

# **Facebook inside 2016**

## **Aktuelle Fragen und Probleme des social media law**

(Stand 8.3.2016)

**Malte Jörg Uffeln**  
**Bürgermeister der Brüder-Grimm-Stadt Steinau an  
der Straße**

**Magister der Verwaltungswissenschaften  
(Rechtsanwalt) Mediator(DAA) Lehrbeauftragter  
buergermeister@steinau.de  
[www.maltejoerguffeln.de](http://www.maltejoerguffeln.de)  
[www.uffeln.eu](http://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.**

# **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; kein  
Hochladen von Viren, kein tyrannisieren, einschüchtern,  
schikanieren; keine Hassreden ; keine diskriminierende,  
irreführende, böartige Handlungen**

**II.**

**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“**

**III.**

**Bilder auf facebook, im  
www.**

# **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“**

# **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.**

**IV.**

**Facebook als  
Datensammler...**

# Wann beginnt das „Daten sammeln“?

## Anlegen des Accounts

- \* Name
- \* e-mail-Adresse
- \* Geburtsdatum
- \* Geschlecht

# **Bestätigungsmail**

## **Phase 2**

- \* Freunde suchen und finden**
  - \* Heimatort und Ausbildung**

## **Phase 3** **Profilfoto**

- .... Immer wieder NEUES...**
- ... Immer wieder BILDER und Gesichter markieren....**
  - ....Immer wieder Gesichtserkennung ....**

**V.**

**Was macht facebook denn mit  
meinen Inhalten/Informationen,  
die ich poste ?**

**(Quelle:  
<https://www.facebook.com/terms>)**

# **Privatsphäre – Einstellungen „öffentlich“**

- \* „Jeder“ kann Profil lesen!**
- \* IP-Inhalte ( Fotos, Videos) können von facebook genutzt werden (IP-Lizenz)**
- \* IP-Lizenz endet bei Kontolöschung, es sei denn Inhalte sind mit anderen Usern geteilt**
- \* Löschen der IP- Inhalte = Leeren Papierkorb (Sicherheitskopien bestehen fort!)**
- \* Nutzung einer App – Zugriff auf meine Daten!**

# **VI. Ausspionieren von Accounts**

**„(Post)-Trennungs-Schnüffelei“**

- \* Kontrollieren des „ Ex“**
- \* Kontrollieren des „ neuen Freundes“  
(vorher Informieren...)**
- \* Kontrollieren der Kinder durch Eltern**
  - \* Mitarbeiter/Angestellte checken**
  - \* Bewerber checken**
- \* Spy App „ mySpy“ ( Strafbarkeit!!!)**

**Link:**

**<https://www.mspy.com.de/>**

# Was leistet myspy?

**Protokollierung sämtlicher Aktivitäten auf dem Zielgerät**

- \*Anruf-Protokolle**
  - \*GPS-Position**
- \*Kalender-Updates**
- \*Text-Mitteilungen**
  - \*E-Mails**
- \*Surf-Verhalten**

**VII.**

**Was sollte ich beachten,  
wenn ich mich bewerbe?**

# **Wo es kritisch wird/ was überwiegend nicht akzeptiert wird!**

- \* provokative Fotos oder Inhalte**
  - \* Alkohol trinken / Drogen**
- \* abschätzig Aussagen über den ehemaligen Arbeitgeber und/oder Kollegen**
- \* keine grammatikalisch korrekten Ausdrucksweise**
- \* unprofessioneller Nutzername**
  - \* Fake- Profil**

**VIII.**

**Tipps für Social Media  
Kommunikation**

- \* Ich bin alleine verantwortlich für meine  
Worte!**
- \* Ich trage meine eigene Verantwortung!**
- \* Ich bin authentisch, verschleierte keine  
Kommunikation!**
- \* Ich kommuniziere im keinem rechtsfreien  
Raum und achte die Rechte der Anderen!**
  - \* Ich verletzte nicht die Rechte Dritter**
  - \* Ich kopiere – ungeprüft – keine Inhalte  
Dritter, ich verlinke allenfalls – nach Prüfung -  
auf deren Seiten!**

- \* Ich vermeide lange Zitate! Ich kennzeichne Zitate!**
- \* Ich verwende nur eigene Bilder oder geprüfte fremde Bilder!**
- \* Wenn ich fremde Bilder verwende kläre die Urheberfrage und die Persönlichkeitsrechte!**
  - \* Ich kommuniziere besonnen!**
  - \* Ich bewahre einen kühlen Kopf!**
- \* Ich lasse mich durch nichts zu unbedachten Äusserungen hinreissen!**

**IX.**

**Was sagen die Gerichte ?**

**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

**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

**X.**

**„Fake“- Profile**

# **Fake = Fälschung**

**\* Imitat**

**\* Schwindel zur Vortäuschung  
falscher Tatsachen**

# **„Faker“ im Internet, bei facebook**

- \* „Trollen“ (mehrere fake- Profile)**
- \* Zweck: provizierendes Rollenspiel**
- \* Mehrfach- Nicknames: Sockenpuppen**
  - \* Schleichwerbung**

# **„Faker“ in Kontaktbörsen**

- \* Flirt mit leichtgläubigen Internet-Usern („heranmachen“, „Phantasien ausleben“)**
- \* „kleine“ und grosse Schwindeleien (falsches Alter)**
- \* Identitätswechsel (Mann zu Frau)**
  - \* Jugendliche als Erwachsene**

# Gründe für Fake- Profile

- \* **Cyber- Grooming ( ältere Menschen wollen Kontakt zu Kindern aufnehmen)**
- \* **Ausspionieren von Opfern, Abzocken, Daten klauen**
  - \* **Chancen bei Online- Flirts erhöhen**
  - \* **Cyber- Mobbing ( Spaß haben, andere mobben)**

# **Was kann ich gegen „Faker“ tun ?**

- \* nicht kommunizieren**
- \* Sachlage klären, sich mit Anderen beraten**
- \* Meldung an den Moderator, Portalbetreiber**
  - \* Echtheit des Profils testen, melden**

# **TIPPS im Umgang mit potenziellen Fakern**

- \* Skepsis bei Kontakten mit neuen Usern**
  - \* Nicht alles glauben, was schriftlich erzählt wird**
- \* Wenig „preis geben“ vom eigenen Leben**
- \* Sprechen vor einem Date (Telefon statt Chat)**
  - \* Erfahrungen Anderen mitteilen**

# **Checkliste**

## **„Fake- Profile erkennen!**

- \* Zurückhaltung bei „ unerwarteter Kontaktaufnahme“**
- \* Bildern nicht trauen. Bild speichern. Bild googlen mit Google Bildersuche**
- \* Finger weg von kostenpflichtigen Nummern per SMS, keine Zahlungen**
- \* Rechtschreib- und Grammatikfehler verifizieren  
(schlechtes Deutsch= Fake; Beispiel badoo.com)**
- \*Stets vollständige Namen prüfen !**

- \* Singlebörsen: Auf ein Treffen drängen !!!**
- \* Catfishes melden (digitale Hochstapler)**
- \* Vorsicht bei finanziellen Forderungen  
(Geldabzocke)**
  - \* Profile löschen und blockieren !**
- \* ggf. Strafanzeige wegen Betrug (§ 263 StGB)**

**XI.**

**Cybermobbing**

# 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>)

# **Cyber-Mobbing**

**=**

**Diffamierung, Belästigung, Nötigung,  
Bedrängung im Internet**

- \* Internet- Mobbing**
- \* Cyber- Bullying**
- \* Cyber- Stalking**

# Charakteristika

- \* vielschichtige Motive  
(schikanieren, bloßstellen, dissen, sich wehren, rächen)**
- \* Anonymität des www. fördert Cyber-Mobbing  
(„Dem Gegenüber muss ich nicht ins Gesicht schauen!“)**

# **Online Disinhibition Effect**

**(Online- Enthemmungseffekt)**

**Menschen im www. fällt es schwerer Impulse zu zügeln, wenn unmittelbare – direkte – soziale Kontrolle wegfällt oder nicht direkt spürbar ist.**

# **Cyber-Mobbing durch Kids im Cyberspace**

- \* anonyme Gerüchte per Handy**
- \* Filmen hinter dem Rücken und  
Veröffentlichen des Videos**

**„Das Internet vergisst nichts!“**

# **Was sagt die Wissenschaft ?**

- \* jeder 5 Jugendliche ist beteiligt**
- \* Täter und Opfer- Rollen wechseln**  
**TäterOpferTäter**

# Ursachen:

- \* **Angst ( Agieren statt Reagieren!)**
    - \* **Cool sein ( Anerkennung)**
    - \* **interkulturelle Konflikte**
    - \* **„Spaß haben“ ( Langeweile)**
  - \* **Machtdemonstration (Stärke zeigen)**
  - \* **eigene Minderwertigkeitskomplexe**
    - \* **Persönliche Krisen verarbeiten**
- (zerbrochene Ehe, zerbrochene Liebe, Hass, Neid)**

# **Rechtliche Aspekte**

**Cyber-Mobbing ist „noch“ kein  
eigener Straftatbestand**

- \* Beleidigung(en), §§ 185 ff. StGB**
- \* Verletzung des persönlichen Lebens- und Geheimnisbereichs ( §§ 201 ff. StGB)**
  - \* Nachstellung, § 238 StGB**
  - \* Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts (Art., 1, 2 GG)**
- \* Verletzung des Rechts am eigenen Bild ( § 23 KUG)**

# **XII.**

# **Literaturhinweis**

# **Literaturhinweis:**

**Leah Pearlman/  
Carloyn Abram**

**„ Facebook für Dummies“**

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

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

**Ihr  
Malte Jörg Uffeln  
[www.maltejoerguffeln.de](http://www.maltejoerguffeln.de)**