

Rechtliche Hinweise für die Nutzung Sozialer Medien

Eine Handreichung für Geographische Gesellschaften
Erstellt vom Projektteam „Neue Vermittlungsräume“
Leibniz-Institut für Länderkunde

Rechtliche Hinweise für die Nutzung Sozialer Medien

Das VR-Team weist darauf hin, dass es keine Rechtsberatung oder -auskunft geben kann und darf. Dieses Dokument gibt erste Informationen, mit deren Hilfe Sie gegebenenfalls den Rat eines Anwaltes oder Anwältin heranziehen sollten. Deshalb kann das VR-Team für die Vollständigkeit und Richtigkeit der gemachten Angaben keine Gewähr oder Haftung übernehmen. Das gilt auch für die rechtliche Situation in Österreich und der Schweiz, die in diesem Dokument nicht berücksichtigt werden kann.

Rechtliche Fragestellungen sind von großer Wichtigkeit, wenn man in Sozialen Medien öffentlich interagiert. So können Sie davon ausgehen, dass alle Medien, wie zum Beispiel Bilder bzw. Fotografien, immer urheberrechtlich geschützt sind. Wenn Sie zum Beispiel auf Facebook ein Bild veröffentlichen möchten, dann sollten Sie immer über das Recht zur Nutzung dieses Bildes verfügen und natürlich die Quelle angeben.¹ Falls Sie diese Fallstricke nicht beachten sollten können ungewollte rechtliche Konsequenzen für den oder die Seitenbetreiber_in die Folge sein. Um dies zu vermeiden hat das VR-Team einige Hinweise für die Arbeit mit Sozialen Medien zusammengestellt.

Die rechtlich relevanten Fragestellungen im Bereich von Sozialen Medien betreffen vor allem die Datenverwendung, den Datenschutz beziehungsweise –missbrauch, das Impressum einer Facebook-Fanpage (auch unter der „Anbieterkennung“ bekannt), die Haftung für hochgeladene Daten und Inhalte und die Einhaltung der Nutzungsbedingungen des Social-Media-Anbieters. Viele rechtliche Aspekte des Auftritts in Sozialen Medien sind denen einer gewöhnlichen Homepage ähnlich. Deshalb dürften Geographische Gesellschaften einige Aspekte bereits bekannt sein. In den im Folgenden aufgeführten kommentierten Links werden die jeweiligen Fragestellungen grob beschrieben und Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt.

- Urheberrechtsschutz fremder Medien: Wenn nicht anders vermerkt oder mit einer entsprechenden Nutzungslizenz² versehen, sind alle Medien, urheberrechtlich geschützt. Falls Sie zum Beispiel gerne ein Bild für Ihre Website benutzen möchten,

¹ Nicht selten stellen Urheber_innen ihre Werke mit einer Creative Commons Lizenz zur freien Nutzung bereit. Diese Lizenzen sollen es den Urheber_innen und Nutzer_innen erleichtern ihrer Werke legal unter selbstgewählten Bedingungen bereitzustellen. Vgl. <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/> (Abrufdatum: 15.06.15).

² Vgl. <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/> (Abrufdatum: 15.06.15).

bedürfen Sie der Einwilligung der Urheberin oder des Urhebers und der Angabe der Quelle.³

- Impressum: Ein Impressum wird Pflicht, wenn z.B. eine Facebook-Fanpage geschäftsmäßig, also gegen ein Entgelt, betrieben wird.⁴ Die Einrichtung eines Impressums kann vor Abmahnungen durch Verstoß gegen die Impressumspflicht schützen.
- Haftung für Inhalte auf einer Facebook-Fanpage:
 - Wenn ein „Fan“ einer Facebook-Fanpage rechtswidrige Inhalte auf der Facebook-Fanpage postet und diese Inhalte, trotz Kenntnis der Betreiberin oder des Betreibers, nicht gelöscht werden, kann diese_r dafür haften.⁵ Für Links auf externe rechtswidrige Inhalte kann man nicht haftbar gemacht werden. Es sei denn, der Kontext lässt die Vermutung zu, dass dadurch zum Rechtsbruch aufgefordert wird beziehungsweise sich die Betreiberin oder der Betreiber mit den Inhalten solidarisiert.⁶
 - Die auf der Facebook-Fanpage arbeitenden Mitarbeiter_innen haften nicht für rechtswidrige Handlungen auf der Facebook-Fanpage. Stattdessen ist der oder die Administrator_in, welche die Mitarbeiter_innen beauftragt hat, für deren Fehlhandlungen verantwortlich.⁷ Verhaltensrichtlinien für die Arbeit mit Sozialen Medien können Rechtsprobleme vermeiden.
 - Facebook gerät aus Gründen der Datensammlungspraxis hin- und wieder in die öffentliche Kritik. Wenn eine Nutzerin oder ein Nutzer Facebook mit der Begründung der unrechtmäßigen Datensammlungspraxis gerichtlich verfolgt, dann haftet laut einem aktuellen Urteil der Facebook-Seiten-Betreiber – also Sie – nicht.⁸ Eine Klage, die sich gegen die Datensammelpraxis auf der Platt-

³ Vgl. <http://allfacebook.de/policy/grundlagen-der-nutzung-von-bildern> (Abrufdatum: 15.06.15).

⁴ Vgl. <http://allfacebook.de/policy/1500-zeichen-sind-genug-faq-zur-der-neuen-impressumsrubrik-fuer-facebook-seiten> und <http://anbieterkennung.de/> (Abrufdatum: 15.06.15).

⁵ Vgl. <http://allfacebook.de/policy/haftung-fur-inhalte-der-seite-links-werbeanzeigen-und-fanbeitrage-rechtliche-stolperfallen-beim-facebookmarketing-teil-13> (Abrufdatum: 15.06.15).

⁶ Vgl. ebd.

⁷ Vgl. ebd.

⁸ Vgl. <http://allfacebook.de/policy/ovg-schleswig-betreiber-von-facebook-seiten-haften-nicht-fuer-facebooks-datenschutzverstoesse-rechtliche-stolperfallen-im-facebook-marketing-teil-16> (Abrufdatum: 16.06.15).



form Facebook richtet, müsse zuerst gegen das Unternehmen Facebook gerichtet werden und nicht gegen den Facebook-Seiten-Betreiber.

- Umgang mit Kritik: Kritik durch Facebook-Nutzer_innen an einer öffentlich sichtbaren Facebook-Fanpage muss man sich gefallen lassen, da sie öffentlich geäußert wird. Ist sie beleidigend, unwahr, verstößt sie gegen die Nutzungsbedingungen von Facebook oder gegen Gesetze, dürfen Beiträge gelöscht beziehungsweise verborgen werden. Dabei empfiehlt es sich ggf. zuerst abgeschwächte Gegenmaßnahmen zu prüfen und transparent mit der Löschung und, falls nötig, Blockierung umzugehen.⁹
- Die Nutzung eines Facebook Like-Buttons als Social Media Plugin für die eigene Homepage ist aus Datenschutzgründen kritisch zu betrachten. Um sich vor Haftungsansprüchen durch Nutzer_innen zu schützen, sind Vorsichtsmaßnahmen notwendig. Für Datenschutzprobleme sorgt der auf Homepages beliebte Facebook Like-Button. Er hat gleichzeitig die Funktion eines „Trackers“, der nutzerbezogene Daten von Besucher_innen der Homepage an Facebook übermittelt. Facebook wird unterstellt, dass die erhobenen Daten mit dem Ziel der unternehmerischen Verwertung genutzt werden. Wer auf seiner Homepage nicht auf den Facebook Like-Button verzichten möchte, kann durch Installation eines Schalters (als Plugin für die eigene Homepage) Besucher_innen der Homepage selbst entscheiden lassen, ob sie die Verbindung zu Facebook herstellen möchten.¹⁰

Bearbeitung: Jörg Kosinski und Verena Ott | Stand: November 2015 – Version 1.0

⁹ Vgl. <http://allfacebook.de/policy/umgang-mit-shitstorms-und-kritik-rechtliche-stolperfallen-im-facebook-marketing-teil-21> (Abrufdatum 15.06.15).

¹⁰ Vgl. <https://www.datenschutzbeauftragter-info.de/fachbeitraege/facebook-datenschutz-like-button-fanpage-hinweispflichten-custom-audience/> und <http://www.heise.de/ct/ausgabe/2014-26-Social-Media-Buttons-datenschutzkonform-nutzen-2463330.html> (Abrufdatum 16.06.15).