

Die Schwierigkeiten eines Webmasters

Gerade habe ich mich an die Zeiten um die Jahrtausendwende zurückerinnert. Das Internet zog in immer mehr deutsche Haushalte ein und gewann immer mehr an Bedeutung. Ein paar Cracks „programmierten“ eigene Internetseiten (meist mit Party- oder Privatfotos) oder Seiten für den Verein, indem man Mitglied war. Damals konnte man über Anbieter, wie z. B. Freecity noch gratis DE-Domains erhalten, die jedoch werbefinanziert waren. Hierzu wurden entsprechende Werbe-Popups beim Einblenden oder Verlassen der Seite angezeigt. Nachdem Popup-Blocker schon fast standardmäßig eingesetzt wurden hat sich dieses Geschäftsmodell jedoch nicht mehr gerechnet und Freecity stellte diesen Dienst anno 2006 ein.

In der Zwischenzeit entdeckten aber auch die privaten Hobby-Seitenersteller die Möglichkeiten mit Werbung Geld zu verdienen. In der Folge fand man schon alsbald nur noch wenige Homepages ohne Banner, AdSense & Co. In der Folge wuchsen jedoch auch unseriöse „Geld scheffeln“ Angebote (meist Schneeball-Systeme) und andere Abzock-Modelle wie Pilze aus dem Boden. Zudem wuchsen die Internetgemeinde inkl. „Sammelplattformen“, wie z. B. Facebook und damit diverse Probleme rasant an. Plötzlich war es z. B. für einen Arbeitgeber ziemlich einfach die „Freizeit-Entgleisungen“ eines (potenziellen) Angestellten zu sehen. Dazu kamen immer mehr Urheberrechtsverletzungen, Betrügereien und sonstiges, was der Mensch alles so nicht braucht.

Aus diesen „Problemen“ entstanden eine ganze Reihe an Vorschriften bzw. Gesetze für Webseitenbetreiber. Besonders kleine Webseitenbetreiber sowie ganz normale Internetuser werden hier oft vor große Herausforderungen gestellt. Handelt man nicht korrekt, kann schnell eine Abmahnung mit hohen Kosten oder schlimmer ins Haus stehen. Ein paar Highlights aus dieser Rubrik möchte ich Ihnen nun folgend mal vorstellen und bitte darum zu beachten, dass es sich hier um meine Meinung und Auffassung sowie Tipps von mir und nicht um juristische Ratschläge handelt (ja – auch das sollte vorsichtshalber mal erwähnt werden).

Fotos:

Fotos auf einer Webseite stellen den Klassiker schlechthin dar. Wie anfangs erwähnt haben viele Webmaster mal mit einer kleinen, privaten oder Vereinshomepage angefangen. Bilder vom letzten Urlaub, der letzten Veranstaltung oder des letzten Turniers waren Pflicht. Schon lange gibt es jedoch die Persönlichkeitsrechte und damit auch die Rechte am eigenen Bild. Viele Fotos, die damals veröffentlicht wurden, hätten eigentlich der Zustimmung des oder der Aufgenommenen bedurft – hat natürlich aber (fast) niemand gemacht. Und letztendlich hat sich auch praktisch niemand darüber aufgeregt. Oft kannte man den Webseitenbetreiber persönlich, der die Bilder veröffentlicht hat und konnte somit ggf. auf schnellstem Weg um Entfernung bitten. Und heute haben wir „Soziale Netzwerke“. Unglaublich viele Leute haben evtl. Zugriff auf diese Bilder und dementsprechend können sie sich (insbesondere lustige oder gar peinliche Bilder) rasant verbreiten. Die Folgen können hierbei z. T. fatal sein. Problematisch kann das für Uploader und Veröffentlichender/Verbreiter gleichermaßen werden. Auch der kleine Webseitenbetreiber mit der Vereinshomepage kann durch die unsensible Veröffentlichung von Bildern schnell Probleme bekommen. Hier gibt es praktisch fast nur Opfer. Der „arme“ Uploader hat sich beim Hochladen des Bildes nichts gedacht, der Verbreiter ebenfalls nichts, der kleine Webseitenbetreiber will doch nur die Vereinsseite etwas schöner machen... Keiner hatte hier etwas Böses im Schilde und trotzdem können alle rechtliche Probleme bekommen. Nicht zur vergessen ist derjenige, dessen Abbildung ggf. widerrechtlich veröffentlicht wurde – der hat evtl. keine Chance mehr dieses Bild irgendwo noch mal aus dem Internet zu bekommen. Große Plattformen wie z. B. die sozialen

Netzwerke müssen sich hierum weniger Gedanken machen – da sie in der Vergangenheit in der Regel nicht oder nur sehr sanft für die Fehler der Mitglieder gehaftet haben. Dazu kommen oftmals die Unsicherheiten, welche Bilder überhaupt Persönlichkeitsrechte verletzen und welche nicht. Als kleiner Webseitenbetreiber, der u. a. mit Abbildungen von Menschen hantiert gar keine leichte Aufgabe alles richtig umzusetzen. Damit aber noch nicht genug – ggf. darf man auch keine Bilder veröffentlichen, die man selbst gemacht hat (z. B. diverse Veranstaltungen, Eifelturm bei Nacht). Hier sind wir nämlich beim Thema Urheberrecht – und hier hat man eine gute Chance auf Ahndung. D. h., man begeht vielleicht eine Rechtsverletzung und weiß ggf. gar nichts davon. Entscheiden Sie selbst, ob hier der Spruch zählt „Unwissenheit schützt vor Strafe nicht“. Entscheiden Sie auch selbst, ob es für all’ diese Probleme überhaupt noch eine zufriedenstellende Lösung geben kann.

Um das Recht am eigenen Bild zu stärken könnte ich mir z. B. eine Software vorstellen, die einen biometrischen Abgleich im Internet macht und dass man so alle Fotos die von einem existieren per Knopfdruck löschen kann – aber man überlege auch wie man ein solches System missbrauchen könnte. Insofern gibt es für mich hier nur eines. Kluge Entscheidungen für jeden Einzelfall und Gerichte, die sinnlose Klagen schon im Vorfeld abweisen und eine Anpassung des Abmahn-Rechts, so dass Abmahnungen bei Nichtbetroffenheit (z. B. ein Anwalt mahnt ab ohne selbst vom Grund der Abmahnung betroffen zu sein) verboten und nichtig sind. Vielleicht sollte man den ganzen Abmahn-Irrsinn auch gleich ganz verbieten und entsprechende Fälle direkt vor Gericht klären und auch hier sollten belanglose Fälle meiner Meinung nach direkt abgewiesen werden. Generell sollte bei Kleinigkeiten auch ein (kostenfreier) Hinweis genügen.

Impressum, Datenschutz, AGB’s...:

... machen natürlich irgendwo Sinn. Die Frage ist natürlich, ab wann man über das Ziel hinausschießt. Die Impressumspflicht gilt übrigens nicht für jeden (Quelle: Wikipedia: <http://de.wikipedia.org/wiki/Impressumspflicht>); wann man jedoch impressumspflichtig ist und wann nicht ist im Einzelfall nur sehr schwer zu unterscheiden. Am Besten ist es, dass man immer ein Impressum auf der Seite hat. Unter folgendem Link kann man sehen, was grundsätzlich in einem Impressum zu finden sein muss: http://www.gesetze-im-internet.de/tmg/_5.html.

Datenschutzbestimmungen sind natürlich grundsätzlich sinnvoll und auch sehr wichtig. Grundsätzlich sollte meiner Meinung nach aber hier herausgestellt werden, wie der Schutz der persönlichen Daten gegenüber Dritten ist. Denn: wenn ich mich auf einer Webseite registriere, ist mir schon irgendwo klar, dass der Seitenbetreiber nun diese Daten besitzt und auch elektronisch speichern wird. Hier wäre für mich eine klare Ansage, ob die Daten weitergegeben werden oder nicht wichtiger als eine 100 Seiten lange Datenschutzbelehrung, die sowieso niemand liest und es somit möglich ist alle mögliche Schweinereien darin unterzubringen ohne dass es den großen Aufschrei gibt. Durch die z. T. sehr komplizierten und auch schwer umsetzbaren Vorgaben haben es hier mal wieder insbesondere die Webmaster schwer, die ohne eigene Rechtsabteilung auskommen müssen. Webmaster, die Tracking-Tools, wie z. B. [Google Analytics](#) oder Plug-Ins, wie z. B. den „I like Button“ von Facebook nutzen, müssen hierauf in den Datenschutzbestimmungen gesondert hinweisen. Gut, wer das alles noch im Überblick hat und sich auf dem Laufenden halten kann. Wer das nicht schafft ist auch hier besonders abmahngefährdet. Interessant ist es auch, dass man sich in den AGB’s und z. T. auch in den Datenschutzbestimmungen von allem Mögliche distanzieren muss um ein wenig rechtliche Sicherheit zu haben. Da fragt man sich doch glatt, warum man überhaupt eine Webseite oder Webangebot erstellt, wenn man sich von Vielem wieder gleich distanziert oder gleich gar keine Verantwortung übernimmt. Aber ohne diese

Vorgehensweise sitzt man schnell auf einem Schleudersitz. Gerade diese Punkte sind für viele Webmaster sehr schwierig, da sie sich tief im rechtlichen Bereich befinden, während man sich mit dem eigentlichen Content-Angebot seiner Seite normalerweise etwas besser auskennt. Am besten man googelt hier mal nach entsprechenden Vorlagen – sonst hat man fast keine Chance (ohne rechtliche Beratung) ein gutes Impressum, AGB's und Datenschutzbelehrung hinzubekommen.

Meiner Meinung nach liegt hier eine praktikable Lösung in einem allgemeingültigem Formular (frei zum Download für jeden) in dem man die nötige Daten einträgt und datenschutzmäßige Angaben sowie die AGB's via Checkliste angibt bzw. abhakt und anschließend auf der Webseite zur Verfügung stellt. So entstünde für die Webseitenbetreiber eine leichtere Handhabung und bessere Rechtssicherheit; zudem wäre die Lösung verbraucherfreundlicher (= mehr Transparenz), wenn es eine einheitliche Form dieser Bestimmungen gäbe. Wer liest sich schon durch 100 Seiten AGB's und Datenschutzbestimmungen, ggf. Lizenzvereinbarungen? Und wenn man es doch macht – wie viel hat man davon wohl nicht verstanden?

Hier noch ein interessanter Link zum Thema Facebook und Impressum: <http://www.e-recht24.de/artikel/facebook/6896-facebook-impressum-generator.html>

Kennzeichnung von Werbung:

Interessant ist auch das Telemediengesetz – insbesondere der §6 (<http://www.gesetze-im-internet.de/tmg/BJNR017910007.html>).

Dieses besagt (vereinfacht), dass redaktionelle Inhalte und Werbung klar voneinander zu unterscheiden bzw. zu trennen sind. Liest man sich das Gesetz mal genau durch, wird deutlich worauf das Ganze eigentlich hinauslaufen sollte. Ziel ist es generell unlauteren Wettbewerb zu unterbinden und Verbraucher zu schützen. In dessen Folge kann man besonders bei den Werbebannern oder Ähnlichem Hinweistexte, wie z. B. „Anzeige“ beobachten. Es ist fraglich, ob dieser Effekt wirklich von diesem Gesetz gewollt war und ob es überhaupt lt. diesem Gesetz notwendig ist so vorzugehen. Bei meinen Recherchen habe ich die Umsetzung insbesondere bei größeren Webseiten überprüft (also Anbieter, die wohl auch eine eigene Rechtsabteilung beschäftigen).

Folgend zwei Beispiele:

a) Bild.de – hier sieht man mal das Wort „Anzeige“ oder Ähnliches über einem Werbebanner, mal fehlt es aber auch. Auch einige Dienste wie z. B. Tarifvergleiche dürften werbefinanziert sein. Hier ist mal eine entsprechende Kennzeichnung zu finden, mal nicht.

b) Onlinekosten.de – hier scheint man konsequent die Werbung in Form von Werbebanner zu kennzeichnen. Wenn es um z. B. Tarife von verschiedenen Telefongesellschaften geht, findet man oft auch keine Werbekennzeichnung, obwohl es sich wahrscheinlich um Affiliate Links handelt und bei erfolgreichen Vermittlungen Provisionen gezahlt werden. Aber ganz sicher bin ich mir hier natürlich nicht – ist nur eine Vermutung.

Solche Beispiele lassen sich beliebig fortsetzen. Auch hier scheint die Rechtsunsicherheit sehr groß zu sein. Besonders beim Thema Affiliate Links sehe ich erhebliche Fragezeichen. Klar verboten ist es ein Produkt besonders gegenüber anderen Produkten aufgrund von Anreizen im Produktvergleich hervorzuheben. Aber wie sieht es bei mit Affiliate Links gespickten Vergleichsportalen aus; wenn die Beurteilung und die Berichterstattung (nachweislich) unabhängig der zu erwartenden Provision ist? Was ist, wenn ein Anbieter ohne gesponserten Link z. B. Testsieger geworden ist und ein gesponserter Link den letzten Platz belegt hat? Ein

gutes Beispiel hierzu kann ich Ihnen auf meiner Seite Online-Panels.de zeigen. Hier findet ein Anbietervergleich (von Online-Panels) statt. Hierunter befinden sich Anbieter, die Affiliate Programme anbieten (also wo bei einer erfolgreichen Vermittlung Provision gezahlt wird) sowie Anbieter, die bei einer Vermittlung keine Provisionen zahlen. Im Ranking (siehe Rubrik Bargeld) kann man gut erkennen, dass das Vorhandensein von Provisionszahlungen keinen Einfluss auf die Beurteilung hatte. Die provisionszahlenden Unternehmen sind mit „(Sponsored)“ gekennzeichnet. Wäre hier eine Kennzeichnung erforderlich? Schauen Sie sich mal quer durchs Internet – eindeutig ist die Sache wohl nicht. Affiliate Links lassen sich zudem auch relativ gut verstecken.

Für Webseitenbetreiber ergibt sich hierdurch ein weiteres Problem. Nach Popup und Ad-Blockern ist hier das generell negative Image von Internetwerbung problematisch. Sobald Werbung hier bewusst als Werbung auch wahrgenommen wird, sinken die Umsätze der Webseitenbetreiber gewaltig. Die Voraussetzung für ein weitgehend kostenfreies Internet sind aber gerade diese Werbeeinnahmen...

Fazit – gut gemeintes und auch wichtiges Gesetz. Jedoch findet für mich auch an vielen Stellen eine Erschwerung des „Geschäftsmodells – Internet“ statt. Für Webmaster, die zumindest ein kleines Zubrot verdienen möchten – der absolute Horror. Für das weitgehend kostenfreie Internet nicht gerade fördernd.

Urheberrecht:

Kaum ein Thema ist im Bereich Internet seit vielen Jahren so aktuell, wie das Thema Urheberrecht. Ich möchte jetzt nicht das Thema MP3's oder aktuelle Kinofilme besprechen. Vielmehr geht es um die Inhalte und Grafiken von Webseiten. Grundsätzlich sollte man es unterlassen von irgendeiner Webseite irgendwelche Inhalte zu kopieren. Grundsätzlich wäre das zwar nicht in jedem Fall illegal; dennoch ist es wesentlich sicherer eigene Grafiken und Texte zu verwenden. Das wird zwar oft nicht gemacht – dennoch hat ein Webmaster hier eine große Rechtssicherheit, wenn er ausschließlich auf eigene Inhalte jeder Art zurückgreift. Ausnahmen stellen hier (wie weiter oben bereits erwähnt) insbesondere Fotografien dar. Hier sollte man sich bei Unsicherheiten (insbesondere bei Veranstaltungen, Kunstwerken o. ä.) vorher informieren ob man entsprechendes Material auch veröffentlichen darf. Interessant ist es jedoch, dass es hier in der Praxis die meisten Verstöße gibt. Insbesondere was man z. B. auf Facebook alles findet ist in vielen Fällen rechtlich nicht ganz unbedenklich. Wer hier keine besondere Gefahr erkennt möge bitte das lesen: <http://extratip.de/2012/04/16/facebook-geschuetztes-bild-abmahnung-wegen-eines-fotos/>.

Was noch vor wenigen Zeilen relativ leicht handelbar aussah, entpuppt sich bei näherem Hinsehen doch immer mehr zur Falle – sowohl für Webseitenbetreiber als auch für ganz normale Internetnutzer. Bleibt zu hoffen, dass die Rechtssprechung es für ausreichend findet, dass das betreffende Bild bzw. der Inhalt einfach nur entfernt werden muss und dass nur bei sehr groben und vorsätzlichen Verstößen dieser Art mit härteren Bandagen gekämpft werden darf.

Meinungsfreiheit:

Zum Glück gibt es in Deutschland noch weitgehend so etwas wie Meinungsfreiheit. Aber diese hat auch ihre Grenzen – spätestens im Bereich der Schmähkritik (Wikipedia - <http://de.wikipedia.org/wiki/Schm%C3%A4hkritik>) und Beleidigung bzw. Verleumdung.

Hier geht es nicht mehr um die Sache selber, sondern nur noch darum jemand oder etwas fertig zu machen oder zu denunzieren. Auch der Aufruf zum Gesetze brechen (Stichwort: Lynchmob) ist verboten und kann ernste Konsequenzen haben. Sowohl für Webseitenbetreiber als auch für andere (die z. B. in sozialen Netzen oder Blogs aktiv sind) gilt es vor Veröffentlichung von irgendetwas zu prüfen, ob es hier noch um Meinungsfreiheit oder vielleicht um eine verbotene Handlung geht.

Fazit:

Die Meinungsfreiheit ist sehr weitreichend und die Meinung muss dabei meist nicht objektiv begründet oder gar richtig sein. Es gibt aber auch Dinge, die nicht unter Meinungsfreiheit fallen (Stichworte: Volksverhetzung, Aufruf zu Straftaten, Beleidigungen, Verleumdung oder Schmähkritik). Hierbei ist die Abgrenzung meist klar. Bei der Schmähkritik dürfte es aber ein paar Graubereiche geben. Etwas schwieriger wird es bei dem Thema Beleidigung zwischen Meinungsfreiheit und Beleidigung zu unterscheiden. Am besten geht man grundsätzlich respektvoll und möglichst objektiv an Dinge ran und betont immer wieder (wenn angebracht), dass es hier um die eigene Meinung geht. Damit sollte man dann ziemlich sicher sein. Kraftausdrücke bzw. Schimpfworte lesen sich zwar gut – mehr aber auch nicht und deshalb unterlässt man diese am Besten. Ein gutes Beispiel für die Grenze der Legalität bzw. auch manchmal schon etwas darüber bietet z. B. die Bildzeitung ☺

EU Cookie - Richtlinie:

Was für mich eines der meist übertriebenen Themen in diesem Themenkomplex darstellt, sind die aktuell diskutierten bzw. auch z. T. schon für einige Länder beschlossenen Cookie-Richtlinien. Hier soll der Webseitenbesucher bei jedem Besuch zu Beginn gefragt werden, ob er mit der Speicherung von Cookies einverstanden ist. Eine einfachere Lösung wäre es, wenn ein User Cookies in seinem Browser einfach blockt, wenn er diese nicht wünscht. Aber nein, dieses technische Know-how traut man den Usern nicht zu und entwirft lieber eine Richtlinie für Webseitenbetreiber. So kann der User dann auch für jede Seite einzeln entscheiden. Ich bin mal gespannt, wie lästig es wird, wenn man plötzlich auf jeder Seite erste einmal die Cookie-Bestimmungen vorgesetzt bekommen – das wird bestimmt lästig.

Unter folgendem Beispiel kann man bereits eine Umsetzung dieser Richtlinie bestaunen: <http://www.meinungsstudie.de/> (nach links unten schauen und bitte auch die Infos lesen).

Der einfache Webmaster wird oftmals keine solche (in meinen Augen noch sehr schöne) Lösung hinkommen. Webseitenbesucher kommen oft aus allen möglichen Quellen (Direktaufruf, Verlinkung, Google etc.). Das bedeutet auch, dass er auch nicht zwangsläufig auf der vorgesehenen Startseite landet. Deshalb muss egal wo der Webseiteneinstieg erfolgt erst einmal die Cookie-Abfrage gemacht und vor der positiven Bestätigung keine Cookies gespeichert werden. Das eigentliche Problem kommt aber noch: Darüber hinaus sollen die Seitennutzer darüber informiert werden, welche Cookies gesetzt werden und ggf. auch was diese Cookies eigentlich machen. Und hier stelle ich mir gerade den Einsatz von Affiliate Programmen (und damit auch Cookies) vor. Da hat man bestimmt viel Spaß mit einer ordnungsgemäßen Umsetzung und einige Abmahnanwälte sehe ich jetzt schon wieder händereibend vor meinem imaginären Auge sitzen. In Deutschland ist diese Richtlinie erst einmal (noch) nicht in Kraft getreten. Achtung ist aber geboten, wenn man mit dem Internetangebot auf ausländische Kunden abzielt. Wer noch etwas mehr Input zu diesem Thema sucht, findet diesen unter folgendem Link: <http://www.shopbetreiber-blog.de/2012/06/22/cookie-richtlinie-eu-datenschutzer-veroeffentlichen-empfehlungspapier/>

Ich selber habe mal auf einer meiner Internetseiten das Tool des Affiliate Netzwerkes [Tradetracker](#) (sponsored Link) getestet und bin da auf eine sehr umsetzbare und benutzerfreundliche Lösung gestoßen. Das Tool findet man auf der Tradetracker-Seite nach einer [kostenlosen Anmeldung](#).

Alterskennzeichnung von Webseiten und Jugendschutz:

Ursprünglich sollten einmal alle Webseiten mit einem Alterskennzeichen versehen werden – ähnlich, wie man es bei den Filmen und Computerspielen kennt. Zum Glück wurde dieses Vorhaben zumindest mal vorläufig abgelehnt – siehe folgenden Artikel:

<http://diepresse.com/home/techscience/internet/619369/Doch-keine-Alterskennzeichnung-fuer-deutsche-Websites>

Auch dieses Vorhaben ginge meiner Meinung nach weit an der Praxis vorbei bzw. wie soll man ein solches Vorhaben in der Praxis umsetzen? Wie sollte eine solche Alterszertifizierung überhaupt stattfinden? Würde das jeder Webseitenbetreiber selber machen oder eine zentrale Stelle? Aber wie will ein Webmaster alles richtig einschätzen können und wie lange würde eine zentrale Stelle zur Klassifizierung (= unendlicher Prozess) benötigen? Wie würde man die Klassifizierungen auch aktuell halten? Ein Film erscheint bestenfalls noch als besonders brutale Version im Director's Cut. Aber eine Webseite müsste theoretisch nach jeder Änderung des Contents neu bewertet werden. Auch hier werden für mich wieder Vorschläge von Menschen diskutiert, die über ein Thema sprechen, wo sie keine oder kaum Kompetenzen besitzen.

Anders sieht es natürlich bei den Themen Glückspielen, Gewalt und Pornographie aus, die praktisch immer als jugendgefährdend eingeschätzt werden und entsprechende Anbieter die Bestimmungen genau kennen und auch einhalten sollten. Da ich in diesen Bereichen nicht tätig bin, kenne ich mich hier auch wenig aus und will es damit belassen eine Empfehlung auszusprechen, nicht unbedingt in solche Bereiche einzusteigen.

Datensicherheit:

Mit diesem Thema kommt man immer dann in Berührung wenn User Daten über sich preisgeben und diese gespeichert werden. Immer wieder hört man von Hackerangriffen und Datenverluste bzw. Datendiebstähle. Hier sollte man sich als Webmaster soweit wie möglich durch sichere Kennwörter (also nicht 0000), ggf. verschiedene Kennwörter zum Admin- und Datenbankbereich absichern und diese optimalerweise auch regelmäßig ändern. Passwörter sollten NIEMALS als Klartext in der Datenbank gespeichert werden. Aktuell wird häufig ein gesalzener Hashwert als Sicherheitsmaßnahme genannt (Erklärung – Wikipedia - [http://de.wikipedia.org/wiki/Salt_\(Kryptologie\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Salt_(Kryptologie)) oder auch [bcrypt](#).

Besonders als Hobby-Webmaster oder als Anfänger tut man sich beim Thema Sicherheit oft sehr schwer. Und jetzt auch mal Hand auf's Herz. Wenn man sieht, wo Hacker überall reinkommen, dann fragt man sich, ob es überhaupt einen tatsächlichen Schutz gibt. Aber um sich selber Probleme zu vermeiden sollten Sie stets die aktuellen Sicherheitstechniken anwenden. Ein bekanntes Beispiel, wo eben gerade das nicht gemacht worden ist findet man hier: http://computer.t-online.de/linkedin-nach-passwort-hack-auf-millionen-verklagt/id_57386488/index

Jetzt muss man natürlich aufpassen. Man darf jetzt nicht die Rechtsprechung der USA oder anderer Länder mit der deutschen Rechtsprechung vermischen; aber dennoch könnte auch

einem in Deutschland ein solcher Fall Probleme bereiten. Wobei ich persönlich immer wieder interessant finde, wie auf den Dienstbietern rumgehackt wird und die eigentlichen Kriminellen keine Beachtung finden. Der Schuldige ist in den Köpfen meist der Anbieter der Webseite – nicht der Hacker. Versuchen Sie mal als Nicht-Hacker in irgendeine Datenbank zu kommen. Keine Chance. Und im oben geschilderten Fall existierten die Passwörter nicht einmal im Klartext, sondern in einer abstrakten Zahlen- und Zeichenkette; einem sogenannten Hashwert. Ich weiß nicht, ob es zum Ziel führt in einem solchen Fall immer den Anbieter verantwortlich zu machen während man den Hackvorgang als weniger wichtig erachtet. Andererseits sollten große Unternehmen schon ein paar Dinge in Sachen Datensicherheit beachten. Aber als Nutzer sollte man wissen, dass es praktisch unendlich viele Sicherheitslücken geben kann und das auch immer wieder neue Sicherheitslücken entdeckt werden und das man selber zum Thema Datensicherheit seinen Beitrag leisten kann, z. B. durch komplizierte Passwörter (Buchstaben, Groß-Kleinschreibung, Sonderzeichen, Länge beachten), niemals die gleichen Passwörter (ich weiß, macht jeder – aber so macht sich auch jeder ein bisschen mehr angreifbar) und regelmäßigen Passwort-Änderungen. Zudem sollte man sich vorher generell gut überlegen, auf welchen Seiten man entsprechende Passwörter und persönliche Daten eingibt.

Fazit:

Wenn Sie eine Webseite betreiben und Daten von Besuchern abspeichern, informieren Sie sich im Vorfeld über die aktuellen Standards in Sachen Datensicherheit. Bei nicht ausreichender Sicherheit ist es durchaus denkbar, dass man Sie für den Diebstahl mitverantwortlich macht, was wiederum äußerst unangenehme Konsequenzen haben kann. Fragen Sie auf Ihren Webseiten auch nur Daten, die tatsächlich benötigt werden.

Folgend noch ein paar kompakte Einsteigertipps für alle Webseitenbetreiber und die, die es werden möchten: <http://www.freecity.de/special/recht/>

Gefahren für Webmaster – Checkliste:

Folgende Webmaster bzw. Internetseiten sind besonders rechtlich/abmahngefährdet

- Webseiten ohne Impressum
- Webseiten mit Speicherung von Nutzerdaten ohne Datenschutzbelehrung/Datenschutzhinweise
- Webseiten bzw. Angebote, die nicht nach aktuellen Richtlinien der Datensicherheit arbeiten (falls Nutzerdaten abgefragt und/oder abgespeichert werden)
- Geschäftliche Webseiten ohne AGB's
- Webseiten auf denen Werbung geschaltet wird (hier bitte unbedingt das Telemediengesetz §6 beachten)
- Webseiten, die Fotos von Personen, Veranstaltungen oder Kunstwerken veröffentlichen (Achtung! Urheberrechte und Persönlichkeitsrechte beachten!)
- Webseiten mit nicht jugendfreien Inhalten bzw. mit jugendgefährdeten Inhalten
- Webseiten, die fremde Inhalte und Grafiken veröffentlichen (ohne Genehmigung beim Rechteinhaber)
- Webseiten mit Links zu externen Seiten (man weiß nie, was sich darauf mal eines Tages befinden könnte... und eine Linkdistanzierung hilft in vielen Fällen auch nichts mehr)

Was Ihre Webseite haben sollte:

- Impressum inkl. Kontaktmöglichkeit
- Datenschutzbestimmungen (Achtung bei Nutzung von Tracking-Tools wie Analytics oder Facebook – I like - Button)
- AGB's (insbesondere bei „geschäftlicher“ Nutzung)
- Ausschließlich eigene Inhalte, Bilder und Grafiken (nach Möglichkeit nicht von Personen, Veranstaltungen oder Kunstwerken – ggf. auch Gebäuden)
- Kennzeichnung von Werbeanzeigen und gesponserten Inhalten
- Ggf bei Nutzung von Partnerprogrammen (=Werbung) entsprechenden Hinweis (Amazon verlangt z. B. einen gesonderten Hinweis)
- Natürlich nur rechtlich unbedenkliche Inhalte veröffentlichen

Mit der Auseinandersetzung dieser beiden Checklisten kann man die Gefahr von Abmahnungen reduzieren, jedoch nicht verhindern. Viele der bisher ausgesprochenen Abmahnungen beruhen auf der Missachtung der oben genannten Punkte (insbesondere bei Verfehlungen im Impressum). Als Webseitenbetreiber ist man zwar generell nicht mit einem Fuß im Knast, aber es schwebt permanent ein Damoklesschwert bzgl. Abmahnungen über einem. Ein Webseitenbetreiber sollte sich zumindest soweit wie möglich immer wieder mit den neusten Bestimmungen und Gesetzen auseinandersetzen. Eine gute Quelle für mich war und ist hierfür: <http://www.heise.de>

Eine Webseite einfach nur noch zum Spaß zu betreiben rate ich ab. Man muss sich den oben genannten Risiken ja nicht unnötig aussetzen (ohne dass man einen Profit für sich erwarten kann).

Wie gesagt, bitte beachten Sie, dass es sich hier weitgehend um meine Meinungen und Interpretationen handelt. Ich selber kann auch gut verstehen, dass man bei diesen kontroversen Themen auch einer anderen Meinung sein kann und dass es hier sehr viele verschiedene Sichtweisen gibt. Ich sehe es jetzt mal mit den Augen eines Webmasters. ☺

Gesamtfazit:

Ich sehne mich nach den Zeiten zurück, in denen man sich ausschließlich auf den Inhalt einer Webseite konzentrieren musste.

Autor dieses Textes:

Stefan Schneider → Vollständiges Impressum und Herausgeberdaten unter Impressum auf Geldfisch.de