

#71 Social Media Teil 2

Herzlich willkommen beim Rechtsschutz Podcast!

Hier geht's um das Thema Recht im täglichen Leben.

In dieser Folge widmen wir uns zum zweiten Mal dem Thema Social Media, und wieder mit dem Blickwinkel des Rechts. Wenn Sie den ersten Teil versäumt haben, so können Sie diesen in der Folge 63 nachhören.

Diesmal gehen wir unter anderem auf diese Schwerpunkte ein:

Gleich zu Beginn das Thema der Woche: Hass im Netz

Bei den FAQs rund ums Recht geht es um das Thema:

Wie schützt man den eigenen Content und wer haftet für Inhalte? Und das fordert fast dazu auf, gleichsam über Abmahnungen zu sprechen.

Im Rechts- Lexikon sind wir diesmal beim Buchstaben „V“ wie Vertrag, genauer der Social Media- Vertrag

Widmen wir uns also gleich zum Anfang dem leider sehr relevanten Thema der Hasspostings.

Leider heutzutage eine äußerst entbehrliche und unappetitliche Form der menschlichen Kommunikation sind **Hasspostings**. Darunter versteht man menschenverachtende Äußerungen im Internet und damit vor allem in den sozialen Medien. Sie richten sich entweder gegen einzelne Personen oder definierte Gruppen sowie gegen bestimmte Einstellungen und Werte in der Gesellschaft und der Welt. Typisch sind Beschimpfungen oder bewusste Diskriminierungen, die Behauptung falscher Tatsachen, eine verzerrte Darstellung der Realität, ein aggressives Vergleichen von „uns und denen“ und Gerüchte oder Verschwörungstheorien.

Bei den **Konsequenzen** von „hate speech“ ist zu beurteilen, ob ein unzulässiger Gesetzesverstoß vorliegt oder es sich um eine zulässige freie Meinungsäußerung handelt. **Zivilrechtlich** kommt der § 1330 Allgemein Bürgerliches Gesetzbuch – ABGB - ins Spiel, der die wirtschaftlichen Interessen von Einzelpersonen gegenüber Beeinträchtigungen durch Kränkung der Personenwürde oder die Behauptung unwahrer Tatsachen schützt. Hier geht es um daraus abgeleitete Unterlassungs- sowie Schadenersatzansprüche. In der Praxis ist die relevante Unterscheidung, ob es sich bei einem Posting um eine Tatsachenbehauptung oder ein Werturteil handelt oft herausfordernd.

Medienrechtlich haben Betroffene bei einem objektiven Tatbestand der üblen Nachrede, Beschimpfung, Verspottung oder Verleumdung wegen der erlittenen persönlichen Beeinträchtigung Anspruch auf Entschädigung gegenüber dem Medieninhaber. Ausgenommen, wenn bei journalistischer Sorgfalt hinreichende Gründe für die Behauptung vorliegen, ein überwiegendes öffentliches Interesse für die Veröffentlichung besteht oder bei einer Abrufbarkeit auf einer Website, der Medieninhaber und seine Mitarbeitenden nicht die gebotene Sorgfalt außer Acht ließen.

Betroffenen steht Schadenersatz, hier auch immaterieller, sowie Unterlassungs- und Gegendarstellungen zu. **Strafrechtliche** Konsequenzen werden oft durch die Verwendung von Fake-Accounts verunmöglicht. Hier bringt das Hass-im-Netz-Gesetzespaket Verbesserungen, da die Exekutive auf Antrag des Betroffenen die Täter ausforschen muss.

In den FAQs reden wir in der Folge über den Schutz des eigenen Contents und was ist bei einer Abmahnung zu tun. Plus ergänzen das Haftungsthema von Inhalten.

Jede Person, die Texte, Fotos und Videos erstellt kann über diese frei verfügen und somit auch auf Social Media verbreiten. Das trifft auch auf Unternehmen zu, die zusätzlich auch Inhalte verwenden dürfen, die

von Mitarbeitenden im Zuge ihrer Arbeitstätigkeit erstellt wurden. Diese in der Rechtspraxis „Werke“ genannten Inhalte unterliegen somit dem Urheberrechtsschutz. Übrigens ist dabei der Copyright-Vermerk, das kleine c in Klammer, in Österreich lediglich ein Warnhinweis, keine Verpflichtende Kennzeichnung für urheberrechtlich geschützten Content.

Werke anderer dürfen laut dem Buchstaben des Gesetzes nur mit Zustimmung des Urhebers oder Rechteinhabers verwendet werden. Jedes zuwiderhandeln ist ein „**Content-Diebstahl**“, der genau betrachtet täglich vielfach in den sozialen Medien passiert.

Je nachdem um welche Art Werk es sich handelt, kann man sich einfach damit abfinden oder aber gegen eine unerlaubte Verwendung vorgehen. Die einfachste Form ist die Meldung eines Verstoßes über entsprechende Formulare der Plattformanbieter, die den betroffenen Inhalt löschen oder blockieren. Will man den Verstoß ahnden, empfiehlt sich vor einem zivilgerichtlichen Vorgehen eine außergerichtliche Lösung anzustreben. Eine Abmahnung über den Rechtsschutzversicherer, Anwälte oder in Eigenregie gehen rascher und verhindern möglicherweise unnötige Gerichtskosten. Abmahnen kann jeder, dessen Rechte verletzt wurden und das sogar grundsätzlich formlos. Unter Setzung einer angemessenen Frist werden dabei die Unterlassung/Einstellung verlangt und gerichtliche Maßnahmen angedroht.

Ups, Sie selbst haben – hoffentlich versehentlich – fremde Werke genutzt und nun eine **Abmahnung** erhalten? Hier Tipps, wie Sie damit richtig umgehen:

Als erstes prüfen und dokumentieren Sie, ob Sie einen vorgeworfenen „Content-Diebstahl“ tatsächlich durchgeführt haben. Und checken Sie, dass der Absender des Abmahnschreibens tatsächlich auch der Urheber bzw. Rechteinhaber ist. Daher macht es wahrscheinlich schon Sinn, recht rasch professionelle Hilfe über eine Rechtsschutzversicherung oder Anwälte einzuholen.

Allgemein ist ratsam, die behauptete Verletzung rasch einzustellen bzw. bei einer kurzen Fristsetzung zur Behebung im kooperativen Ton Kontakt mit dem Verfasser des Schreibens aufzunehmen und eine Fristverlängerung zu beantragen.

Ist die Behauptung richtig und die Abmahnung rechtens, dann ist der Weg zu den Profis der richtige.

Häufig sind zu unterschreibende Unterlassungserklärungen sehr zum Nachteil des Verletzers aufgesetzt. Das kann zu weitreichenden Verpflichtungen, Verschwiegenheitsvereinbarungen oder zu hohen fixierten Schadensersatzforderungen, Vertragsstrafen oder verrechneten Anwaltskosten führen. Lassen Sie sich hier auf jeden Fall gut beraten. Denn wollen Sie eine mögliche Klage und den Weg vor Gericht vermeiden, muss eine professionell geprüfte Unterlassungserklärung unterschrieben und auch bezahlt werden.

Übrigens können Sie auch für fremde Urheberrechtsverletzungen haftbar sein, wenn Rechtsverstöße innerhalb eines von Ihnen administrierten Bereichs, zum Beispiel der Facebook- Seite Ihres Vereins, auftreten.

Achtung: immer wieder tauchen in der Praxis gefälschte Abmahnungen auf, die vom Laien in der Regel kaum erkennbar sind. Außer sie strotzen vor Grammatik- und Rechtschreibfehlern und weisen eindeutig gefälschte Logos und Firmennamen auf. Wenden Sie sich auch hier unbedingt an Ihre Rechtsschutzversicherung oder Rechtsanwälte.

Bei der **Haftung von Social Media-Plattformen** springen wir gedanklich etwas zurück in dieser Folge und starten mit der Erklärung von bereits genutzten Begriffen. Bei Providern unterscheidet man zwischen Access-Providern, die einen Internetzugang zur Verfügung stellen, Host-Providern, die Speicherplatz für fremde Inhalte bieten und Content-Providern, die eigenen Content erstellen und verbreiten. Content-Provider haften für rechtswidrigen Inhalt stets unmittelbar. Access- Provider haften hingegen nicht, wenn Sie als reine „Durchleiter“ fungieren. Host-Provider, also auch Social Media Plattformen, haften für rechtswidrige Äußerungen ihrer User. Das E-Commerce Gesetz (ECG) sieht eine Haftungsbefreiung, wenn Host-Provider keine Kenntnis über die Rechtsverletzungen haben, bzw. bei Kenntniserlangung, diese Inhalte unverzüglich löschen oder unzugänglich machen. Eine allgemeine Überwachung oder aktive Ausforschung von Rechtswidrigkeiten ist jedoch nicht gefordert. Unterstützt eine Social Media-Plattform Nutzer durch Optimierung oder Bewerbung von Inhalten, hier rechtswidrigen, auf Basis von Kenntnissen

oder Kontrolle dieser, so nimmt er eine aktive Rolle ein und ist somit auch für den Content haftbar. In der Praxis ist jedoch in Österreich, außer vielleicht Youtube, bei keiner aktuellen Plattform eine ausreichende Begründung für eine aktive Rolle. Große Plattformen müssen aber seit Inkrafttreten der Urheberrechtsnovelle 2021 durch den sogenannten Upload-Filter beim Hochladen von Content prüfen, ob Content gegen das Urheberrecht verstößt oder die Zustimmung des Urhebers einholen.

Auch als Betreiber einer Social-Media Seite, bleiben wir beim Beispiel für Ihren Verein, haften Sie als Host-Provider im Sinne des ECG für den eigenen, aber auch fremden Inhalt sowie für Beiträge, Kommentare und Statements Dritter. Das gilt auch, wenn Sie als Weiterverbreiter auf einer Seite fungieren und den Inhalt nicht als „fremd“ kennzeichnen. Macht man sich fremden Inhalt zu eigen, beispielsweise mittels Leseempfehlung oder entsprechend unterstützenden Kommentaren, kann das ebenso schon zivil- und strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen, wenn es sich um allgemein gesagt „Hass-Postings“ handelt.

Der Buchstabe „V“ im Rechtslexikon, steht diesmal für den Social Media-Vertrag

Der Social Media-Vertrag ist das Rechtsgeschäft, das den rechtlichen Rahmen für die Nutzung einer Plattform bestimmt und zwischen dem Plattformbetreiber und dem jeweiligen Nutzer abgeschlossen wird. Der Nutzer verpflichtet sich damit zur Überlassung von personenbezogenen Daten und eventuell auch zur Zahlung eines Entgelts. Der Betreiber stellt die Plattform zur Verfügung und ermöglicht den Zugang für Nutzer.

Der Vertrag kommt gemäß § 861 ff ABGB zu Stande, und zwar durch übereinstimmende Willenserklärung beider Partner, die im Zuge des Registrierungsprozesses abgegeben werden muss. Registriert sich eine natürliche Person so gilt in Österreich der Verbraucherschutz. Macht das ein Unternehmen, gelten die einschlägigen Bestimmungen des Unternehmensgesetzbuches. Der Leistungsumfang ist meistens nur grob umrissen, da eine genaue Definition durchlaufende technologische Entwicklungen und den wirtschaftlichen Wandel nicht im Interesse der Plattformbetreiber ist. Hier begnügt man sich meistens durch den Hinweis auf die aktuell gültigen Nutzungsbedingungen. Unter der Voraussetzung, dass österreichisches Recht auf die Nutzungsbedingungen anwendbar ist, sind diese mit den bekannten AGBs, **den Allgemeinen Geschäftsbedingungen, gleich zu setzen.** Für alle Vertragsarten ist hierfür die Geltungs- und Inhaltskontrolle erforderlich. Die Geltungskontrolle schließt Vertragsbestandteile aus, die objektiv ungewöhnlich und überraschend sowie für den Vertragspartner benachteiligend sind. Das ist anhand der redlichen Verkehrsprüfung bei dem konkreten Geschäftstyp zu prüfen. In Punkto Inhaltskontrolle spricht man von einer „verdünnten Willensfreiheit“. Nebenbestimmungen in AGB oder Vertragsformblättern, die nicht die beiderseitigen Hauptleistungen betreffen, sind nichtig, wenn sie grob benachteiligend sind. Die Nichtigkeit bestimmter Vertragsbestandteile führt dazu, dass der Restvertrag ohne diese Inhalte wirksam bleibt. So kann ein Verstoß gegen das Transparenzgebot des § 6 Abs 3 KSchG die vollständige Unwirksamkeit der Klausel zur Folge haben. Hier muss nämlich dem Nutzer klar vor Augen sein, welche Nutzungsrechte er dem Plattformbetreiber einräumt. Ein passendes Beispiel hierfür ist die Einräumung des Lösungsrechtes oder einer temporären Sperre eines Nutzers für den Betreiber, wenn sich aus den Nutzungsbedingungen ergibt, dass „Hate Speech“ auf der Plattform verboten ist und auch Meinungsäußerungen unterhalb der Strafbarkeitsschwelle miteinbezogen werden.

Kommen wir nun wieder konkret auf den Social Media-Vertrag zurück. Ein unentgeltlicher Social Media-Vertrag ist ein atypischer Vertrag, d.h. dass es sich hier im Sinne der Schuldverhältnisse um einen gesetzlich nicht ausdrücklich geregelten Vertrag handelt. Entgeltliche Social Media-Verträge sind rechtlich Werkverträge mit Dauerschuldverhältnis, nämlich der Bereitstellung der Plattform selbst und der Zugang zu dieser.

Völkerrechtliche Vereinbarungen können nationales Recht verdrängen und grenzüberschreitende Geschäfte regeln. Für die Anwendung von Rechtsvorschriften für den Vertragsabschluss bestimmt Art 3 Abs 1 der ROM-I Verordnung, dass das Recht für die von den Parteien ausdrücklich gewählt werden kann. Fehlt eine solche Definition, gilt bei Verbrauchern das Recht des Landes, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt und der Unternehmer auf irgendeine Weise tätig ist.

Handelt es sich beim Nutzer um ein Unternehmen, dann ist das Recht jenes Landes ausschlaggebend, in dem die Partei ihren Sitz hat, welche die charakteristische Leistung erbringt – hier also der Plattformbetreiber gemäß Art 4 Abs 2 ROM I-VO.

Die meisten Social Media-Plattformen haben ihren Sitz im Ausland, oft in den USA. Das bedeutet, dass sich österreichische Nutzer solcher Plattformen den Nutzungsbedingungen der ausländischen Plattform unterwerfen. Es gilt bei Verbrauchern die privatautonome Rechtswahl der Parteien in Bezug auf das **auf die Vertragsbestimmungen anzuwendende Recht**. Ein Beispiel: Meta hat seinen Sitz in den USA. Trotzdem schließen europäische Nutzer den Vertrag mit der irischen Tochter ab. Um die Schutzvorschriften des Landes des gewöhnlichen Aufenthaltes eines Nutzers nicht gänzlich auszuhebeln, muss ein Günstigkeitsvergleich angestellt werden.

Und damit kommen wir auch schon zum Ende dieser Folge. Abonnieren Sie den Podcast, damit Sie keine Folge verpassen!

Übrigens: Wir meinen, Texte sollen möglichst leicht lesbar und verständlich sein. Daher beziehen sich sämtliche verwendeten Bezeichnungen auf alle Menschen gleichsam.

Danke für's Zuhören und bis zum nächsten Mal beim Rechtsschutz Podcast.