

# Rechtliche Rahmenbedingungen

# Allgemeines

Neben allgemein gültigem deutschem und europäischem Recht sind auch Richtlinien von Facebook zu beachten.

## Allgemeine Rechtsquellen:

- Urheberrecht
- Markenrecht
- Wettbewerbsrecht
- Datenschutz

# Allgemeines

## Facebook-Richtlinien:

- Erklärung der Rechte und Pflichten (<https://www.facebook.com/legal/terms>)
- Facebook-Grundsätze (<https://www.facebook.com/principles.php>)
- Datenschutz-Richtlinien (<https://www.facebook.com/about/privacy/>)
- Nutzungsbedingungen für Facebook-Seiten ([https://www.facebook.com/page\\_guidelines.php](https://www.facebook.com/page_guidelines.php))
- Richtlinien für Promotions ([https://www.facebook.com/promotions\\_guidelines.php](https://www.facebook.com/promotions_guidelines.php))
- Werberichtlinien ([https://www.facebook.com/ad\\_guidelines.php](https://www.facebook.com/ad_guidelines.php))
- Zahlungsbedingungen ([https://www.facebook.com/payments\\_terms/](https://www.facebook.com/payments_terms/))
- Richtlinien zur Facebook-Plattform (<https://developers.facebook.com/policy/Deutsch/>)
- Richtlinien für die Verwendung von Marken (<https://www.facebook.com/brandpermissions/>)

# Rechte und Pflichten

## Besondere Bestimmungen für Entwickler/Betreiber von Anwendungen und Webseiten:

- Du bist für deine Anwendung, deren Inhalte und jegliche Verwendung der Plattform verantwortlich. Dies bedeutet auch, dass deine Anwendung oder Nutzung der Plattform unseren Richtlinien zur Facebook-Plattform und unseren Werberichtlinien entsprechen muss.
- Du wirst nur Daten anfordern, die du zum Betrieb deiner Anwendung benötigst.
- Du wirst Datenschutzrichtlinien aufsetzen, die Nutzern mitteilen, welche Nutzerdaten du verwenden wirst und auf welche Weise diese verwendet, angezeigt, weitergegeben oder übertragen werden. Zudem wirst du die URL für deine Datenschutzrichtlinien in der Entwickleranwendung angeben.
- Du wirst für deine Anwendung eine Kundenbetreuung anbieten.
- Du wirst deine Beziehung zu Facebook anderen gegenüber nicht falsch darstellen.
- Du wirst alle geltenden Gesetze einhalten. Insbesondere wirst du (falls zutreffend) Folgendes tun:
- Wir garantieren nicht, dass die Facebook-Plattform stets kostenlos sein wird.

## Besondere Bestimmungen für Werbetreibende:

- Deine Werbeanzeigen müssen unseren Werberichtlinien entsprechen.
- Wir bestimmen die Größe, Platzierung sowie Positionierung deiner Werbeanzeigen.
- Wir dürfen eine Werbeanzeige aus beliebigem Grund ablehnen oder entfernen.

## Besondere Bestimmungen für Seiten:

- Wenn du eine Seite auf Facebook erstellst oder verwaltest, stimmst du unseren Nutzungsbedingungen für Seiten zu.

# Nutzungsbedingungen für Seiten

- Inhalte von Seiten sind öffentliche Informationen
- für die Sammlung von Nutzerdaten ist die Zustimmung einholen und klarzustellen, dass nicht Facebook die Informationen sammelt
- dazu müssen Datenschutzrichtlinien bereitgestellt werden, aus denen der Umfang der Datensammlung und deren Verwendung hervorgehen
- Anwendungen müssen mit den Plattform-Richtlinien von Facebook übereinstimmen
- Unternehmen tragen die Verantwortung für jegliche Verlosungen, Wettbewerbe, Preisausschreiben oder ähnliche Angebote auf Facebook-Seiten - die Richtlinien für Promotions müssen einhalten werden
- Werbung von Drittparteien ist auf Seiten untersagt
- Seitennamen müssen folgende Bestimmungen einhalten:
  - a) sie dürfen nicht nur aus allgemeinen oder beschreibenden Begriffen bestehen (z. B. „Bier“ oder „Pizza“)
  - b) sie müssen richtige, grammatikalisch korrekte Großschreibung verwenden und keine übermäßige Großschreibung oder ausschließlich Großbuchstaben enthalten
  - c) sie dürfen keine Zeichen oder Symbole enthalten, einschließlich überflüssiger Satzzeichen und die Angabe von Handelsmarken
  - d) sie dürfen keine Slogans, überflüssige Beschreibungen oder unnötige Vermerke enthalten. Namen von Kampagnen und/oder regionale sowie demografische Vermerke sind zulässig.
- Richtlinien für das Coverbild (Titelbild)

# Richtlinien für Promotions

Wenn du Facebook nutzt, um über eine Promotion zu berichten bzw. diese zu organisieren, bist du für den ordnungsgemäßen Ablauf dieser Promotion – einschließlich der offiziellen Regelungen, Angebotsbedingungen und Auswahlkriterien (z. B. Alters- und Wohnsitzbeschränkungen) sowie die Einhaltung sämtlicher die Promotion und alle im Zusammenhang mit der Promotion angebotenen Gewinne regelnder Bestimmungen (beispielsweise Registrierung und Einholung notwendiger regulatorischer Genehmigungen) – verantwortlich. Bitte beachte, dass die Einhaltung dieser Richtlinien nicht automatisch die Rechtmäßigkeit einer Promotion bedeutet. Promotions unterliegen vielen Bestimmungen und wenn du dir nicht sicher bist, ob deine Promotion dem geltenden Recht entspricht, dann lass dich bitte fachmännisch beraten.

# Richtlinien für Promotions

Was sind Promotions?

Verlosungen  
Wettbewerbe  
Preisausschreiben

**oder ähnliche Angebote**

Promotion bieten dem potentiellen Gewinner einen geldwerten Gewinn/Preis;  
für die Teilnahme wird eine Leistung erwartet oder der Gewinner nach dem Zufallsprinzip ermittelt



# Richtlinien für Promotions

1. Promotions auf Facebook sind im Rahmen der Anwendungen auf facebook.com zu organisieren, entweder auf einer Canvassseite oder über eine Anwendung auf dem Reiter einer Facebook-Seite.
2. Promotions auf Facebook müssen folgende Elemente enthalten:
  - a. Eine vollständige Freistellung von Facebook von jedem Teilnehmer.
  - b. Anerkennung, dass die Promotion in keiner Weise von Facebook gesponsert, unterstützt oder organisiert wird bzw. in keiner Verbindung zu Facebook steht.
  - c. Offenlegung, dass der Teilnehmer die Informationen [dem/den Empfänger(n) der Informationen] und nicht Facebook bereitstellt.

**Folgende Formulierung hat sich dabei durchgesetzt:**

„Diese Promotion steht in keiner Verbindung zu Facebook und wird in keiner Weise von Facebook gesponsert, unterstützt oder organisiert. Der Empfänger der von Dir bereitgestellten Informationen ist nicht Facebook, sondern *Unternehmensname*.“

3. Du darfst keine Facebook-Funktionen als Registrierungs-/Einstiegsmechanismen für die Promotion verwenden. Beispielsweise darf das Anklicken von „Gefällt mir“ auf einer Seite bzw. der Besuch eines Ortes nicht zur automatischen Registrierung bzw. Teilnahme eines Teilnehmers an einer Promotion führen.



# Richtlinien für Promotions

4. Du darfst die Registrierung für bzw. die Teilnahme an eine/r Promotion nicht für Nutzer bedingen, die durch die Nutzung von Facebook-Funktionen eine Handlung durchführen – außer durch die „Gefällt mir“-Angabe auf einer Seite, das Besuchen eines Ortes auf Facebook oder das Verbinden mit deiner Anwendung. Beispielsweise darfst du für die Registrierung bzw. Teilnahme nicht zur Bedingung machen, dass dem Nutzer ein Pinnwandeintrag gefällt bzw. der Nutzer ein Foto kommentiert oder ein Foto an einer Pinnwand postet.
5. Du darfst keine Facebook-Funktionen – wie z. B. die „Gefällt mir“-Schaltfläche – zur Abstimmung über eine Promotion verwenden.
6. Du darfst die Gewinner nicht über Facebook benachrichtigen, wie z. B. über Facebook-Nachrichten, -Chat oder -Beiträge in Profilen bzw. auf Facebook-Seiten.

# Richtlinien für Promotions

7. Werbeanzeigen dürfen eine Befürwortung durch Facebook bzw. irgendeine Form der Partnerschaft zu Facebook nicht implizieren. Werbeanzeigen, die mit Facebook-Markeninhalten verknüpft sind (einschließlich Facebook-Seiten, -Gruppen, -Veranstaltungen oder Connect-Seiten) dürfen im Werbetext bedingt auf „Facebook“ verweisen, um (1) die Pflichten aus Abschnitt 2 zu erfüllen und (2) die Zielseite der Werbeanzeige zu verdeutlichen. Sämtliche sonstige Werbeanzeigen und Zielseiten dürfen unsere Urheberrechte bzw. Markenzeichen (einschließlich Facebook, die Facebook- und F-Logos, FB, Face, Poke, Book und Wall) oder irgendwelche anderen ähnlichen, leicht zu verwechselnden Zeichen ohne ausdrückliche Genehmigung in unseren Richtlinien für die Verwendung von Marken bzw. ohne unsere vorherige schriftliche Erlaubnis nicht verwenden.

## 8. Begriffsbestimmungen:

- a. Unter „Organisation“ verstehen wir die Durchführung jedes einzelnen Bestandteils der Promotion, beispielsweise die Erfassung von Teilnahmen, die Durchführung einer Ziehung, die Beurteilung von Beiträgen oder die Benachrichtigung von Gewinnern.
- b. Mit „Kommunikation“ meinen wir jegliche Förderung, Bewerbung bzw. Erwähnung einer Promotion auf Facebook, z. B. in Werbeanzeigen, auf einer Facebook-Seite oder in einem Pinnwandeintrag.
- c. Ein „Preis Ausschreiben“ oder „Wettbewerb“ ist eine Promotion mit einem geldwerten Gewinn, bei der ein Gewinner aufgrund einer Leistung oder Fähigkeit ermittelt wird (d. h. anhand bestimmter Beurteilungskriterien).
- d. „Verlosungen“ sind Promotions, bei denen ein geldwerter Preis vergeben wird und ein Gewinner nach dem Zufallsprinzip ausgewählt wird.

# Richtlinien für Promotions

## Zusammenfassung:

- Promotions dürfen lediglich über Facebook Apps veranstaltet werden
  - Facebook muss von der Verantwortung freigestellt werden
- keine Facebook-Funktionen für die Registrierung verwenden/keine automatische Teilnahme
  - Teilnahme/Registrierung nicht von Facebook-Handlungen abhängig machen  
(Ausnahme: Fangate)
  - keine Gewinnbenachrichtigung über Facebook-Funktionen

# Facebook-Werberichtlinien

## 1. Daten und Privatsphäre

## 2. Design und Platzierung von Werbeanzeigen

- Komponenten einer Werbeanzeige ... müssen für das angebotene Produkt bzw. die Dienstleistung sowie für das ... Publikum relevant und geeignet sein
- kein Auto-Play
- grammatikalisch korrekter Werbetext
- Werbeanzeigen müssen auf eine funktionierende Zielseite führen

## 3. Inhalt der Werbeanzeige

- Werbeanzeigen müssen allen geltenden Gesetzen, Verordnungen und Richtlinien entsprechen
- keine Beleidigungen, Täuschungen, Irreführungen und ähnliches
- es dürfen keine illegalen Produkte oder Dienste beworben werden
- untersagte Inhalte: Produkten oder Diensten zur Potenzsteigerung, Alkohol (länderspezifisch), Datingdienste, Drogen und Tabak, Glücksspiel und Lotterien (länderspezifisch), Medikamente und Nahrungsergänzungsmittel, Software, Abonnements (Auflagen), unzulässige Unternehmensmodelle, Waffen und Sprengstoffe

# Facebook-Werberichtlinien

## 4. Gemeinschaftsstandards

- keine illegale Aktivität
- keine Beleidigungen, Belästigungen, Bedrohungen, kein Mobbing und keine Bedrohungen bzw. Erniedrigungen
- keine „Hassbotschaften“ aufgrund Rasse, Geschlecht, Glaube, nationale Herkunft, religiöser Zugehörigkeit, Familienstand, sexuelle Orientierung, Geschlechtsidentität oder Sprache
- an Minderjährige gerichtete Werbeanzeigen dürfen nicht für Produkte oder Dienstleistungen werben, deren Verwendung durch Minderjährige gesetzlich verboten ist oder die als unsicher oder ungeeignet gelten
- keine Nacktheit oder der Darstellung von Personen in expliziten bzw. zweideutigen Positionen oder bei Handlungen, die übermäßig anstößig oder sexuell provokant sind
- Werbeanzeigen dürfen nicht schockierend, respektlos oder sensationsheischend sein oder übermäßige Gewaltdarstellungen enthalten

## 5. Verweise auf Facebook

## 6. Rechte Dritter

# Nutzungsrichtlinien von Marken

1. Du kannst dich (online und offline) auf Facebook beziehen, um deine Präsenz auf Facebook sowie deine Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen zu beschreiben. Deine Bezugnahme muss wahrheitsgemäß sein und darf nicht andeuten, dass du mit Facebook verbunden bist, von Facebook gesponsert oder durch Facebook unterstützt wirst.
2. Textverweise auf Facebook sollten ausschließlich mit der Anmeldeseite auf facebook.com verlinkt sein.
3. Verbinde deinen Namen niemals mit unserem Namen.
4. Facebook sollte in derselben Schriftgröße und -art wie die anderen Inhalte gehalten werden.
5. Facebook sollte in Texten immer großgeschrieben werden.
6. Wenn du Nutzer dazu aufforderst, auf deiner Seite auf „Gefällt mir“ zu klicken, formuliere diesen Handlungsaufwurf wie folgt: „Klicke auf unserer Seite auf „Gefällt mir““ oder „Werde ein Fan, indem du auf unserer Seite auf „Gefällt mir“ klickst“. Fordere sie nicht dazu auf, ein/e FreundIn deiner Seite zu werden - Nutzer können nur mit anderen Nutzern befreundet sein.
7. Verwende Facebook oder unsere anderen Warenzeichen weder als Verb noch in der Mehrzahl. Warenzeichen dürfen nicht auf diese Art verändert werden.
8. Wenn du dich auf Facebook beziehst, weil du dort eine Veranstaltung organisierst, musst du deutlich hervorheben, dass du und nicht Facebook für diese Veranstaltung verantwortlich bist.



# Nutzungsrichtlinien Logos & Marken

Allgemeine Richtlinien für alle zulässigen Verwendungen der Markennamen:

1. Vermeide die Verwendung von Markennamen auf eine Weise, die auf jegliche Art von Verbindung oder Partnerschaft mit Facebook sowie Befürwortung, Unterstützung oder Zustimmung von Facebook hindeutet.
2. Präsentiere die Markennamen nicht auf eine Weise, die sie zur charakteristischsten und prominentesten Funktion auf deiner Webseite, in deinem Printmedium oder anderen Materialien macht.
3. Die Markennamen von Facebook dürfen nicht auf irreführende, schädliche, obszöne oder gegenüber Facebook anderweitig unerwünschte Weise verwendet werden.
4. Du darfst die Markennamen nicht auf Webseiten präsentieren oder darbieten, deren Inhalte mit Pornografie, Glücksspiel oder illegalen Aktivitäten in Verbindung gebracht werden können.
5. Du musst um unsere Markennamen herum ausreichend Platz frei lassen, damit sie sauber und ordentlich erscheinen.
6. Du darfst unsere Markennamen sowie Teile unserer Markennamen nicht mit deinem eigenen Namen, deiner eigenen Marke oder allgemeinen Begriffen kombinieren.
7. Verwende keine Warenzeichen, Logos oder andere Inhalte, die verwirrende Ähnlichkeit mit den Markennamen hat.
8. Der Versuch zur Erlangung von Rechten an den Markennamen sowie anderen verwirrend ähnlichen Annäherungen - egal, ob es sich dabei um eine Eintragung von Warenzeichen, Registrierung von Domainnamen oder ähnlichem handelt - ist untersagt.
9. Wir verlangen weder die Verwendung des ® noch des ™-Symbols in Verbindung mit unseren Markennamen.
10. Jegliche Verwendung von Markennamen unterliegt den Richtlinien und Bedingungen von Facebook. Dazu zählen unter anderem die Erklärung der Rechte und Pflichten sowie die Datenschutzrichtlinien.



# Nutzungsrichtlinien Logos & Marken

„Gefällt mir“-Button



Online: nur als Social Plugin  
Offline: als Grafik zulässig

Grafik steht zum Download zur Verfügung

# Nutzungsrichtlinien Logos & Marken

## Facebook-Logo



„Im Allgemeinen gestatten wir die Verwendung des Facebook-Logos nicht. Arbeite bitte mit deiner Kontaktperson bei Facebook zusammen, um eine Ausnahmegenehmigung für eine bestimmte Verwendung zu beantragen.“

# Nutzungsrichtlinien Logos & Marken

## Facebook-Logo



### Verwendung zum Verweis auf:

- Facebook-Seite
- Facebook-Gruppe
- Anwendung (Facebook App)
- Einbindung von Facebook Connect

Grafik steht in verschiedenen Formaten zum Download zur Verfügung

### Unzulässige Nutzung:



### Zulässige Nutzung:

