

Kompetenzgruppe E-Commerce

Meeting und Fachgespräch der
Kompetenzgruppe beim eco e.V., Berlin

„E-Commerce und Social Networks in der öffentlichen Verwaltung“

KG E-Commerce 22. November 2012

Version 1.00

eco
Verband der deutschen
Internetwirtschaft e.V.
Lichtstr. 43h
50825 Köln

Fon: +49 (0) 221-70 00 48-0
Fax: +49 (0) 221-70 00 48-111
info@eco.de
www.eco.de

Begrüßung und Administratives

Die Kompetenzgruppe E-Commerce des eco e. V. traf sich zum vierten Meeting des Jahres 2012 im eco Büro in Berlin. Im Fokus des Meetings standen Themen rund um die wachsende Bedeutung des E-Commerce – der Wechselwirkung von Verwaltung und Regierung mit Bürgern und gewerblicher Wirtschaft – im öffentlichen Sektor.

Janett Schmidt, Bereich Mitglieder Services beim eco e. V., begrüßte die Teilnehmer und stellte kurz die Aktivitäten des eco Verbands und die Services für seine Mitglieder vor. Nadine Schüttel, Rechtsanwältin im Berliner Büro des eco, schloss sich mit einer kurzen Darstellung der Arbeit des Berliner eco-Büros an.

Prof. Dr. Georg Rainer Hofmann, Sprecher der Kompetenzgruppe E-Commerce begrüßte ebenfalls die Teilnehmer und stellte die Referenten vor. Weiter wurden die geplanten Termine für die Meetings der Kompetenzgruppe des Jahres 2013 vor:

- **19. März 2013**
- **4. Juli 2013**
- **29. Oktober 2013**

Der Veranstaltungsort und das Thema werden frühzeitig auf dem Kompetenzgruppenblog unter <http://e-commerce.eco.de/> bekanntgegeben. Darüber hinaus ist auch im kommenden Jahr wieder eine Joint Venture Veranstaltung entweder mit der Kompetenzgruppe Mobile Commerce oder der Kompetenzgruppe Sicherheit denkbar.

Drei Referenten und Vorträge

Frau Lena-Sophie Müller, Fraunhofer FOKUS, Berlin: “Verwaltung im Zeitalter von Web 2.0 und Piratengeneration – Open Government und Gesellschaftliche Erwartungen”

Die politische Diskussion wird in zunehmendem Maße von der Mitwirkung der Bürger über das Internet bestimmt werden. Tools wie das „Liquid Feedback“ der Piratenpartei zeigen heute, wohin die Reise gehen könnte. Diese neuen Tools (Web 2.0, Social Media Plattformen, Blogs) haben Auswirkungen auf das politisch administrative System. Web 2.0 bringt einen Wandel in der Kommunikationsstruktur und lässt Netzwerke entstehen: Neben einer 1:1 (persönlicher Dialog), einer 1:n (Rundfunk, Medien) tritt eine n:n Kommunikationsform der Bürger. Der Strukturwandel ist für das politische und administrative System vor allem deshalb relevant, da sich die Bürger heute „anders informieren“: Die Verwaltungen müssen sich also anpassen, um für den Bürger transparenter zu werden. Der Feedback-Prozess – auch die Vermischung privater und beruflicher Meinungsäußerung – der n:n-Kommunikation „überrollt“ die Öffentliche Hand zurzeit. Hier kann die Verwaltung Open Government auch als strategisches Instrument nutzen und durch Ansätze wie „Open Government“ und „Open Data“ ihr Know How aufbereiten und darstellen. Die Frage ist allerdings, inwieweit diese neue Transparenz von den Behörden akzeptiert wird und wie mit den Risiken umgegangen wird.

Fakt ist, dass im Internet die Rückkopplung viel schneller ist, Feedback innerhalb von Sekunden kommt, sich Meinungen innerhalb von Minuten bilden und sofort verbreitet werden. Dadurch funktioniert das Prinzip der „Deckelung“ der Informationen nicht mehr: Abgeordnete twittern beispielsweise bereits, bevor sie Reportern Interviews geben. Die Frage ist auch, wie man mit den

Veröffentlichungen der öffentlichen Körperschaften- auf Twitter, Facebook, etc., umgehen soll; wer tritt als Ansprechpartner auf und wer „twittert“ da – der Beamte, die Behörde?

Die Regierungen, Behörden und Verwaltungen müssen aber auch verstehen, dass sie trotz vorhandener Risiken durch Web 2.0 intern und extern besser vernetzt und dadurch gestärkt werden. Die Herausforderung bei der Kollaboration besteht in der Anbindung an die Verwaltung (von z.B. Apps), da die Kommunikation zwischen den Behörden sehr unterschiedlich ist.

Als wichtigster negativer Aspekt von Open Data ist die Gefährdung bereits bestehender Geschäftsmodelle zu nennen, da sich bislang „knappe“ – das heißt teure – Informationen massiv verbilligen werden. Open Data wird zudem über Preisvergleiche zu Preisverfällen in einigen Märkten führen. Zu den wichtigen positiven Aspekte zählt, dass Informationen der Verwaltung besser nutzbar gemacht werden können und gemeinsames Wissen besser genutzt werden kann, z.B. im Bereich Education.

Dr. Martin Schirmbacher, Fachanwalt für IT-Recht bei HÄRTING Rechtsanwälte: „Social Media & Recht – Like-Button ein Problem für die Verwaltung?“

Viele Entscheider in der öffentlichen Verwaltung sind verunsichert über den Rechtsrahmen von Social Media. Ist der Facebook-„Like-Button“ tatsächlich ein Datenschutzproblem? Müssen wir Kommentare auf der Pinnwand oder in unserem Blog vorab lesen und freigeben? Welche Bilder dürfen wir verwenden?

Man befindet sich in „fremden Händen“:

Als ein Beispiel nannte Herr Schirmbacher das Stadtportal München auf Facebook. München hatte zunächst eine eigene Facebook-Seite bis die Firma Facebook beschloss, Städte selbst zu vermarkten und die Facebook-Seite der Stadt München löschte. Diese musste sich sodann eine neue Facebook-Seite als „Stadtportal München“ anlegen. Hierbei wird deutlich, dass keine Ansprüche gegen Facebook bestehen und es auch keinen Bestandsschutz gibt. In diesem Beispiel hatte sich die Stadt München „in fremde Hände“ begeben.

Datenschutz bei Nutzung von Social Media in der Verwaltung

Zu diesem Thema hatte sich besonders Thilo Weichert engagiert: Als oberster Datenschutzbeauftragter des Bundeslandes Schleswig-Holstein vertritt er die Position, dass viele Facebook-Angebote rechtswidrig seien und gegen deutsches Datenschutzrecht verstießen. Dennoch unterhalte z.B. Schleswig-Holstein weiterhin eine eigene Facebook-Seite – das Land halte Facebook verantwortlich für die Einhaltung des Datenschutzes.

Zudem kämpft Thilo Weichert weiterhin dafür, dass die Facebook-„Gefällt mir“-Knöpfe (Like-Buttons) nicht mehr auf Behörden-Webseiten eingebunden werden. Denn sobald ein Nutzer den Like-Button betätigt, würden automatisch Daten wie die IP-Adresse an Facebook übermittelt werden – ohne explizite Zustimmung der Nutzer. Dies stelle einen klaren Verstoß gegen deutsches Datenschutzrecht dar. Dies gelte insbesondere in den Fällen, in denen ein Behörden-Webseitennutzer zeitgleich bei Facebook eingeloggt sei. Denn dies führe dazu, dass die erhobene IP-Adresse unstreitig ein personenbezogenes Datum darstelle, da Facebook die gesammelten Daten zusammenführen und einen Personenbezug herstellen könne.

Fraglich sei, ob dieses Problem durch eine Modifizierung der Datenschutzerklärung zu lösen sei. Denkbar wäre eine Zwei-Klick-Lösung, bei der die Datenweitergabe erst nach deutlichem Hinweis erfolge.

Auch der Düsseldorfer Kreis hat am 8. Dezember 2011 einen Beschluss zum Datenschutz in sozialen Netzwerken gefasst. Demnach müssen Voreinstellungen auf dem Einwilligungsprinzip beruhen. Das direkte Einbinden von Social Plugins in Websites deutscher Anbieter, das eine Datenübertragung an den jeweiligen Anbieter des Social Plugins auslöst, ist ohne hinreichende Information der Internetnutzerinnen und -nutzer und ohne ihnen die Möglichkeit zu geben, diese Datenübertragung zu unterbinden, unzulässig.

Generell seien Datensammlungen ein großes Problem. Insbesondere beim mobilen Surfen könnten viele Daten erhoben werden, solche großen Datensammlungen seien gefährlich. Google würde z.B. die gesammelten Daten für Werbung nutzen, die Daten aber nicht an Dritte verkaufen.

Inhalt und Gestaltung von Social Media Sites

Bei Vanity-URLs gelten ähnliche Regeln wie im Domainrecht. Bei Fotos, Videos und sonstigem Content müssen Online-Rechte eingeholt werden. Zudem ist das Einverständnis des Abgebildeten (z.B. bei Veranstaltungen) erforderlich.

Die Nutzung von Bilddatenbanken bringt ein Problem mit sich, da beim Einstellen auf Facebook eine Unterlizenz erteilt wird, bei vielen Bilddatenbanken nicht erlaubt ist.

Es besteht auch auf Social Media Sites eine Impressumspflicht. Diese Pflicht entsteht aus § 5 TMG (geschäftsmäßige Verwendung des Telemediums). Das Impressum muss leicht auffindbar sein, eine Verlinkung direkt auf Impressum der Website der Behörde ist aber möglich. Beim Hauptstadtportal Berlin auf Facebook ist das Impressum unter „Info“. Generell gilt, wenn man mit zwei Clicks dorthin gelang ist es in Ordnung.

User Generated Content – Postings in Social Media

Herr Dr. Schirnbacher ging auf die Verantwortlichkeit für fremde Inhalte auf eigenen Seiten ein, wie Kommentare in Blogs oder Postings auf der Pinnwand. Grundsätzlich gilt, dass jeder für eigene Inhalte haftet; Vorsicht ist beim Zu-eigen-machen von Inhalten geboten (zustimmende Blog-Kommentare; Like-Button bei Facebook; Problemfall retweeten). Für User-Generated Content haftet der Seitenbetreiber erst ab Kenntnis. Sobald ihm eine entsprechende Nachricht zugeht, sollte er jedoch schnell handeln und entscheiden, ob die betreffenden Postings gelöscht werden sollten oder nicht.

Sonstige Themen

Herr Schirnbacher ging auf Social media Guidelines ein, in denen z.B. festgelegt werden kann, welcher Umgang mit Beleidigungen erfolgt und welche Informationen herausgegeben werden dürfen. Werbenachrichten würden in jedem Fall eine Einwilligung voraussetzen. Der Referent ging zudem auf rechtliche Aspekte bei Bewertungen, wie Selbstanpreisungen, Fake-Bewertungen, negative Bewertungen etc. ein. Des Weiteren gibt es die Möglichkeit, „Fans“ zu kaufen und ebenso gegen Bezahlung einen „Shitstorm“ (Negativ-Postings) z.B. zulasten eines Wettbewerbers auszulösen. Dies ist unzulässig, wird aber genutzt.

Oliver Merx, [init] AG: „E-Commerce in der öffentlichen Verwaltung – Praxis und Trends“

Herr Merx stellte in seinem Referat einen „fresh look“ auf eine Reihe von Phänomenen vor: E-Commerce ist in der Wirtschaft nicht mehr weg zu denken. Auch in der Öffentlichen Verwaltung gibt es bereits einige interessante Anwendungen, zum Beispiel das Geodatenportal des Freistaat Bayerns. Es fällt jedoch auf, dass staatliche Portale „noch gut abgemahnt werden können“, da sie dem Datenschutz- und Rechtsanforderungen „nicht ausreichend“ genügen.

Am Beispiel einer Versteigerungsseite stellt Herr Merx die Frage: Wo fängt der E-Commerce in der öffentlichen Verwaltung an, wo hört er auf?

Wer steckt hinter den öffentlichen Portalen, da das Impressum oft sehr irreführend ist. Das Impressum muss mehr Rechtsklarheit schaffen so sieht es die Gesetzgebung vor, bei Öffentlich-rechtlichen ist das oft mangelhaft

Der Laie weiß nicht mehr mit wem er den Vertrag schließt, mit der Körperschaft des öffentlichen Rechts – oder einer Privatperson. Die Ansprüche an Transparenz sollten hier aber die gleichen sein, wie bspw. bei eBay. Es muss mit gleichen Maß gemessen werden!

Hr. Hofmann stellte die Frage – als Anregung – in den Raum, ob die im Zusammenhang in den Referaten aufgeworfenen Fragen unter dem thematischen Oberbegriff der „Akzeptanz“ in einem weiteren Meeting, Treffen oder Konferenz thematisiert werden sollte.

„Akzeptanz“ würde hier die Aspekte und Teilgebiete der „Transparenz“ der Open-Data-Konzepte, die „Partizipation“ der Bürger am Offenen Diskurs mit Regierung und Verwaltung, und die „Kooperation“ der Bürger mit der Öffentlichen Hand adressieren. Die Akzeptanz erscheint hier nicht trivial, da eine ganze Reihe von Zielkonflikten in diversen Nutzen-Risiko-Abwägungen zu sehen sind. Akzeptanz wird aber auch durch eine Rechtslage beeinflusst, die offenbar einigen technischen Entwicklungen kaum zu folgen vermag

Dieser Aspekt wurde von den Anwesenden positiv diskutiert – diese Idee soll im Jahr 2013 mithin weiter entwickelt werden.

Protokoll von Meike Schumacher, Janett Schmidt und Nadine Schüttel
Köln und Aschaffenburg, 4. Dezember 2012