

facebook – law

Mein Verein auf facebook

Recht und Gesetz – Nutzungsbedingungen
Werbe-, Promotion- und Markenrichtlinien

Malte Jörg Uffeln

Magister der Verwaltungswissenschaften

Rechtsanwalt Mediator(DAA)

Lehrbeauftragter

ra-uffeln@t-online.de

www.uffeln.eu

**„Facebook ermöglicht es dir,
mit den Menschen in deinem
Leben in Verbindung zu treten
und Inhalte mit diesen zu teilen.“,
bzw. „Facebook - Eine offene und
vernetzte Welt.“**

www.facebook.com/ www.facebook.de

Ausgangspunkt:

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“

Ziel:

Der „rechtssichere“ facebook- Auftritt

- * keine Abmahnungen**
 - * keine Klagen**
 - * keine Bußgelder**
- * keine Seitensperrung, kein KICK OFF durch**
www.facebook.de/ www.facebook.com

Der Weg zum Ziel:

- * Beachtung von **Recht und Gesetz**
(Urheberrechte, Markenrechte,
Wettbewerbsrecht, Datenschutz,
Persönlichkeits- und Fotorechte)
- * Beachtung der vielfältigen **facebook-**
Regeln und facebook- Richtlinien
<http://www.facebook.com/legal/terms>

Das Ideal:

**Der „sichere“ facebook- Auftritt mit
– wünschenswert - einem
vereinseigenen Controlling- System
(Richtlinien für Web-Nutzung;
individual social- media guide- lines)**

**Was passiert, wenn es „
knallt“ , wenn es zu einer
Verletzung von Rechten
Dritter 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

**Facebook sperrt die Seite
„Kick off des Users“**

**Haftpflichtversicherung zahlt
fast immer nicht !**

FOLGEN von Rechtsverletzungen III

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

**facebook-Usern des Vereins
drohen**

Schadenersatzansprüche

FOLGEN von Rechtsverletzungen IV

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

Die drei Grundregeln

*** 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

Folge:

**Der „ Verein“ kann eine „ Seite“ für
kommerzielle Kommunikation anlegen**

Variante 2

Unternehmenskonto

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

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

TIPPS für Vereine

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

„ Der Name des Kontos “

- * Registrierung der Domain auf den Verein
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:

„Vereinsname“ laut Satzung 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“**
 - * Variante 2 Feld „ Info“**
- * Variante 3 eigene Unterseite mit dem Titel
Anbieterkennzeichnung**

„ 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.

„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 von April 2012 dazu:

**Freund postet Foto – Abmahnung wegen
Bildrechten**

12.04.2012, 11:00 Uhr

(Quelle: www.abendblatt.de)

**Ein Facebook-Nutzer wurde wegen eines
Fotos einer Gummiente abgemahnt. Sein
Freund hatte das Bild zuvor auf seiner
Pinnwand gepostet.**

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 „ Unterlizenzierung 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“**

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
(www.gema.de)
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)

Kommunikation auf facebook

**Befolgung der Gesetze nach Ziff.5. der
facebook-Nutzungsbedingungen**

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.....“**

DAHER IMMER:

HIRN einschalten

!!!

DENKEN – PLANEN –

SCHREIBEN-

KORRIGIEREN

ERST DANN POSTEN !!!

**Haftung
für „eigene“ Inhalte**

facebook haftet nie !!!

- * § 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

Konkret im Wortlaut :

Wenn jemand einen Anspruch bezüglich deiner Handlungen, deiner Inhalte oder deiner Informationen auf Facebook gegen uns erhebt, wirst du uns von sämtlichen Schäden, Verlusten und Ausgaben (einschließlich angemessener Anwaltshonorare und Rechtskosten) schadlos halten.

**Nach AGB- Recht
(§§ 305 ff. BGB) bedenklich !!!**

*** 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**

Werbung auf der eigenen facebook- Seite

Werbung auf Unternehmensseiten ist erlaubt !

Beachte stets:

facebook- Werberichtlinien

HANDEL im INTERNET

**§§ 312 b bis 312 f. BGB
(Verbraucherschutz !).**

Informationspflichten,

Aufklärungspflichten,

**Hinweis auf Widerrufsrechte und
Datenschutz.**

„ Fernabsatzvertrag“

§ 312c BGB

Unterrichtung des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen

(1) Der Unternehmer hat den Verbraucher bei Fernabsatzverträgen nach Maßgabe des Artikels [1,1,'EGBGB'246](#) §§ 1 und 2 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche zu unterrichten.

(2) Der Unternehmer hat bei von ihm veranlassten Telefongesprächen seine

Identität und den geschäftlichen Zweck des Kontakts bereits zu Beginn

eines jeden Gesprächs ausdrücklich **offenzulegen.**

(3) Bei Finanzdienstleistungen kann der Verbraucher während der Laufzeit des Vertrags jederzeit vom Unternehmer verlangen, dass ihm dieser die

Vertragsbestimmungen einschließlich der **Allgemeinen**

Geschäftsbedingungen in einer Urkunde zur Verfügung stellt.

(4) Weitergehende Einschränkungen bei der Verwendung von Fernkommunikationsmitteln und weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften bleiben unberührt.

§ 312d BGB

Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen

(1) Dem Verbraucher steht bei einem Fernabsatzvertrag ein **Widerrufsrecht nach § 355 zu.**

Anstelle des Widerrufsrechts kann dem Verbraucher bei Verträgen über die Lieferung von Waren ein Rückgaberecht nach § 356 eingeräumt werden.

§ 355 BGB

Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen

- * 14 Tage nach Vertragsabschluss**
- * Widerrufsbelehrung muss erfolgt sein**

Kritische Bereiche:

*** „ Schwarze Liste“ (Anhang zu § 3 III UWG)
(Quelle:**

http://www.muenchen.ihk.de/mike/ihk_geschaeftsfelder/recht/Anhaenge/UWG-Reform-Merkblatt-mit-Schwarzer-Liste.pdf)

*** korrekte Preisangaben nach PAngV
(inkl. MwSt, zzgl. MwSt. zzgl. Versandkosten)**

Was 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**

Aus der „ schwarzen Liste “

Verboten ist

- * sich mit fremden Federn zu schmücken
- * Versprechen, die man nicht halten kann
- * Versprechen, die man nicht halten will
- * Verbraucher unter Zeitdruck zu setzen
- * Verbraucher Schach matt zu setzen
- * Verbraucher täuschen

- * mit **Selbstverständlichkeiten** werben
 - * **Getarnte Werbung**
 - * **Angstwerbung**
 - * **Trittbrettfahren**
- * **Schneeball- und Pyramidensystems**
 - * **Unwahrheiten, Übertreibungen, Ungenauigkeiten**
 - * **Überrumpeln / Druck aufbauen**
 - * **Verbraucher auflaufen lassen**
 - * **„Kinder, Kinder !**
 - * **untergeschobene Waren und Dienstleistungen**
 - * **Mitleidstour**

**Weitere Quelle zum Schutz
„ vor unerwünschter Werbung“**

<http://www.robinsonliste.de/>

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 Promotion werden
streng 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 !!!**

Guerilla- Marketing

(www.wikipedia.org/wiki/guerilla-marketing)

Arten

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

Rechtlich sehr bedenklich

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

..

...4.1. 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...**

Grauzone des Guerilla- Marketing

**Werbevideo, bei dem erst am Ende der
Werbende auftaucht...**

**Rechtlich nicht ganz abschliessend
geklärt**

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.....

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/brandpermission

S

„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“**

- * 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**

Recht im Internet

www.uffeln.eu

Zum Internetrecht gibt es eine sehr gute und umfangreiche Ausarbeitung von Prof. Dr. Thomas Hoeren SKRIPT Internetrecht download über die Homepage der

WWU Münster: www.uni-muenster.de/Jura-itm/hoeren/materialien/materialien.html

Die „sieben rechtlichen Todsünden“ bei der Entwicklung und Gestaltung von Webseiten behandelt Rechtsanwalt Dr. Martin Bahr in einem sehr informativen Aufsatz, download unter www.dr-bahr.com Ich nehme hierauf teilweise Bezug.

www.dr-bahr.com

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

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