

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	17
Einführung	21
I. Problemstellung	23
II. Zielsetzung	25
III. Prüfungsumfang	27
IV. Vorgehensweise	28
Erstes Kapitel: Beispielbezogene Tatsachenanalyse	31
I. Veröffentlichung auf Facebook	32
1. Registrierung und allgemeine Funktionen	34
2. Arten der Fotoveröffentlichung	37
a. Profil- und Chronikfotos	37
b. Fotoalben	38
c. Empfängerkreis	39
3. Gefahren	43
a. Fotos in kompromittierenden Situationen	44
b. Speicherung durch den Diensteanbieter auf unbestimmte Zeit	45
c. Vervielfältigungsmöglichkeit in kürzester Zeit	46
d. Entanonymisierung durch Markierung und neue Erkennungstechnologien	47
e. Unmöglichkeit des Auffindens und der dauerhaften Entfernung	48
f. Zwischenergebnis	49
II. Veröffentlichung auf Google Street View	50
1. Entwicklung und Funktionsweise	50
2. Gefahren	52
a. Die vorangegangene Kontroverse	52
b. Problematik in Bezug auf die Veröffentlichung	54
c. Fotoinhalt für jedermann frei zugänglich	55
d. Bedeutung einer dauerhaften Ablichtung	55

e. Fehlerhafte und unzureichende Verfremdungssoftware	57
f. Aufnahmehöhe	57
g. Abbildung von Sachfotos	58
h. Zwischenergebnis	58
 Zweites Kapitel: Persönlichkeitsrechtliche Relevanz von Fotos nach dem KUG	 61
I. Die Entstehung des Bildnisschutzes	61
II. Schutzzweck	63
III. Systematik	64
IV. Rechtsanalyse der §§ 22 - 24 KUG	65
1. Voraussetzungen des § 22 KUG	66
a. Bildnis	66
aa. Darstellungsformen	66
bb. Begrenzung auf natürliche Personen	67
cc. Begrenzung auf Personenfotos im Allgemeinen	68
dd. Bildnisse im Internet	68
b. Erkennbarkeit	68
aa. Identifizierungsgrad	69
bb. Maßgeblicher Personenkreis	70
cc. Erkennbarkeit im Rahmen von Facebook	72
dd. Erkennbarkeit im Rahmen von Google Street View	73
ee. Erkennbarkeit im Rahmen sonstiger Internetplattformen	73
c. Verbreiten und öffentlich zur Schau stellen	74
aa. Verbreiten	75
(1) Verbreitung nur bei körperlicher Weitergabe	75
(2) Verbreitung nur bei aktivem Tun	76
(3) Keine Unterscheidung zwischen Verbreiten und Zurschaustellen	76
(4) Stellungnahme	76
(5) Verbreitung auf Facebook	79
(6) Verbreitung auf Google Street View und anderen Plattformen	79
bb. Öffentliches Zurschaustellen	80
(1) Zurschaustellen	80

(2) Sonderproblem: Textlinks	81
(a) Urheberrechtliche Betrachtung	81
(b) Übertragung auf den Bildnisschutz	82
(3) Öffentlichkeit	84
(a) Quantitatives Element	85
(b) Qualitatives Element	85
(c) Öffentlichkeit im Rahmen von Facebook	87
(d) Zwischenergebnis	89
d. Einwilligung	89
aa. Rechtsnatur	90
bb. Ausdrückliche Einwilligung	91
cc. Formularmäßig erteilte Einwilligung	93
(1) Einbeziehung von AGB im Rahmen von Internetdiensten	94
(2) Unzulässigkeit überraschender Klauseln	94
(3) Inhaltskontrolle	95
(4) Formularmäßig erteilte Einwilligung für Facebook	96
dd. Konkludente, mutmaßliche und stillschweigende Einwilligung	97
(1) Unterschied zur datenschutzrechtlichen Einwilligung	98
(2) Informationspflichten als Voraussetzung	98
(3) Annahme, Umfang und Reichweite	99
(4) Stellungnahme und Zwischenergebnis	103
ee. Einwilligung Minderjähriger	104
(1) Geschäftsunfähige Personen	105
(2) Beschränkt geschäftsfähige Personen	105
(3) Doppelzuständigkeit	107
(4) Stellungnahme	108
ff. Widerruf der Einwilligung	110
(1) Durchbrechung der Bindungswirkung im Einzelfall	111
(2) Vergleich mit der Widerrufsmöglichkeit nach dem BDSG	111
(3) Stellungnahme	112
(4) Zwischenergebnis	114
gg. Einwilligung in die Veröffentlichung auf Facebook	114

hh. Exkurs: Einwilligung in die Veröffentlichung durch Bildersuchmaschinen	119
2. Voraussetzungen der §§ 23 Abs. 1 Nr. 1-4, 24 KUG – die Ausnahmen	121
a. § 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG	122
aa. Begriff der Zeitgeschichte	122
bb. Abgestuftes Schutzkonzept	123
cc. Vorgelagerte Interessenabwägung als Folge der neuen Rechtsprechung	124
b. § 23 Abs. 1 Nr. 2 KUG	125
aa. Personen als Beiwerk	125
bb. Beiwerk auf Google Street View und Zwischenergebnis	126
c. § 23 Abs. 1 Nr. 3 KUG	127
aa. Wiedergabe des Geschehens	127
bb. Grenzen	127
d. § 23 Abs. 1 Nr. 4 KUG	128
e. § 24 KUG	128
3. § 23 Abs. 2 KUG – Die Ausnahme der Ausnahmen	129
a. Berechtigtes Interesse des Abgebildeten	130
b. Zwischenergebnis	131
 Drittes Kapitel: Persönlichkeitsrechtliche Relevanz von Fotos nach Art. 2 Abs. 1 i.V. mit Art. 1 Abs. 1 GG	133
I. Schutzbereich	133
II. Privatrechtlicher Schutz	135
III. Verhältnis zu den Vorschriften des KUG	136
IV. Anwendungsfälle des APR	137
1. Personenfotos	137
a. Rechtswidriger Eingriff bei jeder Aufnahme	138
b. Rechtswidriger Eingriff, wenn Verbot nach KUG	138
c. Einzelfallabwägung	139
d. Zwischenergebnis	141
2. Sachfotos	141
a. Abbildung unpersönlicher Besitzgüter	142
b. Abbildung von Häuserfassaden	142
c. Ausspähen persönlicher Lebensbereiche	143

d. Firmennamen und Logos juristischer Personen	144
Viertes Kapitel: Persönlichkeitsrechtliche Relevanz von Fotos nach dem BDSG	147
I. Personenfotos	147
1. Unterschiedliche Anwendungsbereiche der Gesetze	148
2. Unterschiedliche Definition des Fotobegriffs	149
3. Verhältnis der Gesetze zueinander	150
4. Stellungnahme	151
II. Sachfotos	152
1. Generelle Anwendung	153
2. Automatisierte oder dateigebundene Datenverarbeitung für nicht ausschließlich persönliche oder private Zwecke	154
3. Sachabbildungen als personenbezogene Daten	155
4. Bestimmbarkeit	156
a. Unterscheidung zwischen absoluter und praktischer Unmöglichkeit	156
b. Ausmaß des zu unterstellenden Zusatzwissens	157
aa. Kenntnis der speichernden Stelle ausschlaggebend	158
bb. Theoretische Möglichkeit der Kenntnisnahme ausschlaggebend	158
cc. Differenzierung nach Nutzergruppen	158
dd. Stellungnahme	159
5. Ausnahmen	159
6. Vorrang des BDSG gegenüber dem APR	161
7. Sachfotos auf Google Street View	162
a. Personenbezug von Personen und Kfz-Kennzeichen	162
b. Personenbezug von Häuserfassaden	163
c. Datenerhebung und -speicherung aus allgemein zugänglichen Quellen	164
aa. Aufnahmen aus einer Höhe von 2.90 m mit Einblick in sichtschutzbegrenzten Raum	165
bb. Aufnahmen ohne weitergehenden Einblick als bei einer Aufnahmehöhe von 2 m	166
cc. Interessenabwägung nach § 29 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 BDSG	168
dd. Zwischenergebnis	169

d. Datenübermittlung nach § 29 Abs. 2 BDSG durch Internetveröffentlichung	169
e. Stellungnahme	171
f. Zwischenergebnis	173
 Fünftes Kapitel: Abwehrrechte	 175
I. Abwehrrechte des KUG	175
1. Vernichtung, § 37 KUG	175
2. Übernahme, § 38 KUG	177
II. Abwehrrechte des BGB	177
1. Unterlassungsanspruch	177
2. Beseitigungsanspruch	180
3. Materieller Schadensersatz	181
4. Immaterieller Schadensersatz	183
5. Auskunftsanspruch	184
6. Bereicherungsanspruch	187
III. Abwehrrechte des BDSG	188
IV. Strafrechtliche Vorschriften	189
V. Zwischenergebnis	190
 Sechstes Kapitel: Haftungsfragen	 193
I. Haftung des Dienstanbieters	193
II. Haftung des Profilinhabers	198
III. Exkurs: Haftung von Suchmaschinenbetreibern im Rahmen der Fotosuche	199
 Siebtes Kapitel: Zuständigkeiten und anwendbares Recht	 205
I. Zuständigkeit deutscher Gerichte	206
1. Allgemeiner Gerichtsstand einer natürlichen Person	207
2. Allgemeiner Gerichtsstand einer juristischen Person	208
3. Besondere Gerichtsstände der Niederlassung und der unerlaubten Handlung	209
a. Besonderer Gerichtsstand der Niederlassung	209
b. Besonderer Gerichtsstand der unerlaubten Handlung	211
II. Anwendbarkeit des materiellen Rechts	219

Achtes Kapitel: Kernaussagen der Rechtsanalyse	221
Neuntes Kapitel: Praktikable und zielorientierte Lösungsvorschläge	233
I. Erforderliche Maßnahmen des Gesetzgebers und der Rechtsprechung	234
1. Maßnahmen das KUG betreffend	234
a. Einheitliche Auslegung des Einwilligungsvorbehaltes	234
b. Jederzeitige Widerrufsmöglichkeit	235
c. Restriktive Anwendung der Ausnahmenvorschriften des KUG	235
d. Kasuistik bei der Festlegung von (im-)materiellm Schadensersatz	237
e. Extensivere Anwendung des § 33 KUG	237
2. Maßnahmen das BDSG und die EU-Datenschutzgrundverordnung betreffend	239
a. Begriff des „Veröffentlichens“	239
b. Gewährung von immateriellem Schadensersatz	242
c. Vorgaben zur technischen Ausgestaltung der Internetplattform – „privacy by design“	242
3. Maßnahmen das TMG betreffend	244
a. Auskunftsanspruch zur Durchsetzung der Persönlichkeitsrechte	244
b. Umfang der Prüfpflichten des Netzbetreibers	245
c. Haftungsprivilegierung für die Indexierung durch (Foto-) Suchmaschinen	246
II. Erforderliche Maßnahmen des Diensteanbieters	247
1. Diensteanbieter stellt die Plattform bereit, Fotoveröffentlichung erfolgt durch den Nutzer	247
a. Technische Gestaltung der Plattform	248
b. Nutzersensibilisierung außerhalb der Plattform	252
2. Diensteanbieter veröffentlichen die Fotos selbst	253
III. Erforderliche Maßnahmen des Nutzers	255
Zehntes Kapitel: Ergebnis	257
Literaturverzeichnis	259