

Facebookauftritt für PTS

Ein Facebook-Auftritt sollte heutzutage für Schulen zum guten Ton gehören. Es gibt kaum eine bessere und einfachere Möglichkeit, um mit SchülerInnen/Eltern/Firmen in Kontakt zu treten und mit diesen ebenso einfach wie effektiv zu kommunizieren. So zeigt die Studie „Social Media Schweiz“ aus 2012 der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW), dass Profile für die Öffentlichkeitsarbeit und Imagepflege bedeutsam sein können.

- Viele Schülerinnen und Schüler informieren sich heute über Facebook (siehe JAMES-Studie der ZHAW). Darunter sind auch potentielle Schülerinnen und Schüler der eigenen Schule, die sich über ein FB-Profil ein Bild machen.
- Eltern nehmen die Schule auch über Facebook wahr und könnten – im Sinne eines Newsletters – über Statusupdates auf dem Laufenden gehalten werden.
- Eine Schule unterhält viele Anlässe, wo externe Gäste eingeladen werden, die ebenfalls über Facebook beworben und dokumentiert werden können.
- Auch Schulerfolge können über FB und entsprechende Likes verbreitet werden und zu einem positiven Image einer Schule beitragen.
- Viele Abgänger tragen in ihre FB-Profile ein, dass sie diese Schule besucht haben.

Grundsätzlich – und das ist ganz wichtig – entstehen Profile auf Facebook teilweise ganz von alleine. Für praktisch alle Schulen gibt es Profile und Seiten – auch wenn die Schule selbst gar keine Anstrengungen unternimmt oder unternehmen will. Diese Profile werden von Schülerinnen, Schülern (auch ehemaligen) und auch Lehrpersonen angelegt oder automatisch generiert.

Unterhält man sie nicht aktiv, läuft man Gefahr, dass man die Kontrolle über die externe Kommunikation verliert.

Leider lauern auf Social Media bei der Erstellung und der Betreuung einer Facebook-Seite jedoch zahlreiche Fallen, die nicht unterschätzt werden dürfen, und deren Konsequenzen von einer Sperrung der Facebook-Seite über

Abmahnverfahren bis hin zu schwerer wirtschaftlicher Schädigung reichen können. Aus diesem Grund ist es überaus wichtig, den Auftritt auf Facebook rechtssicher und professionell zu gestalten. So bleiben juristische Schwierigkeiten aus.

Impressum

Ebenso wie auf anderen Websites herrscht auch bei Facebook eine Impressumspflicht. Diese ist in unterschiedlichen Gesetzen festgelegt (Mediengesetz, E-Commerce-Gesetz, Telekommunikationsgesetz, Datenschutzgesetz und Urheberrechtsgesetz): Prinzipiell sind folgende Informationen **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar** zu halten:

1. Namen und die Anschrift
2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit dem Betreiber ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post, (...)

Die Facebook-Seite einer Schule fällt eindeutig in diese Regelung, denn sie wird weder zu privaten noch persönlichen Zwecken betrieben.

Es gibt prinzipiell zwei Möglichkeiten für ein Facebook Impressum:

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

Wird das Impressum von der Unternehmens-Website verlinkt, muss unbedingt darauf geachtet werden, dass der Name des Betreibers der Website mit jenem der Facebook-Seite übereinstimmt. Es ist empfehlenswert, im Impressum der Website anzuführen, dass dieses auch für die Facebook-Seite gilt.

Einen besonderen Stolperstein kann auch die mobile Version der Facebook-Seite darstellen, da das Impressum auf dieser oft nicht richtig angezeigt wird. Hier ist daher unbedingt darauf zu achten, dass das Facebook Impressum nicht nur auf der Desktop-Version richtig aufscheint, sondern auch auf der mobilen Variante.

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 nicht ohne Weiteres verwenden. Je nach Quelle des Bildmaterials gelten unterschiedliche Bestimmungen:

- 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. Problematisch kann es jedoch auch hier werden, wenn auf den Fotos und Videos Personen zu erkennen sind. Dann kommt nämlich das Recht am eigenen Bild zum Tragen. Dieses besagt, dass jeder Mensch das Recht hat, selbst darüber zu bestimmen, ob und in welchem Zusammenhang Bilder von ihm veröffentlicht werden. So besagt § 22 des 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. (...) In §§ 23 und 24 KunstUrhG sind jedoch Ausnahmen von dieser Regelung festgehalten. So dürfen etwa Bilder von Personen, die nur als Beiwerk einer Landschaft oder einer sonstigen Örtlichkeit erscheinen, sowie Bilder von Versammlungen und ähnlichen Veranstaltungen, an denen die Personen teilgenommen haben, ohne erforderliche Einwilligung veröffentlicht werden. Dies gilt jedoch nur so lange, wie ein berechtigtes Interesse der dargestellten Personen oder deren Angehöriger, falls die betreffenden Personen bereits verstorben sind, nicht verletzt wird. Bei Personen der Zeitgeschichte, die in der Öffentlichkeit stehen, macht das Gesetz ebenfalls eine Ausnahme. Hier muss im Zweifelsfall laut Europäischem Gerichtshof für Menschenrechte jedoch

zwischen KunstUrhG und Allgemeinem Persönlichkeitsrecht abgewogen werden. Besonders wichtig für Unternehmen: Sind auf den selbst hergestellten Fotos Mitarbeiter zu sehen, gilt deren Einwilligung nur so lange als erteilt, so lange auch ihr Arbeitsverhältnis aufrecht ist. Sollen die Bilder über die Dauer des Arbeitsverhältnisses hinaus verwendet werden, müssen die Mitarbeiter hierfür gesondert ihr Einverständnis geben.

- 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 zählt zu den bekanntesten Fotoportalen, die Bilder unter einer kostenfreien Creative-Commons-Lizenz anbieten. Diese Lizenz bezieht sich ebenfalls auf § 31 Abs. 2 UrhG und erlaubt die Nutzung der angebotenen Bilder, jedoch unter Einhaltung bestimmter Auflagen. Zu diesen zählen unter anderem die Nennung und Verlinkung des Urhebers, die Nennung und Verlinkung der jeweiligen Lizenz, der Verzicht, Bearbeitungen am Bild vorzunehmen, sowie die ausschließlich nicht-kommerzielle Nutzung der Bilder. Diese Auflagen können von Anbieter zu Anbieter variieren. So kann durchaus auch die kommerzielle Nutzung gestattet sein.
- Bilder aus der Google-Bildersuche: Die Google-Bildersuche ist eine schier unerschöpfliche Quelle für Bilder aus den unterschiedlichsten Themenbereichen. Hier gilt jedoch: Stimmt der Urheber einer Nutzung seiner Bilder durch Dritte nicht ausdrücklich zu, ist diese untersagt.

Werden Videos auf Facebook veröffentlicht, ist es empfehlenswert, auch auf Details zu achten. So können zum Beispiel durch ein Lied, das im Hintergrund des Videos zu hören ist, Urheberrechte verletzt werden.

Tipps

(Quelle:

<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/172/Seite.1720430.html>, aufgerufen am 14.05.2018, um 10:19 Uhr)

- Stellen Sie nicht unerlaubt fremde Fotos ins Internet. Bei Verkaufsangeboten selber Fotos von der Ware machen!
- Verwenden Sie Fotos, die unter einer Creative-Commons-Lizenz stehen
- Haben Sie bereits unzulässigerweise Fotos im Internet veröffentlicht, löschen Sie diese
- Nehmen Sie Abmahnungen wegen Urheberrechtsverletzungen ernst
- Geben Sie keine durch die Gegenseite vorformulierten oder (selber) modifizierten Unterlassungserklärungen aus dem Internet ab, ohne diese zu prüfen
- Kontaktieren Sie eine Rechtsanwältin/einen Rechtsanwalt oder eine Konsumentenschutzeinrichtung, wenn Sie eine Abmahnung erhalten haben
- Vertrauen Sie nicht blind auf Tipps im Internet. Diese sind oft falsch bzw. nicht auf Ihren Fall zutreffend
- Wurden Sie abgemahnt, kann der Internet Ombudsmann als außergerichtliche Schlichtungsstelle zwischen Ihnen und der Rechteinhaberin/dem Rechteinhaber vermitteln
- Bei Fragen zum Thema Urheberrecht und Internet können Sie sich an das Internet Ombudsmann-Team wenden (<https://ombudsmann.at>)

Namenswahl

Bei der Wahl des Seitennamens auf Facebook sollte unbedingt darauf geachtet werden, keine fremden Marken- und Namensrechte zu verletzen. Eine Verletzung dieser kann Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche nach sich ziehen.

Inhalte

Der Betreiber einer Facebook-Seite ist für deren Inhalt selbst verantwortlich. Daher muss auch darauf geachtet werden, sowohl die gesetzlichen Vorgaben als auch die Richtlinien von Facebook einzuhalten.

Problematisch kann es auch werden, wenn Mitarbeiter eines Unternehmens auf dessen Facebook-Seite posten. Tätigt ein Mitarbeiter zweifelhafte Aussagen auf der Unternehmensseite, fällt das letztendlich auf das Unternehmen zurück. So können unbedachte Postings überaus negative Konsequenzen nicht nur für den betreffenden Mitarbeiter, sondern auch für das Unternehmen haben. Ganz zu schweigen von der Gefahr, dass Firmengeheimnisse verraten werden. Aus diesem Grund ist es für jedes Unternehmen, das auf Facebook vertreten ist, unerlässlich, seinen Mitarbeitern Richtlinien für den korrekten Umgang mit Facebook vorzugeben.

Dürfen Facebook-Fans auf der Seite posten, haftet der Betreiber der Seite grundsätzlich nicht für deren Postings. Sollte es sich bei den Postings der Fans um rechtswidrige Inhalte handeln, haftet der Betreiber der Seite für diese, falls er sie kommentiert oder es versäumt, deren Löschung in die Wege zu leiten. Daher sollten Betreiber von Facebook-Seiten die Inhalte ihrer Seite stets im Auge behalten.

Facebook behält sich die Nutzungsrechte an allen eingestellten Inhalten vor. Das sollte man stets bedenken, bevor man Texte, Bilder, Videos, etc. auf seine Facebook-Seite stellt. Diese Nutzungsrechte verfallen, wenn die jeweiligen Inhalte gelöscht werden. Diese werden jedoch auch dann noch über einen gewissen Zeitraum von Facebook gespeichert. Und wurden Inhalte geteilt, gestaltet sich das Ganze noch wesentlich schwieriger. Das heißt im Klartext, dass Inhalte, die einmal auf Facebook veröffentlicht wurden, der eigenen Kontrolle so gut wie entzogen sind.

Quellen:

Ombudsmann: <http://www.ombudsmann.at/>

Facebook – Was ist der Unterschied: <https://allfacebook.de/features/facebook-fuer-anfaenger-profil-seite-oder-gruppe-was-ist-der-unterschied>

Facebookguide for Educators: <http://www.ednfoundation.org/wp-content/uploads/Facebookguideforeducators1.pdf>

Tipps für Facebook:

<https://www.help.gv.at/Portal.Node/hlpd/public/content/172/Seite.1720430.html>

alle aufgerufen am 14.05.2018, 16:49