

## TEIL 10 VON 12

# Rechtsfallen in Internet und Social Media

Das Internet ist aus dem heutigen Leben nicht mehr wegzudenken und auch die Kommunikation auf Social-Media-Plattformen wie Facebook und Xing ist geradezu alltäglich geworden.

Nachdem wir im letzten Beitrag bereits auf das Urheberrecht und das Persönlichkeitsrecht bei der Verwendung von Fotos im Internet eingegangen sind, widmen wir uns heute dem Impressum, der Datenschutzerklärung, dem Haftungsausschluss und der Verwendung von Mitarbeiterfotos.

## IMPRESSUM PFLICHT?

Internetauftritte, denen eine geschäftsmäßige Tätigkeit zugrunde liegt, müssen immer über ein Impressum verfügen. Das gilt nicht nur für die betriebseigene Homepage, sondern auch dann, wenn man bei Facebook aktiv ist oder einen Blog unterhält. Bei Fanseiten eines Unternehmens ist das noch eindeutig, was aber, wenn man als Privatperson einen Facebook-Account unterhält und diesen Account gleichzeitig dazu nutzt, Betriebsneuheiten zu posten oder andere Informationen mit geschäftlichem Bezug zu verbreiten? Entscheidend in so einem Fall ist, wie der Account schwerpunktmäßig genutzt wird. Liegt der Schwerpunkt auf meinen geschäftlichen Aktivitäten, dann brauche ich auch bei einem eigentlich privaten Account ein Impressum. Poste ich allerdings hauptsächlich Fotos und Beiträge aus meinem Privatleben, beispielsweise vom letzten Urlaub und nur einzelne Beiträge zu meinem Betrieb, dann brauche ich kein Impressum. Natürlich kommt es auch darauf an, ob mein Account geschlossen, also nur für Freunde sichtbar ist, oder ob jeder auf meine Pinnwand schauen kann. Wenn ich einen geschlossenen Account habe und wirklich nur Freundschaftsanfragen von Leuten bestätige, die ich tatsächlich (näher) kenne, dann brauche ich kein Impressum.



Bild: Brian Jackson / iStock / thinkstock

## ZWECK DES IMPRESSUMS

Zweck des Impressums ist, im Falle von Rechtsverletzungen zu gewährleisten, dass man sich schnell an denjenigen wenden kann, der die Rechtsverletzung beseitigen kann. Folglich müssen in einem Impressum der Name, die Anschrift, die Rechtsform und die vertretungsberechtigten Personen angegeben werden (im Grunde also alle Angaben, die man für eine Klage benötigen würde). Bereits kleine Verstöße gegen die Impressumspflicht können von Wettbewerbern abgemahnt werden. Daher sollte auf ein korrektes Impressum großer Wert gelegt werden.

Wichtig ist auch, dass das Impressum leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar ist. Dabei kann man sich an der sog. Zwei-Klick-Regel orientieren. Wenn

man also innerhalb von zwei Klicks auf das Impressum gelangt, ist es in der Regel unmittelbar erreichbar. Allerdings muss man unbedingt beachten, dass es auch leicht erkennbar ist. Muss ein durchschnittlich erfahrener Internetnutzer erst eine Weile auf der Seite herumsuchen, bis er das Impressum findet, kann man nicht mehr von einer leichten Erkennbarkeit sprechen. Man kann bei der Gelegenheit mal überprüfen, ob die Homepage und der Facebookauftritt des eigenen Betriebes auch tatsächlich über ein Impressum verfügt. Falls nicht, sollte dies schnellstmöglich nachgeholt werden.

### DATENSCHUTZERKLÄRUNG

Neben dem Impressum ist es erforderlich, eine Datenschutzerklärung auf der Homepage bereitzustellen. (Bei Facebook ist das nicht erforderlich, weil der Plattformbetreiber selbst eine solche Datenschutzerklärung bietet.) In der Datenschutzerklärung muss über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung von personenbezogenen Daten sowie deren Weitergabe aufgeklärt werden. Auf den meisten Homepages findet man einen generellen Haftungsausschluss, der so oder so ähnlich lautet:

*„Der Betrieb XY hat keinerlei Einfluss auf die aktuelle und künftige Gestaltung und auf die Inhalte von per Link verknüpften Seiten. Deshalb distanziert er sich hiermit ausdrücklich von allen Inhalten aller verlinkten Seiten.“*

Ein solcher genereller Haftungsausschluss ist nach deutschem Recht allerdings unwirksam. Man muss folglich seine Seite regelmäßig auf die Rechtmäßigkeit ihrer Inhalte überprüfen.

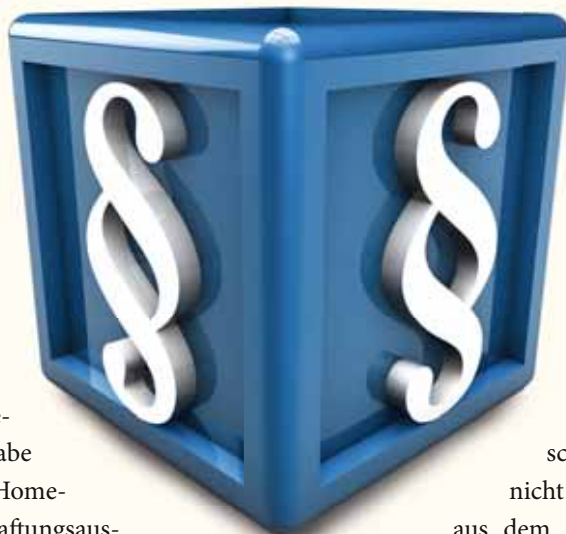
### BILDRECHTE VON TOTEN

Im letzten Beitrag haben wir bereits das Persönlichkeitsrecht angesprochen, das bei der Verwendung von Fotos, auf denen Personen abgebildet sind, beachtet werden muss. Grundsätzlich erlischt das Persönlichkeitsrecht nicht mit dem Tod einer Person. Das Recht geht mit dem Tod auf den oder die Erben über. Selbstverständlich gilt das Persönlichkeitsrecht jedoch nicht ewig: Zehn Jahre nach dem Tod erlischt es, d. h. anschließend dürfen Fotos der Person auch ohne die Zustimmung der Erben verwendet werden.

### BILDER VON MITARBEITERN

Nun aber zu den Mitarbeiterbildern: Grundsätzlich haben Mitarbeiter wie jeder andere auch das Recht am eigenen Bild.

Man kann Mitarbeiter also nicht dazu zwingen, sich beispielsweise für den Internetauftritt der Firma fotografieren zu lassen. Anders ist es jedoch, wenn es zur Jobbeschreibung des Mitarbeiters gehört, für die Kunden oder Geschäftspartner das Gesicht der Firma zu sein. Dies ist beispielsweise bei einem Pressesprecher der Fall. Was für Fotos am Arbeitsplatz gilt, gilt natürlich erst recht für Fotos von Firmenfeiern. Nur weil jemand auch zur Firmenfeier geht, bedeutet das nicht, dass derjenige auch damit einverstanden ist, sein Foto am nächsten Morgen bei Facebook zu finden.



### BESTEHENDE FOTOS

Was ist mit bereits ins Netz gestellten Bildern, wenn der Mitarbeiter nicht mehr im Unternehmen tätig ist (gekündigt wurde oder gekündigt hat)? Wenn der Mitarbeiter während seiner Tätigkeit im Unternehmen die Einwilligung dazu erteilt hat, dass das Foto beispielsweise auf der Homepage des Unternehmens erscheint, so erlischt diese Einwilligung nicht automatisch mit dem Ausscheiden aus dem Unternehmen. Allerdings hat der (ehemalige) Mitarbeiter das Recht, die Einwilligung aus wichtigem Grund zu widerrufen. Automatisch widerrufen wird die Einwilligung, wenn der Mitarbeiter Repräsentant des Unternehmens war und im Internet noch immer als solcher aufgeführt wird. Im Internet gibt es also mehr zu beachten, als man auf den ersten Blick meint. Das sollte jedoch keine Angst machen, aber im Zweifel – besonders im geschäftlichen Bereich – sollte man sich erkundigen, ob der eigene Internetauftritt aus rechtlicher Sicht in Ordnung ist.



AUTOR



**Julia Reisch ist Rechtsanwältin  
in der Kanzlei Schaudt Rechtsanwältinnen in Stuttgart.  
E-Mail: reisch@schaudt.eu**