

Ursula Sury

Social Network Services

AUSGANGSLAGE

Soziale Netzwerke sind im Zeitgeist. Früher vernetzten sich Personen über Vereine, Berufsorganisationen oder klassische Service Clubs wie Lions, Rotary etc. Heute profitieren immer mehr Leute von den Dienstleistungen sozialer Netzwerke, organisieren Treffen, Meetings. Weltweit gibt es viele sogenannter Social Network Services wie LinkedIn, Myspace, studiVZ etc.

Die neuen Möglichkeiten der Vernetzung über diese Webanwendungen folgen anderen Gesetzmässigkeiten als traditionelle Netzwerke. Spezielle Hürden, Anforderungen, Vorbedingungen gibt es nicht, alle können mitmachen. Zudem profitieren Social Network Services wie jede Internetanwendung davon, dass sie global sowie orts- und zeitunabhängig funktionieren. Die Grunddienste stehen zudem unentgeltlich zur Verfügung. Erweiterte Funktionen können, je nach sozialem Netzwerk, kostenpflichtig sein.

MOTIVATION DER ANBIETER

Solche Anbieter finanzieren sich einerseits durch verschiedene Werbungen, welche dank der Möglichkeit, immer mehr Leute in soziale Netzwerke einzuladen, auch immer mehr Teilnehmenden zugänglich gemacht werden können.

Andererseits werden die Persönlichkeitsprofile der Benutzer und die Inhalte (Textbilder etc.), welche diese auf das Portal stellen, verwertet.

DIE SPIELREGELN

Die Spielregeln für die Teilnehmenden am sozialen Netzwerk sind in verschiedensten Vertragsbedingungen geregelt. Je nach Anbieter und den von ihm angebotenen Diens-

ten kann es sich nebst den grundsätzlichen allgemeinen Geschäftsbedingungen noch um mehrere Ergänzungen dazu handeln, wie z.B.:

- Datenschutzregelung
- Datenschutzrichtlinien
- Urheberrechtsrichtlinien
- Richtlinien für den Verkauf von Produkten des Anbieters an die Teilnehmenden
- Richtlinien für Entwickler, falls die Teilnehmenden noch die Möglichkeit haben, gewisse Anwendungsplattformen zu benutzen und diese weiter zu entwickeln
- Richtlinien für Verkäufe, falls die Teilnehmenden die Möglichkeit haben, über das soziale Netzwerk direkt Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen
- Richtlinien für die Nutzung von Plattformanwendungen oder die Verknüpfungsmöglichkeiten

Nur mit dem Akzeptieren dieser Vertragsbedingungen erhält der Benutzer Zugang zum sozialen Netzwerk. Es ist sehr wichtig, dass der Benutzer sich dessen bewusst ist und sich einen Überblick über die ihn betreffenden Regelungen macht. Es kann wohl mühsam sein soviel Kleingedrucktes zu lesen, aber man findet darin sehr wichtige Hinweise für das Verhalten oder technische Einstellungen oder aber man ist vielleicht mit gewissen Bedingungen nicht einverstanden mit der Konsequenz, dass man sich für ein anderes soziales Netzwerk entscheidet.

Der Anbieter des sozialen Netzwerkes unterstellt seine Regelungen und die entsprechenden Rechtsverhältnisse regelmässig demjenigen Landesrecht, wo er seinen Sitz hat. Weil eben die Angebote sozialer Netzwerke global sind und sich die Anbietenden in einem US-Bundesstaat, in Deutschland oder irgendwo in Asien befinden, kann dies für wesentliche Themen, wie beispielsweise den Datenschutz oder das Urheberrecht unvorhersehbare und gar schwierige Konsequenzen haben.

Die Anbieter sozialer Netzwerke räumen sich zudem regelmässig das Recht ein, die allgemeinen Geschäftsbedingungen inkl. deren verschiedenen Anhänge einseitig ändern zu können. Je nach Anbieter erhält man vorher noch eine entsprechende Ankündigung oder aber man muss sich selber immer wieder über den Inhalt und den Stand der AGB's informieren. Wer mit neuen AGB's nicht einverstanden ist, dem bleibt meist als einzige Möglichkeit die Kündigung.

Bedingung für die Teilnahme bei den meisten sozialen Netzwerken ist ein bestimmtes Mindestalter oder gar die Volljährigkeit (18jährig). Kindern ist also grundsätzlich der Zugang zu dieser Art sozialer Netzwerke nicht möglich.

PERSÖNLICHKEITSPROFILE

Wer sich in einem sozialen Netzwerk registriert, ist grundsätzlich verpflichtet, seine Daten wahr und vollständig anzugeben.

Nebst E-Mail-Adresse, Name und Vorname sind häufig zusätzlich zwingend (und eben wahr) anzugeben: das Geburtsdatum, die Branche wo man tätig ist, beruflicher Status/Position im Unternehmen o.ä. Gibt man alle diese Informationen an, hat man selbst und freiwillig ein Persönlichkeitsprofil von sich erstellt und macht dieses über das Netzwerk einem bestimmten oder unbestimmten Adressatenkreis zugänglich.

In den verschiedenen Nutzungsbestimmungen wird man immer wieder aufgefordert, selber zu entscheiden, ob und wie Informationen über das eigene Profil veröffentlicht werden. Zudem lassen sich die Zugriffs- und Bearbeitungsmöglichkeit der anderen Benutzer einschränken. Der Benutzer hat also die Möglichkeit, über die Veränderung von Einstellungen den Zugang zu seinem Profil zu modifizieren. Dies kann er aber nur, wenn er sich tatsächlich ganz konkret mit den Möglichkeiten des Netzwerkes auseinandersetzt und versteht, was er wo mit welcher Konsequenz selbst verändern kann. Die Voreinstellungen der sozialen Netzwerke sind nämlich relativ offen, denn es ist ja gerade die Idee und der Sinn dieser Netzwerke, dass Leute, die sich auch vorher noch nicht gekannt haben, kennen lernen und voneinander für das Netzwerk relevante Informationen bekommen.

ANTI-PRIVACY

Durch das Bekanntgeben seines persönlichen Profils ist man automatisch im Netzwerk global bekannt und exportiert sein Persönlichkeitsprofil auch ins Ausland. Verschiedene Diensteanbieter benützen die Profile der Teilnehmenden, um ihnen Angebote von Produkten und Dienstleistungen zu machen, d.h. verwenden dort sogenannte Recommen-

dersysteme (vgl. dazu Artikel von Ursula Sury im Informatik-Spektrum 05/2006 „Recommender Systeme: Marketing versus Privacy“ erschienen am 30.09.2006).

Andere gehen sogar noch weiter und verknüpfen die vom Benutzer freigegebenen Personendaten mit Informationen, welche sonst noch im Internet über diese konkrete Person vorhanden sind, um noch ein genaueres Profil zu erhalten und Werbemittel und Angebote gezielter einsetzen zu können.

Dadurch, dass Diensteanbieter auch mit Dritten zusammenarbeiten (Unterlieferanten für das Angebot des Dienstes, Werbeunternehmungen etc.), gelangen diese Profile auch an Dritte, welche diese Informationen je nach konkretem Landesrecht, konkretem Privacyverständnis und Privacykultur wieder für sich verwenden.

COPYRIGHT UND NUTZUNGSRECHTE

Im Rahmen des Gebrauchs der Dienste stellen die Teilnehmenden auch verschiedene urheberrechtlich geschützte Inhalte wie Texte, Bilder etc. auf die Plattform des sozialen Netzwerkes und tauschen diese aus. Für die Betreiber des sozialen Netzwerkes ist es nun sehr wichtig sicherzustellen, dass diese verschiedenen Inhalte nicht irgendwelche Rechte verletzen. Aus diesem Grund verpflichten sich die Teilnehmenden, dass ihre Inhalte compliant sind. Nur Anbieter nehmen sich das Recht heraus, ohne oder ohne grosse Vorankündigung Inhalte vom Netz zu nehmen oder gar einzelne Benutzerkonten schon bei geringem Verdacht auf Missbrauch zu löschen oder inaktiv zu setzen.

Gewisse soziale Netzwerke verlangen von den Benutzern auch das Recht, die Inhalte selber in verschiedener Art und Weise gebrauchen zu können mit der Konsequenz, dass die Netzwerkteilnehmenden faktisch dem Netzwerkanbieter ein Gebrauchsrecht (Lizenz) an ihren Inhalten einräumen müssen. Dies ist solange unproblematisch, als die Netzwerkteilnehmenden dies überhaupt können, d.h. über die entsprechenden Rechte verfügen. Häufig wird dies aber nicht der Fall sein, weshalb sie die Vertragsanforderungen nicht erfüllen und diese somit verletzen. Dieses Recht auf Verwendung sichern sich die Netzwerkanbietenden zeitlich unbeschränkt, d.h. es gilt auch dann weiter, wenn das Mitglied seine Mitgliedschaft aufgekündigt hat. Als weiteres Problemfeld öffnet sich zudem missbräuchliche Verwendung durch andere Netzwerk-Benutzer.

ZUSAMMENFASSUNG

Soziale Netzwerke lassen die Vernetzung von Personen ohne gesellschaftliche Hürden weltweit zu. Der Teilnehmende ist verpflichtet, sein wahres Persönlichkeitsprofil anzugeben und muss über das Akzeptieren verschiedener Geschäftsbedingungen verschiedene Arten von Bearbeitungen seines Profils dulden. Die informationelle Selbstbestimmung ist über die in den Plattformen verschiedenartigsten Verwendungen, Verknüpfungen und Weitergaben seiner Daten faktisch nicht mehr möglich.

Die Teilnehmenden an sozialen Netzwerken sind verpflichtet, sich im Netzwerk rechtlich korrekt zu verhalten. Die Netzwerkanbieter sichern sich ein zeitlich unbeschränktes Nutzungsrecht an den verschiedenen Inhalten der Benutzern, welche diese aber nur einräumen können, wenn ihnen das entsprechende Recht selbst zusteht.

Ursula Sury ist selbständige Rechtsanwältin in Luzern (CH) und leitet den Fachhochschul-Lehrgang Wirtschaftsinformatik an der Hochschule für Wirtschaft HSLU Luzern der Fachhochschule Zentralschweiz. Sie ist zudem Dozentin für Informatikrecht an verschiedenen Nachdiplomstudien, welche am Institut für Wirtschaftsinformatik der Hochschule durchgeführt werden. Die Autorin ist hauptsächlich im Bereich Informatikrecht und Datenschutz tätig. Informieren Sie sich unter www.hslu.ch/wirtschaft

8071 Zeichen ohne Leerschlag

9232 Zeichen mit Leerschlag

1. April 2009