

ÖFFENTLICHKEITS- ARBEIT UND URHEBERRECHTE

**SEMINAR DES LANDESVERBAND
NIEDERSÄCHSISCHER GARTENFREUNDE E.V.
CELLE, 09.10.2015**

RECHTSANWALT DIETER KOEVE

**KOEVE + KOEVE – RECHTSANWÄLTE
PARTNERSCHAFTSGESELLSCHAFT
HESSENRING 120, 61348 BAD HOMBURG
TELEFON 06172-9021-0
TELEFAX 06172-9021-10
E-MAIL D.KOEVE@RAEKOEVE.DE**

Öffentlichkeitsarbeit

- Öff|fent|lich|keits|ar|beit nach DUDEN: das Bemühen von Organisationen oder Institutionen, der Öffentlichkeit eine vorteilhafte Darstellung der erbrachten Leistungen zu geben
- Zuständig ist der Vorstand, da er den Verein vertritt und die Geschäfte des Vereins führt (§§ 26, 27 BGB)
- **Ob** ein Druckwerk in Form einer Broschüre, Flyers, etc. oder eine Website für den Verein eingerichtet wird, entscheidet der Vorstand. Für diese Entscheidung trägt der Vereinsvorstand die allgemeine Verantwortung (§ 31 BGB). Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Vorstand nicht geeignete und interessierte Mitglieder suchen kann, die ihn bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen
- Öffentlichkeitsarbeit und die zu ergreifenden Maßnahmen sollten sich an folgenden **Prinzipien** orientieren:
 - Was wollen wir (Botschaft)
 - wem (Dialoggruppe)
 - warum (Begründung)
 - auf welchem Wege (Medium)
 - wie (Methode)
 - mit welchen Effekten mitteilen? (Wirkung)
- Dies sollte der Entscheidungsbaum sein, an Hand dessen der Vorstand entscheiden sollte, welche Medien und Methoden für die Öffentlichkeitsarbeit eingesetzt werden sollten
- **TIP:** Zum Nachlesen und Vorbereiten erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit ist das frei downloadbare Handbuch der Friedrich-Ebert-Stiftung, Erfolgsfaktor Öffentlichkeitsarbeit, Ein Leitfaden für die PR-Arbeit von Vereinen und Verbänden, Bonn 2006

Öffentlichkeitsarbeit – offline und online

- Öff|fent|lich|keits|ar|beit nach DUDEN: das Bemühen von Organisationen oder Institutionen, der Öffentlichkeit eine vorteilhafte Darstellung der erbrachten Leistungen zu geben
- Was zählt alles zur Öffentlichkeitsarbeit: Informationen für Mitglieder und Öffentlichkeit, Imagewerbung, Erstellung von Broschüren, Informationsschriften, Presseverlautbarungen, Einrichtung und Betrieb einer Website
- Was muss ich bei der Erstellung von Informationsschriften, dem Abfassen einer Presseerklärung, dem Betrieb einer Website, etc. beachten?
- Wer trägt welche Verantwortlichkeiten im Verein?
- Wie gehe ich in der Öffentlichkeit mit Vereinsinterna und Social Media um?

Das Erstellen von Schriften und der Betrieb eine Website berühren verschiedene Rechtsgebiete

- Urheberrecht, Stichwort: Verwendung von Fotos, Links auf fremde Inhalte
- Persönlichkeitsrecht, Stichwort: Veröffentlichung von Mitgliederlisten, Blogs, Foren
- Datenschutz: Ausspähen von Mitgliedern, Verwenden von Mitgliederlisten
- Namensrecht, Stichwort: Vereinsnamen
- Markenrecht, Stichwort: Verletzung von Markenrechten durch Verlinkung
- Wettbewerbsrecht, Stichwort: Übernahme fremder Leistungsinhalte, Abmahnung wg. fehlerhaften Impressum
- Öffentliches Recht: Telemediengesetz, Presserecht

Sie lernen in diesem Seminar

- die Rechtsgrundlagen für die Öffentlichkeitsarbeit und die Einrichtung und Betrieb von Websites
- wie Sie Ihren Verein organisieren, wenn eine Website eingerichtet wurde
- Wie Sie sich und Ihren Verein vor unberechtigten Abmahnungen schützen können

Rechtsgrundlagen des Internets und der Öffentlichkeitsarbeit

- Das Internet ist ein Informationsangebot, das im Rahmen der allgemeinen Gesetze und im Rahmen der Meinungsfreiheit, Artikel 5 GG genutzt werden darf. Der Betrieb der Website ist im Gegensatz zum Rundfunk und Fernsehen zulassungs- und anmeldefrei (§ 4 TMG)
- Die rechtlichen Rahmenbedingungen des Internet werden seit 2007 durch das Telemediengesetz (TMG) gesetzt. Es hat verschiedene Regelungsbereiche des alten Teledienstgesetzes, des Teledienstedatenschutzgesetzes und des Mediendienste-Staatsvertrag abgelöst
- Das TMG enthält im wesentlichen Regelungen über
 - die Definition von Telediensten
 - Allgemeine Informationspflichten
 - Besondere Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation
 - **Verantwortlichkeiten** von Internetbetreibern (Dienstanbieter)
 - Ergänzende Bestimmungen über den Datenschutz
 - die Bekämpfung von SPAM
- **Im Übrigen gelten für das Internet die allgemeinen Gesetze, § 7 TMG und die allgemeinen Haftungsnormen aller Gesetze**
- Druckwerke, auch einmalig, unterliegen der Impressumspflicht des Niedersächsischen Pressegesetzes (siehe unten)

Der Auftrag zum Erstellen der Website

- **Grundsätzliches**
 - Der Vorstand oder ein Ausschuss übernimmt die Gestaltung der Website dem Grunde nach! Der Vorstand legt fest, welche Inhalte aufgenommen werden sollen: Darstellung des Vereins nach außen, Intranet mit Vereinsnachrichten nach innen, Blog, Forum, etc. Der Vorstand legt fest, inwieweit die Website in Social Media wie Facebook (abzuraten), Twitter, etc. eingebunden werden soll. Die technische Umsetzung sollte dem beauftragten Dritten oder Mitglied überlassen werden.
 - **ABER!** Der Vorstand muss sich darüber im Klaren sein, dass die Einführung einer Website infolge des Aussenbezugs und der direkten Ansprache der Mitglieder nach innen den Verein dynamisch verändern kann, zum Guten wie zum Schlechten! Deshalb nicht alles auf einmal wollen, sondern Schritt für Schritt die Website aufbauen!
- **Es gibt verschiedene Möglichkeiten, eine Website zu erstellen:**
 - Das Mitglied programmiert die Website mittels vom Webhoster oder im Internet frei erhältlicher Tools wie Joomla, Typo3, WordPress und lädt diese auf den Server hoch.
 - Mit einem auf das Web-Design spezialisiertem Unternehmen wird ein Web-Design-Vertrag geschlossen, der nach Ihren Wünschen und Vorstellungen die Websites programmiert und auf den Server des Webhosters hochlädt.

Der Auftrag zum Erstellen der Website

- Bei Beauftragung eines Mitglieds ist zu klären, ob das Mitglied dies ehrenhalber macht oder nicht. Dies ist nicht selbstverständlich und deshalb klärungsbedürftig. **IMMER** ist darauf zu achten, gleich, ob etwas bezahlt wird oder nicht, dass das Mitglied sämtliche Rechte an der erstellten Website, da das Mitglied in der Regel Urheber oder Miturheber ist, nach Fertigstellung exklusiv zeitlich und räumlich unbeschränkt auf den Verein überträgt. **ACHTUNG!** Auch nach Übertragung hat das Mitglied ein sog. Urheberbenennungsrecht!
- Bei dem beauftragten Web-Design-Unternehmen gilt ähnliches: Dieses will regelmäßig bezahlt werden, weshalb ein klarer Vertrag über den Leistungsumfang (das ist ein Werkvertrag) zu schließen ist und dem Verein die Rechte ebenso einzuräumen sind.
- In beiden Fällen ist vertraglich sicherzustellen, dass nur solche Software /Apps eingesetzt wird und nur solche Fotos, Texte, Videos, Grafiken, Logos verwendet werden, für die Sie auch tatsächlich die Rechte eingeräumt bekommen.
- **TIP:** Für natürliche Personen, die gewerblich Websites im Auftrag erstellen, muss der Auftraggeber Abgaben an die Künstlersozialkasse (KSK) leisten, deshalb sollten bei einer Fremdvergabe des Auftrages entweder nur juristische Personen berücksichtigt oder die zusätzlich anfallenden Kosten der KSK ermittelt werden! **Dies gilt auch für gemeinnützige Vereine!**

Die Anmeldung des Domainnamens

- Domain ist der Name Ihrer Website, unter dem Sie im Internet erreicht werden können. Der Domainnamen darf nur solche Namen und Namensbestandteile enthalten, die der Anmelder auch berechtigterweise nutzen darf. Keine geschützten Marken oder Unternehmenskennzeichen verwenden. **TIP!** Nur den eigenen Vereinsnamen verwenden, wie er im Vereinsregister eingetragen ist, § 57 BGB.
- Der Vereinsnamen ist durch das Namensrecht in § 12 BGB und durch das Markenrecht in § 5 MarkenG geschützt. Der Vereinsnamen wird wie ein Unternehmenskennzeichen behandelt. Der Vereinsname wird auch durch das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb gem. §§ 823, 1004 BGB geschützt und in Sonderfällen auch durch die Regeln des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG), § 5 UWG.
- **Beachten Sie!**
 - Überlassen Sie es einem einzelnen Vereinsmitglied oder Vorstandsmitglied nicht, die Website **im eigenen Namen** anzumelden und zu betreiben!
 - Einem Vereinsmitglied ist es grundsätzlich nicht gestattet, von Ihrer Website und Ihrer Publikationen den Vereinsnamen oder das Vereinslogo zu verwenden. Wenn Sie dies erlauben wollen, stellen Sie eine Regel auf, die intern festgelegt wird, unter welchen Voraussetzungen Vereinsnamen und -logo verwendet werden dürfen.
 - Legen Sie einvernehmlich durch den Vorstand den Domainnamen fest und protokollieren Sie dies. Vorteil: Klarheit, dass der Vorstand dies als Kollektivorgan entschieden hat und nicht ein einzelnes Mitglied.
- In die Vollmacht für die Beantragung der Domain nimmt man auf, was bei der Anmeldung auszufüllen ist: Domaininhaber (Verein), Administrativer Ansprechpartner (kann auch ein Mitglied sein)

Das Speichern einer Website bei einem Provider

- Damit eine Website im Internet überhaupt gefunden werden kann, muss sie auf einem Server bei einem Provider abgespeichert werden. Dies nennt man **Webhosting**. Hierfür muss ein Vertrag mit einem Provider abgeschlossen werden.
- Es gibt verschiedene Arten von Providern
 - der Access Provider verschafft den Zugang zum Internet (Telekom, Vodafone, etc.)
 - der Content Provider oder Webhoster speichert die Website, auf die über das Internet und der der Website zugeordneten IP-Adresse zugegriffen werden kann (1&1, Domainfactory)
- Nehmen Sie nicht den billigsten Webhoster, sondern einen, den Sie sicher und schnell telefonisch erreichen können! Nehmen Sie keinen Contentprovider, der seine Server außerhalb von Europa stehen hat, Gründe: Erreichbarkeit bei Durchsetzung von Ansprüchen, Datenschutz, Datensicherheit (**Facebook-Urteil**)
- Der Providervertrag ist mit dem Verein abzuschließen und nicht mit dem einzelnen Mitglied! Das beauftragte Mitglied kann in dem Vertrag als Ansprechpartner genannt werden, aber nicht als Vertragspartner! In die Vollmacht zur Anmeldung des Domainnamens können Sie mit aufnehmen, dass das Mitglied Ihnen die Anmeldedaten zum Zugriff auf die Website sofort nach der Registrierung des Domainnamens und Freischaltung zu übergeben hat! Am besten legen Sie mit diesen Daten einen neuen ADMIN an und weisen dem Mitglied Benutzerrechte zu, dann sind Sie vor Überraschungen geschützt!
- Der Webhostingvertrag wird in der Regel über das Internet abgeschlossen, ein Registerauszug des Vereins vorzulegen! Achten Sie bei der Bestellung darauf, nur die Leistungen zu bestellen, die Sie brauchen und keinen weiteren teuren Schnick-Schnack.
- **TIP:** Für den Emailverkehr des Vorstands untereinander und mit den Mitgliedern sollte der Emailserver des Webhosters genutzt werden! Möglichst keine private Emailadressen verwenden, Grund: Datenschutz und Nachvollziehbarkeit des Emailverkehrs!

Was ist beim Erstellen von Websites und Broschüren zu beachten?

- Je nach Medium werden Vereinsnamen, Vereinslogo, Text, Fotos, Videos, Zitate, Links zu anderen Websites oder die Einbeziehung von Social Media verwendet.
- Nicht die einzelne Website/Broschüre ist geschützt, außer bei einer sehr aufwändigen Gestaltung, sondern die im Medium wiedergegebenen Texte, Fotos, Grafiken, Logos, Straßen- und Landkarten
- All diese Bestandteile einer Website/Broschüre sind unterschiedlich rechtlich geschützt.

Urheberrechte

- Das Urheberrecht ist Teil des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und soll dem Urheber bei seiner Verwertung des Werkes schützen. Darüber hinaus wird das Urheberpersönlichkeitsrecht durch § 12 UrhG geschützt, das Recht auf Nennung des U.
- Jeder, der an einer Website/Broschüre mitarbeitet und einen Beitrag leistet durch Text, Bild u.ä., kann Urheber oder Miturheber gem. §§ 7, 8 UrhG sein. Geschützt wird nicht die einzelne Person, sondern das vom Urheber geschaffene Werk. Auch Sprachwerke = Text, Musik, Fotos und Filmwerke sind solche geschützten Werke im Sinne des UrhG. Geschützt werden nur **persönliche geistige Schöpfungen**.
- Erstellen ein oder mehrere Mitglieder die Website, so werden sie in der Regel Miturheber. Damit der Verein exklusiv die Website zur Nutzung erhält, muss schriftlich festgehalten werden, dass die Website exklusiv vom Verein genutzt werden darf unter Ausschluss des Mitglieds.

Nutzungsrechte

- Hiervon zu unterscheiden sind die Nutzungsrechte gem. § 31 ff. UrhG. Um ein Werk zu nutzen, benötigt der Nutzende ein Nutzungsrecht des Urhebers. Der Umfang des Nutzungsrechtes wird durch die **Zweckübertragung** definiert, der Zweck bestimmt, in welchem Umfang Nutzungsrechte übertragen werden. Dies ist wichtig bei der Übertragung von Rechten an Fotos, Filmen, Musik, etc.

Was ist beim Erstellen der Website zu beachten?

Einfache und exklusive Nutzungsrechte

- Es gibt einfache und exklusive Nutzungsrechte. Ein Web-Design-Unternehmen, das für seine Leistung bezahlt wird, ist zwar Urheber und bleibt Urheber, muss aber die Rechte an der Website exklusiv an den Verein, zeitlich und örtlich unbeschränkt, übertragen. Das Unternehmen bzw. seine Angestellten dürfen nach der Übertragung die Website nicht selbst nutzen; das Unternehmen hat nur ein Urheberbenennungsrecht.
- Die Übertragung der Nutzungsrechte kann durch schriftlichen Vertrag oder konkludent erfolgen.

Was ist zu beachten bei der Verwendung von

- **Texten:** Texte sind auch bei sog. geringer Schöpfungshöhe als Sprachwerke geschützt, § 2 Abs. 1 UrhG, deshalb möglichst nur eigene Texte (vom Vorstand verfasst) verwenden oder sich bei Beiträgen von Vereinsmitgliedern das Recht einräumen lassen, den Text auf der Website zu verwenden.
- **Fremdtexten:** dürfen **im kleineren Umfang zitiert** werden, § 51 UrhG; das Zitat muss also solches gekennzeichnet und das Werk benannt werden
- **Presseartikeln: ACHTUNG NEU!**
 - Die Verwendung von Presseartikeln in Broschüren/Websites ist in § 87g UrhG neu geregelt (Google)
 - Presseartikel dürfen von nichtgewerblichen Anbietern wie Vereinen, Privatpersonen auf ihrer Website oder in ihrer Broschüre veröffentlicht werden
- **Hyperlinks:** Das Verlinken auf urheberrechtlich geschützte Werke im Internet, sind nach einem aktuellen Urteil des Europäischen Gerichtshofs v. 21.10.2014 zulässig („Framing“), allerdings sollte die Quelle angegeben werden.

Was ist zu beachten bei der Verwendung von

- **Fotos:** sind als Lichtbildwerke gem. § 2 Abs. 1 Nr. 5 § 72 UrhG geschützt, deswegen: **keine ungeprüfte Übernahme oder Integration von fremden Websites mit deren Fotos in eigene Website. TIP:** Weichen Sie auf gemeinfreie Fotos unter der GNU-Lizenz, zB Wikipedia, aus oder auf Cliparts / Samples / Fotos etc. im Rahmen rechtmäßig erworbener Lizenzen von Microsoft **HAFTUNGSFALLE**
- **ACHTUNG!** Fotos, die eine Person abbilden, bedürfen der Zustimmung der Person gem. § 22 KunstUrhG und des Fotografen (Ausfluss des allge. Persönlichkeitsrechts) **HAFTUNGSFALLE**
- **Grafiken, Logos:** sind ebenfalls als Werke der bildenden Künste geschützt, § 2 Abs. 1 UrhG
- **Stadtpläne, Landkarten:** sind ebenfalls gem. § 2 Abs. 1 Nr. 7 UrhG geschützt, Google Maps darf mit API (Schnittstelle zu Google) genutzt werden **HAFTUNGSFALLE**
- **Filme, Videos:** sind gem. § 2 Abs. 1 Nr. 6 UrhG urheberrechtlich geschützt, deswegen zB Verlinkung auf Youtube u.a. Channels nur mit Zustimmung des Rechteinhabers zulässig
- **FAZIT: Möglichst eigene Inhalte verwenden, oder gemeinfreie Inhalte, oder Rechte einholen!**

Das Erstellen der Website/Broschüren und Markenrechte (Metatags, Adwords)

- **Was sind Metatags?** Metatags sind Suchwörter, bestehend aus umgangssprachlichen Wörtern und/oder Marken und werden versteckt in eine Website eingepflegt, um durch Suchmaschinen besser gefunden zu werden.
- **Was ist das Problem bei der Verwendung von Metatags?**
 - Wenn Metatags Marken oder Unternehmenskennzeichen enthalten, für die Sie keine Nutzungsrechte haben, können Sie gegen diese Markenrechte verstoßen.
 - Metatags dürfen außerdem nicht über die Herkunft und Inhalt der Website täuschen.
 - Grundsätzlich ist zulässig, durch Metatags auf die eigene Website aufmerksam zu machen, aber: durch den Einsatz von Metatags darf a) nicht die irriige Vorstellung bei einem Nutzer durch das Suchergebnis hervorgerufen werden, dass Informationen oder Dienste angeboten werden, die tatsächlich nicht angeboten werden, b) nicht die Persönlichkeitsrechte Dritter verletzt werden, c) nicht Markennamen und Unternehmenskennzeichen verwendet werden, um den Suchverkehr auf die eigene Website zu erhöhen, ohne über die Rechte zu verfügen oder Leistungen anzubieten.
- **Was ist das Problem von Adwords?** Adwords sind Suchbegriffe, die bei einer bezahlten Suchroutine mit der eigenen Website verknüpft werden, um den Suchverkehr zu erhöhen. Sie müssen umgangssprachlich sein, und dürfen keine eingetragene Marken oder Unternehmenskennzeichen enthalten. Verfügt man nicht über die Rechte, ist dies markenrechtlich gem. §§ 14, 15 MarkenG unzulässig.
- **FAZIT:** Verwenden Sie nur Metatags und Adwords, die ohne Täuschung im Geschäftsverkehr und ohne Verletzung von Persönlichkeits- oder Markenrechten auf Ihre Website verweisen.

Der Betrieb und das Pflegen der Website

- **Zum Betrieb der Website ist**
- ein **Providervertrag** mit dem Webhoster erforderlich, der zum einen eine jährliche Gebühr zur Nutzung der Domain erhält und zum anderen Speicherplatz für die Website vermietet.
- Je nach Anbieter und Leistungen haben die Verträge unterschiedliche Laufzeiten. **TIP:** Der Vorstand sollte immer Kenntnis von dem Inhalt des Providervertrages haben, indem er als ADMIN auf die Administration der Website zugreifen und damit die Vertragsinhalte kontrollieren kann. Der ADMIN wird auch als Verantwortlicher im DENIC-Eintrag hinterlegt.
- ein **Administrator** nötig, der die Website pflegt und aktualisiert. Dies kann ein Mitglied oder jemand aus dem Vorstand sein. Für das Informationsangebot ist es ausreichend, dass die Website selbst in großen Teilen statisch ist und nur teilweise aktualisiert wird, ohne große Programmier- oder Administrationskenntnisse. Ist der Admin ein Profi, dann darf er Inhalte nur auf Anweisung ändern,
 - ist er ein Mitglied, dann muss verbindlich geregelt werden (schriftlich), was das Mitglied darf und was nicht.
- **Beim Betrieb der Website ist**
- die Betreiberverantwortung zu beachten, d.h. dass Dienstanbieter / Betreiber von Websites **für eigene Informationen** nach den allgemeinen Gesetzen haften. **Was bedeutet dies?**
- **Keine Verletzung** von Urheber-, Persönlichkeits- und Markenrechten, deshalb möglichst wenige fremde Werke verwenden;
- **Keine Verletzung** von öffentlich-rechtlichen Normen wie die **Impressumspflicht**
- **Haftung auch für fremde Inhalte, zB bei Verlinkung?** Grundsätzlich keine Haftung, wenn Sie sich die Inhalte nicht zu Eigen machen, in dem Sie einen Verlinkungsvorbehalt anbringen, aber häufig dann, wenn Sie dies unterlassen oder wenn Sie fremde Marken in Ihrer eigenen Website „framen“ (integrieren), vgl. OLG Köln, 16.03.2012, I-6 U 206/11.

Der Betrieb der Website, Impressumspflicht, vidSP-Hinweis bei Druckwerken

- **Was ist das?** Jeder Dienstleister, der geschäftsmäßig eine Website betreibt, hat bestimmte Angaben dem Nutzer zur Verfügung zu stellen, § 5 TMG, Allgemeine Informationspflichten
- **Ist das Betreiben einer Website eines Kleingartenvereins als „geschäftsmäßig“ anzusehen?**
Nein, solange nur Informationen gegeben und um Mitglieder geworben wird. Jede geschäftliche Aktivität eines Vereins, Werbung für eine Broschüre, Informationsvortrag gegen Eintrittsgebühr, etc. lässt die Website als geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Nr. 1 UWG und § 5 TMG erscheinen (LG Essen, 26.04.2012, Az.: 4 O 256/11)
- Da die Grenzen fließend sind, wird ein Impressum **empfohlen**, zumal der Verein ja auch Dienstleister für seine Mitglieder ist und erreichbar sein soll
- **Inhalt des Impressums für Websites**
 - Name und Adresse des Vereins
 - Angaben zur schnellen elektronischen Kontaktaufnahme wie Tel., Fax, Emailadresse des Vereinsbüros oder vertretungsberechtigten Personen (nur Dienst- und keine privaten Angaben)
 - vertreten durch (Namen, Vornamen des § 26 BGB Vorstand), Tel., Fax, Emailadressen (nur Dienst- und keine privaten Angaben)
 - Eintragung Vereinsregister (Amtsgericht, Reg.-Nr.)
 - Steuer-Nr oder USt-ID, wenn vorhanden (**keine Verpflichtung**)
 - bei gemeinnützigen Vereinen: Angaben zum aktuellen Freistellungsbescheid (**keine Verpflichtung**)
- **Inhalt des Impressums für Druckwerke**
 - auch bei einmaligen Druckwerken ist gem. § 7 NiedersächsPresseG ein vidSP-Hinweis anzubringen (Name, Adresse des Verfassers/Herausgebers)
- **Und: keine Angaben zur Bankverbindung!**
- **ACHTUNG!** Wenn Ihr Verein kommerzielle Angebote über die Website vertreibt (vergünstigte Gartenerde, Gartenbücher, etc.) haben Sie weitere Informationspflichten nach § 6 TMG und nach §§ 312b, 312c, 312d, 312g BGB einzuhalten, weil es sich dann um ein kommerzielles Angebot handelt.

Der Betrieb der Website und Werbung

- **Werbung:** Werbung für eigene Mitglieder und/oder Verwandten oder Dritten oder wirtschaftliche Unternehmen sollte auf der Website unterlassen werden, da der Vorstand und der Verein sich in Bezug auf das Konsumverhalten seiner Mitglieder neutral verhalten sollte.
- **Geldverdienen durch Schalten von Werbebannern?**
- Dies mag im Rahmen des Sponsoring auch für Vereine mit gemeinnützigen Zweck im engen Umfang steuerrechtlich (Stichwort: „Sponsoringenerlass“) zulässig sein, was aber mit dem zuständigen Finanzamt / Steuerberater zu klären ist (**ACHTUNG:** Hierzu gibt es einen Erlass des bayr. Finanzministerium v. 11.02.2000, Az.: 33- S0183-12/14 – 59238). Aus dem Neutralitätsgebot des Vereins heraus und dem Vertrauen der Mitglieder in den Vorstand, dass dieser nur dem Zweck des Vereins, und keinem Dritten zu dienen hat, auch wenn durch Werbebeiträge die Vereinskasse entlastet wird, sollte jedoch sehr sorgfältig überlegt werden, ob man eine solche Werbung schaltet; denkbar wäre dies allenfalls im Rahmen eines Vereinsfestes für eine begrenzte Zeit ohne Verlinkung auf den Sponsor. Dies setzt aber klare Absprachen mit dem Unternehmen und Kommunikation gegenüber den Mitgliedern voraus.

Der Betrieb der Website und Social Media

- **Social Media: Was ist das?** Digitale Medien und Technologien mit dem Ziel, dass sich Nutzer untereinander auszutauschen und mediale Inhalte oder in der Gemeinschaft gestalten, so WIKIPEDIA.
- **Wie funktioniert das?** Man bindet die eigene Website in zB Facebook als Fanseite oder Gruppe ein, Vorteil: Man gewinnt neue Interessierte, begeistert Jüngere, verbessert sein Image, **aber:** Facebook ist in Bezug auf den Datenschutz für Sie als Verein, Ihre Mitglieder, Webuser u.a. als äußerst problematisch, da nicht kontrollierbar, einzustufen. Weniger datenschutzrechtlich problematisch ist **Twitter**, weshalb es stärker in der Unternehmens- und Geschäftskommunikation für Fachinformationen eingesetzt wird.
- **AKTUELL:** Das Facebook-Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 06.10.2015
 - US-amerikanische Unternehmen sind uneingeschränkt verpflichtet, Daten an Behörden herauszugeben
 - Gegen solche Eingriffe gibt es für EU-Bürger keinen wirksamen gerichtlichen Rechtsschutz
 - Durch den nicht beschränkbaren Zugriff auf die Daten der EU-Bürger werden der Wesensgehalt der Grundrechte auf Achtung des Privatlebens und auf wirksamen gerichtlichen Rechtsschutz verletzt
- **Generelles Problem von Social Media:** Gefahr der Auslagerung vereinsinterner Kommunikation nach außen, Provokation von Attacken, Verführung zur Unsachlichkeit, Schaffen von Herrschaftswissen, zunehmende Nichtbeherrschbarkeit der Vereinskommunikation, stärkere Betreiberverantwortung
- **BITTE BEACHTEN:** Ganz viele Informationen zum Thema Social Media finden Sie in der Grünen Schriftenreihe des Bundesverbandes, Deutscher Gartenfreunde e. V., Heft 1/2014
- **Exkurs: der Whatsapp-Fall, ein negatives Beispiel für Social Media**

Die Kommunikation über die Website mit den Mitgliedern

- Die Website als solche ist bereits eine Kommunikationsplattform vom Vorstand zu den Mitgliedern, kaum umkehrt, sieht man von Emails ab. Deshalb gibt es die Möglichkeit, ein **Forum** oder ein **Blog** einzurichten.
- **Was ist das? Blog** ist ein auf einer Website öffentlich geführtes und einsehbares Tagebuch oder Journal und lässt in der Regel Kommentare von Lesern zu. **Forum** ist üblicherweise eine geschlossene Benutzergruppe, auf die man nach Eingabe von Benutzernamen/Passwort in einen geschützten Bereich einer Website gelangt, an einer Diskussion zu einem Thema teilnehmen oder einen neuen Diskussionsbeitrag eröffnen kann. Die Übergänge zwischen Blog und Forum sind fließend!
- **Was ist bei der Einrichtung eines Forums / Blogs zu beachten?** **a)** Zuerst überlegen, ob der Vorstand ein Forum haben will, da ein Forum die/das Diskussionskultur /-klima und innerverbandliche Diskussion verändert; **b)** das Forum / Blog niemals ohne Zugangsschutz anlegen, da der Betrieb eines Forums die Betreiberhaftung erheblich ausdehnt, **c)** das Forum stichprobenartig regelmäßig überwachen, **d)** Regeln zur Nutzung des Forums aufstellen und **e)** diese bei Verstoß anwenden.
- **Warum diese Maßnahmen?** Foren reizen zur Herabsetzung / Beleidigung anders Denkender, weil Forumsmitglieder die Anonymität schätzen und Hemmungen fallen lassen. **HIERFÜR HAFTEN SIE ALS VORSTAND NEBEN DEM VERURSACHER AUF UNTERLASSUNG!** (BGH, 27.03.2007, Az. VI ZR 101/06). Der BGH hat geurteilt, dass der Verletzte auch gegen den Forenbetreiber vorgehen kann, wenn ihm der Verletzer bekannt ist, da der Forenbetreiber, auch wenn er hierfür nichts kann, sog. **Störer** ist und die faktische Möglichkeit hat, die ehrverletzenden Bemerkungen zu löschen. Der Vorstand haftet **nicht** für die ehrverletzenden Bemerkungen als solche, aber für deren **Beseitigung**.

Die Kommunikation über Vereinsinterna mit den Mitgliedern

- **Welche Vereinsinterna dürfen über die Website verbreitet werden?**
- Im Internet **gar nicht**, im **Intranet** (Zugang mit Nutzernamen / Passwort) ist zulässig:
- Veröffentlichung des Kündigungsschreibens im Rahmen eines Rechtsstreits (LG Berlin, 08.10.2009, Az.: 27 O 734/09);
- Werturteile/Tatsachen dann, wenn sie wahre Angaben enthalten, aber nicht dann, wenn sie ehrverletzend sind (fließend: der Vorwurf, der Vorstand habe Vereinsgelder für sich abgezweigt, ist eine Tatsachenbehauptung und weil er unwahr war, ist ehrverletzend; der Vorwurf, man sei in der letzten MV auf eine Hetzkampagne gestoßen, ist eine Meinungsäußerung und damit zulässig; der Vorwurf, der Vorstand habe grob fahrlässig gehandelt, ist eine Meinungsäußerung und damit zulässig; der Vorwurf, die Meinungsfreiheit wird unterdrückt, ist eine Meinungsäußerung und damit zulässig);
- Vereinsstrafen, wenn dies in der Satzung vorgesehen ist (OLG Karlsruhe, 30.01.2009, Az.: 14 U 131/08);
- Äußerungen innerhalb geschützter Sphären ohne Ehrverletzung (**deshalb: Forum nur im Intranet**) (LG München I, 28.04.2009, Az.: 3 O 3253/09);
- **keine** Mitgliederlisten, wenn nicht die einzelnen Mitglieder zugestimmt haben, **aber:** die Herausgabe von einer Mitgliederliste bei berechtigtem Interesse von Mitgliedern an einen Treuhänder ist zulässig (OLG Hamburg, 27.08.2009, Az.: 6 U 38/08);
- **keinen Wahlkampf über das Internet oder Intranet**, da sich die Willensbildung im Rahmen der Mitgliederversammlung zu vollziehen hat (str.);
- **Keine Werbung** für konkurrierenden Verein oder Dachverband (BGH, 04.07.1977, Az.: II ZR 30/76)

Abkürzungen

- BGB = Bürgerliches Gesetzbuch
- BGH = Bundesgerichtshof
- LG = Landgericht
- UrhG = Urheberrechtsgesetz
- MarkenG = Markengesetz
- UWG = Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
- GG = Grundgesetz
- TMG = Telemediengesetz
- KunstUrhG = Kunsturhebergesetz
- GNU = GNU Free Documentation License / Freie Dokumentationslizenz
- str. = strittig

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Rechtsanwalt Dieter Koeve

Koeve + Koeve – Rechtsanwälte

Partnerschaftsgesellschaft

Hessenring 120, 61348 Bad Homburg

Telefon 06172-9021-0

Telefax 06172-9021-10

E-Mail d.koeve@raekoeve.de