

„ON“ bei facebook

**Rechtsfragen und Risiken für Schüler und
Studenten**

Karl- Rehbein- Schule 29.10.2012

Malte Jörg Uffeln

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

ra-uffeln@t-online.de

www.uffeln.eu

Generation Praktikum = Generation facebook ?

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

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

*** Instabilität der Aktivitäten**

*** Wille zum Erlebnis**

„ 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 massiv zunehmen
(aktuell 1 – Milliarde User; je Tag 1 Milliarde
Postings)**

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

**Second Life auf
facebook**

**Die „ Kommunikationsstrukturen“
verändern sich entsprechend dem
„Generationenwandel“**

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

Die drei Grundregeln der Kommunikation via facebook

- * Kommunikation über facebook muss erkennbar sein, darf nicht verschleiert werden
(§ 6 I 1 TMG, § 4Nr. 3 UWG)**
- * „ Persönliche Profile“ dürfen nicht kommerziell verwendet werden (4.4. facebook-Nutzungsbedingungen)**
- * auf „ Seiten“ kann geworben werden
(1.0. facebook-Nutzungsbedingungen)**

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

Variante 2

Unternehmenskonto

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

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

facebook fordert zum Namen des Kontos

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

Praxis:

**Viele Phantasienamen, viel Unklares
(Beispiel von MJU : „ Con Ja“ ...)**

Stichwort

Haftung....

Aufpassen auf „ 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.**

Rund 10.000 Euro soll laut Experten jede Facebook-Pinnwand wert sein, würde sie von einem fleißigen Abmahnanwalt entdeckt. Denn lustige Bilder teilen, Zitate von Künstlern posten oder gar selber Lieblingssongs mit der Gitarre covern und hochladen, verstoßen gegen das Urheber- oder Zitatrecht.

Quelle: http://www.hr-online.de/website/rubriken/ratgeber/index.jsp?rubrik=55393&key=standard_document_45816077

„Bilder von Menschen“ auf facebook

Kollisionsfälle

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

Konkretisierung der Bildproblematik

Grundfragen, die vor dem „Posten der Bilder“ 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 facebook- Nutzungsbedingungen ?**

Aktueller Fall (April 2012)

Quitescheentchen auf facebook-Seite

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

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

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 !)**

Sonderfall: Bilder aus Stock – Archiven IP-Lizenz für facebook!!!

- * AGB der Archive beachten, ggf.Lizenz erwerben**
- * In der Regel „ Unterlizensierung nicht statthaft“**

**facebook- Problem:
facebook lässt sich Unterlizenzen vom
Bildnutzer geben, der sich gegenüber dem
Stock- Archiv haftbar macht !**

...“ 3.7. 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“**

„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“**

Problem 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**

Problemfeld 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**

Problemfeld 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**

Zentrales Problem:

Kommunikation auf facebook

**Befolgung der Gesetze nach Ziff.5.1. der
facebook-Nutzungsbedingungen**

kommunikatives Grundsatzproblem

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

Aktueller Fall April 2012

„Pisser – Fall“

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

„Pisser“

Quelle: www.stuttgarter-zeitung

Was geht überhaupt 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 !!!!**

**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

*** Nr. 11.12.2. facebook-Nutzungsbedingungen
Derjenige, der Werbeanzeigen für Dritte
schaltet, haftet...**

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**

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

- * Datenerhebung und – verarbeitung, wenn gesetzlich zulässig und Einwilligung vorliegt
(§ 12 TMG)**
- * Grundsatz der Erforderlichkeit
(§ 15 TMG)**
- * Unterrichtungspflicht über Datenerhebung
(§ 13 TMG)**

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

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 !!!**

RECHTSRAT EINHOLEN

Rechtsanwalt Uffeln



www.uffeln.eu
ra-uffeln@t-online.de

Rechtsmeinungen und Rechtsprechung zu facebook

Stand 26.06.2012

**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.

Literaturhinweis:

**Leah Pearlman/
Carloyn Abram**

„ Facebook für Dummies“

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

Am Ende

Konkurrenz zu facebook

Google + ???

Quelle: www.wikipedia.de

88 Tage nach der Veröffentlichung zählte Google+ bereits 40 Millionen registrierte Anwender. Somit war es das am schnellsten wachsende soziale Netzwerk der Geschichte. Als Vergleich: Facebook erreichte die gleiche Anzahl an Benutzern nach 1325 Tagen.[7] Am 7. März 2012 wurde bekannt, dass das Netzwerk die Marke von 100 Millionen regelmäßiger Nutzern überschritten habe.[8] Im April 2012 wurde das Design überarbeitet, zu diesem Zeitpunkt waren 170 Millionen Benutzer registriert.[1]

**Vielen
Dank für die
Aufmerksamkeit**

**Ihr
Malte Jörg Uffeln
www.uffeln.eu
ra-uffeln@t-online.de**