmungen des UrhG, GG

Frage:

Was gilt bei der Verwendung von Plänen, Symbolen, Zeichnungen ? Dürfen diese in Publikationen einer juristischen Person einfach so verwendet werden ? Gibt es freizunutzbare Piktogramme, Symbole etc. ?

Antwort:

Auch hier gilt das UrhG. Ggf. müssen Lizenzrechte (Nutzungsrechte) erworben werden.

Ja, freie Piktogramme gibt es. Googlen Sie „freie Piktogramme“

<http://de.freepik.com/fotos-vektoren-kostenlos/piktogramme>

Frage:

Thema Archivbilder:

Darf ich Bilder, bei denen ich einmal eine Fotofreigabe erhalten habe, immer wieder nutzen ?

Antwort:

Es kommt darauf an, für welche Zwecke und in welchem Umfang die Freigabe erteilt worden ist. Stichwort: Zweckübertragungslehre.

Frage:

Was ist bei Bildern von Minderjährigen zu beachten ? Genügt es, wenn ein Elternteil (mündlich/schriftlich) die Fotofreigabe erteilt ?

Antwort:

Auch der minderjährige Mensch hat ein allgemeines Persönlichkeitsrecht (Art 2 GG). Die Eltern üben über Minderjährige die elterliche Sorge (§§ 1626 ff. BGB) aus. Die Sorgeberechtigten vertreten den Minderjährigen und müssen „einwilligen“

Frage:

Was ist zu tun, wenn es Beschwerden von auf eigenen Bildern abgebildeten Personen gibt ?

Was ist zu tun, wenn es zur Abmahnung kommt?

Antwort:

Ruhe bewahren. Durchatmen. Nachdenken.

Rat suchen: www.maltejoerguffeln.de

Frage:

Was muss ich beachten, wenn es doch zur Abmahnung kommt ? Wie kann ich ein Löschen des Bildes sicherstellen um weiteren Forderungen zu verhindern ?

Antwort:

**Rat suchen. Rechtsanwalt konsultieren.
Strategie absprechen. Bild löschen.
Löschungsprotokoll archivieren. Netz nach dem Bild noch einmal durchsuchen. Alle Schritte protokollieren.**

2.

**Zur Nutzung von
facebook**

Frage:

Wie gestalte ich eine möglichst rechtssichere facebook- Seite ? Welche Fallstricke lauern bei der Nutzung sozialer Medien ?

Antwort:

**Vorgehen nach diesem Skript im Sinne des kategorischen Imperativs von Immanuel Kant :
„ Handel so, dass die Maxime Deines Handelns Prinzip einer Allgemeinen Gesetzgebung sein könnte“**

Frage:

Was ist bei der Einbindung des Impressums zu beachten ? Genügt eine Verlinkung auf meine Homepage ?

Antwort:

Nach OLG Düsseldorf nicht.

TIPP:

<http://allfacebook.de/pages/mit-5-schritten-zum-sicheren-facebook-impressum-update-nach-designanderungen>

Frage:

Muss auch eine Datenschutzerklärung auf der facebook-Seite eingebunden werden ? Sollen wir darin den Nutzern bspw. Erläutern, dass facebook teilweise gegen den deutschen Datenschutz verstößt ?

Antwort:

Die Fachanwälte empfehlen dies.

<http://www.seevogel.de/2012/08/07/test/>

Vor dem Hintergrund von

Datenschutzverstößen von facebook sollte das erfolgen zur eigenen Sicherheit. Zum empfehlen sind auch Social Media Guide Lines (Nettiquetten), die aber nicht gegen die facebook AGBs verstoßen dürfen.

Frage:

Welch Haftung trägt eine juristische Person für fremde Inhalte auf der eigenen facebook-Seite, bspw. durch Kommentare? Wann besteht eine Pflicht Inhalte/Kommentare zu löschen ? Was passiert, wenn man erst mehrere Stunden /nach dem Wochenende bspw. von rechtswidrigen Kommentaren auf der Seite Kenntnis erlangt ?

Antwort:

- * facebook haftet nie !**
- * Mitglieder haften für eigene Inhalte !**
- * Mitglieder haften für Mitarbeiter, Erfüllungs- und Verrichtungsgehilfen !**
- * Unternehmen haften für Agenturen**
- * Agenturen haften gegenüber Kunden**
- * Agenturen haften für die Kunden**
- * Seitenbetreiber haften für eingestellte Inhalte der Fans**
- * Betreiber von facebook-Seiten können keine gesonderten Nutzungsbedingungen erlassen**
- * Haftung für Links nur bei Inbezugnahme**

Frage:

Was sollte der Mitarbeiter bei einer juristischen Person bei der Nutzung von sozialen Medien beachten?

Antwort:

Vgl. den Vortrag. Kategorischer Imperativ. Facebook ist kein rechtsfreier Raum. Es gelten die „ allgemeinen Gesetze im nicht virtuellen Raum“

Frage:

Wie sieht es rechtlich mit Bildern aus, die ich weiterleite, teile ?

Antwort:

„Teilen“ - Sharing = Haftungsfalle

Variante 1 „Teilen ohne eigene Gedanken“

(Inhalt machen Sie sich zu eigen)

Variante 2 „Teilen mit eigenen Gedanken“

(Eigene Inhalte sorgfältig überlegen)

TIPP:

<http://www.rheinneckarblog.de/12/wann-teilen-richtig-teuer-werden-kann-abmahnfall-facebook/24921.html>

Frage:

Wie ist die Rechtslage, wenn ich Links poste und sich dadurch Vorschaubilder selbst generieren?

Antwort:

Durch „Verlinkung“ machen Sie sich die verlinkten Inhalte „zu eigenen“. Daher sollte sorgfältig geprüft werden, ob der „Link nebst Inhalt“ sauber ist, um eine eigene Haftung zu vermeiden.

TIPP:

https://www.bjr.de/fileadmin/user_upload/Arbeitsbericht/Arbeitshilfe/2012_03_20_Arbeitshilfe_Rechtsfragen_Internet.pdf

**Vielen lieben Dank
für ihr Interesse, ihre
aktive Mitarbeit und ihre
Aufmerksamkeit**

**Ihr
Malte Jörg Uffeln
www.maltejoerguffeln.de**