

Facebook und Co.

TECHNISCHES UND RECHTLICHES KNOW-HOW

Zentrale Themen

DISKUSSIONSFLUSS:

- Facebook, Instagram und Whatsapp
- Konten, Profile, Einstellungen
- Was muss ich rechtlich beachten?

FACEBOOK:

soziales Netzwerk, mit dem sich Menschen auf der ganzen Welt miteinander vernetzen und Inhalte untereinander teilen

INSTAGRAM:

Instagram ist ein kostenloses Soziales Netzwerk, bei dem Mitglieder Bilder und Video-Inhalte hochladen und mit ihren Followern teilen

WHATSAPP:

WhatsApp ist ein Messenger, mit dem über Internetverbindung am Smartphone mit anderen Nutzern geschattet, telefoniert und div. Medien geteilt werden können

FACEBOOK:



- Gratis einen öffentlichen Online-Auftritt haben
- Sich mit Personen, die sich für Ihre VHS oder das Thema interessieren, verbinden
- Informationen zu "Fans"/Followern transportieren
- Eine Community bilden und diese für Ihre Themen begeistern
- Marketing für die Einrichtung/die VHS betreiben und sie bekannter machen
- Neue Leute erreichen > Teilnehmende gewinnen
- Leute dazu motivieren, Veranstaltungen und Kurse zu besuchen
- Nutzer von Facebook auf Ihre Website bringen



INSTAGRAM:

- Instrument zur Nachwuchsförderung
 - zeigen, was Ihre VHS macht und wer dahinter steckt
 - herausstellen, welche Aktivitäten vor allem für junge Menschen attraktiv sind
 - Junge Zielgruppen erschließen
- kostenfreien Öffentlichkeitsarbeit/Werbetrommel

HAUPTPROFIL IN FACEBOOK

KONTOINFORMATIONEN:

Die Kontaktinformationen, Spracheinstellungen, Zahlungsoptionen und andere allgemeine Informationen zu Ihrem Konto.

SICHERHEIT:

Login-Informationen, Apps und Websites, die mit dem Konto verknüpft sind, sowie Aktivitäten außerhalb von Facebook (z. B. Verknüpfung zu Instagram).

WERBEANZEIGEN:

Festlegen, welche Daten Facebook zur Personalisierung von Werbung verwenden darf.

LÖSCHEN ODER DEAKTIVIEREN DES FACEBOOK-KONTOS:

Beim Löschen und Deaktivieren werden auch alle Profile gelöscht oder deaktiviert, die mit dem Facebook-Konto zusammenhängen.

UNTERNEHMENSSEITE IN FACEBOOK:

Unternehmensseiten auf Facebook sind Facebook-Profile Ihrer Firma mit verschiedenen Informationen wie Adresse, Kontakt und Öffnungszeiten zu Ihrem Unternehmen, Ihrer Gruppe, Volkshochschule ...

**NEUIGKEITEN DIREKT AN DIE
KUNDEN:INNEN/FOLLOWER:INNEN
WEITERLEITEN**

VIDEOS, BILDER, TEXTE:

User bleiben an Bildern und Videos eher hängen als an langen Texten
- so generieren Sie eine hohe Reichweite.

REGELMÄSSIGE POSTINGS:

als Volkshochschule immer präsent sein – kreieren Sie Content für IHRE Zielgruppen/Kunden.

INTERAKTION MIT DEM USER:

Beantworten Sie Fragen, liken Sie Kommentare Ihrer Follower.

WERBUNG:

Durch das Schalten von Werbeanzeigen können Sie mehr User auf sich aufmerksam machen und ggf. als Kunden gewinnen.

INSIGHTS:

Die spezielle Analyseseite der Plattform bietet Ihnen als Volkshochschule einen Einblick in die Zielgruppe, welche Posts besonders beliebt sind oder wann Ihre Kunden online sind und sich ein Posting lohnt.

UNTERSCHIED KONTO UND PROFIL



FACEBOOK-PROFIL:

- grundsätzlich erforderlich, Hauptprofil ist das eigentliche Profil in Facebook
- das Hauptprofil muss aktiv sein, um weitere Facebook-Profile zu erstellen und Konten zu verwenden
- dieses Profil repräsentiert Ihre Volkshochschule auf Facebook und vermittelt damit Informationen, wie z. B. Fotos, Videos, Standort etc.



FACEBOOK-KONTO:

- Informationen zur Person, wie z. B. Namen, E-Mail-Adresse und Handynummer sowie ein Geburtsdatum und Geschlecht.
- Erstellung eines Passwortes, mit dem zur Anmeldung auf das Konto und auf das Hauptprofil zugegriffen werden kann

PRIVATSPHÄRE-EINSTELLUNGEN:

Festlegung, wer z. B. einen Beitrag Ihres Profils sehen kann.

PROFIL- UND MARKIERUNGSEINSTELLUNGEN:

hier wird definiert, was auf Ihrem Profil angezeigt wird und was nicht.

BLOCKIERUNGSEINSTELLUNGEN:

Legen Sie fest, WEN Sie ggf. für welches Profil blockieren möchten.

MESSAGING:

Die Benachrichtigungs- und Profileinstellungen der einzelnen Profile werden nicht auf alle anderen Facebook-Profile übertragen.

Möglichkeit, einige Einstellungen für jedes Profil individuell zu verwalten.

PROFIL- EINSTELLUNGEN

Zu beachten:

- Eigene Profile sollten als “Freunde” hinzugefügt werden
- Jedes Profil sollte denselben Gruppen beitreten
- Alle Profile sollten mit denselben Inhalten wie z. B. Beiträgen interagieren
- die Blockierungsfunktion gilt nur für ein Profil und wird nicht für alle anderen Profile übernommen

HINWEIS:

Facebook teilt Informationen mit Strafverfolgungsbehörden und reagiert auf rechtliche Anträge gemäß der Datenrichtlinie von Facebook und den Informationen der Strafverfolgungsbehörden.

Dazu können auch Informationen zu Ihren weiteren Facebook-Profilen gehören.

OPT-IN-FUNKTION:

Um Informationen oder Werbung erhalten, müssen Nutzer:innen ausdrücklich zustimmen. Dazu müssen sie sich anmelden, beispielsweise mit ihrer E-Mail-Adresse, und in die Verwendung ihrer Daten einwilligen.

- Opt-in zu umfangreichen Datenverarbeitungen inklusive Tracking und Profiling für personenbezogene Werbung

AKTIVIERUNG DER ZWEISTUFIGEN AUTHENTIFIZIERUNG

Die zweistufige Authentifizierung ist eine Sicherheitsfunktion, zusätzlich zum Passwort des Facebook-Kontos.

- Bei jeder Anmeldung wird ein spezieller Anmeldecode, eine Anmeldebestätigung verlangt
Ergänzend wird eine Warnung verschickt, wenn von Browsern bzw. Geräten auf das Konto zugegriffen wird, die Facebook bis dahin unbekannt sind.

WAS MUSS ICH RECHTLICH BEACHTEN?



REICHT EIN EINTRAG IN MEINER DATENSCHUTZERKLÄRUNG AUS?

- Ein Eintrag in der eigenen Datenschutzerklärung ist zwingend erforderlich
- Dessen Fehlen würde wegen Verletzung der Informationspflicht selbst einen Datenschutzverstoß darstellen
- Die Datenschutzerklärung ist zwar erforderlich und sollte Hinweise zum Einsatz der Facebook-Dienste enthalten, sie macht jedoch den Einsatz nicht rechtmäßig.

WELCHE NACHTEILE DROHEN MIR?

Falls eine Verarbeitung durch Facebook als rechtswidrig eingestuft werden sollte, drohen die folgenden Nachteile:

- Untersagungsverfügungen von Datenschutzbehörden oder Zwangsgeld bei Nichtbefolgung (ggf. Bußgelder)
- Abmahnungen von Mitbewerbern (wobei es weiterhin ungeklärt ist, ob Datenschutzverstöße von Mitbewerbern abmahnbar sind)
- Abmahnungen von klagebefugten Organisationen (z. B. der Verbraucherzentrale, wie im Fall des Like-Buttons geschehen, s.u.)
- Abmahnungen von betroffenen Nutzern (d.h. der Besucher der Facebook-Seiten und Webseiten mit Social-Plugins)

IMPRESSUM:

Impressumspflicht:

- Das Impressum ist unter dem Punkt Info zu finden.
- Auf der Unterseite Info/Impressum befindet sich ein Link, der zum Impressum auf der Website der Volkshochschule führt bzw. führen sollte

-> Diese Angaben sind verpflichtend. Verstöße können im schlimmsten Fall zu einer Sperrung der Seite führen.

GEWINNSPIELE UND PROMOTIONS:

Veranstalter eines Gewinnspiels oder einer Promotion handeln auf eigenes Risiko und werden von Facebook nicht unterstützt

FOTOS UND VIDEOS:

Für alle auf der eigenen Facebook-Seite verwendeten Fotos, Grafiken und Videos gilt: Diese unterliegen dem geltenden Urheberrecht. Und liegt dieses nicht beim Betreiber der Facebook-Seite, darf er die Bilder, Grafiken und Videos auch normalerweise nicht ohne Weiteres verwenden.

- **Bilder aus eigener Hand:** Selbst hergestellte Fotos, Grafiken und Videos dürfen nach § 12 UrhG verwendet werden, insofern ihr Inhalt die Richtlinien von Facebook nicht verletzt:
 - Sind auf den Fotos und Videos Personen zu erkennen?
 - Recht am eigenen Bild -> jeder Mensch hat das Recht, selbst darüber zu bestimmen, ob und in welchem Zusammenhang Bilder von ihm veröffentlicht werden
- **Bilder von Bilderdiensten:**
 - Portale wie iStockphoto, Fotolia, Pixelio und Getty Images bieten gegen Bezahlung die Nutzungsrechte an Bildern laut § 31 Abs. 2 UrhG.
 - Dabei unterscheiden sich sowohl das Angebot als auch die Nutzungsbedingungen der einzelnen Bilderdatenbanken voneinander
- **Bilder, die unter einer Creative-Commons-Lizenz stehen:**
 - Flickr > die Bilder unter kostenfreien Creative-Commons-Lizenz
 - Lizenz bezieht sich ebenfalls auf § 31 Abs. 2 UrhG und erlaubt die Nutzung der angebotenen Bilder, jedoch unter Einhaltung bestimmter Auflagen

Beispiel: Nennung und Verlinkung des Urhebers, Nennung und Verlinkung der jeweiligen Lizenz, Verzicht auf Bearbeitungen am Bild vorzunehmen, nicht-kommerzielle Nutzung der Bilder.

NAMENSWAHL:

- Keine fremden Marken- und Namensrechte verletzen
 - Eine Verletzung dieser kann Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche nach sich ziehen
-

INHALTE:

- Facebook-Fans posten > der Betreiber der Seite haftet grundsätzlich nicht für deren Postings
 - Außer: Der Betreiber kommentiert oder versäumt es, deren Löschung in die Wege zu leiten
- Facebook behält sich die Nutzungsrechte an allen eingestellten Inhalten vor > Nutzungsrechte verfallen, wenn die jeweiligen Inhalte gelöscht werden > bleiben aber über einen gewissen Zeitraum bei Facebook gespeichert

Inhalte, die einmal auf Facebook veröffentlicht wurden, werden der eigenen Kontrolle so gut wie entzogen sind.

Kann man als Volkshochschule oder Verein eine Facebook-Fanpage DSGVO-konform nutzen, ohne datenschutzrechtlich nötige Voraussetzungen zu erfüllen?

- Facebook bietet für bestimmte Dienstleistungen einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung. (kurz: AV-Vertrag) an > für Unternehmen mit Sitz in der EU und der Schweiz > Einbezug bei der Verwendung von Custom Audiences (Targeting-Option für Werbeanzeigen, um die Zielgruppe aus Facebook-Nutzern aufzubauen) und bestimmten Analysediensten

*--> es bestehen aber Zweifel, ob der von Facebook zur Verfügung gestellte Vertrag überhaupt ein geeignetes Instrument zur Begründung einer Auftragsverarbeitung im Sinne des **Art. 28 DSGVO** darstellt. Einige erforderliche Regelungen sind gar nicht enthalten, andere nur in abgeschwächter Ausgestaltung. Es sei zu beachten, dass auch in tatsächlicher Hinsicht ein Auftragsverhältnis im Sinne des **Art. 28 DSGVO** vorliegen muss. Jedenfalls nach alter Rechtslage wurde z. B. Custom Audiences nicht als Auftragsverhältnis angesehen, da Facebook einen gewissen Handlungs- und Entscheidungsspielraum bei der Ausspielung von Werbung hatte.*

- Bei Facebook selbst ein Impressum anlegen, z. B. Impressumsgenerator von e-Recht24 nutzen
- Bei Facebook eine Datenschutzerklärung anlegen, in der Sie die Betroffenen nach Art. 12 ff DSGVO informieren
 - WER WOFÜR verantwortlich ist und an WEN sie sich wenden müssen, um ihre Rechte geltend zu machen
- Auch im Verfahrensverzeichnis aufführen > Rechtsgrundlage "berechtigte Interessen" sieht Risikoabwägung vor