

# Kommunikation & Recht



Betriebs-Berater für

● Medien ● Telekommunikation ● Multimedia

2  
K&R

- Editorial: Die Geburtswehen der neuen Domainendungen  
*Fabian Reinholz*
- 73 RedTube-Abmahnungen: Urheberrechtsverstoß durch Streaming?  
*Philipp C. Redlich*
- 77 Share oder Like? – Zur Reichweite der Einwilligung  
bei der Einbindung von Facebook-Buttons  
*Dr. Severin Müller-Riemenschneider und Dr. Louisa Specht*
- 80 Störerhaftung im Datenschutzrecht? · *Dr. Carlo Piltz*
- 86 Nutzerbasierte Online Werbung 2.0 · *Astrid Steinhoff*
- 90 Google: AGB sind immer noch unwirksam · *Dr. Sebastian Meyer*
- 94 Aktuelle Entwicklungen im Steuerrecht in der Informations-  
technologie 2012/2013  
*Prof. Dr. Jens M. Schmittmann*
- 101 Länderreport Brüssel/EU · *Robert Klotz*
- 106 BGH: Geburtstagszug: Urheberrechtsschutz für Werke  
angewandter Kunst  
mit Kommentar von *Dr. Jan Rasmus Ludwig*
- 113 BGH: Haftung für fremden Terminhinweis mit Kartenausschnitt  
auf eigener Website
- 114 BGH: Fleurop: Markenrechtsverletzung durch unzureichend  
aufklärende AdWords-Anzeige
- 136 LG Köln: RedTube: Keine offensichtliche Rechtsverletzung  
bei ungeklärten Rechtsfragen  
mit Kommentar von *Carl Christian Müller und Sören Rößner*
- 144 OVG NRW: Landesrechtlicher Presse-Auskunftsanspruch  
gegen Bundesbehörde  
mit Kommentar von *Dr. Christoph Partsch*

17. Jahrgang

Februar 2014

Seiten 73 – 148

Deutscher Fachverlag GmbH · Frankfurt am Main

RA Dr. Severin Müller-Riemenschneider, LL.M. Eur., Frankfurt a. M. und  
RAin Dr. Louisa Specht, Karlsruhe\*

## Share oder Like? – Zur Reichweite der Einwilligung bei der Einbindung von Facebook-Buttons

*Die Einbindung von Facebook-Buttons erfreut sich größter Beliebtheit. Sie eröffnen die Möglichkeit, die Sichtbarkeit von Inhalten im Internet innerhalb kürzester Zeit über das Facebook-Netzwerk deutlich zu erhöhen. Insbesondere Urheber von Sprachwerken – z. B. journalistischer Beiträge – machen von dieser Möglichkeit, eine Steigerung der Bekanntheit ihrer Werke herbeizuführen, gerne Gebrauch.*

### I. Einleitung

Durch das Anklicken des Facebook-Share- und auch des Facebook-Like-Buttons wird ein Link auf einen entsprechenden Inhalt gesetzt, der vom Urheber im Internet öffentlich zugänglich gemacht wurde.

Hat derjenige, der den Like-Button angeklickt hat, ein Facebook-Konto, wird dieser Link in einer von Facebook vorgegebenen Form in seiner Facebook-Chronik eingebettet. Der Link enthält jeweils ein Vorschaubild sowie die Anfangszeilen des verlinkten Inhalts.

Beim Share-Button wird hingegen in der Chronik des teilenden Facebook-Nutzers ein Link auf den „geteilten“ Inhalt in einer Form gesetzt, die der Nutzer in gewissem Umfang selbst gestalten kann. Vorgeschlagen wird von Facebook ebenfalls, ein Vorschaubild sowie die Anfangszeilen des „geteilten“ Inhalts zu wählen, der Nutzer kann jedoch beide Komponenten verändern. D.h. er kann selbst entscheiden, welche Eingangszeilen der geteilte Inhalt haben soll, die dann in dem Link angezeigt werden, und ob ein Vorschaubild angezeigt werden soll oder nicht. Dies gilt indes nur, wenn Fremdsseiten geteilt werden. Wird ein Inhalt geteilt, der innerhalb des Facebook-Netzwerkes bereits „gepostet“ wurde, so wird in der Regel der gesamte Inhalt im Profil des Teilenden angezeigt.<sup>1</sup>

Der Unterschied zwischen dem Like- und dem Share-Button liegt damit in dem Umfang des Einflusses, den der Nutzer auf die Gestaltung des Links, der in seiner Chronik erscheint, hat. Während der Nutzer im Falle des Like-Buttons lediglich über das „Ob“ der öffentlichen Zugänglichmachung entscheidet, bestimmt der Nutzer des Share-Buttons auch über das „Wie“.

Die über den Facebook-Share- oder -Like-Button in die Facebook-Chronik eingebundenen Inhalte werden zumeist als Sprachwerke über § 2 UrhG geschützt. Damit steht das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung gem. § 19 a UrhG allein dem Urheber dieser Werke zu. Durch das Setzen eines Links, auch eines Deep-Links, auf ein Werk wird dieses Werk jedoch nach mittlerweile übereinstimmender Ansicht in Rechtsprechung<sup>2</sup> und Literatur<sup>3</sup> nicht öffentlich zugänglich gemacht. Es liegt insoweit keine urheberrechtliche Verwertungshandlung vor.

Anders liegt dies, wenn nicht ein Link auf das Werk gesetzt wird, sondern dieses Werk im Ganzen in der Facebook-Chronik eines Nutzers veröffentlicht wird. In diesem Fall wird das Werk öffentlich zugänglich gemacht i. S. d.

§ 19 a UrhG, mit der Folge, dass es hierfür der Einräumung von Nutzungsrechten oder der Einwilligung des Urhebers bedarf.

Viele Internetnutzer aber verstehen den Facebook-Like- oder auch den Facebook-Share-Button als Aufforderung des Verwenders, die Sichtbarkeit des Werkes zu erhöhen und glauben daher, im Interesse des Verwenders nicht nur einen Link auf den entsprechenden Inhalt setzen, sondern auch, diesen insgesamt auf ihrem Profil veröffentlichen zu dürfen.

Eine Reihe von Kanzleien ist – ähnlich wie beim Filesharing vor einigen Jahren – dazu übergegangen, massenhaft Facebook-Nutzer aufgrund der beschriebenen öffentlichen Zugänglichmachung von Werken, die ausdrücklich über die jeweiligen Facebook-Buttons „geteilt“ oder „geliked“ werden sollen, abzumahnen.

Weder die Literatur, noch die Rechtsprechung hat sich bisher dazu geäußert, welcher Aussagegehalt der Einbindung von Facebook-Buttons entnommen werden kann. Ist einem solchen Facebook-Button lediglich die Erklärung des Verwenders zu entnehmen, mit dem Setzen eines Links einverstanden zu sein oder ist in der Verwendung eines Facebook-Buttons nicht vielmehr auch eine Einwilligung in die öffentliche Zugänglichmachung von Werken zu sehen?

### II. Einwilligung in die öffentliche Zugänglichmachung

#### 1. Rechtsnatur und Rechtsfolge der Einwilligung

Die Einwilligung ist ein im Privatrecht stark umstrittenes Institut. Während sie z.T. als rechtsgeschäftliche oder rechtsgeschäftsähnliche Handlung eingeordnet wird,<sup>4</sup> erachtet sie der BGH als bloßen Realakt, auf den jedoch bei der Auslegung dieselben Grundsätze wie im Falle einer rechtsgeschäftlichen Erklärung Anwendung finden sollen.<sup>5</sup> Letztlich ist dies jedoch ein Theorienstreit, der in der Praxis bereits deshalb nur eine geringe Bedeutung hat, da jedenfalls alle Ansichten zu dem Ergebnis gelangen, dass die Grundsätze der §§ 104 ff. BGB Anwendung finden. Der Meinungsstreit sei daher hier nur angedeutet, ein Streitentscheid bleibt für die vorstehende Abhandlung ohne Relevanz.

\* Dr. Severin Müller-Riemenschneider, LL.M. Eur. ist Rechtsanwalt in der Kanzlei Damm Rechtsanwälte, Dr. Louisa Specht ist Rechtsanwältin in der Kanzlei Küster, Klas und Kollegen und Lehrbeauftragte am Karlsruher Institut für Technologie. Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. VIII.

1 Facebook Developers, Share Dialog: <https://developers.facebook.com/docs/plugins/share/>.

2 BGH, 17. 7. 2003 – I ZR 259/00, K&R 2003, 554 ff. – Paperboy.

3 Statt vieler: Schulze, in: Dreier/Schulze, UrhG, 4. Aufl. 2013, § 16 KUG Rn. 14.

4 OLG München, 30. 5. 2001 – 21 U 1997/00, ZUM 2001, 708; zum Meinungsstand vgl. auch Ohly, volenti non fit iniuria, S. 16 ff; Ohly, GRUR 2012, 983, 984 ff.

5 BGH, 18. 3. 1980 – VI ZR 155/78, NJW 1980, 1903, 1904.

Ebenso umstritten wie ihre Rechtsnatur ist auch die Rechtsfolge der Einwilligung. Während sie nach Auffassung des BGH die Rechtswidrigkeit entfallen lässt,<sup>6</sup> schließt sie nach anderer Ansicht bereits den Verletzungserfolg auf Tatbestandsebene aus.<sup>7</sup> Auch dieser Theorienstreit sei hier jedoch nur grob skizziert. Von Bedeutung für die vorstehende Abhandlung ist lediglich, dass bei Vorliegen einer Einwilligung die urheberrechtlichen Ansprüche nicht gegeben sind, sei es in Ermangelung der Tatbestandsvoraussetzungen, sei es in Ermangelung der Rechtswidrigkeit der Verletzungshandlung.

## 2. Art der Erteilung

Die Einwilligung kann sowohl ausdrücklich, als auch konkludent erteilt werden. In seiner Entscheidung „Vorschaubilder I“ hat der BGH den Kanon der Einwilligungsmöglichkeiten um den der schlichten Einwilligung erweitert.<sup>8</sup> Zu unterscheiden ist die Einwilligung jedoch stets von der bloßen Passivität.<sup>9</sup> Bloßes Schweigen ist keine Einwilligung. Auch für die konkludente Einwilligungserklärung bedarf es daher des positiven Handelns des Erklärenden, eines Verhaltens, dem der objektive Empfänger entnehmen kann, dass der Handelnde hierdurch erklärt, mit der sein Urheberrecht tangierenden Handlung einverstanden zu sein. Es muss insoweit der Schluss auf einen entsprechenden Rechtsfolgwillen gezogen werden können.<sup>10</sup>

Die schlichte Einwilligung schließlich ist ein vom BGH entwickeltes Institut, dessen rechtsdogmatische Einordnung noch nicht umfassend geklärt ist. Sie setzt keine auf den Eintritt einer Rechtsfolge gerichtete Willenserklärung voraus.<sup>11</sup> Etwa durch das Einstellen von Bildern in das Internet ohne entsprechende technische Schutzmaßnahmen erklärt der Urheber danach, mit der Veröffentlichung dieser Bildnisse als sogenannte Vorschaubilder in Suchmaschinen einverstanden zu sein.<sup>12</sup>

## 3. Reichweite der Einwilligung

Fraglich ist auch regelmäßig die Reichweite der Einwilligung, sofern diese nicht ausdrücklich auf einzelne Nutzungsarten bezogen ist. Hinsichtlich der Einräumung von Nutzungsrechten gilt im Urheberrecht grundsätzlich, dass diese Nutzungsrechte so weit als möglich beim Urheber verbleiben, der Urheber im Zweifel also keine weitergehenden Rechte überträgt, als es der Zweck der Verfügung erfordert.<sup>13</sup>

Der Gedanke der Zweckübertragungslehre ist auch auf den der Nutzungsrechtseinräumung zugrunde liegenden schuldrechtlichen Vertrag sowie auf rein schuldrechtliche Nutzungsverträge anwendbar.<sup>14</sup> Es liegt daher nahe, ihn auch auf die Einwilligung anzuwenden.<sup>15</sup> So umfasst beispielsweise die Einwilligung zum Abdruck eines Artikels in einer Print-Ausgabe einer Zeitschrift nicht auch gleichzeitig das Recht, den Artikel in der Online-Ausgabe öffentlich zugänglich zu machen.<sup>16</sup>

## III. Bedeutung für den Facebook-Like- und Facebook-Share-Button

### 1. Art der Einwilligung

Es stellt sich zunächst die Frage, welche Art der Einwilligung bei der Einbindung eines Facebook-Buttons erteilt wird. Der jeweilige Facebook-Button ist gewissermaßen die verkürzte symbolische Darstellung der dem einzelnen Button zugrunde liegenden Erklärung. Der den Button auf

seiner Webseite Einbindende verhält sich damit nicht konkludent, sondern erklärt ausdrücklich, mit der hinter dem jeweiligen Button stehenden Nutzung einverstanden zu sein. Es liegt insoweit eine ausdrückliche Einwilligung vor.

Ein Rückgriff auf das Institut der sogenannten schlichten Einwilligung, wie sie der BGH seiner Vorschaubilder-Entscheidung zugrunde legte, ist hier nicht angezeigt. Denn die schlichte Einwilligung zeichnet sich gerade dadurch aus, dass sie nicht auf das Setzen einer Rechtsfolge gerichtet ist. Mit der Einbindung des Facebook-Buttons aber will der Einbindende als Rechtsfolge gerade die Rechtmäßigkeit bestimmter Verwertungshandlungen herbeiführen.

### 2. Reichweite der ausdrücklich erteilten Einwilligung

Beim Facebook-Like-Button hat der Nutzer keinen Einfluss auf die inhaltliche Gestaltung des Links. Vor diesem Hintergrund muss davon ausgegangen werden, dass die ausdrückliche Einwilligung des Verwenders auf das bloße Setzen des Links in der vorgegebenen Form beschränkt ist. Nur wenig spricht dafür, dass der durchschnittliche Nutzer zu der Einsicht gelangt, die Verwendung des Like-Buttons sei eine Einwilligung in die öffentliche Zugänglichmachung des gesamten Werkes. Die Rahmenbedingungen für die Sichtbarmachung sind derart konkret, dass der durchschnittliche Nutzer von der bloßen Einwilligung in das Setzen eines Deeplinks auf die Inhalte ausgehen muss.

Durch die Implementierung des Share-Buttons ruft der Verwender ebenfalls aktiv dazu auf, die Sichtbarkeit seines Werkes zu erhöhen. Ob in der Einbindung des „Teilen“-Buttons nur die ausdrückliche Einwilligung in das Setzen eines Links oder die Einwilligung, das gesamte Werk öffentlich zugänglich zu machen, zu sehen ist, muss durch Auslegung der Reichweite der Willenserklärung im Einzelfall bestimmt werden (§§ 133, 157 BGB). Die überwiegenden Argumente sprechen dafür, dass der Rezipient von einer Einwilligung in die Zugänglichmachung des gesamten Werkes ausgehen kann.

#### a) Aufforderung zum Teilen – Wortlautargument

Zunächst ruft bereits die aktive Aufforderung den Beitrag zu „teilen“ beim Leser den Eindruck hervor, dem Autor käme es allein darauf an, die Sichtbarkeit seines Werkes in einer nicht vorgegebenen Form zu erhöhen. So wird „teilen“ im Sinne von „mitteilen“ umgangssprachlich als jemanden von etwas in Kenntnis setzen, jemanden über etwas informieren, etwas an jemanden weitergeben, verstanden.<sup>17</sup> Dieses Wortlautargument spricht bereits dafür, den Share-Button als umfassende Einwilligung in die öffentliche Zugänglichmachung des Inhaltes zu sehen und

6 Ebenso: *Dasch*, Die Einwilligung zum Eingriff in das Recht am eigenen Bild, 1990, S. 31 ff.

7 *Helle*, AfP 1985, 93, 96; *Ohly*, GRUR 2012, 983, 984 ff.; vgl. auch: *Dreier/Specht*, in: *Dreier/Schulze* (Fn. 3), § 22 KUG Rn. 16 ff.

8 BGH, 29. 4. 2010 – I ZR 69/08, K&R 2010, 501 – Vorschaubilder I.

9 *Ohly*, GRUR 2012, 983, 986.

10 *Ohly*, GRUR 2012, 983, 986.

11 Vgl. hierzu umfassend: *Dreier*, in: *Dreier/Schulze* (Fn. 3), § 97 Rn. 15 m. w. N.; *Spindler*, MMR 2012, 386.

12 BGH, 19. 10. 2011 – I ZR 140/10, K&R 2012, 416 ff. – Vorschaubilder II.

13 Sogenannte Zweckübertragungslehre, vgl. hierzu eingehend: *Schulze*, in: *Dreier/Schulze* (Fn. 3), § 31 Rn. 103 ff.

14 *Schulze*, in: *Dreier/Schulze* (Fn. 3), § 31 UrhG Rn. 103.

15 Vgl. hierzu auch: BGH, 6. 2. 1985 – I ZR 179/82, NJW 1985, 1633.

16 *Schulze*, in: *Dreier/Schulze* (Fn. 3), § 31 UrhG Rn. 132.

17 <http://www.duden.de/rechtschreibung/mitteilen>.

die Einwilligung nicht auf ein bloßes Verlinken zu beschränken.

*b) Einflussmöglichkeit des Nutzers beim Facebook-Share-Button*

Dem Rezipienten wird beim Facebook-Share-Button eine umfassende Einflussmöglichkeit eingeräumt. Wie eingangs erwähnt, wird dem teilenden Nutzer zwar ein Textausschnitt und ein Vorschaubild vorgegeben, er kann jedoch sowohl Text als auch das Vorschaubild modifizieren. Möglich ist es, andere Teile des Sprachwerkes oder das gesamte Werk in das Auswahlfenster hinein zu kopieren, auch wenn die Verlinkung stets lediglich die ersten Zeilen des gewählten Textes enthält, deren Umfang danach variiert, ob zusätzlich ein Vorschaubild angezeigt wird, oder nicht. Diese eingeräumte Einflussmöglichkeit ist zunächst ein Indiz dafür, dass die Erklärung des den Button Einbindenden vom objektiven Empfängerhorizont so verstanden werden muss, dass nicht nur die konkrete Verlinkung, sondern möglicherweise auch andere Nutzungshandlungen gestatten werden sollen.

Entscheidend sind für das Verständnis vom objektiven Empfängerhorizont her vor allem zwei Komponenten, wobei die erstere bereits angedeutet wurde:

aa) Bei der Bearbeitung des Link-Textes kann der Nutzer den gesamten Text in das Link-Fenster einbetten. Anzeigt werden zwar letztlich stets nur die ersten Zeilen im endgültigen Link. Allein die Tatsache aber, dass im Rahmen der Bearbeitung der Eindruck erweckt wird, man können auch den gesamten Text eines Werkes in den Link einbinden, lässt den Nutzer annehmen, der Verwender des Buttons sei mit einer öffentlichen Zugänglichmachung des gesamten Werkes einverstanden.

bb) Wird nicht ein Fremdtex – etwa der einer Tageszeitung oder eines Blogs – „geteilt“, sondern ein Beitrag, den ein anderer Nutzer auf seinem Profil „gepostet“ hat, so wird nicht nur ein Link auf das Profil dieses Nutzers gesetzt, sondern es wird auch der gesamte Inhalt dessen, was der Nutzer „gepostet“ hat, öffentlich zugänglich gemacht. Es existieren also im Ergebnis zwei „Teilen-Funktionen“, eine, mit der lediglich ein Link auf einen Inhalt gesetzt wird und eine, mit der ein gesamter Inhalt öffentlich zugänglich gemacht wird.

Bedenkt man nun noch erschwerend, dass z. B. Tageszeitungen nicht nur ihre eigenen Seiten betreiben, auf denen zum „Teilen“ von Artikeln aufgerufen wird, sondern zu meist auch Fanpages auf Facebook, auf denen ebenfalls Artikel enthalten sind, die „geteilt“ werden können, so wird es dem Laien nicht möglich sein, zu erkennen, dass zwischen den jeweiligen Teilen-Funktionen ein Unterschied besteht. Der objektive Empfänger wird vielmehr davon ausgehen, dass mit der Möglichkeit des „Teilens“ eine einheitliche Erklärung abgegeben wird, den Beitrag auch öffentlich zugänglich machen zu dürfen.

*c) Vergleich von Facebook-Share- und Facebook-Like-Button*

Dieser Anschein einer erschöpfenden Einwilligung wird weiterhin durch einen Vergleich des Facebook-Like- und des Facebook-Share-Buttons verstärkt. Dem Nutzer wird beim Facebook-Share-Button eine umfassendere Einflussmöglichkeit auf die Gestaltung des Inhalts des Links eingeräumt. Dem Verwender des Share-Buttons wäre es leicht möglich, diese Einflussmöglichkeit zu beschränken, indem

er einen Like-Button verwendet oder seine eingeschränkte Einwilligung in die Zugänglichmachung auf andere Art auf seiner Homepage zum Ausdruck bringt. Wäre die Reichweite der Einwilligung von Facebook-Share- und Facebook-Like Button deckungsgleich, würde sich dem Nutzer die berechtigte Frage aufdrängen, wieso es neben dem Facebook-Like-Button überhaupt noch eines Facebook-Share-Buttons bedarf.

*d) Vergleich mit YouTube-Einwilligung*

Dafür, dass die Verwendung des Share-Buttons nach dem objektiven Empfängerhorizont für eine Einwilligung in die öffentliche Zugänglichmachung zu verstehen ist, spricht auch der Vergleich mit der Einbindung von Laufbildern und Filmwerken der Plattform YouTube. Am vielleicht häufigsten werden auf Facebook Videos, die auf der Plattform YouTube bereitgehalten werden, „geteilt“. Dies geschieht gerade nicht dadurch, dass der Nutzer einen Deep-link auf die Plattform YouTube setzt. Stattdessen wird der vollständige Film in einem Frame auf Facebook eingebettet, so dass das gesamte Video auf Facebook abrufbar ist. Dem Nutzer erschließt sich die scheinbare Ungleichbehandlung von Film und Sprachwerk nicht, sodass auch dieser Vergleich beim Nutzer den Eindruck verstärkt, es gehe dem Verwender ausschließlich um die Erhöhung der Sichtbarkeit seines Beitrages.

*e) Vergleich mit Creative Commons-Lizenzen*

Auch der Vergleich mit Creative Commons-Lizenzen lässt keinen anderen Schluss zu, als die Einwilligung durch den Facebook-Share-Button auf die öffentliche Zugänglichmachung zu erstrecken. Denn die im Netz in hohem Maße verwendete Creative Commons ShareAlike-Lizenz, die ebenfalls durch eine Grafik Ausdruck gefunden hat, umfasst eben gerade diese öffentliche Zugänglichmachung. Creative Commons ist eine im Jahr 2001 gegründete gemeinnützige Organisation. Durch sie sollen Urheber der Öffentlichkeit auf einfache Weise Nutzungsrechte, mittels Standard-Lizenzverträgen, einräumen können. Die Lizenzen sind für beliebige Werktypen anwendbar und schaffen auf diese Weise „Freie Inhalte“. Die sogenannte ShareAlike-Funktion von Creative Commons enthält in ihrer Erklärung u. a. die Aussage, „you are free to share“ (Teilen). Weiter heißt es, dass unter „to share“ nach ShareAlike der Creative Commons „to copy, distribute and transmit the work“ zu verstehen ist, also das Kopieren, Übermitteln und Verbreiten. Creative Commons hält dabei als eine der wenigen Webseiten überhaupt eine umfassende Erklärung zur Share-Funktion. Auch auf der Plattform Wikipedia wird die ShareAlike-Grafik verwendet und erklärt. Es ist naheliegend, dass der durchschnittliche Leser dem Share-Button, der auf Facebook lediglich rudimentär erklärt wird, eine gemeinhin bekannte und im Netz gut auffindbare Definition von „Share-Funktionen“ zugrunde legt.

*f) Keine Anwendbarkeit der Grundsätze der Vorschaubilder-Entscheidungen*

In den sogenannten „Vorschaubilder-Entscheidungen“ des BGH erachtete dieser es als schlichte Einwilligung in die im Internet üblichen Verknüpfungen an, wenn eine Person eine Datei im Internet zugänglich macht, ohne diese mit einer Zugriffssperre zu versehen.<sup>18</sup> In einem solchen Fall der konkludent erklärten schlichten Einwilligung wird ver-

18 BGH, 29. 4. 2010 – I ZR 69/08, K&R 2010, 501 – Vorschaubilder I.

treten, die Einwilligung könne nicht so weit gehen, dass der Werkgenuss an seinem Ursprungsort vollständig substituiert wird.<sup>19</sup>

Durch einen Facebook-Button wird jedoch erstens nicht schlicht, sondern mit dem Willen, eine Rechtsfolge zu setzen, eingewilligt und zweitens nicht konkludent, sondern ausdrücklich. Der Gedanke der Substitution, ob also durch die vollständige Zugänglichmachung des Werkes der Werkgenuss am Ursprungsort entbehrlich wird, lässt sich aber auf die ausdrückliche Einwilligung nicht oder zumindest nicht grundsätzlich übertragen. Im Rahmen einer konkludenten, schlichten Einwilligung mag dies eine Frage der Reichweite dessen sein, was durch konkludentes, schlichtes Handeln erklärt werden soll. Im Rahmen einer ausdrücklichen Einwilligung stellt sich diese Frage aber zumindest dann nicht, wenn der Nutzer explizit erklärt, mit der Substitution des Werkes einverstanden zu sein. Dies ist durch die oben dargestellte Auslegung im Falle des Facebook-Share-Buttons aber gerade der Fall.

#### g) Ergebnis Facebook-Share-Button

Von einem durchschnittlichen Empfänger kann nicht erwartet werden, dass er sämtliche technische und rechtliche Einzelheiten des Facebook-Share-Buttons im Detail kennt. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die eindeutige Aufforderung zum Teilen und ein Vergleich mit den beschriebenen vergleichbaren Nutzungsformen vom Nutzer dahingehend verstanden wird, dass der Text bei Facebook öffentlich zugänglich gemacht werden kann.

### IV. Zusammenfassung

Die Einbindung eines Facebook-Share- oder Facebook-Like-Buttons ist stets dahingehend zu verstehen, dass der Verwender seine ausdrückliche Einwilligung in die Erhöhung der Sichtbarkeit des jeweiligen Beitrages erteilt, auch wenn es im Rahmen des Facebook Like-Buttons einer solchen Einwilligung schon nicht bedarf, da lediglich das Setzen eines Links, mithin eine urheberrecht-

lich nicht relevante Handlung, gestattet wird. Der Unterschied der Facebook-Buttons ist bei der Reichweite der erklärten Einwilligung verortet. Mangels Einflussmöglichkeit des Nutzers auf die inhaltliche Gestaltung des Links, der durch das Anklicken eines Facebook-Like-Buttons erstellt wird, ist dieser in seiner Anwendung derart konkret, dass der objektive Betrachter diesem lediglich den Aussagegehalt entnehmen kann, den Beitrag in der vorbestimmten Form zugänglich machen zu dürfen. Anders ist dies beim Facebook-Share-Button. Aufgrund des umfassenden Einflusses, den der Nutzer auf die inhaltliche Gestaltung hat, einem Vergleich mit dem Facebook-Like-Button, der ShareAlike-Lizenz und der Einbindung von vollständigen Filmwerken und Laufbildern auf Facebook, ist die aktive Aufforderung den Beitrag zu teilen, nach dem durchschnittlichen Empfängerhorizont dahingehend zu verstehen, dass der Beitrag in seiner Gänze öffentlich zugänglich gemacht werden darf.

Vor diesem Hintergrund gilt es auch, den Internetnutzer zu schützen, der dem ambivalenten Verhalten mancher Verwender des Facebook-Share-Buttons zuweilen ausgeliefert zu sein scheint. Jedenfalls wäre es nicht unverhältnismäßig, demjenigen, der einerseits zur Verbreitung seiner Beiträge auffordert, andererseits aber juristisch dagegen vorgeht, wenn Dritte von den technisch eingeräumten Möglichkeiten Gebrauch machen, die Pflicht aufzuerlegen, dass er die Modalitäten einer zulässigen öffentlichen Zugänglichmachung eindeutig kommuniziert.

Neben all dem erscheint das Verhalten derjenigen, die einerseits zum Teilen aufrufen, um die Sichtbarkeit des Beitrages zu erhöhen, andererseits aber die öffentliche Zugänglichmachung juristisch verfolgen, widersprüchlich i. S. d. § 242 BGB, mit der Folge, dass sie sich jedenfalls nicht auf eine fehlende Einwilligung berufen können sollten.

<sup>19</sup> Ohly, GRUR 2012, 983, 991.

R.Ref. Dr. Carlo Piltz, Berlin\*

## Störerhaftung im Datenschutzrecht?

*Mit Urteilen vom 9. 10. 2013 entschied das VG Schleswig, dass ein Fanpage-Betreiber bei Facebook für die Verarbeitung von Nutzerdaten und damit auch mögliche Datenschutzverstöße, weder selbst verantwortlich ist, noch als Störer haftet. Dieser Beitrag geht der Frage nach, ob die vom BGH entwickelte Störerhaftung im Internet bei Datenschutzverstößen tatsächlich unanwendbar ist oder doch eine weitere Fallgruppe dieser Haftungsfigur von Internet-intermediären darstellt.*

### I. Einleitung

Nach der erfolgreichen Etablierung und aus der Praxis nicht mehr wegzudenkenden Rechtsfigur der zivilrecht-

lichen Störerhaftung im Internet,<sup>1</sup> geben jüngere Entscheidungen des VG Schleswig<sup>2</sup> dazu Anlass, eine Übertragung der in Rechtsprechung und Literatur weitgehend anerkannten Voraussetzung zur zivilrechtlichen Inanspruchnahme Dritter, welche einen kausalen Beitrag zur Rechtsverletzung im Internet leisten, auf den Bereich des Datenschut-

\* Mehr über den Autor erfahren Sie auf S. VIII.

<sup>1</sup> Vgl. etwa für das Markenrecht: BGH, 22. 7. 2010 – I ZR 139/08, K&R 2011, 117 – Kinderhochstühle im Internet; BGH, 17. 8. 2011 – I ZR 57/09, K&R 2011, 727 – Stiftparfüm; für das Wettbewerbsrecht: BGH, 12. 7. 2007 – I ZR 18/04, K&R 2007, 517 – Jugendgefährdende Medien bei eBay; für das Persönlichkeitsrecht: BGH, 25. 10. 2011 – VI ZR 93/10, K&R 2012, 110 – Blog-Eintrag; BGH, 14. 5. 2013 – VI ZR 269/12, K&R 2013, 474 – Autocomplete; für das Urheberrecht: BGH, 16. 5. 2013 – I ZR 216/11, K&R 2013, 795 – Kinderhochstühle im Internet II.

<sup>2</sup> VG Schleswig, 9. 10. 2013 – 8 A 14/12, K&R 2013, 824 m. Anm. Härtling.