



Sie sind verhaftet!

Regeln und Haftung bei Websites
und Social Media
von entwicklungspolitischen NGOs

Ein Manual

Sie sind verhaftet !

Regeln und Haftung bei Websites und Social Media von
entwicklungspolitischen Nichtregierungsorganisationen

Ein Manual für Mitgliedsorganisationen des
Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlags (BER) e.V.

Jan Kalbhenn, LL.M. Rechtsanwalt

Herausgeber: BER e.V.



Ein großer Teil der Öffentlichkeitsarbeit entwicklungs- politischer Nichtregierungsorganisationen findet im Internet statt: Websites und Social Media-Auftritte und -aktivitäten sind wichtige Kommunikationsmedien, die wie andere rechtlich geregelt sind. Urheberrechte, Persönlichkeits- rechte und Daten sind in der digitalen Kommunikation ge- nau so schützenswert wie in der analogen.

NRO kopieren und/ oder bearbeiten Texte und Bilder und veröffentlichen sie, sie erheben Daten von Spender*innen, Besucher*innen der Website oder Empfänger*innen des Newsletters – jedoch wird dabei die Berücksichtigung rechtlicher Grundlagen und von Haftungsrisiken gerade im Arbeitsalltag kleiner Vereine mit geringen finanziellen und personellen Ressourcen mitunter zur lästigen Pflicht.

Wie können kleine Vereine mit ihren finanziellen und per- sonellen Ressourcen das Internet effektiv und rechts- sicher nutzen? Wer haftet, wenn es doch einmal zu einer rechtswidrigen Nutzung kam? Können Ehrenamtliche, Angestellte und Vorstände in der Vereinssatzung von Haftungsansprüchen ausgeschlossen werden? Können diese vorab abgewendet werden? Was muss ins Impressum? Nutzt ein Disclaimer und was sollte er dann enthalten?

Diese Fragen wurden beim BER-Netzwerktreffen im Dezember 2017 behandelt. Wegen zahlreicher Anfragen haben wir den Referenten Jan Kalbhenn gebeten, seinen Input in einem kurzen Manual zusammenzufassen.

BER e.V. / Dezember 2017

Einleitung	5
1. Die Regeln im Netz	6
1. 1. Allgemein	6
1. 2. Urheberrecht.....	6
1. 3. Linken, Sharen, Teilen, Embedden.....	8
1. 4. Offenkundig rechtswidrige Inhalte.....	9
1. 5. Schaubild Linking.....	10
1. 6. Persönlichkeitsrecht	11
1. 7. Datenschutzrecht	12
1. 8. Rundfunkrecht	15
1. 9. Die Regeln der Plattformen.....	15
2. Haftungsregeln	16
3. Compliance	17
4. Weiterführende Literatur	20

Einleitung

Jede NRO betreibt eine eigene Website. Fast jede ist mit einer Fanseite auf Facebook vertreten und viele pflegen Auftritte bei anderen Social Media-Diensten wie Twitter oder Instagram. Bei der Betreuung der Online-Auftritte sind neben inhaltlichen Fragen regelmäßig rechtliche Fragen zu beachten. Darf das Bild mit der Creative Commons-Lizenz CC-BY-NC bei Facebook hochgeladen werden? Darf ein Artikel verlinkt oder ein Video embedded werden? Was muss in die Quellenangabe? Können Links auf strafbare Inhalte rechtliche Konsequenzen für die NRO nach sich ziehen? Und was steht in der neuen Datenschutzgrundverordnung der EU?

In vielen Organisationen betreuen ehrenamtliche Mitarbeiter*innen die Onlineangebote. Oft muss es schnell gehen. Unter Zeitdruck kann schon mal ein abmahnfähiges Bild hochgeladen werden. Wer haftet, wenn es zu Rechtsverletzungen kommt?

Dieses Manual gibt einen Überblick über die Rechtslage. Im ersten Teil werden Gesetze und Regeln vorgestellt, die für Aktivitäten auf Websites und Social Media gelten.

Teil 2 behandelt die Frage, wer für eine „Online-Rechtsverletzung“ haftet. In Teil 3 werden Möglichkeiten skizziert, wie eine Haftung im Internet verhindert werden kann.

Viele der rechtlichen Fragen aus den frühen Tagen des Internet und der Social Media sind mittlerweile von obersten Gerichten beantwortet. Dafür werfen die sich fortlaufend entwickelnde Technik und die sich daraus ergebenden Kommunikationsmöglichkeiten immer neue rechtliche Fragen auf. Auch der Gesetzgeber reagiert regelmäßig auf den Fortschritt. Die Rechtslage ändert sich laufend. Das gilt es zu beachten.

Das Handbuch kann nur einen ersten Überblick über die behandelten Themen verschaffen. Oft sind Sachverhalte komplexer als es auf dem beschränkten Raum dieses Manuals beschrieben werden kann. Eine Rechtsberatung im Einzelfall kann und soll es nicht ersetzen. Es erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Jan Kalbhenn, LL.M. Rechtsanwalt / Dezember 2017

1. Die Regeln im Netz

1. 1. Allgemein

Die meisten Regeln, die im Netz gelten, sind technikneutral. Das Urheberrecht beispielsweise kommt aus dem Analogen (Buchdruck). Auch Persönlichkeitsrecht, Äußerungsrecht und viele andere Regelwerke sind lange vor der Verbreitung des Internets als Massenkommunikationsmittel entstanden. Die in diesem Kapitel vorgestellten Regeln kommen meist aus der analogen Zeit, gelten aber – wie alle Regeln – auch online. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass sie in besonders hohem Maße relevant für die Kommunikation (auch) im Internet sind. Im Laufe der Zeit entstehen immer mehr Regeln speziell für Internet-Sachverhalte. Auch die Rechtsprechung passt die alten Gesetze immer mehr den Gegebenheiten und Anforderungen der Massenkommunikation im Internet an.

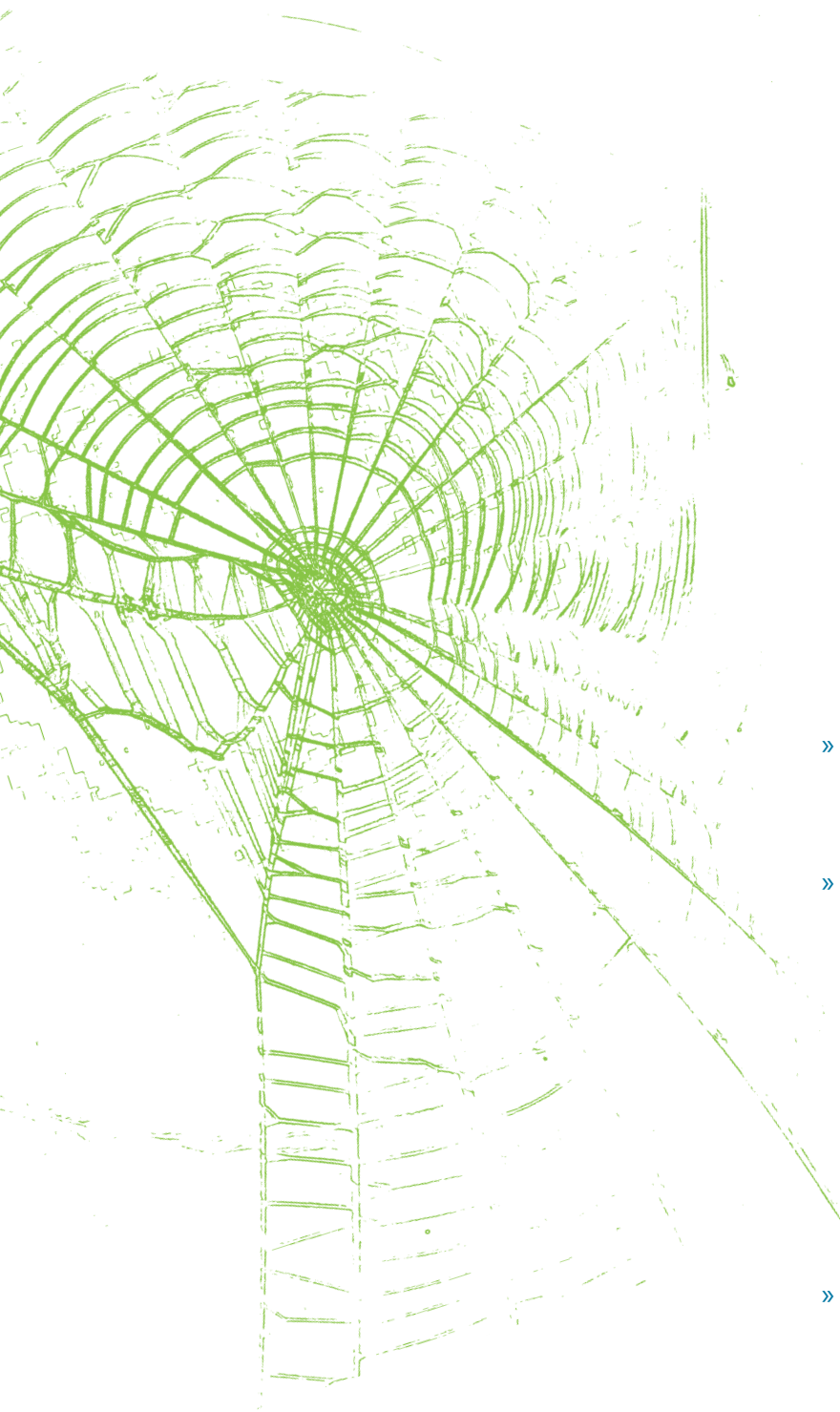
1. 2. Urheberrecht

Das Rechtsgebiet mit dem größten Abmahnpotential im Internet ist das Urheberrecht. Wer eine Homepage oder einen Auftritt auf Social Media mit Bildern, Videos, Grafiken, Karten, Musik und Texten bestücken möchte, sollte dieses Rechtsgebiet zumindest in Grundzügen kennen.

So gut wie alle Bilder, Fotos, Videos, Grafiken etc. sind durch das Urheberrecht geschützt. Nur der Urheber bzw. der Rechteinhaber kann darüber entscheiden, wer seine Werke nutzt und wie dies geschehen darf: in welchem Zeitraum, auf welchen Plattformen, zu welchen Konditionen. Nichts geht ohne die Erlaubnis der Urheber*in.

Praxistip:

*Lieber zweimal fragen als einmal irrtun: Wenn Ihr ein Bild seht, das Ihr auf Eurer Website nutzen wollt, müsst Ihr den Urheber um Erlaubnis fragen. Dafür reicht eine E-Mail oder Nachricht, in der Ihr beschreibt, was Ihr mit dem Bild genau machen wollt (Website oder Facebook, für einen Artikel oder ein Video). Wenn Ihr eine positive Antwort bekommt, ist ein kleiner Lizenzvertrag zustande gekommen und Ihr könnt das Bild zu den Bedingungen des/der Urheber*in nutzen. Die Erfahrung zeigt, dass viele – auch kommerzielle Lizenzgeber – bereit sind, für gemeinnützige, nicht-kommerzielle Zwecke auf eine Lizenzgebühr zu verzichten oder zumindest mit dem Preis stark runtergehen. Es bietet sich an, diese kleinen Lizenzverträge in einer einfachen Art zu dokumentieren, so dass auch bei einem Wechsel im Social Media Management der NRO klar ist, welche Bilder risikofrei genutzt werden können.*



Natürlich gibt es noch andere Wege, um an Bilder zu kommen. Portale wie Flickr, Wikimedia, Pixelio u.v.m. bieten qualitativ hochwertige Bilder, die vom Urheber zur Nutzung freigegeben sind. Oft geschieht das mit Hilfe der Creative Commons Lizenz (CC). Die gängigen CC-Lizenzbedingungen sind:

» **BY**

Ihr müsst den Namen des Urhebers nennen.

» **NC**

non-commercial: Ihr dürft das Bild nur für nicht-kommerzielle Zwecke nutzen.

Wann genau Nicht-Kommerzialität vorliegt ist nicht letztinstanzlich geklärt, vieles spricht aber dafür, dass eine spendenfinanzierte NRO nicht-kommerziell (im Sinne der CC-Lizenz) tätig ist.

» **SA**

Share Alike. Diese „virale Lizenz“ (aus der Copy-left-Bewegung) befällt alle anderen Inhalte mit denen Sie in Kontakt gerät. Ein SA-Bild „infiziert“ beispielsweise Euren Text und dieser steht dann automatisch unter derselben freien Lizenz.



Achtung: Eine SA-Lizenz sollte nicht mit einem anderen Fremdinhalt kombiniert werden, wenn Ihr an diesem nicht die Rechte zur Weitergabe habt.

Sie sind verhaftet

Wenn Ihr Bilder bearbeiten wollt, muss auch dieses vorher mit dem Rechteinhaber geklärt werden. Ihr müsst das Bearbeitungsrecht erwerben. In den CC-Lizenzen ist es bereits enthalten (außer in der Lizenz mit dem Zusatz ND – *no derivatives*).

1. 3. Linken, Sharen, Teilen, Embedden

Ein Link ist ein Querverweis zu einem definierten Inhalt der eigenen oder einer anderen Website. Lange Zeit haben sich Gerichte und Rechtsgelehrte darüber gestritten, in wieweit eine Verlinkung (Urheber-) Rechte verletzen kann. Zwar gibt es zu dieser Frage unendlich denkbare Konstellationen, aber zumindest die Grundsätze sind seit geraumer Zeit von den obersten Gerichten entschieden.

Grundsätzlich verletzt ein Link keine Urheberrechte. Der verlinkte Inhalt wird nicht erneut veröffentlicht. Der *Link* unterscheidet sich damit fundamental von der „Download/Upload“-Technik. Wer ein Bild runter lädt und es auf seiner Homepage hoch lädt ohne dafür eine Erlaubnis zu haben, verletzt Urheberrechte: Er legt eine neue Kopie an (1. Urheberrechtsverletzung) und macht sie öffentlich zugänglich (2. Urheberrechtsverletzung). Das Linken ist demgegenüber weder eine Kopierhandlung noch eine neue öffentliche Zugänglichmachung.

Achtung Ausnahmen: In besonders gelagerten Fällen kann auch ein Link gegen Urheberrechte verstoßen. Das waren zuletzt solche Linksetzer, deren Geschäftsmodell es ist, in vollem Bewusstsein auf Raubkopien zu verlinken und durch Schalten von Werbung, um die Links herum

Einnahmen zu erzielen. Das Schaubild auf Seite 10 zeigt, dass Linken grundsätzlich ungefährlich ist. Um in Einzelfällen, wie dem gerade geschilderten, zu sachgerechten Lösungen zu kommen, wird diese Rechtsprechung aber immer wieder in Nuancen korrigiert.

Teilen
Embedden
Retweeten
Sharen
Framen

Die sozialen Netzwerke haben eine Fülle neuer Techniken zur Verbreitung von Inhalten eingeführt. Dabei geht es immer darum, Bilder, Texte und Videos zu empfehlen oder weiter zu verbreiten. Die eigentliche Datei bleibt indes am ursprünglichen Ort „liegen“ und wird nicht bewegt. Diese Techniken – Embedden, Sharen, Teilen, Retweeten und Framen – sind dem Verlinken verwandt und werden mittlerweile auch rechtlich wie dieses beurteilt. Framing ist seit einiger Zeit vom Europäischen Gerichtshof dem Linken gleichgestellt.

Framen ist die Integration (Embedden) externer Dateien in eine andere Homepage, ohne dass eine Kopie der Datei angelegt wird. Der fremde Inhalt wird in einem Rahmen (Frame) auf der anderen Seite gezeigt. Das klassische Beispiel für Framen ist das Einbinden von YouTube-Videos über den YouTube-Player.

Das Einbinden von Inhalten per Framen ist wie das herkömmliche Linken ohne Erlaubnis des Urhebers zulässig. Die folgenden Voraussetzungen müssen aber erfüllt sein:

» **Der Inhalt**

muss frei zugänglich sein, also im Internet veröffentlicht und darf nicht hinter einem geschützten Bereich (z.B. Paywall) versteckt sein. Wenn eine technische Möglichkeit zum Framen angeboten wird, wie bei YouTube, Twitter, Facebook und Co., dann ist die Nutzung auch zulässig.

» **Die angebotene Technik**

muss verwendet werden (YouTube-Player für YouTube-Videos). Wichtig ist, dass die Inhalte in einem Rahmen erscheinen, ohne dass die Daten „bewegt“ werden.

» **Das geframte Material**

darf nicht offenkundig rechtswidrig sein .

Exkurs:

1.4. Offenkundig rechtswidrige Inhalte

*Offenkundig rechtswidrig sind Inhalte dann, wenn sie für jede*n erkennbar gegen geltendes Recht verstoßen oder urheberrechtswidrig eingestellt und verbreitet wurden.*

Inhalte, die selbst strafbar sind, weil sie gegen geltendes Recht verstoßen, sind zum Beispiel verfassungswidrige bzw. strafrechtlich-relevante Symbole (Nazisymbole) und Bilder. Erlaubt kann die Nutzung allerdings sein, wenn sie der Berichterstattung über Vorgänge des Zeitgeschehens, der Geschichte oder ähnlichen Zwecken dient.

Zur zweiten Gruppe rechtswidriger Inhalte gehören solche, die urheberrechtswidrig verbreitet werden. Sollte der Urheberrechtsverstoß offenkundig sein, verlinkt diese Inhalte nicht. Beispielsweise sollte nicht auf einen aktuellen Kinofilm im Netz gelinkt werden, wenn erkennbar ist, dass dieser nicht vom Urheber/der Produktionsfirma ins Netz gestellt wurde. Das gilt für alle Inhalte, die Ihr verwenden wollt: Fragt Euch, ob derjenige, der das Material veröffentlicht hat, dazu auch berechtigt war.

Bei sensiblen Bildinhalten, persönlichkeitsrechtlichen Zweifelsfällen und strafrechtlichen Bezügen ist immer Vorsicht geboten.

Sie sind verhaftet



Sonderfall: Der rechtswidrige Inhalt taucht erst zu einem späteren Zeitpunkt auf der verlinkten Seite auf oder der von euch verlinkte Inhalt (Video, Bild, Text) wird ohne euer Wissen gegen einen strafbaren Inhalt ausgetauscht.

Kann die NRO dafür haftbar gemacht werden?

Diese Frage lässt sich nur im Einzelfall beantworten. Grundsätzlich gelten aber individuelle Sorgfaltspflichten beim Linken bzw. bei der fortwährenden Kontrolle verlinkter Inhalte. So gelten für große Medienhäuser und Inhalte-Plattformen (YouTube, Facebook und Co) viel strengere Maßstäbe und Prüfpflichten für externe Inhalte. Sie prüfen mit Content ID-Systemen bereits beim Upload, ob die Inhalte gegen Urheberrecht verstoßen bzw. einem anderen gehören.

Privatpersonen und kleineren Organisationen obliegt in der Regel keine Prüfpflicht für die kontinuierliche Prüfung der verlinkten Inhalte. Dann muss auch nicht gehaftet werden. Nach einem entsprechenden Hinweis, muss ein Link zu einem rechtswidrigen Inhalt aber in jedem Fall gelöscht werden („notice and take down“).

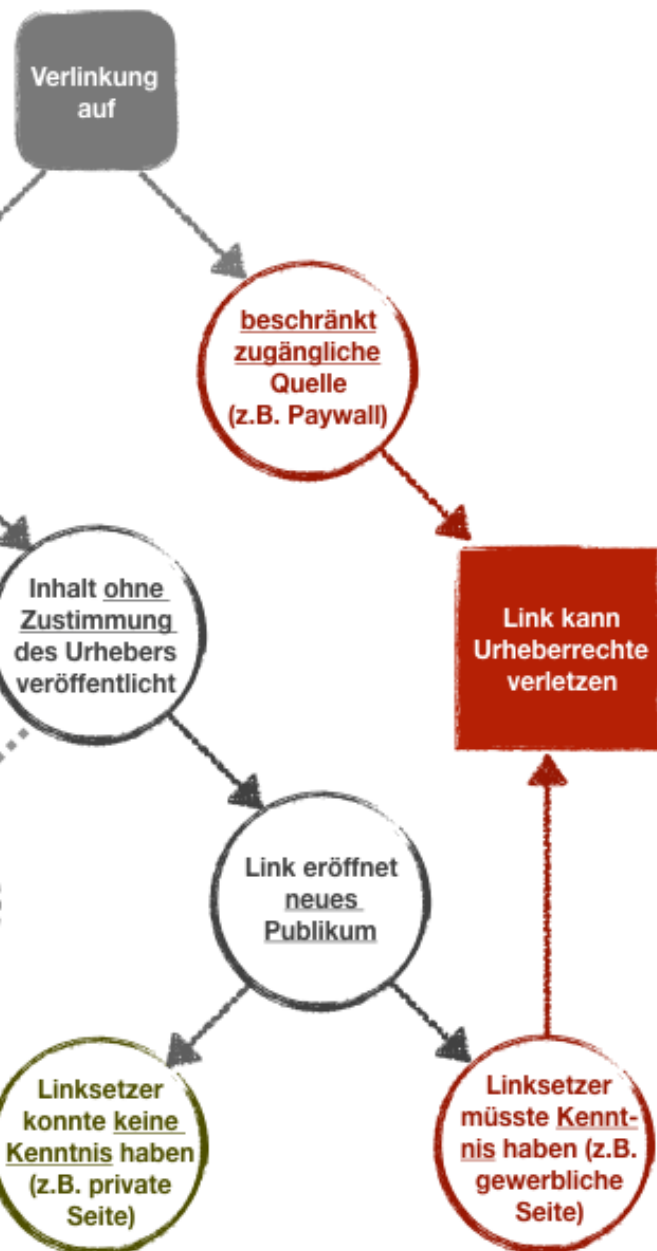
Das folgende Schaubild von irights.info (cc-by) verdeutlicht, dass in den meisten Konstellationen das Verlinken keine Urheberrechte verletzt. Die Rechtsprechung korrigiert diesen Grundsatz in solchen Einzelfällen, in denen es ansonsten zu ungerechten Ergebnissen käme. Das Schaubild ist mit einem entsprechenden Artikel zu finden unter:

www.irights.info

1. 5. Schaubild Linking

Wann können Links Urheberrechte verletzen?





1. 6. Persönlichkeitsrecht

Das allgemeine Persönlichkeitsrecht gibt allen die Entscheidungshoheit darüber, ob und wie das eigene Bild in der Öffentlichkeit gezeigt werden darf.

Fotos von Privatpersonen dürfen nur mit deren Einwilligung auf der Website oder in Social Media genutzt werden. Bei Privatpersonen ist der Schutz des Persönlichkeitsrechts besonders hoch. Wenn auf einem Bild mehrere Personen abgebildet sind, müssen alle gezeigten Personen eingewilligt haben.

Dieses strenge Erfordernis gilt nicht, wenn die Personen lediglich Beiwerk sind, das Bild also einen anderen Fokus hat, und die Personen zufällig „durchs Bild laufen“. Eine bestimmte Zahl an Personen ist dafür nicht erforderlich (Mythos „10-Personen-Regel“).

Auch bei Teilnehmern öffentlicher Veranstaltungen wie z.B. Demonstrationen ist keine Einwilligung erforderlich. Hier geht das Gesetz davon aus, dass die Teilnehmer*innen in Ihrer kollektiven Meinungskundgebung von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden wollen. Eine Faustformel, wie viele Personen auf einem Bild sein müssen, gibt es nicht. Einzelne Demonstrant*innen sollten aber trotzdem nicht bildlich in den Mittelpunkt gestellt werden. Es sei denn, sie nehmen eine herausragende Rolle oder Funktion wahr (oder sie haben eingewilligt).

Sie sind verhaftet

Je nach Situation kann eine Einwilligung entbehrlich sein bei Personen der relativen (z.B. Schauspieler*innen oder Politiker*innen) und der absoluten Zeitgeschichte (z.B. Monarchen). Aber auch diese Personen dürfen nicht in ihrer Intimsphäre abgelichtet werden.

Verurteilte Straftäter haben nach Ablauf ihrer Strafe ein „Recht auf Vergessen“. Die Resozialisierung des Täters soll nicht dadurch verhindert werden, dass sein Bild weiterhin in der Öffentlichkeit zu sehen ist.

Um Persönlichkeitsrechten gerecht zu werden, kann bei der Nutzung von Bildern auf Social Media eine mögliche Lösung darin bestehen, Gesichter unkenntlich zu machen.

Achtung: Kinder können nicht selber einwilligen, dass Bilder von Ihnen online genutzt werden. Zwar wird vor

Gerichten noch darum gestritten, ob dieses bis zur Volljährigkeit oder bis zur Einsichtsfähigkeit (zwischen 14 und 16 Jahren) gelten soll. Bis dahin ist aber die Einwilligung der Erziehungsberechtigten notwendig. Alle Erziehungsberechtigten müssen einwilligen, in der Regel somit beide Eltern. Es empfiehlt sich, dieses schriftlich zu machen.



1. 7. Datenschutzrecht

Ab dem 25. Mai 2018 gilt ein neues Datenschutzrecht (EU-Datenschutz-Grundverordnung und neues Bundesdatenschutzgesetz) mit verschärften Transparenz- und Rechenschaftspflichten. Es ist immer anwendbar, wenn personenbezogene Daten verarbeitet werden.

Personenbezogene Daten sind alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person (nicht juristische Person) beziehen, z.B. Name, Adresse, Kontodaten, E-Mail-Adresse, IP-Adresse, Webtracking durch Cookies.

Verarbeitung heißt, dass die Daten zumindest in Teilen automatisiert oder in einem Datensystem gespeichert werden. Das kann eine Datei mit Spendern sein oder ein Verzeichnis mit Freiwilligen. Jede Verarbeitung personenbezogener Daten ist verboten, soweit diese nicht durch Einwilligung der betroffenen Person erlaubt ist. Jede Verarbeitungen muss folgende Grundsätze beachten:

- » *Rechtmäßigkeit*
- » *Verarbeitung nach Treu und Glauben*
- » *Transparenz*
- » *Zweckbindung*
- » *Datenminimierung*
- » *Richtigkeit*
- » *Vertraulichkeit*

Es ist ein schriftliches oder elektronisches Verzeichnisse zu führen. Darin müssen der Name und die Kontaktdaten des Verantwortlichen genannt werden, der Zweck der Verarbeitung, die Kategorie der Betroffenen und der personenbezogenen Daten, die Empfänger*innen der Daten - und soweit möglich - Löschfristen, als auch die getroffenen Maßnahmen zum Schutz der Daten.

Wenn ein hohes Risiko für Betroffene besteht (z.B. wenn die Daten außerhalb der EU verarbeitet werden, Datensätze zusammengeführt werden, eine Verarbeitung von Daten von Schutzbedürftigen wie Kindern, Patienten unternommen wird, etc.), und immer wenn „sensitive Daten“ verarbeitet werden (Daten über politische Meinungen, religiöse oder weltanschauliche Überzeugungen oder Gewerkschaftszugehörigkeit, genetische Daten, biometrische Daten zur eindeutigen Identifizierung einer natürlichen Person, zur Gesundheit, dem Sexualleben oder der sexuellen Orientierung) muss eine sogenannten **Datenschutz-Folgenabschätzung** erfolgen.

Es bestehen Informationspflichten bevor personenbezogene Daten verarbeitet werden. Die betroffenen Personen müssen über die Verarbeitung in einer transparenten und einfachen Weise in präziser Sprache informiert werden (insbesondere zum Zweck der Verarbeitung). Die Rechtsgrundlage (in der Regel Vertrag oder Einwilligung) als auch die Rechte der Betroffenen sind zwingend zu nennen.

Sie sind verhaftet

Die betroffenen Personen haben insbesondere ein Recht auf:

- » *Auskunft über die betreffenden personenbezogenen Daten und zur Dauer der Datenspeicherung*
- » *Berichtigung, Einschränkung oder Löschung der Verarbeitung*
- » *Widerspruch gegen die Verarbeitung*
- » *Datenübertragbarkeit*
- » *eine Beschwerde bei der Aufsichtsbehörde*

Das wichtigste Recht der Betroffenen ist jedoch:

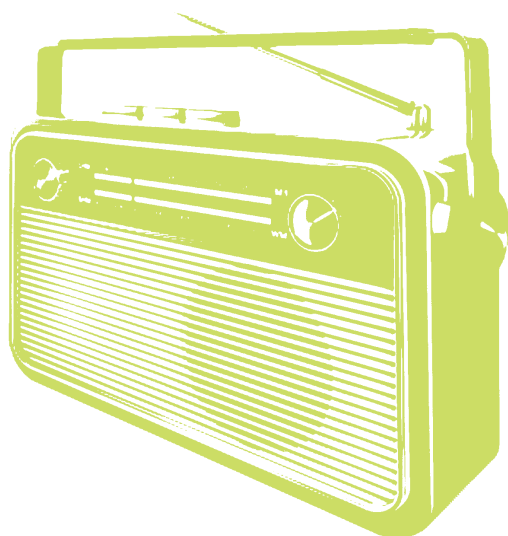
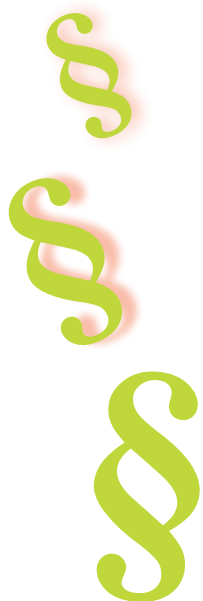
- » *eine erteilte Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden*

Um der Rechenschaftspflicht nachzukommen, muss eine interne Rechtmäßigkeitsprüfung aller Datenverarbeitungsprozesse vorgenommen und dokumentiert werden. Die Einhaltung der Grundsätze selbst genügt nicht: sie muss jederzeit nachweisbar sein. Dies gilt insbesondere auch dafür, dass man seinen Informationspflichten gegenüber den Betroffenen nachgekommen ist.

Sollte es - ob unbeabsichtigt oder unrechtmäßig - zu einer Verletzung des Schutzes und der Sicherheit personenbezogener Daten kommen, die übermittelt, gespeichert oder auf sonstige Weise verarbeitet wurden, aus der eine Vernichtung, ein Verlust, eine Veränderung oder eine unbefugte Offenlegung oder ein unbefugter Zugang zu personenbezogenen Daten resultiert, müssen die Verantwortlichen sowohl die Aufsichtsbehörde als auch die Betroffenen informieren soweit ein Risiko für die Interessen der Betroffenen bestehen könnte.

Haftung:

Bei Verstößen gegen die Datenschutzgesetze drohen Bußgelder, die in der Höhe vom Einzelfall abhängen. Sie sollen verhältnismäßig und abschreckend sein. Darüber hinaus kann gegenüber jeder Person, der wegen eines Verstoßes gegen den Datenschutz ein materieller oder immaterieller Schaden entstanden ist, ein Schadenersatzanspruch bestehen. Zudem sind strafrechtliche Sanktionen denkbar für das wissentliche Übermitteln oder Zugänglichmachen ohne Berechtigung einer großen Zahl nicht allgemein zugänglicher personenbezogener Daten.



1. 8. Rundfunkrecht

Das Rundfunkrecht stammt aus der Nachkriegszeit. Die Besatzungsmächte wollten damit u.a. die erneute Entstehung von Propagandasendern verhindern und führten daher Rundfunklizenzen ein. Die Frequenzen waren begrenzt und es wurden Verteilungsregeln eingeführt.

Diese gelten auch heute noch, obwohl mittlerweile jedem die technischen Mittel zur Verfügung stehen, Social Media-Kanäle zu nutzen um „auf Sendung zu gehen“. 2017 hat die Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen begonnen, von regelmäßigen Streamern auf Online-Portalen eine Rundfunklizenz einzufordern, womit sie die Anwendung des Rundfunkrechts auch auf Social Media ausweitet.

Die geltende Rechtslage sieht vor, dass jeder, der theoretisch mehr als 500 Personen mit einem linear („live“) verbreiteten Programm erreichen kann, dieses regelmäßig nach einem Sendepfad tut und seine Sendehalte journalistisch-redaktionell aufbereitet, eine Rundfunklizenz benötigt. Bei Diensten wie Facebook Live, Periscope und

YouTube Live liegen diese Voraussetzungen leicht vor. Die finanziellen, formalen und administrativen Anforderungen für den Erhalt einer Lizenz sind jedoch sehr hoch.

1. 9. Die Regeln der Plattformen

Wer ein Profil auf Facebook, YouTube etc. betreibt, tut dies zwangsläufig zu den Regeln der Betreiberfirmen. Die großen Netzwerke haben neben ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) eine Vielzahl von Regeln.

Praxisrelevant sind z.B. die Regeln für Gewinnspiele auf Facebook. Aber auch amerikanische Moralvorstellungen spiegeln sich in den Community-Regeln wider und können zu überraschenden Löschungen bestimmter Inhalte führen.

Verbraucherzentralen haben immer wieder darauf hingewiesen, dass sich Facebook & Co. an den bei ihnen hochgeladenen Inhalten nahezu alle Rechte (auch das Recht, die Inhalte zu verkaufen) einräumen lassen. Mittlerweile hat das Landgericht Berlin Facebook gezwungen, die AGB in diesem und anderen Punkten anzupassen. Wer Inhalte bei Facebook hoch lädt, gibt Facebook seither nur die Rechte, die nötig sind, eine solche Seite zu betreiben.

Auch wenn sich die Regeln stark ähneln, so unterscheiden sich die Plattformen im Detail. Die AGB und anderen Regeln der Plattformen unterliegen stetigen Änderungen und Anpassungen – oft getrieben von Gerichtsentscheidungen, aber auch von neuen Geschäftsmodellen oder dem Zeitgeist. Es ist ratsam, diese Entwicklungen im Auge zu behalten.



Haftung für Rechtsverletzungen auf der Website oder dem Social-Media Auftritt der NRO

In § 31 BGB heißt es:

Der Verein ist für den Schaden verantwortlich, den der Vorstand, ein Mitglied des Vorstands oder ein anderer verfassungsmäßig berufener Vertreter durch eine in Ausführung der ihm zustehenden Verrichtungen begangene, zum Schadensersatz verpflichtende Handlung einem Dritten zufügt.

2. Haftungsregeln

In den allermeisten Fällen, in denen ein Schaden durch die Onlineaktivitäten eines Vereins entsteht, wird der Verein haften müssen. Der zitierte Paragraph aus dem BGB gilt ähnlich auch für Vereinsmitglieder und alle, denen vom Verein Aufgaben übertragen wurden.

Wer eine Rechtsverletzung begangen hat, muss für den Schaden nur dann selbst aufkommen, wenn er die Rechtsverletzung schuldhaft begangen hat. Ihm müssen also Vorsatz oder Fahrlässigkeit nachgewiesen werden. Für ehrenamtlich tätige Vorstände und Mitglieder ist die Haftung gesetzlich jedoch auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit begrenzt. Also nur derjenige, der absichtlich eine

Rechtsverletzung herbeigeführt hat oder alles, was ihm hätte ins Auge springen müssen, außer Acht gelassen hat, haftet für den Schaden.

Haftungsrisiken lassen sich über entsprechende Versicherungen regulieren. Hierzu sollten ihr euch, wenn noch nicht geschehen, beraten lassen. Üblich sind Vermögensschaden-

Haftpflichtversicherung und Vereins-Haftpflichtversicherung (Betriebshaftpflichtversicherung). Im Angestelltenverhältnis finden sich entsprechende Regeln im Arbeitsrecht.

Compliance Haftung bereits im Vorfeld

Durch ein Sensibilisieren für die Themen Urheberrecht und Datenschutz können Fehler und damit Haftungsrisiken vermieden werden. Diejenigen, die Inhalte auf der Website der NRO oder in Social-Media Kanälen einstellen, sollten sich mit diesen Themen auseinandersetzen. No Go's müssen vermieden werden. Es sollte sich keine unklaren Fälle („Grauzonen“) herausbilden.

3. Compliance

Je nach Größe der NRO und Umfang der Online-Aktivitäten bietet es sich an, entsprechende Literatur anzuschaffen. Buchempfehlungen findet Ihr am Ende dieses Manuals.

Größere Unternehmen leisten sich umfangreiche Rechtsmanagementsysteme mit ganzen Abteilungen und aufwendiger Software, um Haftungen durch Urheberrechts-, Persönlichkeitsrechts- oder Datenschutzverletzungen zu vermeiden. Kleine und mittelgroße Vereine müssen vereinsspezifische Lösungen finden, die der jeweiligen Nutzung digitaler Kanäle und der finanziellen und personellen Ressourcen entsprechen. Jeder Verein sollte jedoch pragmatische Maßnahmen festlegen.

Es empfiehlt sich, die Rechte zu dokumentieren, so dass auch nach längerer Zeit noch erkennbar ist, ob Foto A oder Grafik B auf Facebook eingestellt werden darf oder wer im Zweifel zu fragen ist. Das kann z.B. mit Excel Listen dokumentiert werden oder in den Metadaten der Bild-

dateien. Eine Aufwand-Nutzen-Abwägung sollte berücksichtigen, wie oft die handelnden Personen, diejenigen, die Inhalte einstellen, wechseln. Bei häufig wechselnden Personen geht schnell der Überblick und die Kontrolle verloren und das Risiko steigt, ein „abmahnfähiges“ Bild zu posten.

Schulungen zu den Themen für die Mitarbeiter*innen und Mitglieder, die Inhalte einstellen können sich hin und wieder lohnen.

Je mehr Inhalte gepostet werden und je mehr Mitglieder/Mitarbeiter*innen dafür zuständig sind, umso wichtiger sind klare Regeln. Schon mittelgroße Unternehmen geben sich inzwischen Social Media Guidelines, in denen alle Fragen zum professionellen Einsatz von Social Media geregelt sind. Priorität haben sicherlich Richtlinien, die den Umgang mit Passwörtern regeln (wie oft, wann wechseln, wo hinterlegt etc.).

Praxistip:

*Wenn es, wie z.B. auf Facebook, die Möglichkeit gibt, dass Nutzer*innen Kommentare schreiben können, ist es dringend zu empfehlen, eine Netiquette einzubauen. Darin sollten möglichst simpel und plastisch die „Spielregeln“ festgelegt werden, nach denen diskutiert werden darf, inklusive den Konsequenzen bei Erst- und Folgeverstößen (Löschen des Posts, Blockieren des Nutzers).*

Wie lässt sich das Feld vermeiden?

**Recht, Persönlichkeitsrecht
fälle vermieden werden.
oder den Social Media
beschäftigten. Absolute
daraus ein Gespür für**

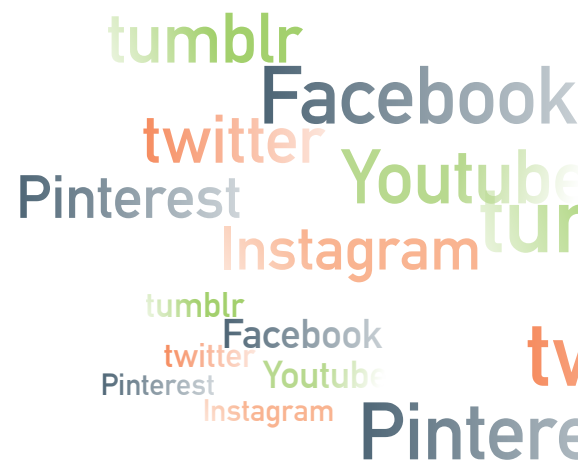
Sie sind verhaftet

Die Impressumspflicht ist im Telemediengesetz geregelt und betrifft auch Websites und Social Media Angebote von NROs. Hauptzweck eines Impressums ist es, demjenigen, der sich durch einen Inhalt auf der Website in seinen Rechten verletzt fühlt, die Chance zu geben, sich dagegen zu wehren, Kontakt aufzunehmen oder rechtliche Schritte einzuleiten. Darüber hinaus erhöht die erkenntliche und schnelle Erreichbarkeit auch die Transparenz gegenüber den Nutzer*innen.

Bei Webseiten von Vereinen sollte darauf geachtet werden, dass folgende Informationen im Impressum aufgeführt sind:

- » **Name,**
- » **ladungsfähige Postanschrift (kein Postfach)**
- » **Rechtsform (e.V.)**
- » **ein Vorstandsmitglied**
- » **eine Kontaktmöglichkeit (Email-Adresse und Telefonnummer)**
- » **das Vereinsregister**
- » **die Registernummer**
- » **wenn vorhanden: die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer**

Aus der Praxis: Fälle, in denen Abmahnungen wegen fehlendem oder fehlerhaftem Impressum erfolgen, sind fast ausschließlich zwischen großen Unternehmen zu finden.



Impressum auf Social Media

Diese recht neue Konstellation ist noch nicht abschließend gerichtlich beurteilt worden und hängt stark von der jeweiligen Plattform ab. Wenn möglich, sollte das Impressum im Social Media-Angebot enthalten sein, also z.B. bei einer Facebook-Fanpage als eigener Unterpunkt. Wenn das technisch nicht möglich ist, gilt der Grundsatz, dass ein Impressum mit zwei Klicks erreichbar sein muss (sog. Zwei-Klick-Regel). Der Social Media-Auftritt sollte also mindestens auf die Vereinsseite verweisen (1. Klick), wo dann mit einem weiteren Klick (2. Klick) das Impressum erreicht wird. Dort sollte dann der Hinweis erfolgen, dass das Impressum auch für alle Social Media-Auftritte gilt.

umblr
Facebook
Twitter
Instagram
Youtube

Einen pauschalen Haftungsausschluss bzw. Disclaimer findet man auf vielen Websites. Die Idee dahinter ist, sich mit einem pauschalen Satz vor möglichen Haftungen für Rechtsverletzungen zu schützen. Typisch ist etwa ein Satz wie der folgende: „Ich distanzieren mich hiermit ausdrücklich von allen hier verlinkten, rechtswidrigen Inhalten“.

Solche pauschalen Sätze können eine Haftung aber nicht ausschließen. Es kommt immer auf den Einzelfall an, der in seiner Gesamtheit zu betrachten ist. Wenn auf rechtswidrige Inhalte verlinkt wird, kommt es in erster Linie auf den Kontext an, in dem der Link gesetzt wird: Wird kritisch distanziert berichtet oder wird sich der rechtswidrige Inhalt zu eigen gemacht und/oder kommerzialisiert? Bei kritisch distanzierter Berichterstattung wird keine Haftung zu begründen sein. In den anderen Fällen, kann auch ein allgemeiner Disclaimer nicht die Haftung als Störer ausschließen. Allerdings kann ein allgemeiner Disclaimer auch nicht schaden. Er hilft nicht, tut aber auch keinem weh.

Sinnvoll können „rechtliche Hinweise“ sein. So kann zum Beispiel der Hinweis gegeben werden, dass alle verlinkten Quellen sorgfältig geprüft werden, aber nicht fortlaufend auf ihre Rechtmäßigkeit überprüft werden können. Sollten später Rechtsverletzungen auf verlinkten Seiten auftreten, kann um Hinweis gebeten werden, um dieses zu prüfen und gegebenenfalls den Link zu löschen. Dahingegen müssen Hinweise zum Datenschutz gegeben werden – ob Cookies eingesetzt werden, Serverprotokolle angelegt oder sonstige personenbezogene Daten gespeichert bzw. verarbeitet werden.

Hier gelten auch andere Sorgfaltsmaßstäbe für Privatpersonen und kleine Organisationen als für große Medienhäuser oder Konzerne, die zum einen mit mehr Personal ausgestattet sind und bei denen zum anderen das Linken Bestandteil ihrer Geschäftsmodelle ist.

Praxistip Disclaimer



Vorschlag für einen ‚Rechtlichen Hinweis‘:

Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle von Inhalten externer Links, können wir diese nicht regelmäßig prüfen. Für den Inhalt der verlinkten Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie auf verlinkten Websites Rechtsverletzungen feststellen, sind wir für einen Hinweis dankbar.

4. Weiterführende Literatur und Links

Zu den Themen dieses Manuals finden sich im Netz eine Vielzahl sehr guter und kostenloser Materialien. Hier ist eine kurze Zusammenstellung.

www.irights.info

Gute Website zum Thema Urheberrecht im Internet. Hier finden sich viele kostenlose und leicht verständliche Broschüren rund um das Thema Rechtssicherheit im Internet.

„Social Media Recht – Rechtssicher in sozialen Netzwerken unterwegs“ von Christian Solmecke (2015)
Dieses Buch behandelt leicht verständlich die wichtigsten rechtlichen Themen rund um Social Media.
Es ist kostenlos abrufbar unter: <http://wbs.is/social-media-recht-pdf>.

„Recht der Sozialen Medien“ von Rolf Schwartmann und Sara Ohr (2015)
Sehr knappe und präzise Darstellung zu allen relevanten rechtlichen Themen.

Das Skript zur Vorlesung „Internetrecht“ von Thomas Hoeren ist sehr wissenschaftlich und extrem ausführlich. Als Nachschlagewerk kann es aber auch im Arbeitsalltag nützlich sein. Es ist kostenlos abrufbar unter: https://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/itm/wp-content/uploads/Skriptum_Internetrecht_April_2017.pdf

Auf der Website der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V. finden sich viele kostenlose Broschüren und Musterformulare (www.gdd.de).

Impressum

Herausgeber

Berliner Entwicklungspolitischer Ratschlag e.V. (BER)



Der BER ist ein Netzwerk von mehr als 110 entwicklungspolitischen Organisationen und das Sprachrohr für Menschen, die sich in Berlin für globale Gerechtigkeit einsetzen. Der BER bietet eine Plattform zum Austausch und zur Qualifizierung der entwicklungspolitischen Arbeit. Er setzt sich gegenüber der Berliner Landespolitik für ein zukunftsfähiges Berlin in einer globalisierten Welt und für eine starke Zivilgesellschaft ein



Der BER steht für die »Eine Welt Stadt Berlin«: Sie ist die Vision einer nachhaltigen Stadt in einer gerechten Welt. An dieser Vision arbeiten wir gemeinsam mit den Berliner_innen und dem Land Berlin. Wir denken Landesentwicklungspolitik neu: Weg von der Entwicklung Anderer hin zu einer Veränderung unserer Stadt.

Berliner Entwicklungspolitischer Ratschlag e.V. | Am Sudhaus 2 | 12053 Berlin
www.eineweltstadt.berlin | Fon: +49 (0) 30 428 51 587
Registergericht: Amtsgericht Charlottenburg | Registernummer: VR 19016 B

Download des Manuals: <http://eineweltstadt.berlin/publikationen/weitere-publikationen/sie-sind-verhaftet/>



Dieses Manual ist im Rahmen der Promotorinnentätigkeit von Jenny Petzold entstanden. Sie arbeitet beim Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlag als Eine-Welt-Promotorin zur strukturellen Stärkung entwicklungspolitischer Organisationen:
<http://eineweltstadt.berlin/wer-wir-sind/promotor-innenprogramm/jenny-petzold/>

Text:	Jan Kalbhenn, LL.M. Rechtsanwalt
Konzept:	Jenny Petzold
V.i.S.d.P. und Redaktion	Alexander Schudy / BER e.V.
Layout:	Pia Heuer/ BER e.V.
Foto Umschlag:	Klaus_with_K_CC BY-SA 3.0
Stand:	Dezember 2017

Für den Inhalt der Publikation ist allein der Berliner Entwicklungspolitischer Ratschlag e.V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung oder der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Forschung wieder.

Die Broschüre wurde gefördert aus Mitteln des BMZ und der Berliner Landesstelle für Entwicklungszusammenarbeit.

Berliner Entwicklungspolitischer
Ratschlag BER e.V.
Am Sudhaus 2 | 12053 Berlin
T 030. 428 51 587
info@eineweltstadt.berlin
www.eineweltstadt.berlin

