

Rechtsanwalt Ralf Möbius LL.M.
Rechtsinformatik
Fachanwalt für IT-Recht
Am Ortfelde 100
D - 30916 Isernhagen

Tel.: 0511 - 844 35 35
Fax: 03212 - 844 35 35*
* 2,9 cent pro Minute
e-mail: ralfmoebius@gmx.de
www.rechtsanwaltmoebius.de

Dezember 2013

Facebook - Das soziale Netzwerk als Rechtsraum

A. Facebook - Das Unternehmen

Facebook ist ein soziales Netzwerk im Internet, das von der Firma Facebook Inc. mit Sitz in Kalifornien betrieben wird. Der Name bezieht sich auf die sogenannten „Facebooks“ mit Abbildungen von Portraitfotos von Studenten, die als Jahrbuch an vielen US-amerikanischen Colleges erstellt werden.

Das Netzwerk wurde im Februar 2004 in Betrieb genommen und zählt weltweit mehr als eine Milliarde Mitglieder. Facebook gehört wohl zu den fünf am häufigsten besuchten Websites der Welt. In Deutschland liegt die Website auf dem zweiten Rang hinter der Suchmaschine Google.¹

Facebook Inc. hat eine Tochtergesellschaft in Irland, die Facebook Ireland Ltd, Hanover Reach, 5-7 Hanover Quay 2, in Dublin gegründet. Die Mitglieder außerhalb der USA und Kanada haben nach den Geschäftsbedingungen von Facebook Inc. einen Vertrag mit der Gesellschaft aus Dublin.

Damit fällt das soziale Netzwerk außerhalb der USA und Kanada unter die Gesetze von Irland und der Europäischen Union. In Deutschland gibt es die Facebook Germany GmbH, Rathausmarkt 5, 20095 Hamburg, die nach eigenen Angaben nicht die Kerngeschäfte der beiden Gesellschaften aus den USA und Irland betreibt und keine ladungsfähige Anschrift für die Belange der ausländischen Gesellschaften ist.

¹ <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/180570/umfrage/meistbesuchte-websites-in-deutschland-nach-anzahl-der-besucher/>

B. Facebook - Die Nutzung in Deutschland

Im Jahre 2012 hat Facebook in Deutschland die Grenze von 25 Millionen Mitgliedern überschritten. Die größte Nutzergruppe ist zwischen 18 und 34 Jahre alt.² Weil Internetnutzer im Gegensatz zu weitläufigen Vorstellungen nicht sozial isoliert sind, sondern eine aktive soziale Gruppe sind, bilden sie für Werbung eine attraktive Zielgruppe.

Das Klischee des isoliert und einsam lebenden Computerfreaks trifft auf die Mehrheit der Internetnutzer nicht zu,³ weshalb auch die Gruppe der Facebook-Nutzer durch die Werbeindustrie vermehrt angesprochen wird. Damit ist Facebook für Firmen ein äußerst interessanter Marktplatz und insoweit ein Ort für intensiven Wettbewerb mit allen damit verbundenen rechtlichen Konsequenzen.

1.) Facebook - Funktionen

a) Grundzüge

Jedes Mitglied von Facebook verfügt über eine Profilseite, auf der er Informationen über sich vorhalten kann. Dies ist möglich über Texte, Fotos oder Videos, die hochgeladen oder in dafür vorgesehen Eingabemasken eingetragen werden können. Auf der sogenannten Pinnwand eines Mitgliedprofils können andere Mitglieder öffentlich sichtbare Kommentare hinterlassen. Die Mitglieder können sich auch persönliche Nachrichten schicken oder chatten oder mittels externer E-Mail-Programme Nachrichten schicken, da jedes Mitglied eine E-Mail-Adresse zugeteilt bekommt. Dabei können auch beruflich attraktive E-Mail-Adressen, wie „it.fachanwalt@facebook.com“ zugeteilt werden. Gleiches gilt für die Profiladressen der Mitglieder unter der Top-Level-Domain „facebook.com“, die beim Verfasser „https://www.facebook.com/fachanwalt.it.recht“ lautet. Freunde können über diese Kommunikationskanäle zu Gruppen und Veranstaltungen eingeladen werden.

² http://allfacebook.de/zahlen_fakten/facebook-nutzerzahlen-2013-deutschland

³ Kneidinger Bernadette, Facebook und Co., Eine soziologische Analyse von Interaktionsformen in Online Social Networks, VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010 S. 23,

b) die wichtigsten speziellen Funktionen

aa) Like-Button

Mit dem von einem Webseitenbetreiber auf seiner Webseite integrierten "Gefällt mir"-Button können Facebook-Mitglieder durch ein Klicken auf den Like-Button zeigen, dass ihnen diese Webseite gefällt. Durch die Nutzung des Like-Buttons erhält der Webseitenbetreiber eine kostenlose Werbung und eine eingehende Verlinkung zu seiner Site. Unklar ist jedoch, welche Daten beim Anklicken des Like-Buttons an Facebook.com übertragen werden. Da personenbezogene Daten nur dann erhoben, verarbeitet oder übermittelt werden dürfen, wenn die Person, zu der diese Daten gehören, zugestimmt hat oder das Gesetz diese Datenerhebung explizit erlaubt, gibt es insoweit einen aktuellen datenschutzrechtlichen Streit, auf den weiter unten noch eingegangen werden muss.

bb) Suche

Facebook besaß von Anfang an eine Suchmaske, um Personen, Firmen oder Gruppen durch Eingabe von Suchbegriffen zu finden. Am 15. Januar 2013 wurde die neu entwickelte Suchmöglichkeit „Graph Search“ vorgestellt. Im Unterschied zur bisherigen Suchfunktion handelt es sich um eine semantische Software, die Bedingungen von einem Kontext interpretieren kann, statt wie bisher nur Schlagworte einzuordnen. Graph Search ist aktuell nur für Benutzer verfügbar, die bei ihrem Facebook-Profil die englische Sprache als Basis ausgewählt haben.

cc) Chronik

Am 16. Dezember 2011 wurde die Funktion Chronik zur Erstellung eines Lebenslaufs in chronologischer Reihenfolge freigeschaltet. Seit Herbst 2012 ist diese Darstellung eines Mitgliedsprofils verpflichtend. Seit dieser Zeit kann im oberen Abschnitt des Nutzerprofils ein großes Hintergrundbild neben einem kleineren Profilbild eingefügt werden.

dd) weitere Funktionen

Ferner ist auf der Facebook-Plattform ein Video-on-Demand-System eingebunden zum Abruf von Unterhaltungsfilmen und mit der sogenannten Connect-Funktion können sich

Nutzer mit Hilfe ihres Facebook-Profiles bei anderen Anbietern authentifizieren. Ferner bietet Facebook eine eigene Währung an, mit der kommerzielle Anwendungen auf Facebook bezahlt werden können. Schließlich kann man sogar Sprachübertragungen mit Hilfe seines Facebook-Accounts bewerkstelligen.⁴

C. Ausblick

Die große Anzahl der Nutzer und der gewaltige Umfang der Nutzungsmöglichkeiten lässt das Potenzial von Facebook erkennen. Durch die umfangreichen Kommunikationsmöglichkeiten und die Nutzung der Plattform über Mobiltelefone wird erkennbar, dass Facebook zu einer Art „Internet im Internet“ geworden ist, wobei das Bedürfnis, Angebote außerhalb von Facebook zu suchen mit der Anzahl der vergleichbaren Angebote auf Facebook abnimmt. Viele Mitglieder nutzen mittlerweile keine externen E-Mail-Adressen mehr, sondern wickeln die Kommunikation im Freundes- oder Verwandtenkreis ausschließlich über Facebook ab. Diese Attraktivität für Mitglieder korrespondiert mit dem gestiegenen Interesse der Konkurrenz außerhalb von Facebook und den Wettbewerbern, die Facebook als Werbeplattform nutzen. Dementsprechend haben sich Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit Facebook längst etabliert. Man kann insoweit Rechtsstreitigkeiten um Facebook selbst, Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit den speziellen Funktionen von Facebook und Prozesse unter Mitgliedern unterscheiden, die nicht von den Besonderheiten der Facebook-Plattform herrühren, unterscheiden. Zunächst sollen kurz die Streitigkeiten um Facebook selbst skizziert werden, dann die Auseinandersetzungen mit Facebook um einzelne Facebook-Funktionen und schließlich Verweise auf Streitigkeiten von Facebook-Nutzern untereinander, die rechtlich keine Facebook-Besonderheit darstellen.

D. Facebook - Rechtsstreitigkeiten

1.) Facebook Inc. vs. studiVZ

Ein großer Teil des Erfolgs des studentischen und damit sozialen Netzwerks StudiVZ sei dem Kopieren und dem Missbrauch von Facebooks geistigem Eigentum geschuldet,

⁴ <http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook>

lautete der Vorwurf der Facebook Inc., als diese eine Klage in US-Bundesstaat Kalifornien gegen den Konkurrenz-Plattform erhob. Angeblich betrieb die Plattform der Holtzbrinck-Gruppe einen fast identischen Nachbau von Facebook. Auch das Landgericht Köln beschäftigte sich mit einer Klage von Facebook gegen die deutsche Plattform wegen unlauteren Wettbewerbs. Allerdings scheiterte die Klage gegen die Verwendung der Bildschirmoberfläche von StudiVZ, weil die Nachahmung der Facebook-Seite in unlauterer Weise nicht nachgewiesen werden konnte. Denn zum Zeitpunkt der Markteinführung des Netzwerks StudiVZ im November 2005 habe Facebook nicht über den erforderlichen Bekanntheitsgrad auf dem deutschen Markt verfügt. Eine deutschsprachige Version von Facebook existiert zudem erst seit März 2008.⁵ Im September 2009 einigten sich beide Firmen vor dem kalifornischen Gericht auf die Zahlung eines Geldbetrags der Holtzbrinck-Gruppe an Facebook.⁶

2.) Facebook Inc. vs. ConnectU, Gebrüder Winklevoss

Die Connectu-Gründungsmitglieder Divya Narendra und die Zwillinge Cameron und Tyler Winklevoss warfen dem Facebook-Gründer Mark Zuckerberg vor, während seiner Tätigkeit als Programmier bei Connectu („Verbinde Dich“) deren Geschäftsmodell gestohlen zu haben. Die Kommilitonen von Zuckerberg an der Harvard University hatten Zuckerberg 2003 mit der Weiterentwicklung ihres Programms beauftragt. Dieser habe sich jedoch nicht an den Vertrag gehalten, sondern sei im Februar 2004 mit Facebook gestartet.

2008 zahlte Zuckerberg nach einer Einigung mit der Gegenseite insgesamt 65 Millionen US-Dollar. 20 Millionen Dollar wurden in bar gezahlt und Facebook-Anteile im Wert von 45 Millionen Dollar übertragen.⁷ Eine Anfechtung des Vergleichs wegen der Täuschung über den wahren Wert von Facebook scheiterte später vor einem Berufungsgericht in San Francisco und im Juni 2011 akzeptierten die Zwillinge den angefochtenen Vergleich endgültig.

⁵ <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article3936067/Facebook-verliert-Klon-Klage-gegen-StudiVZ.html>

⁶ <http://www.zeit.de/digital/internet/2009-09/soziale-netwerke-facebook-studivz-einigung>

⁷ <http://www.zeit.de/digital/internet/2010-03/facebook-zuckerberg-connectu>

3.) Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein

a) Urteile des VG Schleswig (Az. 8 A 37/12, 8 A 14/12, 8 A 218/11) vom 09.10.2013

Das Schleswig-Holsteinische Verwaltungsgericht Schleswig hatte in drei Verfahren zu den Aktenzeichen 8 A 37/12, 8 A 14/12 und 8 A 218/11 von Stellen aus Schleswig-Holstein entschieden, dass deutsche Betreiber von Facebook-Fanseiten für die über Facebook erfolgende Datenverarbeitung datenschutzrechtlich nicht verantwortlich gemacht werden können.

Das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) hatte Ende 2011 beschieden, dass die Facebook-Datenverarbeitung nicht mit deutschem Datenschutzrecht vereinbar sei, weil bei der Nutzung von Fanseiten personenbezogene Daten erfasst würden, gegen die Profilbildung keine Widerspruchsmöglichkeit eingeräumt und beim Setzen von sogenannten Cookies keine wirksamen Einwilligungen der Nutzer eingeholt würden. Die durch die Unternehmen vor dem Verwaltungsgericht angefochtenen Verfügungen, die Fanseiten zu deaktivieren, wurden vom Verwaltungsgericht aufgehoben.

Das Gericht war der Ansicht, die Fanseitenbetreiber könnten datenschutzrechtlich nicht für die Nutzung der Fanseiten verantwortlich gemacht werden, weil sie auf das Angebot von Facebook keinen Einfluss hätten und die gespeicherten personenbezogenen Daten auch nicht abrufen könnten. Die sich aus dieser Konstellation ergebende Beschränkung des Datenschutzes müsse angesichts der gesetzlichen Vorgaben hingenommen werden. Zur Klärung dieser umstrittenen Rechtslage, wegen deren grundsätzlicher Bedeutung das Verwaltungsgericht die Berufung zugelassen hatte, legte das unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) gegen eines der Urteile Berufung ein.

Es soll geklärt werden, inwieweit juristische Personen in Schleswig-Holstein, die datenschutzrechtlich unzulässige Internet-Serviceleistungen von US-Unternehmen nutzen, für diese Rechtsverstöße mitverantwortlich sind. Der auf diese Weise legalisierte Verstoß gegen grundlegende Regelungen des deutschen Telemedienrechts dürfe nicht

hingegenommen werden. Die grundrechtliche Schutzpflicht des Staates für das Recht auf informationelle Selbstbestimmung im Internet werde nicht ausreichend gewürdigt.⁸

b) Schleswig-Holsteinisches VG, Az. 8 B 61/12, Beschluss vom 14. Februar 2013, Klarnamenzwang

Facebook verlangt von seinen Mitgliedern bei der Registrierung die Angabe ihrer tatsächlichen Namen und behält sich das Recht vor, die Konten von Nutzern, die nicht ihren tatsächlichen Namen angegeben haben, zu sperren. Das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) hatte unter Hinweis auf deutsches Datenschutz- und Telemedienrecht Facebook Ireland Ltd und Facebook Inc. aufgegeben, Nutzern die Verwendung eines Pseudonyms zu ermöglichen und gesperrte Konten bei Nutzung eines Pseudonyms freizugeben.

Das Verwaltungsgericht hatte jedoch den dagegen gerichteten Eilanträgen von Facebook stattgegeben, weil deutsches Recht nach der Europäischen Datenschutzrichtlinie und dem Bundesdatenschutzgesetz auf die Verarbeitung von Facebook-Nutzerdaten nicht anwendbar sei. Weil die Datenverarbeitung bei der irischen Niederlassung von Facebook stattfinde, sei deutsches Recht nicht maßgeblich. Nach Ansicht des VG Schleswig lassen sich die Verfügungen des ULD nicht auf deutsches Datenschutzrecht stützen, da Facebook keine Niederlassung in Deutschland habe, sondern lediglich in Irland. Damit sei nur irisches Datenschutzrecht anwendbar.⁹

c) Schleswig-Holsteinisches Oberverwaltungsgericht, Az. 4 MB 10/13; 4 MB 11/13, 22.04.2013

Mit Beschlüssen vom 22.04.2013 entschied das Schleswig-Holsteinische Oberverwaltungsgericht (OVG) schließlich, dass auf die Datenverarbeitung bei Facebook auch in Bezug auf deutsche Nutzer nicht deutsches, sondern ausschließlich irisches Datenschutzrecht anzuwenden sei. Damit wurde die vorläufige Vollstreckbarkeit der Verfügungen des unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz Schleswig-

⁸ <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20131101-berufung-fanpages.htm>

⁹ <http://openjur.de/u/600057.html>

Holstein gegen Facebook Inc. und Facebook Ireland Ltd., gemäß dem deutschen Telemedienrecht eine anonyme oder pseudonyme Nutzung zuzulassen, rechtskräftig aufgehoben. Das Oberverwaltungsgericht stellte fest, dass Facebook Ireland Ltd. zwar eine Niederlassung von Facebook in Europa sei, nicht aber die Facebook Germany GmbH, die nur in den Bereichen der Anzeigenwerbung und des Marketings tätig sei.¹⁰

4.) Like-Button-Rechtsfragen

Weil personenbezogene Daten nur dann erhoben, verarbeitet oder übermittelt werden dürfen, wenn entweder die Person, zu der diese Daten gehören, zugestimmt hat, oder wenn das Gesetz den Vorgang erlaubt., stellt sich die Frage nach der Zulässigkeit des „Like-Buttons“ zunächst aus datenschutzrechtlicher Sicht. Der Code des „Gefällt mir“ Buttons übermittelt personenbezogene Daten an Facebook, wenn er angeklickt wird, weil andernfalls keine Nachricht auf der Pinnwand des jeweiligen Mitglieds erscheinen könnte. Auch wenn der Button gar nicht angeklickt wird, könnte er bei entsprechender Programmierung die IP-Adresse des Nutzers als „personenbezogene Daten“ an Facebook übermitteln.

Weil eine gesetzliche Erlaubnis zur Übermittlung personenbezogener Daten durch den Like-Button nicht besteht und eine relevante Einwilligung in die Erhebung und Übermittlung persönlicher Daten bei dessen Nutzung nicht besteht, besteht ein beachtliches datenschutzrechtliches Risiko bei der Verwendung des Buttons. Zu einer Klärung der datenschutzrechtlichen Komponente trug das folgende Urteil des Landgerichts Berlin jedoch nichts Entscheidendes bei.

Facebook Like-Button, LG Berlin, Beschluss v. 14.03.2011, Az. 91 O 25/11,

Denn die Vorschrift des § 13 TMG sei nicht als Marktverhaltensvorschrift zu qualifizieren und es könne im Anblick von § 4 Nr. 11 UWG dahinstehen, ob der Einsatz des „Like-Buttons“ von Facebook ohne explizite Datenschutzerklärung innerhalb eines kommerziellen Webangebots wegen einer Verletzung von § 13 TMG datenschutzrechtlich zu beanstanden sei. Obwohl man beim Aufrufen der Seite des

¹⁰ <http://openjur.de/u/622153.html>

Händlers nicht über die Übermittlung von Daten an Facebook informiert wurde, wies das Landgericht Berlin einen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung¹¹ zurück (Az. 91 O 25/11). Denn ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht sei nur dann zu erkennen, wenn der datenschutzrechtliche Verstoß des Händlers „unlauter“ im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG sei. Nach der Rechtsprechung des BGH handele gemäß § 4 Nr. 11 UWG nur derjenige unlauter, der einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Die verletzte Norm müsse daher auch die Funktion haben, gleiche Voraussetzungen für die auf einem Markt tätigen Wettbewerber zu schaffen. Es reiche nicht aus, dass die Vorschrift ein Verhalten betrifft, welches dem Marktverhalten vorausgegangen sei oder ihm nachfolge. Die verletzte Regelung müsse das Marktverhalten im Interesse der Marktteilnehmer regeln. Dem Interesse der Mitbewerber diene eine Norm aber nur dann, wenn sie die Freiheit der wettbewerblichen Entfaltung schütze. Nach diesen Grundsätzen sei aber die Vorschrift des § 13 TMG, wonach der Diensteanbieter den Nutzer zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in allgemein verständlicher Form zu unterrichten, jedenfalls nicht als Marktverhaltensvorschrift zu qualifizieren. Die datenschutzrechtliche Einordnung der Übermittlung personenbezogener Daten durch den Like-Button könne daher dahinstehen.¹²

5.) E-Mail-Einladungen an Nichtmitglieder und AGB's, Landgericht Berlin, Az.: 16 O 551/10, 06.03.2012

Im Hinblick auf den Versand von Einladungs- und Erinnerungs-Mails sowie die dieser Funktion des "Freunde-Findens" zugrunde liegende Einwilligung des Nutzers in die Nutzung der Daten durch die Facebook Ireland Ltd liege ein wettbewerbsrechtlicher Verstoß zu Grunde, denn es handele sich um unerbetene Werbung. Werbung sei jedes Verhalten einer Person zu Gunsten eines eigenen oder fremden Unternehmens, das auf

¹¹ <http://www.rechtsanwaltmoebius.de/einstweilige-verfuegung.html>

¹² http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/lg-berlin_91-o-25-11_like-button_facebook_gefaellt-mir.html

die Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen gerichtet sei. Dies treffe auch auf die Einladungs- und Erinnerungs-Mails von Facebook zu. Sie hätten zwar aus Sicht der Nutzer einen sozialen Zweck, dienten gleichzeitig aber auch der Förderung des Absatzes von Dienstleistungen, da sie auf eine Vergrößerung der Mitgliederzahl gerichtet seien. Die Versendung der Mails beruhten auch nicht allein auf dem Entschluss eines einladenden Nutzers sondern diese und Facebook seien Mittäter (§ 830 Abs. 1 Satz 1 BGB), da sie bewusst und gewollt bei der Versendung der E-Mails zusammenwirkten: Die Nutzer stellten die erforderlichen Adressdaten, während die Beklagte die Erstellung der Mails und deren Versand übernehme. Der Unlauterkeit stehe auch nicht entgegen, dass der soziale Charakter des "Freunde finden", also das legitime Interesse des Nutzers an der Schaffung eines möglichst breiten Freundeskreises, gegenüber dem wirtschaftlichen Interesse der Beklagten an weiteren Nutzern durchaus erheblich erscheine. Denn nach § 7 UWG komme es allein auf das Interesse des jeweiligen Empfängers der Direktwerbung an, das nach Abs. 2 Nr. 3 UWG aber ausdrücklich erklärt werden müsse. Auch die nach § 3 Abs. 1 und 2 UWG erforderliche Spürbarkeit der Beeinträchtigung sei im Rahmen des § 7 UWG nicht erforderlich weil bei Vorliegen der Fallgruppen des § 7 Abs. 2 stets von einer unzumutbaren Belästigung auszugehen sei.

Damit wird die Praxis des sozialen Netzwerkes „Facebook“, Freundschaftsanfragen ohne Einwilligung des kontaktierten Verbrauchers zu verschicken, für wettbewerbsrechtlich unzulässig erklärt. Gleiches gelte insbesondere für die Allgemeine Geschäftsbedingungen und die Vertragsklauseln zur Nutzung von IP-Inhalten und Werbung samt der zugrunde liegenden „Facebook-Datenschutzrichtlinien“.¹³

6.) Impressumspflicht

a) Landgericht Regensburg, Az.: 1 HK O 1884/12, Urteil vom 31.01.2013

Das Landgericht Regensburg hatte zum Az.: 1 HK O 1884/12 entschieden, dass ein Wiesbadener EDV-Beratungshaus gegen die Impressumspflicht verstoßen habe, weil nicht erwiesen sei, dass auf der Infoseite der Firmenpräsenz auf Facebook das

¹³ <http://openjur.de/u/269310.html>

vollständige Impressum abrufbar gewesen sei. Das Landgericht hielt es für nicht ausreichend, dass die Firmenangaben auf der Facebookseite weitgehend vorhanden waren und ein Link zu ihrer Homepage eingebunden war, die wiederum einen Link zum vollständigen Impressum vorhielt.

Das Gericht war der Meinung, dass das Fehlen der Angaben nach § 5 TMG einen wettbewerbsrechtlichen Verstoß nach § 4 Ziffer 11 UWG darstelle. Es handele sich um eine Informationspflicht im Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern und damit um eine Marktverhaltensregelung, die wettbewerbsrechtlich relevant sei. Dass das abmahnende Unternehmen über ein automatisiertes System 30.000 Impressumsverletzungen festgestellt hatte und innerhalb von 8 Tagen mindestens 181 Abmahnungen aussprach, hielt das Landgericht, anders als später das Oberlandesgericht Nürnberg, für nicht ausschlaggebend.¹⁴

b) Oberlandesgericht Nürnberg Az.: 3 U 348/13 vom 03.12.2013

Das Urteil des Landgerichts Regensburg wurde später aufgehoben, allerdings nur, weil die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs rechtsmissbräuchlich gewesen sein soll. Nach Ansicht des Oberlandesgerichts ergab eine Gesamtwürdigung aller Indizien unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalles, dass die Verfolgung der Ansprüche durch die Klägerin rechtsmissbräuchlich gewesen ist. Der Rechtsverstoß gegen die Impressumspflicht wurde insoweit nicht noch einmal überprüft.¹⁵

c) Landgericht Aschaffenburg, Urteil vom 19.08.2011, Az.: 2 Hk O 54/11

Das Landgericht Aschaffenburg erkannte, dass auch Nutzer von "Social Media" wie Facebook-Accounts eine eigene Anbieterkennung vorhalten müßten, wenn diese zu Marketingzwecken benutzt werden und nicht nur eine reine private Nutzung vorläge. Diese Pflichtangaben müssten einfach und effektiv optisch wahrnehmbar und ohne langes Suchen auffindbar sein. Deshalb liege bereits in der Bezeichnung "Info" für den

¹⁴ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/lg-regensburg_1-hk-o-1884-12_facebook_impresum_urteil.html

¹⁵ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-nuernberg_3-u-348-13_facebook-abmahnung-missbrauch.html

Hinweis auf die Pflichtangaben eines Impressums ein Verstoß gegen § 5 Telemediengesetz vor.¹⁶

d) Landgericht Frankfurt, Beschluss vom 19.10.2011, Az.: 3-08 O 136/11

Das Landgericht Frankfurt verbot in seinem Beschluss dem Antragsgegner „eine Unternehmenspräsenz im Internet bereitzuhalten, ohne seinen Namen anzugeben“ ohne nähere Begründung, wie in Eilverfahren üblich, läge ein Verstoß gegen die Vorschriften der §§ 3, 4 Nr. 11, 5a, 8, 12, 13, 14 UWG. 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG vor. Eine weitere Auseinandersetzung mit der Rechtslage erfolgte in diesem Verfahren ersichtlich nicht.¹⁷

e) Oberlandesgericht Düsseldorf, Urteil zum Az.: I-20 U 75/13 vom 13.08.2013

Eine Anbieterkennung, die allenfalls über die unter dem Button „Info“ enthaltene Verlinkung zum einem weiteren Internetauftritt enthält, genüge der Impressumspflicht nicht, da die Bezeichnung „Info“ dem durchschnittlichen Nutzer nicht ausreichend verdeutliche, dass hierüber Anbieterinformationen abgerufen werden könnten.¹⁸

7.) Streitigkeiten der Facebook-Nutzer untereinander

Eine beachtliche Anzahl von Rechtsstreitigkeiten wurden bereits durch verschiedene Zivilgerichte in Deutschland entschieden, ohne dass die Prozesse spezifische Besonderheiten aufwiesen, die sich auf das soziale Netzwerk Facebook zurückführen ließen. Kurz gesagt: Beleidigungen sind selbstverständlich nicht nur in der physischen Welt justitiabel sondern auch in der virtuellen Welt des Internets und natürlich auch auf der Plattform Facebook.

Urteile der Arbeitsgerichte wegen Beleidigungen und Kündigungen und wurden vom Arbeitsgerichten Bochum, Urteil vom 09.02.2012, Az.: 3 Ca 1203/11¹⁹, Urteil vom

¹⁶ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/lg-aschaffenburg_2-hk-o-54-11_facebook-impressum.html

¹⁷ <http://netzrecht.org/gericht-bejaht-impressumpflicht-fur-einzelne-facebook-page/>

¹⁸ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-duesseldorf_I-20-u-75-13_facebook-impressum.html

¹⁹ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/arbgb-bochum_3-ca-1203-11_facebook-beleidigung.html

29.03.2012, Az.: 3 Ca 1283/11²⁰, dem Arbeitsgericht Dessau, Urteil vom 21.03.2012, Az.: 1 Ca 148/11²¹, dem Arbeitsgericht Hagen, Urteil vom 16.05.2012, Az.: 3 Ca 2597/11²², dem Arbeitsgericht Duisburg, Urteil vom 26.09.2012, Az.: 5 Ca 949/12²³, und dem Landesarbeitsgericht Hamm, Urteil vom 10.10.2012, Az.: 3 Sa 644/12²⁴, gesprochen. Beleidigungen in einer Facebook-Gruppe können vor deutschen Zivilgerichten verhandelt werden, auch wenn sich der Täter im Ausland befindet, weil deutsche Gerichte auch für Äußerungen zuständig sind, die sich an deutsche Nutzer wenden. Denn nach § 32 ZPO ist die Zuständigkeit eines Gerichts für unerlaubte Handlungen immer dort gegeben, wo die Handlung begangen wurde. Dies ist in der Regel immer dort der Fall, wo der Erfolg der begangenen Handlung eintritt. Schließlich hat das Oberlandesgericht Hamburg am 04.02.2013 zum Az.: 7 W 5/13²⁵ entschieden, dass private Nachrichten auf Facebook nicht veröffentlicht werden dürfen, weil dies prinzipiell unzulässig sei. Schon an dieser beispielhaften Aufzählung von Entscheidungen lässt sich erkennen, dass die Mehrzahl von Zivilprozessen um Facebook keine rechtliche Besonderheit darstellt, sondern mit den herkömmlichen Zivilrecht problemlos gelöst werden kann.

Das soziale Netzwerk Facebook ist damit ein durchaus gewöhnlicher und mittlerweile nicht mehr hinwegzudenkender Bestandteil der deutschen Rechtsprechung. Spannend wird es immer nur dann, wenn es darum geht, neue technische Entwicklungen auf der Internetplattform Facebook rechtlich einzuordnen.

²⁰ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/arb-g-bochum_3-ca-1283-11_facebook-beleidigung.html

²¹ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/arb-g-dessau_1-ca-148-11_facebook-beleidigung.html

²² http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/arb-g-hagen_3-ca-2597-11_facebook-beleidigung.html

²³ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/arb-g-duisburg_5-ca-949-12_facebook-beleidigung.html

²⁴ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/lag-hamm_3-sa-644-12_facebook-beleidigung.html

²⁵ http://www.rechtsanwaltmoebius.de/urteile/olg-hamburg_7-w-5-13_facebook-hass-gruppe.pdf