

SOCIAL MEDIA UND RECHT: WAS DU DARFST UND WAS NICHT

Das eigene Bild

Eine der Hauptgefahrenquellen in rechtlicher Hinsicht ist die Verwendung von Fotos und Videos. Es sind einerseits die Interessen der abgebildeten Personen zu wahren und andererseits die Rechte der Urheber und Leistungsschutzberechtigten, dh. der Hersteller der Fotos und Videos, zu beachten.

§ 78 des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) regelt das Recht am eigenen Bild (**Bildnis-schutz**). Demnach dürfen Bildnisse von Personen nicht veröffentlicht werden, wenn dadurch **berechtigte Interessen der abgebildeten Person** verletzt würden. Die abgebildete Person wird vor Missbrauch geschützt und die Abbildung darf nicht etwa zu Missdeutungen Anlass geben und keine entwürdigende oder herabsetzende Wirkung haben. Maßgeblich sind auch der Begleittext und die Bildunterschriften. Wenn berechtigte Interessen des Abgebildeten verletzt würden, ist die Veröffentlichung der Abbildung nur mit dessen Einwilligung zulässig. Bei Verwendung von Fotos zu Werbezwecken ist stets vorab die Einwilligung der abgebildeten Personen einzuholen.

Zusätzlich zu den Rechten der abgebildeten Personen sind auch die Rechte der Urheber und der Leistungsschutzberechtigten zu beachten. Nahezu jedes Foto und Video unterliegt dem **Urheber- bzw. Leistungsschutzrecht**. Der Urheber bzw. Hersteller verfügt über die ausschließlichen **Werknutzungsrechte**. Will man daher ein Foto bzw. Video verwenden, ist dies grundsätzlich nur mit Zustimmung des Rechteinhabers zulässig. Dies bedeutet, dass man sich vor Verwendung eines Fotos oder Videos um eine entsprechende **Lizenz** (Werknutzungsbewilligung) bemühen muss.

Bin ich verantwortlich für fremde Inhalte?

Insbesondere in sozialen Medien stellt sich die Frage, ob der Betreiber einer Seite oder eines Profils auch für rechtswidrige Inhalte verantwortlich gemacht werden kann, die von anderen Nutzern gepostet werden.

Gemäß § 16 E-Commerce-Gesetz (ECG) gilt für Host-Provider ein **Haftungsprivileg**. Demnach ist ein Host-Provider, also jemand der Speicherplatz **für fremde Inhalte** zur Verfügung stellt (etwa auch ein Chat- oder Forumsbetreiber oder der Betreiber einer Facebook-Seite), für die von einem anderen Nutzer eingegebenen Inhalte nicht verantwortlich. Werden zum Beispiel in einem Facebook-Profil von einem anderen Nutzer rechtswidrige Kommentare gepostet, haftet der Profilinhaber dafür grundsätzlich nicht. Es besteht keine generelle

Überwachungspflicht. Sobald der Seiten- oder Profilhhaber jedoch **von rechtswidrigem Inhalt Kenntnis** erlangt (zB durch Hinweis eines Betroffenen), muss er **unverzüglich tätig werden** und die rechtswidrigen Inhalte löschen oder den Zugang zu ihnen sperren.

Vorsicht mit dem Namen

§ 43 ABGB regelt den Schutz des Namens. Jede Person (auch Firmen und Vereine) hat das Recht, nicht durch unbefugten Gebrauch ihres Namens beeinträchtigt zu werden. Bei der Wahl von Profilnamen sollte man daher sehr sorgfältig vorgehen und keine Namen anderer Personen oder Firmen verwenden, um nicht in deren **Namensrechte** einzugreifen.

Die Verwendung von Bezeichnungen, die eine Ähnlichkeit zu geschützten Marken aufweisen oder mit diesen gar ident sind, kann eine **Markenrechtsverletzung** darstellen und sollte vermieden werden.

Außerdem dürfen Social-Media-Profile von Unternehmen **nicht irreführend** sein. Der Profilname sollte stets einen Bezug zum jeweiligen Unternehmen haben. Ein Profilname darf nicht über das dahinterstehende Unternehmen in die Irre führen, etwa in dem dieses verschleiert wird, oder über die Herkunft der über das Profil beworbenen Waren und Dienstleistungen hinwegtäuschen. Dies ergibt sich aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), wonach unlautere Geschäftspraktiken, insbesondere **aggressive oder irreführende Geschäftspraktiken, verboten** sind.

Mitbewerber

Aus dem UWG ergibt sich etwa auch, dass Mitbewerber nicht unsachlich herabgesetzt oder bloßgestellt werden dürfen und Werbeaussagen nicht unsachlich oder irreführend sein dürfen.

Vergleichende Werbung ist nur in engen Grenzen zulässig. Sie darf sich nur auf nachprüfbar, wesentliche und typische Eigenschaften der verglichenen Produkte beziehen und es darf nur tatsächlich vergleichbares miteinander verglichen werden.

Darüber hinaus darf fremde Leistung nicht ausgebeutet werden, das heißt die Übernahme etwa von Texten, Layouts, Produktdesigns von Mitbewerbern für eigene Zwecke ist unzulässig.

Wer bin ich?

Für Unternehmen gilt auch in sozialen Medien – etwa bei Betreiben eines Facebook-Profiles – die Impressumspflicht (gleich wie für Webseiten). Aus dem Unternehmensgesetzbuch (UGB), der Gewerbeordnung (GewO) und dem ECG ergeben sich **gewisse Pflichtangaben**, die jedenfalls zu veröffentlichen sind. Dazu zählen Name bzw. Firma laut Firmenbuch, Rechtsform, Firmensitz bzw. Standort der Gewerbeberechtigung, Firmenbuchnummer und -gericht, die volle geografische Anschrift, E-Mail, Telefon, Fax, allfällige Mitgliedschaften bei der Wirtschaftskammer, die zuständige Aufsichtsbehörde, die anwendbaren gewerbe- oder berufsrechtlichen Vorschriften samt einem Zugang dazu (Link) sowie Berufsbezeichnung und

UID-Nummer. Darüber hinaus können sich aus dem Mediengesetz noch weitere Offenlegungspflichten ergeben.

Ehrenbeleidigung

Vorsicht ist stets dann geboten, wenn Inhalte gepostet werden, die jemand Anderen in ein schlechtes Licht rücken. Gemäß § 1330 des Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuches (ABGB) ist es untersagt, eine Person in ihrer Ehre zu beleidigen oder durch unwahre Behauptungen in ihrem Kredit, Erwerb oder Fortkommen zu gefährden.

[RA Mag. \(FH\) Mag. Florian Pum](#)